

---

## Персонология

---

### СЕТЕВАЯ И РЕАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ: СРАВНИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

**А.Е. ВОЙСКУНСКИЙ, А.С. ЕВДОКИМЕНКО, Н.Ю. ФЕДУНИНА**



Войскунский Александр Евгеньевич — старший научный сотрудник факультета психологии МГУ им. М.В. Ломоносова, кандидат психологических наук. Автор около 300 научных публикаций, в том числе монографии «Психология и Интернет» (2010).  
Контакты: vae-msu@mail.ru



Евдокименко Александр Сергеевич — научный сотрудник факультета психологии МГУ им. М.В. Ломоносова, кандидат психологических наук.  
Сфера научных интересов: диагностика трудовой мотивации, психология воздействия, психология GR-взаимодействия, психология переговоров, методы дистанционного взаимодействия.  
Контакты: evdokimenko\_as@psy.msu.ru



Федунина Наталья Юрьевна — доцент МГППУ, кандидат психологических наук. Специалист в области истории психологии, психологического консультирования и экстренной психологической помощи. Автор множества публикаций в журналах «Консультативная психология и психотерапия», «Московский психотерапевтический журнал», «Методология и история психологии», «Вопросы психологии» и др., а также книги «Пьер Жане: психолог и психотерапевт» (2007).  
Контакты: natalia\_fedunina@mail.ru

### Резюме

*Проводится сравнительный анализ сетевой и реальной идентичности на материале шкалы «Аспекты идентичности» (Дж. Чик и др.) и глубинного интервью у активных пользователей социальных сетей 15–25 лет (42 человека). Проверяются гипотезы о различии отдельных параметров идентичности в сети и в реальности и о половозрастных различиях, связанных с самопрезентацией. Выявлены гендерные и возрастные различия в показателях по шкалам идентичности (для социальной идентичности в сети и в реальности и для поверхностной идентичности в сети), а также в отношении разницы показателей в реальности и в сети (по индивидуальной и реляционной идентичности).*

**Ключевые слова:** *идентичность, Интернет, социальная сеть, сетевая идентичность, самопрезентация, альтернативная идентичность.*

Проблематика изучения идентичности в настоящее время выдвигается на авансцену психологических исследований. Дополнительную привлекательность процессам изучения данной психологической характеристики придает развитие компьютерных сетевых структур, в частности, широко распространенных онлайн-социальных сетей. Действительно, задачи, связанные с психологией идентичности в Интернете, в условиях виртуальной реальности, в особенности в блогосфере и в социальных сетях, становятся чрезвычайно актуальными для современной психологии.

Надо признать, что и вне контекстов, связанных с Интернетом и виртуальностью, популярность исследований идентичности стремительно росла во второй половине прошедшего столетия. Аспекты, обязанные своим происхождением обусловленному Интернетом сетевому контексту, добавляют дополнительную привлекательность обозначенной исследовательской области. Не случайно

Э. Эриксон обронил замечание, согласно которому тематика изучения идентичности обретет вскоре не меньшую популярность, чем тематика изучения сексуальности у З. Фрейда и его сподвижников. Он оказался недалек от истины — хотя бы в том плане, что к настоящему времени приобрели известность психоаналитические концепции идентичности (Ж. Лакан, Г. Аммон и др.). Сегодня специалисты различают личностную, социальную, этническую, профессиональную и другие виды идентичности. В современных работах процессы конструирования и презентации идентичности обсуждаются наряду с проблемами образа Я, «личного тождества», самости, *Selbst, self*, «Я-концепции» в рамках психологии личности (включая социальную психологию личности), возрастной и педагогической психологии, патопсихологии, когнитивной психологии и др.; не обходят данную проблему стороной психотерапевты, равно как правоведы, социологи, специалисты по культурной антропологии

и экзистенциальной философии. С недавних пор такой интерес проявляется и в компьютерных науках (Wilson et al., 2012). Ведущим исследователем в области психологии и психопатологии идентичности должен быть признан Э. Эриксон (Эриксон, 1996).

В данной работе мы остановимся исключительно на рассмотрении сетевых видов идентичности и их связи с реальной идентичностью, определяемой в традиционных контекстах с помощью традиционных методик. Связанная с сетевой идентичностью проблематика при всей своей новизне уже обрела определенную популярность. Отметим активное изучение «виртуальной идентичности» в нашей стране в трудах Е.П. Белинской (Белинская, 2002; Жичкина, Белинская, 2000), а также работы других авторов — они относятся к Интернет-общению (Кузнецова, Чудова, 2008; Манеров и др., 2006; Одинцова, Антонова, 2010; Шевченко, 2001), к исследованию участников блогосферы (Асмолов, Асмолов, 2010; Соколов, 2007; Гавриченко, Смолякова, 2008); основательная работа по изучению сетевой идентичности выполнена зарубежными специалистами (Фриндте, Келер, 2000; Joinson, 2003; Turkle, 1995). Значительный интерес вызывает данная проблематика также у культурологов, философов, антропологов, социологов, в особенности если они работают в парадигме постмодернизма. Рассматривая потенциальные связи постмодернистских теорий идентичности с высказанными К. Юнгом взглядами, современный автор считает возможным говорить об «интерактивном воображении», имея в виду, что

связанные с индивидуацией (по К. Юнгу) эксперименты с собственной идентичностью хотя и определяются по-прежнему структурами воображения, однако в настоящее время такие эксперименты все чаще реализуются в электронном общении с другими людьми (Roesler, 2008).

В указанных работах подвергается анализу разнообразные точки зрения на то, что можно было бы назвать сетевой идентичностью. Данный термин представляется нам более оправданным, нежели относительно более распространенный термин «виртуальная идентичность», ввиду того, что было бы полезнее, по нашему мнению, закрепить наименование «виртуальность» не за всякой активностью онлайн, а за поведением, связанным именно и только с применением технических систем виртуальной реальности — виртуальных миров, конструируемых посредством программ компьютерной графики и демонстрируемых с помощью специальных средств отображения (включающих шлемы, наушники, разнообразные 3D мониторы, перчатки виртуальной реальности и др.), к тому же в существенной мере опирающихся на технические устройства регистрации положения человека в пространстве (Архитектора..., 2009).

В сетевой идентичности становятся вполне наглядными некоторые аспекты идентичности, которые не всегда акцентируются в традиционных ситуациях. А именно сетевая идентичность очевидным образом не порождается сама собой в процессе взросления и старения, а конструируется с тем, чтобы быть эксплицитно презентированной другим людям.

Более того, среди наиболее наглядных характеристик сетевой идентичности — легкость видоизменения вплоть до полной замены на нечто в каком-то смысле противоположное, а также сравнительно нечасто встречающиеся в обыденной жизни феномены не просто множественной, а в полном смысле этого слова альтернативной идентичности. Мультимедийная самопрезентация по типу нарратива (тексты вместе с аудиовизуальными продуктами, в том числе аватарами) — ведущий, однако не единственный психологический механизм «управления впечатлением о себе» (Гофман, 2000) и конструирования сетевой идентичности, поскольку для последней имеют немаловажное значение еще и сохраненные сетевым ресурсом «лайки» (что означает «это мне нравится») и/или вербальные высказывания других людей (подписчиков, «френдов», «фолловеров» и др.) — хвалебные, негативные и др. — вместе с реакциями на такие сообщения самого субъекта. Существенными для конструирования идентичности представляются также особенности сетевого интерфейса: к примеру, один интерфейс может побуждать пользователей сообщать об их музыкальных пристрастиях, а другой, допустим, о карьере, — причем непредставление пользователем запрашиваемых сведений характеризует его не менее красноречиво, чем эксплицитное размещение такой информации в собственном профиле.

Итак, дискурс сетевой идентичности диалогичен (строится в том числе во взаимодействии с компьютерным интерфейсом) и динамичен: он видоизменяется во времени,

нередко весьма быстро. Формируемая участниками онлайн-игр идентичность конструируется с включением деятельностных характеристик, связанных с продуктивностью игровых действий; в данной работе не будем останавливаться на рассмотрении специфической геймерской идентичности.

Представление о множественной идентичности не чуждо социально-психологической теории (А. Тэшфел, Дж. Тернер и их последователи). Действительно, каждому человеку присущи разные социальные идентичности. Отметим, однако, случаи, когда человек выбирает (добровольно или под давлением обстоятельств) сознательно сконструированную идентичность, серьезно отличающуюся от всех других своих идентичностей, — например, меняет пол, имя, биографические сведения. Такой процесс может быть назван конструированием альтернативной идентичности.

В отличие от ролевых функций — каждый играет в реальной жизни не одну роль — и от кратковременных развлечений (к примеру, выдавать себя за кого-то другого или участвовать в маскарадах и «комедиях с переодеваниями»), альтернативная идентичность в долгосрочном диапазоне требует специальных талантов и тщательной подготовки (шпионской «легенды», изготовления документов разной степени достоверности, хирургических операций и гормональной терапии и др.), о чем свидетельствуют, к примеру, кинофильмы и книги про трансвеститов или секретных агентов, как и некоторые произведения классической литературы («Странная история доктора Джекила и мистера

Хайда» Р.Л. Стивенсона, «Добрый человек из Сезуана» Б. Брехта и др.). Вне Интернета соответствующие феномены, насколько можно судить, довольно немногочисленны. Встречающиеся в жизни явления альтернативной идентичности представляют собой по большей части предмет медико-психологической патологий (Розин, 2009), таких как диссоциативное расстройство, и юридически преследуются обществом (ср. истории о двоеженцах, беглых каторжниках, воровской «малине» со скрывающимися от закона преступниками и т.п.).

Можно считать, что легкость конструирования дополнительных — альтернативных — сетевых идентичностей и простота презентации их вместе с привычной для пользователей Интернета анонимностью (правда, относительной, что не всегда рефлексивируется пользователями) в существенной степени способствует выстраиванию множественных не тождественных между собой идентичностей, если не прямо провоцирует такой процесс. Среди наиболее заметных возможностей конструирования альтернативных идентичностей — феномены виртуальной «смены пола», т.е. замены половой идентичности (Войскунский, 2010а; Turkle, 1995). Таким образом, среди распространенных — причем едва ли не самых популярных — применений сервисов Интернета могут быть названы разнообразные эксперименты с собственной идентичностью. Анализ и изучение «игр с идентичностью» представляют собой составную часть формирующейся в настоящее время психологии Интернета, или киберпсихологии (Войскунс-

кий, 2010а, б, 2011; Кузнецова, Чудова, 2008).

Среди наиболее подходящих для таких игр-экспериментов с идентичностью Интернет-сервисов могут быть названы социальные сети, чрезвычайно популярные среди молодежи (хотя и более старшие группы населения охотно ими пользуются), а также среди организаций, имеющих свои представительства в социальных сетях. Так, социальная сеть, объединяющая около миллиарда людей, — это сеть Facebook, и ее пользователи представляют собой, по-видимому, наиболее «массовую» (из известных в настоящее время, да и когда-либо ранее) добровольную внеполитическую, внеконфессиональную и непрофессиональную группировку. Не менее популярна в мире сеть передачи микросообщений Twitter. Наряду с ними в нашей стране широко распространены сети «Вконтакте» и «Одноклассники», молодежь пользуется ими практически поголовно. Массовыми социальными сетями являются сеть Оркулт в Бразилии и Байду в Китае, в Европе и Северной Америке широко применяется профессиональная сеть поиска работы и связи с коллегами LinkedIn. Имеется ряд других социальных сетей, в том числе непубличных.

Связанные с социальными сетями массовые феномены активно изучаются социологами, политологами, культурологами, маркетологами в сотрудничестве с психологами и с применением психологического инструментария. Так, находит ряд подтверждений мнение, согласно которому профиль пользователя социальной сети (большинство исследователей обращаются к сети Facebook) в основном

соответствует его или ее реальной идентичности, что проверяется путем сравнения профиля с оценками, полученными у самих владельцев профиля, у их знакомых, у знающих их кадровиков-рекрутеров (Back et al., 2010; Wilson et al., 2012). Данный вывод относится прежде всего к взрослым пользователям социальных сетей. При этом не отрицается, что достаточно часто встречаются комплиментарные, если не нарциссические самопрезентации; отмечается, что имеют место и культурные особенности — к примеру, размещения на своих страницах не соответствующих реальности материалов с меньшей вероятностью стоит ждать от немецких, нежели от американских студентов (Karl et al., 2010). При этом многие исследователи проходят мимо факта, согласно которому не соответствующие действительности материалы во множестве фигурируют на «неофициальных» или неафишируемых профилях, в которых находят место идентичности, названные нами выше альтернативными. Действительно, «официальные» сетевые идентичности достаточно часто соответствуют реальным идентичностям; при этом для альтернативных идентичностей попросту заводятся специальные страницы в социальных сетях, и такого рода альтернативных страниц может быть более одной, а иной раз и более дюжины.

### **Задача исследования**

Настоящая работа посвящена изучению гендерных и возрастных особенностей «сетевой» и «реальной» идентичности у активных поль-

зователей социальных сетей подросткового, юношеского и раннего взрослого возраста. Данное исследование является дополнением проекта по изучению психологических основ киберэтики, которая до настоящего времени рассматривалась в литературе скорее с философских позиций (Войскунский, 2010а; Войскунский, Дорохова, 2010). В настоящей статье ставится (и делается попытка предложить решение) проблема качественной и количественной оценки различий между сетевой и реальной идентичностью у подростков и молодых взрослых, активно применяющих социальные сети.

Вопрос о соотношении между реальной и сетевой идентичностью у каждого отдельного субъекта остается открытым. Вероятно, каждому исследователю, проводившему беседы с пользователями Интернета, доводилось от некоторых из них слышать, что для них именно сетевая идентичность — основная, жизненно важная и приоритетная в сравнении со скучной, рутинной и навязанной другими людьми реальной идентичностью. Ряд таких заявлений со стороны представителей молодежной аудитории пользователей был зафиксирован, к примеру, в книге Ш. Текл (Turkle, 1995). Встречаются они и в настоящее время. Логично допустить, что за десятилетия триумфального развития Интернета структуры реальной и сетевой идентичности нашли возможность взаимопроникать друг в друга — реальная идентичность включает элементы сетевой (и, возможно, альтернативной сетевой) идентичности. Сетевая идентичность также в той или иной мере соответствует реальной.

В качестве аналогии отметим, к примеру, эмпирически подтвержденные данные, согласно которым самоотношение школьников включает в настоящее время параметр компетентности в применении компьютеров и Интернета (Абрамов, 2007), — может стать, что реальная идентичность также отчасти вбирает в себя элементы сетевой идентичности. Возможно, подобные взаимопроникновения характерны не для всех аспектов идентичности, и было бы любопытно узнать, каковы они. В этой связи можно было бы попытаться построить сложные гипотезы, однако придется признать, что материала для них пока недостаточно. А вопрос о гипотетических взаимопроникновениях конкретных параметров идентичности следует учесть при выборе методических средств — желательно, чтобы они позволили фиксировать побольше относящихся к идентичности параметров.

Подростковый и ранний юношеский возраст является ключевым в приобретении чувства идентичности, периодом поиска ответа на вопрос «Какой я?». Поскольку Интернет предоставляет каждому возможность эксперимента с собственной идентичностью, то возникают вопросы о том, каково отношение подростков и молодежи к этой перспективе. Какова для них внутренняя значимость сконструированной в сетевом пространстве идентичности? Имеются ли возрастные отличия в этом аспекте в рамках молодого возраста? Ведь 15–17-летний подросток учится в школе и еще не выбрал свой профессиональный путь, а тем не менее вопрос «Какой я?» занимает доминантное место в

его размышлениях о себе; в то же время в возрасте 20–25 лет человек обычно уже завершил обучение, работает, часто имеет семью — и представляет следующую стадию развития, решая взрослые проблемы на основании уже сформировавшейся психосоциальной идентичности. Возникает вопрос: каков зазор между значимостью разных аспектов идентичности в сети и в реальности у представителей двух полов в различных возрастных группах в рамках молодого возраста?

В связи с этими исследовательскими вопросами были выдвинуты следующие гипотезы.

1. Параметры идентичности, связанные с самопрезентацией в сети и в реальности, различны, но различны не все параметры идентичности, как можно ожидать.

2. В рамках молодого возраста (15–25 лет) могут ожидаться половозрастные различия в выраженности конкретных параметров не совпадающих между собой сетевой идентичности и реальной идентичности.

### Методика исследования

Исследование проведено посредством интервьюирования респондентов и дальнейшей обработки материалов интервью. Дополнительно к этому осуществлялось психологическое тестирование. В качестве материала для интервьюирования была выбрана «Дилемма идентичности», разработанная специалистами из Гарвардского университета во главе с создателем теории множественного интеллекта Дж. Гарднером. Данная дилемма (наряду с четырьмя другими) была предоставлена нам для

работы, все дилеммы были разработаны и апробированы в рамках так называемого «Проекта Зеро»; данный проект является составной частью комплексного проекта «Хорошая игра» Good Play Project (<http://www.good-workproject.org/research/goodplay/>), который ведут три команды исследователей с педагогического факультета Гарвардского университета («Проект Зеро»), из Исследовательского центра при Кларемонтском университете в Калифорнии (проект «Качество жизни») и Центра изучения подростков Стэнфордского университета. Проект посвящен изучению специфики развития морального поведения у представителей так называемого «цифрового поколения»; проблематика идентичности понимается как один из составных элементов исследования (James et al., 2009).

Дилемма идентичности описывает следующую ситуацию: респонденту предлагается представить себе, что он или она случайно сталкивается с неожиданной информацией в социальной сети: его или ее хороший знакомый сообщает о себе сведения, которые либо неверны (и респондент знает это наверняка), либо противоречат всему тому, что связывает респондента и его/ее знакомого. При этом аккаунт знакомого в социальной сети — иной, нежели известный респонденту; поскольку в социальных сетях многие имеют по несколько записей, то сам факт существования альтернативной идентичности не вызывает удивления. Забегая впе-

ред, отметим, что почти все респонденты признали, что ситуация, когда случайно наталкиваешься на ранее не известный аккаунт своего знакомого, — для них не редкость.

Перевод дилемм на русский язык был выполнен к.п.н. О.В. Смысловой; авторы благодарны переводчице. Наряду с собственно дилеммой коллегами из Гарварда разработана схема осуществления структурированного интервью, которая была положена авторами в основу данного исследования. Перспектива использования методического материала, разработанного в США, служит свидетельством того, что проблемная область изучения сетевой идентичности является по сути своей международной проблемой, а российские участники социальных сетей сталкиваются с ситуациями, знакомыми пользователям Интернета во всем мире.

Дополнительно к структурированному интервью были использованы три психологические методики. Они направлены на изучение идентичности, ценностных ориентаций и уровня морального развития респондентов.

В данной статье мы остановимся на результатах применения одной из них. Это опросник «Аспекты идентичности» (Aspects of Identity, AIQ-IV), разработанный под руководством Дж. Чика (Jonathan M. Cheek) и широко применяемый в англоязычных странах (Cheek, Briggs, 1982)<sup>2</sup>. Опросник включает 45 вопросов с

---

<sup>1</sup> Настоящая работа представляет собой один из шагов на пути к адаптации данного опросника идентичности; эта работа будет выполняться впоследствии совместно с Е.П. Белинской, которая рекомендовала применить данную методику. При переводе пунктов опросника были учтены варианты,



ответами от 1 («несущественно для моего ощущения, кто я», до 5 баллов («чрезвычайно существенно для моего ощущения, кто я»). Он позволяет различать на эмпирическом уровне сразу несколько аспектов, или «ориентаций», способствующих конструированию человеком своей идентичности: они получили наименование личной (10 пунктов опросника), реляционной (10 пунктов опросника), социальной (7 пунктов опросника), коллективной (8 пунктов опросника), специальной (10 пунктов опросника) и поверхностной (5 пунктов опросника) ориентации. Ориентации идентичности отражают значимость разных измерений в понимании себя, самоопределении. Остановимся на них подробнее.

Так, личная идентичность (Personal Identity Orientation) включает вопросы, касающиеся значимости личных ценностей и норм, мыслей и чувств, планов и жизненной перспективы, а также общей оценки своей личности с точки зрения ее непрерывности, самоидентичности, отличия от других (например, «Мои личные ценности и моральные нормы» или «Мое осознание себя как уникальной личности, отличной от других»).

Реляционная идентичность (Relational Identity Orientation) направлена на оценку значимости межличностных отношений («Мои отношения с близкими мне людьми» или «Моя готовность быть заботливым партнером в близких отношениях»).

Причем в вопросах присутствует акцент на близких людях, а качество отношения описано по большей части как «заботливое», «участливое», «глубокое».

Социальная идентичность (Social Identity Orientation) отражает значение для респондента социальной оценки и включает вопросы, отражающие восприятие своей оценки в глазах других людей: репутацию, привлекательность внешности и особенностей поведения (например, «Как другие люди реагируют на то, что я говорю и делаю», «Моя репутация: что другие думают обо мне» или «Мои манеры, особенности поведения и то, какое впечатление я произвожу на других»).

Коллективная идентичность (Collective Identity Orientation) отражает переживание принадлежности к семье, расе, культуре — светской или религиозной, а также политической (например, «Принадлежность к роду, ко многим поколениям моей семьи», «Моя расовая или этническая принадлежность», «Гордость за мою страну, гордость, что я гражданин»).

Специальная (ее можно также именовать особой идентичностью, как это делают разработчики методики) идентичность (Special items) включает социально-демографические характеристики, представляющие возраст, пол, сексуальную ориентацию, социальное положение, академические и профессиональные аспекты социальной роли, принадлежность к возрастной группе или поколению, физические качества.

Поверхностная идентичность (Superficial Identity) является дополнительной шкалой и представляет собой составной показатель, в который входят 3 пункта шкалы специальной идентичности и 2 пункта социальной идентичности. Она была выделена (Dollinger et al., 1996), как отмечают разработчики методики «Аспекты идентичности», для отражения степени значимости для субъекта поверхностных характеристик Я, непосредственно воспринимаемых другими людьми (пол, возраст, внешность, привлекательность для других).

### Процедура

В исследовании, осуществленном в форме интервью, приняли участие 42 респондента: по семь активных участников социальных сетей женского и мужского пола, принадлежащих каждой из трех возрастных групп: младшая группа — подростки школьного возраста (15–17 лет), средняя (студенческого возраста) группа (18–21 год) и старшая группа (22–25 лет). В каждой группе поровну (по 7 человек) представлены пользователи социальных сетей женского и мужского пола. Лишь в младшей группе все респонденты были учащимися, в двух других группах были как учащиеся, так и работающие. Будем далее именовать группы респондентов соответственно «школьники», «студенты» и «взрослые», понимая при этом, что данные наименования весьма условны и не полностью соответствуют социальному статусу и самоощущению членов групп, во всяком случае, принадлежащих к двум старшим группам.

Условием участия в данном исследовании была высокая активность не менее чем в двух социальных сетях, желательным считалось также ведение респондентами собственного блога. Все респонденты заполняли опросник «Аспекты идентичности», далее участвовали в структурированном интервью (длительностью около полутора часов), после чего еще раз заполняли опросник «Аспекты идентичности» с инструкцией «оценить представленные утверждения от лица своей виртуальной личности, как она представлена в социальной сети». Результаты первого заполнения опросника будут далее признаваться соответствующими реальной идентичности интервьюируемого, а результаты второго заполнения — его или ее сетевой идентичности. Предметом исследования являются возможные расхождения между этими двумя наборами данных; вопрос о степени «истинности» (как бы ее ни понимать) реальной или сетевой идентичности не ставился.

Большинство интервью было выполнено Н.Ю. Федудиной; несколько интервью было выполнено психологами С. Михальчук и Е. Жарниковой; авторы благодарны им за содействие.

### Результаты и обсуждение

В данной статье рассматриваются и анализируются расхождения между двумя измерениями параметров идентичности по методике «Аспекты идентичности», т.е. между Я реальным и Я сетевым. Возможные расхождения будут анализироваться в соответствии с возрастными и половыми

подгруппами респондентов. Для обсуждения будут привлекаться выдержки из протоколов интервью. При обработке полученных данных был выполнен дисперсионный и факторный анализ (использован программный статистический пакет SPSS 19).

Показатели идентичности в реальности и в сети представлены на рисунке 1. Для оценки значимости различий между проявлениями идентичности в сети и в реальности мы провели непараметрический анализ средних с использованием критерия Уилкоксона. Имеется ряд значимых различий. Они состоят в том, что показатели личной, реляционной и особой идентичности в реальности оказались значимо выше, чем в сети (соответственно  $F = -4.166$  при  $p = 0.001$ ;  $F = -1.952$  при  $p = 0.051$ ;  $F = -3.051$  при  $p = 0.002$ ). Различия в остальных видах идентичности (социальной, коллективной, поверхностной) оказались незначимыми, т.е. результаты в сети и в реальности оказались сходными, что говорит в

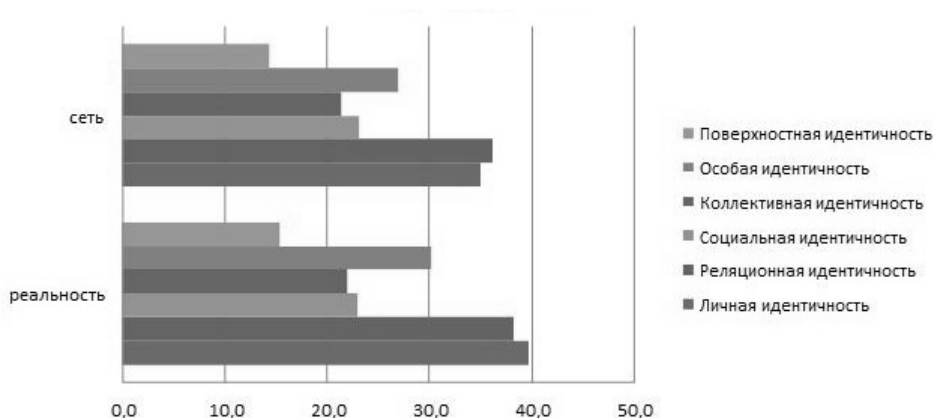
пользу социально-коммуникативной роли сети в жизни испытуемых и сращивания идентичности себя в реальной и в сетевой среде в этих аспектах. С другой стороны, значимые различия по личной, особой и реляционной идентичности демонстрируют неполную идентификацию себя реального и себя в сети, когда дело касается лично важных и интимно-доверительных сторон.

Личная идентичность в понимании создателей методики «Аспекты идентичности», как отмечалось, определяет значимость ценностей и норм, мыслей и чувств, планов и жизненной перспективы, общую оценку своей личности с точки зрения ее непрерывности, самооткровенности, отличия от других. Во всех возрастных группах показатели ориентации на личную идентичность в реальности были выше, чем аналогичные показатели сетевой идентичности.

Несмотря на более высокие оценки личной идентичности в реальности во всех группах, значимые различия

Рисунок 1

#### Оценка средних показателей по идентичностям в сетевой и в реальной среде



между ними получены лишь по параметру пола. А именно у женщин всех возрастов оценки собственной идентичности в сети и в реальности значимо различались по критерию Уилкоксона ( $F = -2.01$  при  $p = 0.044$  (для школьниц),  $F = -2.38$  при  $p = 0.018$  (для студенток) и  $F = -2.2$  при  $p = 0.028$  (для молодых взрослых)), чего не наблюдалось в мужской выборке, где не было выявлено значимых различий ни для одной возрастной группы. Соответствующие результаты представлены на рисунках 2 и 3.

Исследователи нередко отмечают значимую положительную корреляцию личной идентичности с потребностью в переживании собственной уникальности, ориентацией на внутренние стандарты поведения. Личную идентичность отражают наиболее индивидуальные, не всегда существенные для других людей понятия и установки. Вероятно, снижение показателей по этой шкале для сетевой идентичности может говорить о меньшей значимости для самоопре-

деления в Интернет-пространстве ценностно-смысловых и интимно-личностных аспектов личности.

Данное обстоятельство рефлексивируется многими респондентами и находит отражение в ходе интервью. Так, достаточно часто звучало представление о том, что «единственное, чего нельзя узнать о человеке в Сети, так это то, какой он на самом деле» (респ. Н., 25 лет). Многие респонденты отмечали негласное ограничение в сети на «выкладывание» слишком личного материала. «Есть люди, которые пишут о своих переживаниях. Но на самом деле о переживаниях никому не интересно читать. В основном, конечно, приветствуется не очень личная информация» (респ. К., 19 лет). Ограничение выкладывания личной информации становится одним из определяющих в процессе выбора информации для сети. Например, респ. С. (20 лет) говорит об этом так: «Для меня социальные сети, ЖЖ — это маска. Например, я никогда не пишу там личных записей, не могу представить,

Рисунок 2

### Оценка средних значений личной идентичности в сети

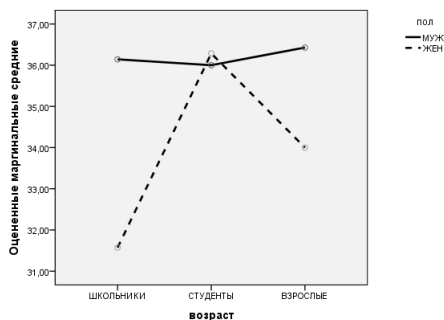
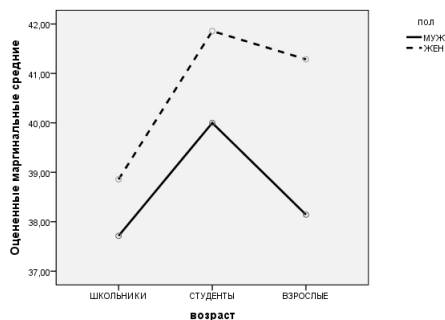


Рисунок 3

### Оценка средних значений личной идентичности в реальности



чтобы я там написала про свои эмоции, впечатления. Скорее отзыв на вечеринку, но не про мои чувства».

Кроме того, в вопросы, касающиеся личной идентичности, входит оценка значимости того, как человек справляется со своими страхами, тревогами, другими переживаниями. Однако пространство социальной сети не предъявляет требований к этой стороне психической жизни, зачастую, напротив, становясь каналом эмоциональной разрядки. Более того, респонденты отмечали специфику эмоционального самопроявления в связи с фактором дистанцированности: «Это искусственно созданная среда. Там нет настоящих чувств, переживаний» (респ. С., 21 год); «В сети очень плохо передаются эмоции. Человек может написать кучу смайликов, а на самом деле сидеть перед компом без тени улыбки» (респ. В., 21 год).

Вместе с тем в корпусе проведенных интервью оказывается затруднительным обнаружить четкое подтверждение установленного значимого различия между полами в количественных показателях рассогласования между личной идентичностью в реальности и в сети. Из этого следует, что методика «Аспекты идентичности» позволяет выявить и установить более тонкие параметры межполовых различий, нежели те, которые способны вербализовать респонденты в условиях структурированного интервью.

Таким образом, многие явления, соответствующие пунктам шкалы личной идентичности, претерпевают существенные изменения в Интернет-пространстве и обнаруживают меньшее влияние на конструирова-

ние личной идентичности в сети. Факт того, что у девушек всех возрастных групп разрыв между личной идентичностью в реальности и в сети значимым образом превышает соответствующие показатели у юношей, заслуживает осмысления и дальнейших исследований.

Реляционная идентичность, как отмечалось, ориентирована на оценку значимости межличностных отношений, прежде всего с близкими людьми, с которыми установились «заботливые», «участливые», «глубокие» отношения.

Как уже отмечалось, и по выборке в целом показатели реляционной идентичности в реальности превышают показатели в сети. В некоторых подгруппах они достигают уровня значимости по критерию Уилкоксона: для «молодых взрослых» женщин ( $F = -2.38$  при  $p = 0.018$ ), а также на уровне тенденции для мужчин группы «студенты» ( $F = -1.83$  при  $p = 0.068$ ). Данные различия отражены на рисунках 4 и 5.

Если ориентация на отношения в сети ниже соответствующих показателей для реальности — что стоит за таким результатом? Респонденты отмечали, что социальные сети предполагают скорее к поверхностному общению: «На глубокое общение надо собраться — это не так просто. А так, сидишь ночью — куча друзей, с тем пообщался, с тем пообщался» (респ. М., 25 лет). Однако все респонденты без исключения, описывая свою реакцию на противоречащую собственному опыту информацию о пользователе социальной сети, ставили ее в зависимость от степени близости с этим пользователем. Возможно, высокие показатели

Рисунок 4

## Оценка средних значений реляционной идентичности в сети

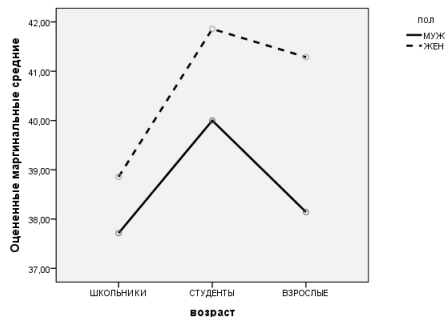
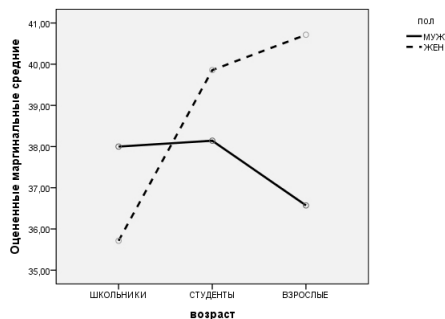


Рисунок 5

## Оценка средних значений реляционной идентичности в реальности



значимости для самопонимания ориентации на реляционную идентичность также связаны с подчеркиванием значения близких отношений и связанных с ними ценностей вне зависимости от особенностей сетевого или реального контекста.

В интервью респонденты часто противопоставляли реальные и сетевые отношения. Интернет-пространство вносит вклад в конструирование личности другого. Этот процесс, вероятно, во многом является проективным и опирается на аспекты личной идентичности: собственные ценности, мечты, надежды, представления. Показательно, что одним из частых типов реакций на странности материала на страничке другого человека в социальной сети была субъектно-ориентированная установка, выражавшаяся, в частности, в попытке реконструкции «Я реального» через «Я воображаемое», в стремлении понять психическую реальность другого, стоящую за той или иной самопрезентацией. Анонимность, дистанцированность и многие другие факторы, специфичные для

Интернета, создают в определенной степени «проективную» ситуацию: «Я для чего-то завожу себе принца в облаках и с ним создаю отношения, а не с реальным человеком. Для меня это сразу отдает такой иллюзией. С реальным человеком гораздо сложнее строить отношения, чем с тем, кого я себе навоображал. Там такой простор может быть фантазии» (респ. С., 20 лет). «У меня была любовь на расстоянии. Я полтора года любила, а в итоге — любила образ. Человек приехал. Я побывала с ним три дня... да нечего было там любить! Мое кредо — я за то, чтобы близкие люди были с тобой рядом, когда люди любят тебя реального, а не то, что в Интернете» (респ. Р., 21 год).

Социальная идентичность, как отмечалось выше, связана со значимостью социальной оценки для каждого из нас; включенные в соответствующую шкалу вопросы направлены на оценку репутации, привлекательности внешности, характеристик поведения. Для социальной идентичности различия показателей между

реальностью и сетью не являются значимыми: они практически совпадают. Результаты многофакторного дисперсионного анализа показали, что сочетание половозрастных характеристик оказывает значимое влияние на распределение ответов по параметру социальной идентичности в сети ( $F = 5.08$  при  $p = 0.011$ ) и в реальности ( $F = 3.65$  при  $p = 0.036$ ); для обоих параметров критерий Ливиня превышает 0.05. Сохраняется и общий паттерн результатов, как это показано на рисунках 6 и 7, представляющих маргинальные средние для социальной идентичности в сети и в реальности.

Можно было бы ожидать снижения показателей социальной идентичности в сети. Ведь многие респонденты подчеркивали свободу сложившегося в сети образа от социальных оценок: «Когда мы подписываемся своим собственным именем, указываем все свои данные, мы себя самого представляем. А когда человек создает себе другой аккаунт — неважно, возраст другой может написать, фамилию, город, —

то он может быть кем угодно, делать что угодно» (респ. М., 20). Именно в плане взаимодействия и отношения к другому у значительной доли респондентов проявлялось отличие поведения в сети от поведения в реальности: «Как себя ведет человек в Интернете — это тоже отдельная черта его характера. Ну, то есть он может быть очень вежливым в жизни или что-то такое, а в Интернете он может считать, что это отдельная жизнь, и там он может, не знаю, материться, не задумывается о том, что он там делает, потому что там такое бесконечное пространство, и никто не узнает» (респ. Н., 16).

С другой стороны, эта возможность независимости от внешней «предрешенной» оценки соседствует с другим важнейшим фактором — обратной связью, которую в изобилии могут получать пользователи в Интернет-пространстве. Некоторые респонденты с чувством недоумения констатировали свое стремление к получению внешней оценки в сетях или на форуме: «Странно, меня вообще мало волнует мнение

Рисунок 6

#### Оценка средних значений социальной идентичности в сети

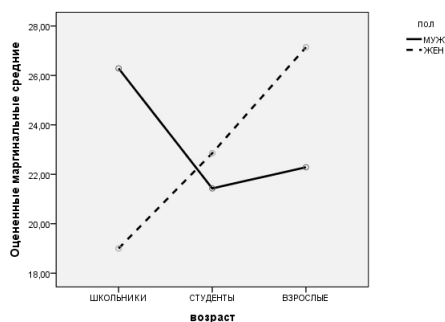
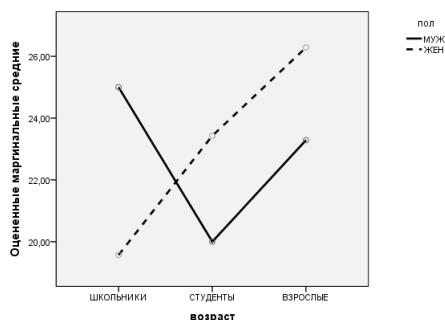


Рисунок 7

#### Оценка средних значений социальной идентичности в реальности



посторонних людей. А тут получается, что я сам представляю им свою работу, жду от них каких-то оценок. Дельной критики, может быть, даже немного. Может, у человека настроение плохое. Да и от качества, уровня самого сайта тоже. Но вот почему-то так происходит, что выставляю свои фотографии. Причем это мнение не влияет на мое состояние или настроение» (респ. В., 21 год).

Обилие социальной оценки на самые разные проявления индивидуальности, на всевозможные эксперименты с собственной идентичностью является одной из наиболее значимых причин использования социальных сетей в подростковом и юношеском возрасте. Респондент М. (20 лет) так описывает этот процесс: «Начинает человек публиковать статьи, которые вызывают разные мнения, радикально отличающиеся от мнения большинства. Соответственно, у этого большинства вызывают свои мнения и переживания, они начинают оставлять свои комменты, и у человека прям эйфория, восторг. В жизни у него друзей нет, общаться не с кем, зато там ему пять тысяч комментов оставили, причем все разные. Кто-то его обзывает дураком, а это ему и надо, кто-то говорит молодец, а он это и хотел».

Особенностью сетевой обратной связи является ее большая безопасность по сравнению с реальной. Например, респондент М. (16 лет) говорит: «Написать легче. Вот у тебя есть какое-то переживание. Получить отклик напрямую — это достаточно страшно». Эту особенность обратной связи и социального действия в сети отмечали многие респонденты. В реальности страшнее, чем в сети, полу-

чить отказ, негативную оценку, встретить отвержение, точно так же, как признаться в своих чувствах или сформулировать оценку, адресованную другому человеку.

Возможно, как раз этот аспект — разнообразие и обилие социальной оценки в ее безопасной форме — приводит к тенденции, согласно которой у юношей младшей и средней возрастной группы, а также у девушек старшей группы средние показатели по этой шкале выше для сети, чем для реальности.

Коллективная идентичность, как отмечалось, отражает переживание субъектом непосредственной принадлежности к большим и малым группам — к семье, расе, религиозной конфессии, политическим объединениям, включая государственные.

В четырех из шести групп респондентов средние показатели коллективной идентичности (см. рисунки 8, 9) в сети оказались незначимо выше, чем в реальности (а в двух группах — незначимо ниже), что может отражать широкие возможности принадлежности к разным группам: «Кем угодно можно быть. В жизни, если человек попадет в сообщество нетрадиционной ориентации, на тебя в лучшем случае коситься будут, а в худшем вообще общаться перестанут. Или когда еще ты сможешь в какой-нибудь клуб лесбиянок вступить или какой-нибудь другой клуб, где общаются довольно специфические люди» (респ. М., 23). Некоторые респонденты отмечали и факт использования социальных сетей как средства усиления чувства принадлежности: «Был еще такой момент, когда делала свою страничку ВКонтакте — желание принадлежности некоторому



Рисунок 8

### Оценка средних значений коллективной идентичности в сети

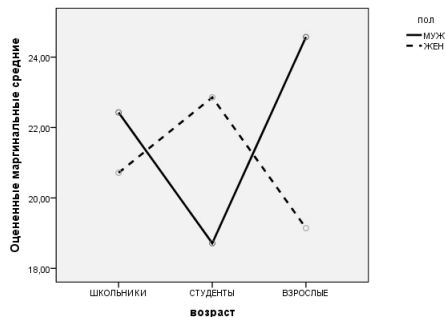
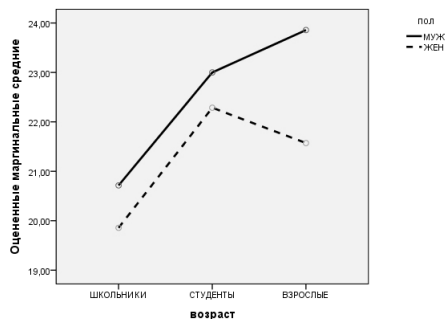


Рисунок 9

### Оценка средних значений коллективной идентичности в реальности



сообществу. Я вышла из школы и хотела быть в некотором кругу. Желание быть в, быть внутри. Не просто вот такая С., а когда ты друг того и того. И раскрываешь эту карту, и видишь, что ты — там, видишь человека, с которым, там, вы знакомы через десять знакомых — это же круто» (респ. С., 21 лет).

Интересно, что «студенты» мужского пола демонстрируют явное преобладание показателей коллективной идентичности в реальности над соответствующими показателями в сети. Можно объяснить это особенностью ряда респондентов в данной группе: из беседы с ними стало известно, что несколько юношей отличались повышенной вовлеченностью в жизнь группы, подчеркивали принадлежность к политическим и религиозным объединениям и свою активность в них. Активная самореализация представителей этой группы респондентов в коллективной сфере в реальности могла повлиять на расхождение оценок значимости ориентации на коллективную идентичность в реальности и в сети в пользу реальности.

Специальная, или особая идентичность составлена, как отмечалось, из социально-демографических характеристик, представляющих пол, возраст, сексуальную ориентацию, социальное положение, академические и профессиональные аспекты социальной роли. Для всех групп показатели по этой шкале в реальности выше, чем в сети (рисунки 10, 11).

Характер вопросов, составляющих эту шкалу, отражает в основном индивидуальные свойства — пол, возраст, внешность и др., которые являются наиболее вариабельными в социальных сетях. С этим фактором связана основная масса «трагедий», рассказанных респондентами: «Это был довольно неприятный случай, когда полтора-два года моя знакомая общалась с мальчиком по аське. Без фоток, просто общалась. Она предлагала ему встретиться наконец-то, а он постоянно под разными предлогами отказывался. Потом выяснилось, что это не мальчик вовсе, а девочка. Девочка общалась с девочкой. Вторая барышня была не совсем

Рисунок 10

## Оценка средних значений специальной идентичности в сети

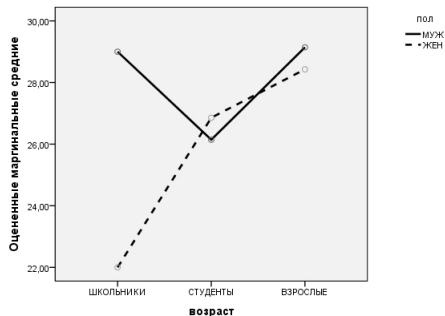
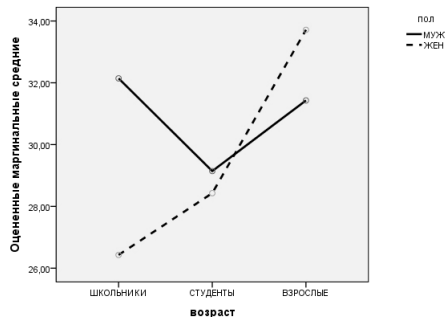


Рисунок 11

## Оценка средних значений специальной идентичности в реальности



той ориентации, которая предполагалась. Родился мальчиком, как назло, а хочешь быть девочкой. Операция дорого и не очень удобно, а тут раз — и все, общайся. У моей подруги проскальзывали мысли, что человек может быть другого пола. Но как-то привыкли людям верить. Для нее это был шок» (респ. В., 21 год).

Интересно, что для мужской части выборки эти различия достигли уровня значимости по критерию Уилкоксона (для школьников  $F = -1.99$  при  $p = 0.046$ ; и  $F = -2.01$  при  $p = 0.041$  для взрослых), что может свидетельствовать о большей стабильности данной характеристики для девушек (в одинаковой степени заботящихся о своем социально-демографическом образе в сети и в реальности), чем для юношей, в некоторой степени пренебрежительно относящихся к этим характеристикам в сети.

Поверхностная идентичность является дополнительной шкалой, составным показателем, в который входят 3 пункта шкалы специальной идентичности и 2 пункта шкалы социальной идентичности. Она отра-

жает степень значимости поверхностных характеристик Я, непосредственно воспринимаемых другими людьми (пол, возраст, внешность, привлекательность для других). На уровне тенденции, есть различие между поверхностной идентичностью в реальности (выше) и идентичностью в сети (ниже) у студентов мужского пола ( $F = -1.83$  при  $p = 0.068$ ). Результаты представлены на рисунках 12, 13.

Как показали результаты многофакторного дисперсионного анализа, сочетание половозрастных характеристик оказывает значимое влияние на распределение ответов по поверхностной идентичности в сети ( $F = 3.95$  при  $p = 0.028$ ), при этом отсутствует значимое влияние половозрастных характеристик на поверхностную идентичность в реальности ( $F = 0.91$  при  $p = 0.408$ ). Респонденты почти всех групп придают меньшую значимость данным индивидуальным характеристикам в сети в сравнении с реальностью. Это представляется логичным. Однако интересно, что у младших юношей средние

Рисунок 12

### Оценка средних значений поверхностной идентичности в сети

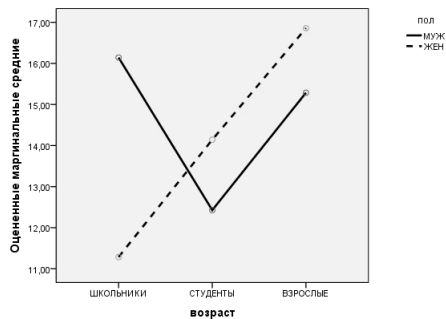
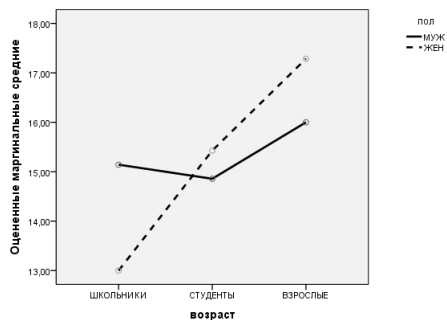


Рисунок 13

### Оценка средних значений поверхностной идентичности в реальности



показатели поверхностной идентичности в реальности ниже, чем в сети. Возможно, для юношей подросткового возраста большая субъективная значимость своего физического образа в сети, чем в реальности, связана с задачей справляться с происходящими в этот момент в организме перестройками, телесными изменениями. Именно в сетевой реальности есть все возможности инвертировать параметры социальной категоризации, избавившись от индикаторов внешнего облика и социального статуса, «преодолев» свою телесность и «убежав из собственного тела». Интернет-пространство позволяет экспериментировать и преобразовывать базисные основания личности, ее телесность.

Часто задаются вопросом о существовании души, отмечает Пьер Жане (Жане, 2010, с. 54), но правомерно также поставить этот вопрос и относительно тела. «Дано мне тело — что мне делать с ним, // Таким единым и таким моим?» — читаем мы у О. Мандельштама. Хотя тело действительно «дано», оно в каком-то

смысле должно быть создано нами. Этот процесс представляет собой акт конструирования особого объекта (Жане, 2010). Если в отношении других объектов возможно перемещение (к ним, чтобы дотянуться; от них, чтобы перейти к другому предмету), то в отношении собственного тела ситуация иная: мы всегда в самих себе. Вы знаете, что происходит с константами, говорил Жане, — они становятся нормой, точкой отсчета. И наше тело становится таковым в отношении других объектов. Но если в реальности наше тело всегда с нами и мы не можем ничего с этим поделать, нравится нам это или нет, то в сетевой реальности есть возможность сменить эту константу, избрать другую точку отсчета, сконструировать другое тело — оно, возможно, станет лучше («идеальнее») или принесет меньше хлопот: ведь пубертатные изменения наступают у мальчиков позже, чем у девочек, и возраст 15–17 лет у многих юношей — это пора активного роста и телесных изменений. Возможно, этим можно отчасти объяснить полученные

значимые различия между полами по шкале поверхностной идентичности в сети и в целом значимость физических характеристик для данной половозрастной группы — результат во многом парадоксальный, если принять во внимание объективную незначимость внешнего вида и физических характеристик для коммуникативного процесса в сети, в отличие от реальности.

В целях прояснения структуры латентных факторов, стоящих за отличительными проявлениями идентичности в сети и в реальности, был проведен эксплораторный факторный анализ.

Факторные структуры оказались в значительной степени схожими. В ходе факторного анализа данных, относящихся к сетевой идентичности, было выделено два униполярных фактора, объясняющих 72.606% дисперсии. Первый фактор образован параметрами специальной (0.842) и поверхностной (0.919) идентичности. Учитывая спектр вопросов, составляющих параметры специальной и поверхностной идентичности и отражающих в основном социально-демографические и физические характеристики личности (пол, возраст, социальные роли и положение), его можно обозначить как фактор «Внешнего самопредъявления личности». Второй фактор образован параметрами личной (0.863) и реляционной (0.849) идентичности. Оба эти параметра отражают скорее внутреннюю жизнь индивида и его интимно-личностные связи (ценности, внутренние нормы, мечты, способности совладания, значимость близких душевных связей со значимыми другими). Этот фактор можно

назвать как «Внутреннее пространство личности». Итак, в структуре сетевой идентичности было выделено два основных фактора, соответствующих внешней и внутренней жизни индивида.

Факторный анализ относящихся к реальной идентичности данных выявил три фактора, объясняющих 83.361% дисперсии. Первый фактор, как и в случае сетевой идентичности, составили параметры специальной (0.924) и поверхностной (0.903) идентичности. Второй фактор — параметры реляционной идентичности (0.976). Третий — личной идентичности (0.959). Таким образом, применительно к реальности наблюдается вполне объяснимое усложнение (в сравнении с сетевой идентичностью) факторной структуры. А именно первый фактор «Внешнего самопредъявления личности» по-прежнему объясняет около 50% дисперсии, однако второй фактор, представленный для сетевой идентичности как единый фактор «Внутреннее пространство личности», раскладывается на два независимых фактора: реляционной и личной идентичности. Совпадающий с реляционной идентичностью фактор может быть с определенной долей условности назван фактором «Я с другими». Последний же фактор во многом совпадает с тем психологическим содержанием, которое принято именовать личностной идентичностью, в силу чего третий выделенный фактор назовем фактором «Личностной идентичности».

Для поиска соотношения структур параметров реальной и сетевой идентичности был проведен корреляционный анализ (критерий Спирмена).

В результате анализа были получены следующие значимые корреляции: первого фактора структуры сетевой идентичности («Внешнее самопредъявление личности») с одноименным первым фактором реальной идентичности ( $r = 0.543$ ;  $p = 0.001$ ), а также второго фактора сетевой идентичности («Внутреннее пространство личности») с третьим фактором («Личностная идентичность») реальной идентичности ( $r = 0.412$ ;  $p = 0.007$ ). При этом второй фактор реальной идентичности («Я с другими») значимо коррелирует как с первым ( $r = 0.349$ ;  $p = 0.024$ ), так и со вторым ( $r = 0.476$ ;  $p = 0.001$ ) фактором сетевой идентичности. Можно отметить, что реляционная идентичность, или фактор «Я с другими» реальной идентичности, как бы расщепляется и входит в состав внешней и внутренней идентичности личности в сети. Таким образом, идентичность личности, связанная с ее отношениями с другими людьми, выражается в сети через внешнюю самопрезентацию и одновременно входит в состав внутреннего представления человека о себе, т.е. его внутренней идентичности.

Проведенный факторный анализ показывает, что сетевая идентичность организована существенно проще, чем реальная. С одной стороны, это не противоречит интуитивным представлениям. Действительно, наряду с фактором, совпадающим с личностной идентичностью, психологическая реальность включает также фактор «Я с другими», связанный с отношениями с другими (прежде всего — близкими) людьми, совпадающий с реляционной идентичностью. В то же время в структуре сетевой идентичности отношение

к другим людям не отделено от личной идентичности; можно на основании этого предположить, что другие люди в сети могут представляться респондентам едва ли отделимыми от самих респондентов продуктами фантазии. Таким образом, применение опросника «Аспекты идентичности» вскрывает нечто противоречащее вербальным высказываниям и, насколько можно судить, убеждениям множества пользователей социальных сетей: согласно этим убеждениям, другие (близкие и достаточно далекие знакомые) люди в сети выступают едва ли не во всей своей телесности и, во всяком случае, психологически отделимы от самих пользователей. Между тем проведенное исследование показывает, что применительно к сетевой идентичности это не совсем так. Данный вывод заслуживает дальнейшего углубленного исследования с участием пользователей социальных сетей.

## Выводы

Формирование собственной идентичности представляет собой один из наиболее важных процессов в ходе подросткового и юношеского возраста. Развитие информационных технологий привело к возникновению принципиально нового специфического контекста для экспериментов с собственной идентичностью и формированием образа Я.

1. Шкала «Аспекты идентичности» зарекомендовала себя как перспективный измерительный инструмент для анализа различий между реальной и сетевой идентичностью. Это можно отнести за счет того, что

данная шкала включает значительное количество субшкал, многие из которых — во всяком случае, применительно к социальным сетям — значимо отличают идентичность в условиях реальности от идентичности в сети.

2. Показатели по разным шкалам идентичности имеют существенные отличия друг от друга в условиях «Сеть» и «Реальность». Если показатели личной и специальной идентичности (отражающие индивидуальные и индивидуальные особенности) в реальности превышают таковые в сети для всех групп респондентов, то остальные показатели обнаруживают вариации. Обращают на себя внимание в среднем более высокие показатели сетевой идентичности для шкалы социальной идентичности.

3. Выявлены гендерные и возрастные различия в показателях по шкалам идентичности (для социальной идентичности в сети и в реальности и для поверхностной идентичности в сети), а также в отношении разницы

показателей в реальности и в сети (по индивидуальной и реляционной идентичности).

4. Факторный анализ выявил в структуре сетевой идентичности два фактора: «Внешнее самопредъявление личности и «Внутреннее пространство личности». В случае реальной идентичности сохраняется первый фактор, а второй раскладывается на два независимых: реляционная («Я с другими») и личностная идентичность. Факторы реальной и сетевой идентичности значимо коррелируют между собой.

5. Рассмотрены возможные параметры, способствующие возникновению различий в оценках идентичности в сети и в реальности, среди которых как традиционно обсуждаемые характеристики сети (анонимность, дистанцированность, вариативность индивидуальных характеристик личности и др.), так и более частные (специфика эмоционального контакта в сети, усиление принадлежности к референтной группе и др.).

## Литература

Абрамов М.Г. Влияние информационных технологий на старшеклассников // Человек. 2007. № 3. С. 85–92.

Архитектура виртуальных миров / Под науч. ред. М.Б. Игнатъева, А.В. Васильева, А.Е. Войскунского. СПб.: ГУАП, 2009.

Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2010. № 1. С. 3–21.

Белинская Е.П. Человек в информационном мире // Социальная психология в современном мире / Под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцова. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 203–220.

Войскунский А.Е. Психология и Интернет. М.: Акрополь, 2010а.

Войскунский А.Е. Киберпсихология в прошлом, настоящем и будущем // Журнал практического психолога. 2010б. № 4. С. 7–16.

Войскунский А.Е. Вступительное слово // Психология. Журнал Высшей

школы экономики. 2011. Т. 8, № 4. С. 29–34.

*Войскунский А.Е., Дорохова О.А.* Становление киберэтики: исторические основания и современные проблемы // Вопросы философии. 2010. № 5. С. 69–83.

*Гавриченко О.В., Смолякова Т.В.* Особенности саморепрезентации в Интернет-дневниках подростков и молодежи // Психологические исследования: Электрон. науч. журн. 2008. № 1 (1). [Электронный ресурс]. URL: <http://psy-study.ru> (дата обращения: 14.10.2010).

*Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-Пресс, 2000.

*Жане П.* Психологическая эволюция личности. М.: Академический проект, 2010.

*Жичкина А.Е., Белинская Е.П.* Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков-пользователей Интернета // Образование и информационная культура. Социологические аспекты / Под ред. В.С. Собкина. М.: Центр социологии образования РАО, 2000. С. 431–460.

*Кузнецова Ю.М., Чудова Н.В.* Психология жителей Интернета. М.: УРСС, 2008.

*Манеров В.Х., Королева Н.Н., Богдановская И.М., Проект Ю.Л.* Миробразование и личностные феномены Интернет-коммуникации. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2006.

*Одинцова М.С., Антонова Н.В.* Особенности идентичности людей, активно общающихся в сети Интернет // Журнал практического психолога. 2010. № 4. С. 37–58.

*Розин В.М.* Феномен множественной личности: по материалам книги Дэниела Киза «Множественные умы Билли Миллигана». М.: URSS: ЛИБРОКОМ, 2009.

*Соколов М.М.* Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet // Под ред. В.Л. Волохонского, Ю.Е. Зайцевой, М.М. Соколова. СПб.: СПбГУ, 2007. С. 9–39.

*Ставропольский Ю.В.* Факторная структура «Я»-аспектов личностной идентичности в США // Известия Саратовского университета. Серия Философия. Психология. Педагогика. 2009. Т. 9. Вып. 2. С. 92–97.

*Фриндте В., Келер Т.* Публичное конструирование «Я» в опосредствованном компьютером общении // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М., 2000. С. 40–54.

*Шевченко И.С.* Факторы динамичности самопрезентаций участников Интернет-общения // Социальные и психологические последствия применения информационных технологий: Мат-лы международной Интернет-конференции / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Московский общественный научный фонд, 2001. С. 85–93.

*Эрикссон Э.* Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996.

*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. 21. 372–374.

*Cheek J.M., Briggs S.R.* Self-consciousness and aspects of identity // Journal of Research in Personality. 1982. 16. 4. 401–408.

*Dollinger S.J., Preston L.A., O'Brien S.P., DiLalla D.L.* Individuality and relatedness of the self: An autophotographic study // Journal of Personality and Social Psychology. 1996. 71. 6. 1268–1278.

*James C., Flores A., Francis J.M., Pettingill L., Rundle M., Gardner H.* Young

people, ethics, and the new digital media. Cambridge, MA: The MIT Press, 2009.

*Joinson A.* Understanding the psychology of Internet behaviour: Virtual worlds, real lives. Houndmills, UK; N.Y.: Palgrave Macmillan, 2003.

*Karl K., Peluchette J., Schlaegel C.* A cross-cultural examination of student attitudes and gender differences in Facebook profile content // International Journal of Virtual Communities and Social Networking. 2010. 2. 2. 11–31.

*Roesler Ch.* The Self in cyberspace: Identity formation in postmodern societies and Jung's Self as an objective Psyche // Journal of Analytical Psychology. 2008. 53. 421–436.

*Turkle Sh.* Life on the screen: Identity in the age of the Internet. N.Y.: A Touchstone Book, 1995.

*Wilson R.E., Gosling S.D., Graham L.T.* A review of Facebook research in the social sciences // Perspectives on Psychological Science. 2012. 7. 3. 203–220.