

УДК 159.9.075

**МОТИВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ ЛИЧНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ***Расина Эвелина Османовна**Старший преподаватель кафедры психологии, Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова, г. Симферополь, Россия, e-mail: rasina.evelina@mail.ru*

Всепоглощающее проникновение информационных технологий трансформирует не только деятельность интернет-пользователя, но его окружающую действительность, среду жизнедеятельности, а также и многие атрибуты его личности. Контакт пользователя и виртуального пространства носит характер взаимодействия, взаимопроникновения и взаимоизменения двух систем. Результатом данного процесса выступает виртуальная личность интернет-пользователя. Движущей силой ее формирования является виртуализация и совокупность мотивов, которые совместно образуют мотивационный механизм формирования виртуальной личности интернет-пользователя. Цель статьи заключается в выявлении и анализе закономерностей в мотивационном механизме формирования виртуальной личности. В качестве эмпирических методов применялись авторские опросники, а также методики на определение мотивационного профиля личности и выявление ведущих интернет-мотивов. Полученные результаты дают возможность проанализировать внутреннюю структуру мотивационного механизма в процессе формирования виртуальной личности интернет-пользователя. Уровень виртуализации, а также сложность и разнообразие взаимодействия между личностью и виртуальным пространством тесно связаны с мотивами пользователя, которые можно разделить на универсальные и специфические. Мотивационный механизм представляет собой структурно-функциональную совокупность универсальных мотивов, свойственных для всех пользователей и реализуемых как через возможности реального пространства, так и через виртуальное пространство, а также специфических мотивов, которые присущи только виртуальному пространству и могут быть реализованы только через его уникальные возможности. Результаты исследования позволили установить взаимосвязь уровня виртуализации личности интернет-пользователя и групп мотивов, как универсальных, так и специфических. Полученные данные позволяют расширить дальнейший спектр исследования виртуальной личности интернет-пользователя.

**Ключевые слова:** виртуальная личность, мотивы, виртуализация, виртуальное пространство, интернет-пользователь.

**AN EXAMINATION OF THE MOTIVATIONAL MECHANISMS INFLUENCING THE FORMATION OF VIRTUAL PERSONALITIES AMONG INTERNET USERS BY RASINA EVELINA OSMANOVNA***Rasina Evelina Osmanovna**Senior Lecturer of the Department of Psychology,  
Crimean State Engineering Pedagogical University named of Fevzi Yakubov,  
Simferopol, Russia  
e-mail: rasina.evelina@mail.ru*

The pervasive integration of information technologies fundamentally transforms not only the behaviors of Internet users but also their surrounding realities, life environments, and various attributes of their identities. The interaction between users and virtual spaces is characterized by a dynamic interplay and mutual transformation of these two systems. This process culminates in the emergence of the virtual identity of the Internet user. The primary catalyst for this development is virtualization, alongside a constellation of motives that collectively constitute the motivational framework for the formation of the virtual identity. This article aims to identify and analyze the patterns within this motivational framework. Empirical methods employed include the author's questionnaires and techniques designed to ascertain the motivational profiles of individuals, as well as to identify predominant Internet-related motives. The findings facilitate an analysis of the internal structure of the motivational framework involved in the development of the virtual identity of Internet users. The degree of virtualization, along with the complexity and diversity of interactions between the individual and the virtual environment, is intricately linked to user motives, which can be categorized into universal and specific types. The motivational framework comprises a structural and functional array of universal motives, common to all users and realized through both real and virtual spaces, as well as specific motives unique to the virtual realm, which can only be expressed through its distinctive capabilities. The study's results have established a correlation between the level of virtualization of the Internet user's identity and the groups of motives, both universal and specific. The data obtained provide a foundation for expanding future research into the virtual identity of Internet users.

**Keywords:** virtual personality, motives, virtualization, virtual space, Internet user.

Виртуальное пространство в современном мире играет ведущую роль во всех сферах общественной жизни. Виртуальное пространство постепенно трансформировалось из средства для удовлетворения социальных потребностей, в реальность для существования и жизнедеятельности, где спектр удовлетворяемых потребностей в значительной степени расширился и разнообразился. Цель представленного исследования заключается в выявлении и анализе закономерностей в мотивационном механизме формирования виртуальной личности. Контакт личности и виртуального пространства носит характер взаимодействия, что позволяет рассматривать данный процесс через призму системности. Согласно подходу С.Н. Смирнова в рассмотрении психологического содержания процесса взаимодействия контакт двух систем подразумевает взаимное их изменение, которое осуществляется при помощи канала связи. Канал связи, в свою очередь, обусловлен общностью систем, частичной тождественностью их элементов. Таким образом, взаимные изменения затрагивают зоны контакта, при этом периферические зоны

остаются неизменными [21]. Личность и виртуальное пространство представляют собой две взаимодействующие системы, обладающие определенными параметрами, отражающими их сущность (индивидуально-психологическими характеристиками личности и уникальными факторами виртуального пространства). Рассмотрение взаимодействия личности и виртуального пространства через призму описанного подхода дает четкое понимание процессу взаимовлияния личности и виртуального пространства. Личность выступает не только потребителем продуктов виртуального пространства, но и активным их создателем. Виртуальное пространство, в свою очередь, не только выступает в качестве результата деятельности человека, но и активно на него воздействует, трансформируя и видоизменяя не только мировоззрение личности, но и ее ключевые атрибуты, такие как мотивация и идентификация [2, 6, 11, 19, 22].

Результатом взаимодействия двух систем является новая целостность, новая система – виртуальная личность, которая по своей сути представляет собой отражение реальной личности, ее виртуальную проекцию. Так как данная целостность сформировалась на пересечении двух систем, то закономерно отметить ее содержание как сумму характеристик обеих родительских систем – личности и виртуального пространства. Виртуальное пространство обладает следующими специфическими характеристиками, которые воздействуют на процесс формирования виртуальной личности: анонимность [1], бестелестность, знаковый характер существования [2, 5], трансцендентность [10], онтологическая ущербность [7], симулятивный характер взаимодействия [3], обратимость, нелинейность времени [4, 20], отсутствие границ пространства [1, 23], инициативный характер взаимодействия [13, 26]. Проникновение данных факторов в систему «личность» осуществляется путем виртуализации.

Вместе с тем процесс перехода пользователя в виртуальное пространство подразумевает наполнение виртуальных явлений, процессов и объектов формой и содержанием отражаемой личностью действительности [27]. Таким образом, осевым процессом формирования виртуальной личности как результата взаимодействия двух систем выступает виртуализация. Виртуализация представляет собой процесс поглощения цифровыми средствами и технологиями всех сфер человеческой активности и жизнедеятельности в целом. Данный процесс обладает свойством динамики. Виртуальное пространство при этом выступает одновременно инструментом формирования и средой где процессы виртуализации запускаются и развиваются [9, 27]. Кроме того, виртуализация рассматривается с точки зрения трансформации пространства существования и активной адаптации личности к новым условиям [19].

В рамках теории деятельности постулируется активное отношение личности к окружающему миру, при котором деятельность является динамической системой взаимодействий субъекта с окружающей действительностью [8]. Рассматривая виртуализации через призму отношения личности и виртуальной среды, следует выделить в данном процессе три компонента (по В.Н. Мясищеву): когнитивный, аффективный и конативный, которые в свою очередь соответствуют компонентам виртуализации – погруженности, включенности и вовлеченности [14, 17]. Погруженность характеризует уровень охваченности когнитивных процессов, степень устойчивости контакта личности и виртуального пространства. Вовлеченность раскрывается через призму приверженности к нормам и правилам пространства активности, эмоциональное отношение к процессу контакта и четкое ощущение принадлежности к виртуальному пространству. Включенность, в свою очередь, представлена разнообразной активностью пользователя, совокупностью стратегий поведения и степенью соотнесенности себя с виртуальными видами деятельности [17]. Помимо этого, отношение личности с окружающей

действительностью реализуется через построение иерархии потребностей и возможностью их удовлетворения через условия и возможности этой действительности [8].

Фундаментом личности выступает система ее отношений к окружающей действительности, которая реализуется через иерархию различных деятельностей. По мнению А.Н. Леонтьева, в качестве важнейшего механизма активного взаимодействия с окружающим миром и формирования внутренних структур психики выступает интериоризация, в основе которой лежат когнитивные процессы (отражение), понятийные и смысловые системы (предметность) [8]. Исходя из этого, виртуализация по своему характеру – это активное освоение пользователем виртуального пространства, в ходе которого происходит становление, развитие и изменение личности пользователя путем реализации совокупности различных деятельностей, выстраивания иерархии связей с окружающим миром, интериоризации внешнего опыта и выстраивании соотношения мотивов и системы личностных смыслов [8]. Таким образом, движущей силой процесса виртуализации выступают мотивы интернет-пользователя. Следовательно, мотивационный механизм формирования личности можно представить в виде теоретической модели, изображенной на рисунке 1, согласно которому уровень и глубина виртуализации определяется направленностью личности, которая, в свою очередь, формируется на основе ведущих мотивов интернет-пользователя. Мотивационный механизм представляет собой структурно-функциональную совокупность универсальных мотивов, свойственных для всех пользователей и реализуемых через возможности как реального пространства, так и виртуального пространства и специфических мотивов, которые присущи только виртуальному пространству и могут быть реализованы только через его уникальные возможности.



Рис. 1. Концептуальная модель реализации мотивационного механизма в процессе формирования виртуальной личности интернет-пользователя

Анализ исследований позволяет обозначить шесть групп мотивов, носящих универсальный характер: фрустрационные, защитные, социально-актуализационные, потребительские, позиционные [1, 2, 11, 12, 15, 18, 24, 25, 28–30]. В психологических исследованиях предпринимались попытки рассмотрения мотивационной составляющей виртуальной активности, которые представлены следующим: 1) мотив заполнения пустоты, 2) скука, 3) бытовая необходимость, 4) уход от проблем, 5) воспитание детей, 6) общение, 7) рабочие и профессиональные мотивы, 8) социальная поддержка, 9) деятельность по интересам, 10) хобби, 11) следование моде, 12) релаксация и отдых, 13) суеверные мотивы и 14) мотивы избегания неприятностей, 15) получение информации, 16) приобщение к важным людям и событиям, 17) влияние на события, 18) аддиктивные мотивы (мотивы зависимости), 19) личностные мотивы, 20) изменение или отреагирование эмоций, 21) самоутверждение, 22) мотивы власти, влияния [18, 24, 25, 28–30].

А.И. Лучинкина, в свою очередь, выделила уникальные специфические мотивы интернет-пользователя, которые реализуются только через возможности виртуального пространства. Ученый выделила творческие мотивы (репликация, личное пространство, взнос) и потребительские мотивы (обозначенное присутствие и вживание в роль) [11]. Таким образом,

мотивационный механизм как средство формирования виртуальной личности и инструмент установления внутренней связи между личностью и виртуальным пространством следует рассматривать в соответствии с выделенными уровнями и в контексте процесса виртуализации.

В данной работе были использованы следующие методы. Методика «Индекс виртуализации личности интернет-пользователя социальных сервисов» (Э.О. Расина.) применялась для установления уровня виртуализации личности интернет-пользователя и оценки выраженности отдельных компонентов виртуализации (погруженность, вовлеченность, включенность). Авторский опросник на выявление мотивов интернет-пользователя (Э.О. Расина) [17] и методика «Мотивационный профиль личности» (В.Э. Мильман) [16] позволили выявить универсальные и периферические мотивы пользователей, методика «Личность в виртуальном пространстве» (А.И. Лучинкина) дала возможность определить специфические мотивы интернет-пользователя [11].

Эмпирическую базу исследования составила выборка школьников и студентов Республики Крым в количестве 185 ( $n = 185$ ) человек в возрасте от 15 до 25 лет ( $M = 19,08$   $SD = 2,71$ ). Статистическая обработка данных осуществлялась при помощи программного обеспечения SPSS 27.0, корреляционный критерий Пирсона.

По результатам методики на выявление уровня виртуализации личности интернет-пользователя респонденты разделились на три группы в соответствии с выраженностью данного показателя (рис. 2). Согласно полученным данным наибольший объем выраженности имеет средний уровень (57,98%), что указывает на активную интеграцию виртуального пространства в их жизнь при сохранении баланса с активностью в реальном пространстве. Низкий уровень виртуализации отмечается у незначительного количества респондентов (4,28%), что закономерно объясняется всепоглощающим характером распространения

виртуального пространства на все сферы общественной жизни. Данные, полученные в ходе анализа универсальных мотивов, позволяют отметить выраженность защитных (63,64%) и потребительских (100,00%) мотивов у первой группы респондентов, фрустрационных (67,79%), аффилиационных (76,51%) у второй группы интернет-пользователей, и социально-актуализационных (80,41%) и позиционных (89,69 %) у третьей группы респондентов.

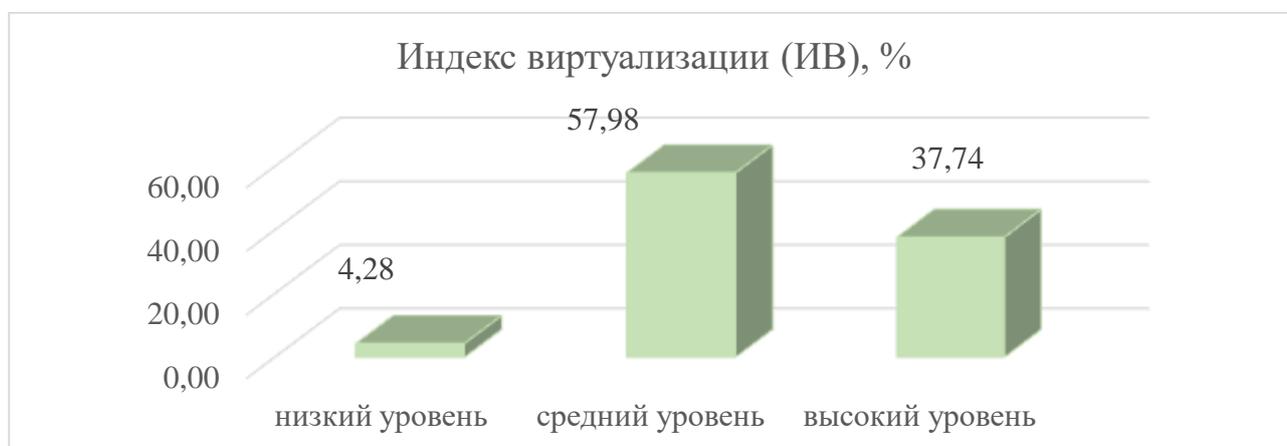


Рис. 2. Распределение показателей по уровням выраженности индекса виртуализации интернет-пользователя

Полученные результаты позволяют отметить, что для пользователей с низким уровнем виртуализации характерно стремление в обеспечении собственной безопасности и удовлетворение базовых потребностей через возможности виртуального пространства. Для группы с умеренным уровнем виртуализации характерно проявление желания избежать негативных эмоций и препятствия в реальной жизни через возможности виртуального пространства, а также стремление к установлению множественных социальных связей, которые также могут служить средством компенсации неудовлетворенности пользователя. Для пользователей с высоким уровнем виртуализации зафиксирована значимая выраженность стремления к самовыражению и социальной активности, к обретению и подтверждению социальной

статусности. Отсюда следуют, что уровень виртуализации напрямую связан с разнообразием ведущих мотивов пользователя. Корреляционный анализ полученных данных позволил установить прямую значимую статистическую связь между показателями социально-актуализационных (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,563$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,1163$ ) и позиционных (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,519$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ) мотивов и уровнем виртуализации и обратную связь между защитными (эмпирическое значение –  $r_{xy} = -0,643$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ) и потребительскими (эмпирическое значение –  $r_{xy} = -0,819$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ) мотивами.

В соответствии с полученными результатами по мотивационному профилю пользователя для первой группы интернет-пользователей характерна выраженность мотивов общения (63,64%) и общей активности (45,45%), для второй группы наблюдается преобладание мотивов общения (100,00%), общей активности (88,59%), общественная полезность (75,17 %), комфорт (69,80%) и творческая активность (63,09%). Для третьей группы интернет-пользователей фиксируется значительная выраженность показателей по шкалам «жизнеобеспечение» (100,00%), комфорт (100,00%), социальный статус (100,00%), общественная полезность (100,00%), творческая активность (89,69%).

Для первой группы респондентов в большей степени свойственно стремление к комфорту и общей активности в интернете, что обуславливает прагматический и утилитарный характер взаимодействия пользователя с виртуальным пространством. Вторая группа респондентов демонстрирует выраженность мотивов, отличающихся большим разнообразием в сравнении с первой группой, что указывает на интеграцию виртуального пространства в процесс удовлетворения потребностей широкого спектра. Результаты респондентов также демонстрируют высокую заинтересованность в социальной интеграции в виртуальное общество, в самовыражении и проявлении себя через

возможности виртуального пространства. Для третьей группы интернет-пользователей характерен значительный охват всего спектра мотивов в реализации их через возможности виртуального пространства, что свидетельствует о превалировании данного способа удовлетворения потребностей над возможностями реального пространства. Базовые, жизнеобеспечивающие мотивы для данных пользователей также свойственно реализовать через виртуальные возможности. Корреляционный анализ полученных данных позволил установить прямую значимую статистическую связь между уровнем виртуализации и показателями мотивов жизнеобеспечения (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,723$ , при  $p \leq 0,01$  при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ), комфорта (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,698$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ), социального статуса (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,801$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ), творческой активности (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,619$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ) и общественной полезности (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,691$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ).

Полученные результаты по специфическим мотивам свидетельствуют о выраженности мотива обозначенного присутствия (81,82%) и мотива вживания в роль (100,00%) для первой группы респондентов, мотива репликации (59,73%), мотива обозначенного присутствия (52,35%) и мотива взноса (42,28 %) для второй группы интернет-пользователей, и мотивов взноса (85,57%), личного пространства (77,32%) и репликации (62,89%) для третьей группы респондентов. Полученные результаты позволяют зафиксировать выраженность в большей степени потребительских мотивов в первой группе респондентов, достаточное разнообразие мотивов для второй группы и превалирование творческих мотивов для третьей группы пользователей. Корреляционный анализ полученных данных позволил установить прямую значимую статистическую связь между показателями уровня виртуализации и

показателями мотива личного пространства (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,498$ , при  $p \leq 0,01$  при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ), репликации (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,456$ , при  $p \leq 0,01$  при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ) и мотива взноса (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,675$ , при  $p \leq 0,01$  при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ), обратную связь с показателями мотива обозначенного присутствия (эмпирическое значение –  $r_{xy} = -0,511$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ) и вживания в роль (эмпирическое значение –  $r_{xy} = -0,739$ , при  $p \leq 0,01$  при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ).

Исходя из проведенного анализа следует заключить, что рост уровня виртуализации напрямую связан с разнообразием мотивов, которые пользователь может удовлетворить при помощи возможностей виртуального пространства. При этом характерным является стремление в удовлетворении всего спектра потребностей для пользователей с высоким уровнем виртуализации. Для данных интернет-пользователей виртуальное пространство выступает прямым продолжением реального мира, где существует возможность удовлетворения как базовых, жизнеобеспечивающих мотивов, так и мотивов, связанных с самоактуализацией, самовыражением и профессиональным развитием.

Полученные результаты позволяют рассмотреть внутреннюю структуру реализации мотивационного механизма в процессе формирования виртуальной личности интернет-пользователя. Уровень виртуализации, сложность и разнообразие взаимодействия личности и виртуального пространства напрямую связаны с мотивами пользователя, которые имеют несколько уровней (мотивы универсальные и специфические). Полученные нами результаты подтверждают исследования, в рамках которых виртуальное пространство рассматривалось как новый инструмент для удовлетворения потребностей личности [2, 11, 29, 30]. Также эти данные позволяют подтвердить идею о наличии специфических, уникальных мотивов, характерных для виртуального пространства [11]. Вместе

с тем закономерным является выделение промежуточной группы мотивов – мета-мотивов, периферических мотивов интернет-пользователя. В данную группу следует отнести мотивы, которые потенциально могут быть реализованы через возможности обоих пространств (реального и виртуального), но при этом в большинстве своем реализуются через возможности виртуального пространства как обладающего наиболее эффективными для этого инструментами. Среди таких мотивов: социальная активность, саморазвитие и самоактуализации.

Анализ литературы и полученные результаты свидетельствуют, что виртуальная личность интернет-пользователя играет важнейшую роль в современном мире. Как результат процесса взаимодействия систем «личности» и «виртуальное пространство» она выступает новой целостностью, объединяющей в себе характерные черты обеих систем. Виртуализация запускает формирование виртуальной личности и является осью данного процесса. Мотивационный механизм в свою очередь выступает в качестве движущей силы процесса формирования виртуальной личности интернет-пользователя. Стремление к реализации потребностей, с одной стороны, и всевозрастающие возможности виртуального пространства – с другой, задают траекторию формирования и развития виртуальной личности, реализацию ее потенциала как новой целостности, своеобразной системы, имеющей свою структуру и свои особенности.

#### Список литературы:

1. Абдалина Л.В., Зыков К.А. Цифровая девиация как феномен современного мира // Гаудеамус. 2022. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-deviatsiya-kak-fenomen-sovremennogo-mira>.
2. Белинская Е.П., Франтова Д.К. Активность в виртуальном взаимодействии как фактор конструирования идентичности пользователями социальных сетей: межпоколенные различия // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. 2017. № 3 (9). URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/aktivnost-v-virtualnom-vzaimodeystvii-kak-faktor-konstruirovaniya-identichnosti-polzovateliami-sotsialnyh-setey-mezhpokolennye>

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

4. Зябрина А.В., Максютова З.Г. Категория виртуальной реальности в социально-философском дискурсе // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2015. № 1(27). С. 15–21.

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

6. Конева А.В., Лисенкова А.А. Матрица идентичности в цифровую эпоху: социальные вызовы преодоления анонимности // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2019. № 35. С. 14–28. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/matritsa-identichnosti-v-tsifrovuyu-epohu-sotsialnye-vyzovy-preodoleniya-anonimnosti>.

7. Коптева Н.В. Невоплощенность в Интернете как предиктор смыслоутраты (на примере студенчества) // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. Т. 8. № 4. С. 50–64. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nevoploschennost-v-internete-kak-prediktor-smysloutraty-na-primere-studenchestva>.

8. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М. : Политиздат, 1975. 352 с.

9. Лисенкова А.А. Идентификационные стратегии и практики в пространстве социальных сетей // Российский гуманитарный журнал. 2020. Т. 9, № 1. С. 35–41.

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

11. Лучинкина А.И. Особенности формирования виртуальной личности интернет-пользователя // Проблемы современного педагогического образования. 2015. № 47-2. С. 280–286.

12. Мансурова Г.Р. Особенности Я-концепции личности, проявляющиеся в интернет-коммуникации // Ученый XXI века. 2022. № 5-1 (86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ya-kontseptsii-lichnosti-proyavlyayuschiesya-v-internet-kommunikatsii>.

13. Матвеева С.Е., Сунгурова Н.Л. Регуляторно-личностные особенности юношей и девушек, предпочитающих разные стратегии сетевого поведения // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология. 2021. № 3. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/regulyatorno-lichnostnye-osobennosti-yunoshey-i-devushek-predpochitayuschih-raznye-strategii-setevogo-povedeniya>.

14. Мясищев В.Н. Личность и отношения человека // Материалы симпозиума «Проблемы личности». М. : Институт философии АН СССР, 1970. С. 63–73.

15. Перегудина В.А. Опыт исследования идентичности личности активных интернет-пользователей // Вестник Самарского гос. техн. ун-та. Серия: Психолого-педагогические науки. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-issledovaniya-identichnosti-lichnosti-aktivnyh-internet-polzovateley>.

16. Практикум по психодиагностике. Психодиагностика мотивации и саморегуляции. М. : МГУ, 1990. 159 с.

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

18. Рыльская Е.А., Погорелов Д.Н. Идентичность личности в виртуальном пространстве социальных сетей и реальная идентичность: сравнительные характеристики // Ярославский педагогический вестник. 2021. № 1 (118). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/identichnost-lichnosti-v-virtualnom-prostranstve-sotsialnyh-setey-i-realnaya-identichnost-sravnitelnye-harakteristiki>.

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

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

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

22. Солдатова Е.Л., Погорелов Д.Н. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы // Образование и наука. 2018. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-virtualnoy-identichnosti-sovremennoe-sostoyanie-problemy>.

23. Соловьева Л.Н. Цифровая идентичность как феномен информационной современности // Общество: философия, история, культура. 2020. № 12(80). С. 53–56.

24. Трубицына Л.В., Феоктистова Е.А. Мотивация пребывания человека в социальных сетях // Мир науки. Педагогика и психология. 2022. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-prebyvaniya-cheloveka-v-sotsialnyh-setyah>.

25. Юдеева Т.В. Особенности реагирования подростков на мнение сверстников в интернет-пространстве // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Социология. Педагогика.

Психология. 2022. Т. 8 (74). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-reagirovaniya-podrostkov-na-mnenie-sverstnikov-v-internet-prostranstve>.

26. Юрченко Е.К. Интернет как коммуникационное пространство для идентификации личности // Идеи и идеалы 2023. № 1-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-kommunikatsionnoe-prostranstvo-dlya-identifikatsii-lichnosti>.

27. Gabriel I. Artificial intelligence, values, and alignment // Minds and Machines. 2020. № 30. P. 411–437.

28. Gao W., Wei, J., Li, Y., Wang, D. and Fang, L. Motivations for social network site use and users' well-being: mediation of perceived social support, positive self-presentation and honest self-presentation // Aslib Journal of Information Management. 2023. Vol. 75. № 1. P. 171–191.

29. Xie L. User's Motivation in Sharing Information on Social Media. BCP Business & Management. 2023. № 43. P. 153–158.

30. Yingjia Hu. Research on the commercial value of TikTok in China // Academic Journal of Business & Management. 2020. № 2(7). P. 57–64.

#### References:

1. Abdalina L.V., Zykov K.A. Cifrovaja deviacija kak fenomen sovremennogo mira. Gaudeamus. 2022. No 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-deviatsiya-kak-fenomen-sovremennogo-mira>.

2. Belinskaja E.P., Frantova D.K. Aktivnost' v virtual'nom vzaimodejstvii kak faktor konstruirovaniya identichnosti pol'zovateljami social'nyh setej: mezhpokolennye razlichija. Vestnik RGGU. Serija: Psihologija. Pedagogika. Obrazovanie. 2017. No 3 (9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivnost-v-virtualnom-vzaimodeystvii-kak-faktor-konstruirovaniya-identichnosti-polzovatelyami-sotsialnyh-setey-mezhpokolennye>

3. Emelin V.A. Simuljakry i tehnologii virtualizacii v informacionnom obshhestve. Nacional'nyj psihologicheskij zhurnal. 2016. No 3(23). P. 86–97.

4. Zjabrina A.V., Maksjutova Z.G. Kategorija virtual'noj real'nosti v social'no-filosofskom diskurse. Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 7: Filosofija. Sociologija i social'nye tehnologii. 2015. No 1(27). P. 15–21.

5. Isaeva A.N. «Bestelesnost'» lichnosti v uslovijah virtual'noj kul'tury. Psihologija. Zhurnal Vysshej shkoly jekonomiki. 2021. Vol. 18. No 3. P. 491–505.

6. Koneva A.V., Lisenkova A.A. Matrica identichnosti v cifrovuju jepohu: social'nye vyzovy preodolenija anonimnosti. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologija i iskusstvovedenie. 2019. No 35. P. 14–28. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/matritsa-identichnosti-v-tsifrovuyu-epohu-sotsialnye-vyzovy-preodoleniya-anonimnosti>.

7. Kopteva N.V. Nevoploshhennost' v Internete kak prediktor smysloutraty (na primere studenchestva). Mir nauki. Pedagogika i psihologija. 2020. Vol. 8. No 4. P. 50–64. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nevoploshhennost-v-internete-kak-prediktor-smysloutraty-na-primere-studenchestva>.
8. Leont'ev A.N. Dejatel'nost'. Soznanie. Lichnost'. Moscow : Politizdat, 1975. 352 p.
9. Lisenkova A.A. Identifikacionnye strategii i praktiki v prostranstve social'nyh setej. Rossijskij gumanitarnyj zhurnal. 2020. Vol. 9. No 1. P. 35–41.
10. Lobovikova E.A. Bytie cheloveka v virtual'noj kul'ture: immanentnoe i transcendentnoe. Zhurnal nauchnyh publikacij aspirantov i doktorantov. 2018. No 7(145). P. 32–33
11. Luchinkina A.I. Osobennosti formirovanija virtual'noj lichnosti internet-pol'zovatelja. Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovanija. 2015. No 47-2. P. 280–286.
12. Mansurova G.R. Osobennosti Ja-koncepcii lichnosti, proyavljajushhiesja v internet-kommunikacii. Uchenyj XXI veka. 2022. No 5-1 (86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ya-kontseptsii-lichnosti-proyavlyayushhiesja-v-internet-kommunikatsii> (data obrashhenija: 06.03.2025).
13. Matveeva S.E., Sungurova N.L. Reguljatorno-lichnostnye osobennosti junoshej i devushek, predpochitajushhih raznye strategii setevogo povedenija. Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Sociologija. Pedagogika. Psihologija. 2021. No 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regulyatorno-lichnostnye-osobennosti-yunoshey-i-devushek-predpochitayushhih-raznye-strategii-setevogo-povedeniya>
14. Mjasishhev V.N. Lichnost' i otnoshenija cheloveka. Materialy simpoziuma «Problemy lichnosti». Moscow : Institut filosofii AN SSSR, 1970. P. 63–73.
15. Peregudina V.A. Opyt issledovanija identichnosti lichnosti aktivnyh internet-pol'zovatelej. Vestnik Samarskogo gos. tehn. un-ta. Serija: Psihologo-pedagogicheskie nauki. 2021. No 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-issledovaniya-identichnosti-lichnosti-aktivnyh-internet-polzovateley>.
16. Praktikum po psihodiagnostike. Psihodiagnostika motivacii i samoreguljacii. Moscow : MGU, 1990. 159 p.
17. Rasina Je.O. Indeks virtualizacii lichnosti internet-pol'zovatelja social'nyh servisov: aprobacija psihometricheskoy metodiki. SibSkript. 2023. Vol. 25. No 2 (96). P. 228–239.
18. Ryl'skaja E.A., Pogorelov D.N. Identichnost' lichnosti v virtual'nom prostranstve social'nyh setej i real'naja identichnost': sravnitel'nye harakteristiki // Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. 2021. № 1 (118). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/identichnost-lichnosti-v-virtualnom-prostranstve-sotsialnyh-setey-i-realnaya-identichnost-sravnitelnye-harakteristiki>.

19. Rjabikina Z.I. Vozmozhnye izmenenija sub#ektnoj pozicii lichnosti v svjazi s narastajushhej virtualizaciej ee bytija. Chelovek. Soobshhestvo. Upravlenie. 2013. No 2. P.76–90.
20. Samojlova E.O. Virtual'nyj narrativ v kontekste sovremennogo hronotopa. Gumanitarnyj vektor. 2017. Vol. 12. No 1. P. 37–41.
21. Smirnov S.N. Dialektika otrazhenija i vzaimodejstvija v jevoljucii materii. Moscow : Nauka, 1974. 384 p.
22. Soldatova E.L., Pogorelov D.N. Fenomen virtual'noj identichnosti: sovremennoe sostojanie problem. Obrazovanie i nauka. 2018. No 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-virtualnoy-identichnosti-sovremennoe-sostojanie-problemy>.
23. Solov'eva L.N. Cifrovaja identichnost' kak fenomen informacionnoj sovremennosti. Obshhestvo: filosofija, istorija, kul'tura. 2020. No 12(80). P. 53–56.
24. Trubicyna L.V., Feoktistova E.A. Motivacija prebyvanija cheloveka v social'nyh setjah. Mir nauki. Pedagogika i psihologija. 2022. No 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-prebyvaniya-cheloveka-v-sotsialnyh-setyah>.
25. Judeeva T.V. Osobennosti reagirovanija podrostkov na mnenie sverstnikov v internet-prostranstve. Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Sociologija. Pedagogika. Psihologija. 2022. Vol. 8 (74). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-reagirovaniya-podrostkov-na-mnenie-sverstnikov-v-internet-prostranstve>.
26. Jurchenko E.K. Internet kak kommunikacionnoe prostranstvo dlja identifikacii lichnosti. Idei i idealy 2023. No 1-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-kommunikatsionnoe-prostranstvo-dlya-identifikatsii-lichnosti>.
27. Gabriel I. Artificial intelligence, values, and alignment. Minds and Machines. 2020. No 30. P. 411–437.
28. Gao W., Wei, J., Li, Y., Wang, D. and Fang, L. Motivations for social network site use and users' well-being: mediation of perceived social support, positive self-presentation and honest self-presentation. Aslib Journal of Information Management. 2023. Vol. 75. No 1. P. 171–191.
29. Xie L. User's Motivation in Sharing Information on Social Media. BCP Business & Management. 2023. No 43. P. 153–158.
30. Yingjia Hu. Research on the commercial value of TikTok in China. Academic Journal of Business & Management. 2020. No 2(7). P. 57–64.