

УДК 159.9.075

**АУТЕНТИЧНОЕ «Я» ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В КОНТЕКСТЕ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ВИРТУАЛЬНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ*****Расина Эвелина Османовна****Старший преподаватель, кафедра психологии,  
ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова, г. Симферополь, Россия,  
e-mail: rasina.evelina@mail.ru, ORCID: 0000-0002-5939-3780****Орлова Ульяна Михайловна****Студентка 3 курса, кафедра психологии,  
ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова, г. Симферополь, Россия*

Данная статья посвящена изучению взаимосвязи виртуализации и аутентичного Я интернет-пользователя в контексте взаимодействия с виртуальным пространством. Анализируется трансформация личностных структур под воздействием виртуального пространства, приводящая к рассогласованию между реальной и виртуальной идентичностями. Рассматривается аутентичность как ключевой фактор психологического благополучия, включающий осознанное следование личным ценностям и принятие ответственности за выбор. Цель статьи заключается в выявлении и анализе закономерностей взаимосвязи виртуализации и аутентичного Я интернет-пользователя в контексте взаимодействия с виртуальным пространством. В качестве эмпирических методов применялись авторские опросники, а также методики, позволяющие выявить особенности компонентов аутентичности, уровень ясности Я-концепции. Полученные результаты дают возможность обозначить тесную взаимосвязь между степенью вовлеченности личности в виртуальное пространство и процессами ее самоидентификации, что непосредственно отражается на формировании представлений человека о своем подлинном Я. Оптимальный уровень взаимодействия с цифровой средой способствует сохранению аутентичности личности, позволяя поддерживать индивидуальность в условиях виртуального общества с его многочисленными нормами и стандартизированными моделями поведения. Интенсивное погружение в виртуальную среду имеет двойственный характер: с одной стороны, оно открывает возможности для самовыражения и реализации подлинного Я, с другой – может приводить к утрате аутентичности через принятие готовых шаблонных идентичностей.

**Ключевые слова:** виртуальное пространство, виртуализация, интернет-пользователь, аутентичное Я.

**AUTHENTIC "SELF" OF INTERNET USERS IN THE CONTEXT OF  
INTERACTION WITH VIRTUAL SPACE*****Rasina Evelina Osmanovna****Senior Lecturer, Department of Psychology,  
SBEIHE RC CEPU named of Fevzi Yakubov, Simferopol, Russia,  
e-mail: rasina.evelina@mail.ru, ORCID: 0000-0002-5939-3780*

*Orlova Ulyana Mikhailovna*

*3rd year student, Department of Psychology,  
SBEIHE RC CEPU named of Fevzi Yakubov, Simferopol, Russia*

This article is devoted to the study of the relationship between virtualization and the authentic "I" of an Internet user in the context of interaction with virtual space. The transformation of personal structures under the influence of virtual space is analyzed, leading to a discrepancy between real and virtual identity. Authenticity is considered as a key factor in psychological well-being, including conscious adherence to personal values and acceptance of responsibility for choice. The purpose of the article is to identify and analyze the patterns of the relationship between virtualization and the authentic "I" of an Internet user in the context of interaction with virtual space. As empirical methods, the author's questionnaires were used, as well as techniques that allow identifying the features of authenticity components, the level of clarity of the self-concept. The results obtained make it possible to identify a close relationship between the degree of involvement of an individual in virtual space and the processes of his or her self-identification, which directly affects the formation of a person's ideas about his or her true "I". The optimal level of interaction with the digital environment helps to preserve the authenticity of the individual, allowing one to maintain individuality in the conditions of a virtual society with its numerous norms and standardized models of behavior. Intensive immersion in the virtual environment has a dual character: on the one hand, it opens up opportunities for self-expression and the realization of the true "I", on the other hand, it can lead to the loss of authenticity through the adoption of ready-made template identities.

**Keywords:** virtual space, virtualization, Internet user, authentic "self"

В современном мире виртуальное пространство занимает ключевое место во всех сферах общественной жизни. Оно эволюционировало от простого инструмента для удовлетворения социальных запросов до полноценной среды существования и деятельности. Взаимодействие человека с виртуальным пространством носит двусторонний характер, и центральную роль в этом процессе играет виртуализация. По своей сути, виртуализация представляет собой активное освоение виртуальной среды пользователем, в ходе которого происходит формирование, развитие и трансформация его личности через разнообразные виды деятельности, установление иерархии связей с окружающим миром, усвоение внешнего опыта, а также через переосмысление мотивов и личностных ценностей [13, 14, 15].

В ходе трансформации личностных структур происходит формирование новых моделей поведения, коммуникации и самоидентификации. Динамичность и нестабильность виртуального пространства, его вариативность и множественность существенно влияют на механизмы формирования

идентичности и осознания собственного Я, вызывая рассогласование между индивидуальным самовосприятием и социально предписанными ролями, возрастает роль нарративной и селективной идентичности, происходит интеграция искусственно сконструированного виртуального «Я» в структуру подлинной личности через механизмы постоянного самоподтверждения [2, 3, 8, 9, 10, 18, 19]. Подобные процессы приводят к кризису аутентичности личности. С одной стороны, Интернет дает возможность для самораскрытия и самоактуализации, что способствует лучшему пониманию собственного Я и развитию аутентичности. С другой стороны, алгоритмическая персонализация и коммерциализация данных создают давление на пользователей, заставляя их подстраиваться под цифровые шаблоны [17, 18, 19, 20, 24]. Подобные тенденции обуславливают актуальность изучения психологических особенностей аутентичного Я интернет-пользователей в контексте их взаимодействия с виртуальным пространством.

Аутентичность как способность быть верным себе выступает ключевым аспектом психологического благополучия и личностного роста современного человека [6, 21, 22]. Это понятие тесно связано с идеей подлинности, которая предполагает гармонию между внутренним миром личности и ее внешними проявлениями. В зарубежной психологии аутентичность рассматривается как важный элемент самоактуализации.

Аутентичность как личностная характеристика – это умение оставаться собой в различных обстоятельствах, следуя собственным жизненным принципам и принимая ответственность за свои решения. В российской психологии эту концепцию разрабатывали разные исследователи: Д.А. Леонтьев и С.Л. Рубинштейн рассматривали ее через призму жизнотворчества, А.Г. Асмолов связывал ее с реализацией смыслов, Э.Н. Гусинский – с самосозиданием, Л.А. Петровская – с искусством жить. Таким образом, аутентичность понимается как осознанное построение жизни в соответствии со своими ценностями [1].

С.К. Нартова-Бочавер отмечает, что аутентичность личности предполагает способность человека быть в контакте с собой, не подавляя свои чувства и желания [11, 12]. Это позволяет ему жить в гармонии с собой, что является важным условием психологического благополучия. Таким образом, аутентичность становится основой для личностной целостности. Аутентичность также связана с понятием самосознания. Формирование аутентичности предполагает осознание своих уникальных черт и их принятие. Д. Хунагов подчеркивает, что аутентичное Я формируется в процессе поиска своей идентичности [11,12, 16].

Аутентичность представляет собой проявление личностного авторства в процессе жизнедеятельности человека в конкретных условиях существования. С позиций субъектного подхода она выступает как комплексная трехкомпонентная характеристика, синтезирующая: совокупность пережитого опыта (эмоциональные реакции, мыслительные процессы и практические действия), уникальные личностные особенности (включая ценностные ориентации и мировоззренческие установки), специфику пространственно-временных координат жизненного пути (хронологический период, географическую локацию и смысловое предназначение). Данная концепция подчеркивает неразрывную связь личности с системой социальных взаимодействий, в рамках которых происходит формирование и развитие подлинного Я [21, 22]. При этом кризисные ситуации, стрессовые факторы и жизненные испытания трактуются как катализаторы личностной аутентичности – они активизируют внутренний диалог, пробуждают истинные потребности, способствуя формированию способности к ценностной селекции и осознанному определению значимых жизненных ориентиров [4, 11, 12].

Виртуализация как активный процесс освоения виртуального пространства приводит к глубоким изменениям в структуре личности: перестраиваются модели поведения, коммуникации и самоидентификации, а также усложняются механизмы интеграции виртуального Я в подлинную идентичность. В условиях

динамичности и нестабильности виртуального пространства возникает кризис аутентичности, проявляющийся в рассогласовании между внутренним самовосприятием и социально конструируемыми ролями. Концепт аутентичное Я, таким образом, отражает стремление современного интернет-пользователя сохранить свою подлинность в виртуальном пространстве.

В качестве методов для сбора данных применялся опросник «Индекс виртуализации личности интернет-пользователя социальных сервисов» (Э.О. Расина) [13], который позволил выявить уровни виртуализации личности интернет-пользователей, опросник «Шкала аутентичности» (А. Вуда в переводе А. Самариной), который позволил осуществить анализ трех компонентов аутентичности: знать себя, отвечать за себя и быть собой [23], Шкала ясности Я-концепции, SCCS (Дж. Кэмпбелл) в адаптации авторов статьи для рассмотрения проявления данного психологического явления в контексте взаимодействия с виртуальным пространством[5].

Эмпирическую базу исследования составила выборка школьников Республики Крым в количестве 214 ( $n = 214$ ) человек в возрасте от 11 до 15 лет ( $M = 13, 98SD = 2,34$ ). Статистическая обработка данных осуществлялась при помощи программного обеспечения SPSS 27.0, статистический критерий Манна-Уитни.

Согласно полученным данным по опроснику «Индекс виртуализации личности интернет-пользователя социальных сервисов», пользователей закономерно разделить на три группы согласно выраженности индекса виртуализации (рис. 1).

В первую группу входят 11,27% респондентов, у них низкие показатели выраженности уровня виртуализации. В группу со средним уровнем виртуализации вошли 50,23% выборки, с высоким – 38,50%. Подобные результаты закономерно объясняют обозначенную в теоретической части исследования тенденцию к повсеместной виртуализации и всепоглощающий характер распространения виртуального пространства на все сферы

общественной жизни. При этом низкий уровень виртуализации, согласно данным анкет, связан с родительским запретом или ограничениями в использовании телефона, планшета или компьютера и общими ограничениями контакта с виртуальным пространством.



Рис. 1. Распределение показателей по уровням выраженности индекса виртуализации интернет-пользователя

Дальнейший анализ данных закономерно проводить в соответствии с выраженностью показателя виртуализации по выделенным группам.

Согласно полученным данным, для первой группы респондентов характерна выраженность высокого уровня показателей по шкалам «самоотчуждение» (45,83%) и «принятие чужого влияния» (70,83%), а также низкого уровня по шкале «аутентичность» (58,33%). Показатели ясности Я-концепции имеют значимую выраженность показателей среднего уровня (58,33%). На основе представленных данных первая группа респондентов демонстрирует значительные проблемы с самоидентификацией и автономностью личности. Высокие показатели самоотчуждения участников исследования свидетельствуют о затруднениях в понимании собственных потребностей и чувств, что подкрепляется доминированием низкого уровня аутентичности у респондентов. Также следует отметить тот факт, что

значительная часть участников группы склонны к принятию чужого влияния, что указывает на слабость внутренних границ и зависимость от внешних оценок. Средний уровень ясности Я-концепции респондентов подтверждает наличие неопределенности в самовосприятии и понимании собственной идентичности. В совокупности эти показатели характеризуют первую группу как имеющую выраженные трудности формирования устойчивой и независимой личностной идентичности, данная группа характеризуется существенным дефицитом аутентичности, проявляющимся в отчуждении от собственного Я.

Для второй группы респондентов характерна выраженность показателей среднего уровня по шкалам «самоотчуждение» (71,03%), «принятие чужого влияния» (82,24%), «аутентичность» (74,77%). Показатели ясности Я-концепции имеют значимую выраженность среднего уровня (92,57%). На основе представленных данных вторая группа респондентов демонстрирует принципиально иной профиль личностных характеристик по сравнению с первой группой. Доминирование средних показателей по всем ключевым шкалам свидетельствует о более сбалансированном и гармоничном развитии личности. Особенно значимым является тот факт, что 92,57% респондентов имеют средний уровень ясности Я-концепции, что указывает на недостаточно четкое понимание собственной идентичности у подавляющего большинства участников. Средние показатели по шкале аутентичности у респондентов говорят о способности к умеренному самовыражению без крайностей в виде полного подавления или чрезмерного проявления собственного Я. В целом вторая группа характеризуется более адаптивным функционированием личности с тенденцией к поддержанию баланса между собственными потребностями и социальными ожиданиями.

В третьей группе респондентов наблюдается значимая выраженность показателей высокого и низкого уровней по шкалам «самоотчуждение» (44,58 % и 54,22% соответственно), «принятие чужого влияния» (34,94% и 61,45%),

«аутентичность» (61,45% и 38,55%). Показатели ясности Я-концепции имеют значимую выраженность показателей высокого уровня (51,81%) при значимой выраженности показателей среднего (30,12%) и низкого (18,07%) уровней. На основе представленных данных третья группа респондентов характеризуется выраженной поляризацией личностных показателей, что указывает на неоднородность состава группы. По шкале «самоотчуждение» наблюдается почти равное распределение между высоким и низким уровнями, что свидетельствует о наличии двух противоположных подгрупп с кардинально разным отношением к собственному Я. Аналогичная тенденция прослеживается по шкале принятия чужого влияния, где респонденты демонстрируют низкую подверженность внешним воздействиям и высокую зависимость от мнения окружающих. Показатели аутентичности также демонстрируют полярность. Доминирование высокого уровня ясности Я-концепции у респондентов при значительном разбросе остальных показателей подтверждает гипотезу о существовании в группе двух различных типов личностного функционирования – с выраженной аутентичностью и четкой самоидентификацией у одной части и с проблемами самоопределения у другой.

Анализ средних значений по шкалам методик демонстрирует определенные закономерности в соответствии между уровнем виртуализации пользователя и выраженностью компонентов аутентичности. Согласно полученным данным, отметим изменение показателей самоотчуждения и принятия чужого влияния в связи с ростом уровня виртуализации и противоположную тенденцию в отношении показателей аутентичности и ясности Я-концепции (табл. 1). При этом высокие значения стандартного отклонения подтверждают неоднородность показателей в третьей группе.

Таблица 1. Распределение средних значений показателей шкал методик по группам респондентов в баллах

Индекс виртуализации	Самоотчуждение	Аутентичная жизнь	Принятие чужого влияния	Шкала ясности Я-концепции	
Группа 1					
Низкий	29,54	20,38	10,42	22,75	36,38
Ср. отклонение	1,91	5,25	4,45	5,14	9,81
Группа 2					
Средний	53,93	15,38	17,32	16,37	31,44
Ср. отклонение	9,61	3,89	2,46	3,80	8,66
Группа 3					
Высокий	75,72	15,46	17,54	14,29	36,52
Ср. отклонение	4,95	8,64	7,19	8,82	11,25
<i>Примечания:</i>					
 - низкий уровень выраженности показателя  - высокий уровень выраженности показателя					

Таблица 2. Результаты статистической обработки данных исследования

	Статистика критерия для группы 1 и 2	Уровень значимости	Статистика критерия для группы 1 и 3	Уровень значимости	Статистика критерия для группы 2 и 3	Уровень значимости
Самоотчуждение	1,072	0,300	3,634*	0,057	10,656*	0,001
Аутентичная жизнь	2,707	0,300	21,009*	0,000	28,244*	0,000
Принятие чужого влияния	28,763*	0,000	17,842*	0,000	4,593	0,096
Шкала ясности Я-концепции	4,310	0,114	0,042	1,000	9,213*	0,007
<i>Примечания:</i>						
Критерий Краскала-Уоллиса для независимых выборок						
H <sub>0</sub> – Распределение является одинаковым для категорий группа						
* Нулевая гипотеза отклоняется						

Полученные в ходе исследования данные позволяют сделать ряд заключений. Процесс взаимодействия личности и виртуального пространства, глубина которого определяется степенью виртуализации, тесно взаимосвязан с

механизмами самоидентификации личности и имеет свое отражение в представлениях пользователя о себе и своем подлинном Я – аутентичном Я. Умеренное и сбалансированное взаимодействие с виртуальным пространством демонстрирует устойчивые показатели аутентичности личности, что объясняется необходимостью в современном мире сохранять свою индивидуальность при встраивании в виртуальное общество, которое изобилует нормами и правилами, а также шаблонами в отношении самоидентификации. Высокий уровень виртуализации, с одной стороны, в связи с параметрами аутентичности раскрывает взаимодействие с виртуальным пространством как процесс самореализации и манифестации своего аутентичного Я, с другой стороны, отражает возможный эскапизм личности и потерю своего аутентичного Я среди множества готовых шаблонных проявлений.

Полученные результаты подчеркивают сложную динамику взаимодействия личности с виртуальным пространством, где уровень виртуализации выступает значимым фактором, влияющим на процессы самоидентификации и самопознания.

### Список литературы

1. Альперович В.Д. Кризис аутентичности: социально-психологический аспект // Северо-Кавказский психологический вестник. 2008. Вып. 1, Т. 6. С. 33–40.
2. Белинская Е.П. Соотношение социальных и персональной идентичностей: современное состояние проблемы // Социальная психология и общество. 2024. Т. 15. № 4. С. 5–11.
3. 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-polzovateljami-sotsialnyh-setey-mezhpokolennye> (дата обращения: 22.10.2024).
4. Вачков И.В., Перемолотова И.А. Типологизация подходов к понятию аутентичности // Проблемы современного образования. 2025. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologizatsiya-podhodov-k-ponyatiyu-autentichnosti> (дата обращения: 23.05.2025).
5. Вдовенко В.В., Щебетенко С.А., Старовойтенко Е.Б. Я в самопознании: русскоязычная версия Шкалы ясности Я-концепции // Психологические исследования, 2021. Т. 14, № 77. URL:

- [https://www.researchgate.net/publication/359099709\\_A\\_v\\_samopoznanii\\_russkoazy\\_snaa\\_versia\\_Skaly\\_asnosti\\_A-konceptcii](https://www.researchgate.net/publication/359099709_A_v_samopoznanii_russkoazy_snaa_versia_Skaly_asnosti_A-konceptcii) (дата обращения: 06.03.2025).
6. Гиньон Ч. Аутентичность // Омский научный вестник. Серия «Общество. История. Современность». 2018. Вып. 1. С. 66–74.
7. Корниенко Д.С., Руднова Н.А., Горбушина Е.А., Дериш Ф.В. Психометрические характеристики шкалы самопрезентации в социальной сети // Психологические исследования, 2021. № 75 URL: [https://www.researchgate.net/publication/363089621\\_Psihometriceskie\\_harakteristiki\\_skaly\\_samoprezentacii\\_v\\_socialnoj\\_seti](https://www.researchgate.net/publication/363089621_Psihometriceskie_harakteristiki_skaly_samoprezentacii_v_socialnoj_seti) (дата обращения: 23.04.25).
8. Лучинкина А.И. Особенности формирования виртуальной личности интернет-пользователя // Проблемы современного педагогического образования. 2015. № 47-2. С. 280–286.
9. Мансурова ГР. 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> (дата обращения: 06.03.2025).
10. Марцинковская Т.Д. Идентичность в транзитивном и виртуальном пространстве // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2018. № 4(14). С. 11–20.
11. Нартова-Бочавер С.К. Аутентичность личности как предиктор совладания со стрессом и возможный эффект стресса // Человек. 2023. № 34(4). С. 128–148.
12. Нартова-Бочавер С.К. Пак, В.В. Аутентичность и способность прощать при разных уровнях стресса: предварительное исследование // Клиническая и специальная психология. 2022. № 11(1). С.141–163.
13. Расина Э.О. Индекс виртуализации личности интернет-пользователя социальных сервисов: апробация психометрической методики // СибСкрипт. 2023. Т. 25. № 2(96). С. 228–239.
14. Расина Э.О. Мотивационный механизм формирования виртуальной личности интернет-пользователя // Вестник психологии и педагогики Алтайского государственного университета. 2025. № 1. С. 113–129.
15. Расина Э.О. Уровень виртуализации как критерий сформированности виртуальной личности интернет-пользователя // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2025. Т. 11. № 1. С. 164–178.
16. Хунагов Р.Д. Современная личность в поисках идентичности и аутентичности // Гуманитарий Юга России. 2012. Вып. 3. С. 134–144.
17. Beer D. The Social Power of Algorithms. Routledge: New York, 2018. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9781351200677/social-power-algorithms-david-beer?refId=3d168e51-d53e-42b5-850b-6bd57ccd38fe&context=ubx> (дата обращения: 06.03.2025).
18. Gabrieli. Artificialintelligence, values, andalignment // MindsandMachines. 2020. № 30. P. 411–437.
19. GaoW., 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.

20. Mata A., Vaz A. Self-other differences in the perceived authenticity of attitudes expressed toward social groups. *Frontiers in Psychology*. 2024. № 15. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2024.1467396/full> (дата обращения: 06.03.2025).

21. Obrenovic B., Godinić D., Du G., Khudaykulov A., Gan H. Identity Disturbance in the Digital Era during the COVID-19 Pandemic: The Adverse Effects of Social Media and Job Stress. *Behavioral Sciences*. 2024. № 14(8). URL: <https://www.mdpi.com/2076-328X/14/8/648> (дата обращения: 06.03.2025).

22. Rizqi M., Surawan S., Norhidayah S. Self-Authenticity dan Keseimbangan Peran Mahasiswa dalam Dunia Digital dan Akademik. *ANWARUL*. 2025. № 5. P. 272–283

23. Wood A.M., Linley P.A., Maltby J., Baliousis M., Joseph S. The Authentic Personality: A Theoretical and Empirical Conceptualization and the Development of the Authenticity Scale // *Journal of Counseling Psychology*. 2008. URL: [https://www.researchgate.net/publication/42739517\\_The\\_Authentic\\_Personality\\_A\\_Theoretical\\_and\\_Empirical\\_Conceptualization\\_and\\_the\\_Development\\_of\\_the\\_Authenticity\\_Scale](https://www.researchgate.net/publication/42739517_The_Authentic_Personality_A_Theoretical_and_Empirical_Conceptualization_and_the_Development_of_the_Authenticity_Scale) (дата обращения: 06.03.2025).

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

### References

1. Al'perovich V.D. Krizis autentichnosti: social'no-psihologicheskij aspekt. *Severo-Kavkazskij psihologicheskij vestnik*. 2008. No 1. T. 6. P. 33–40.

2. Belinskaya E.P. Sootnoshenie social'nyh i personal'noj identichnostej: sovremennoe sostoyanie problem. *Social'naya psihologiya i obshchestvo*. 2024. T. 15. No 4. P. 5–11.

3. Belinskaya E.P., Frantova D.K. Aktivnost' v virtual'nom vzaimodejstvii kak faktor konstruirovaniya identichnosti pol'zovatel'nyami social'nyh setej: mezhpokolennye razlichiya. *Vestnik RGGU. Seriya «Psihologiya. Pedagogika. Obrazovanie»*. 2017. No 3(9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivnost-v-virtualnom-vzaimodejstvii-kak-faktor-konstruirovaniya-identichnosti-polzovatel'nyami-sotsialnyh-setej-mezhpokolennye> (data obrashcheniya: 22.10.2024).

4. Vachkov I.V., Peremolotova I.A. Tipologizaciya podhodov k ponyatiyu autentichnosti. *Problemy sovremennogo obrazovaniya*. 2025. No 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologizatsiya-podhodov-k-ponyatiyu-autentichnosti> (data obrashcheniya: 23.05.2025).

5. Vdovenko V.V., Shchebetenko S.A., Starovojtenko E.B. Ya v samopoznanii: russkoyazychnaya versiya Shkaly yasnosti Ya-koncepcii. *Psihologicheskie issledovaniya*, 2021. T. 14, No 77. URL: [https://www.researchgate.net/publication/359099709\\_A\\_v\\_samopoznanii\\_russkoazychnaa\\_versia\\_Skaly\\_asnosti\\_A-koncepcii](https://www.researchgate.net/publication/359099709_A_v_samopoznanii_russkoazychnaa_versia_Skaly_asnosti_A-koncepcii) (data obrashcheniya: 06.03.2025).

6. Gin'on Ch. Autentichnost'. *Omskij nauchnyj vestnik. Seriya «Obshchestvo. Istoriya. Sovremennost'»*. 2018. No 1. P. 66–74.

7. Kornienko D.S., Rudnova N.A., Gorbushina E.A., Derish F.V. Psihometricheskie harakteristiki shkaly samoprezentacii v social'noj seti. Psihologicheskie issledovaniya. 2021. No 75 URL: [https://www.researchgate.net/publication/363089621\\_Psihometricheskie\\_harakteristiki\\_shkaly\\_samoprezentacii\\_v\\_socialnoj\\_seti](https://www.researchgate.net/publication/363089621_Psihometricheskie_harakteristiki_shkaly_samoprezentacii_v_socialnoj_seti) (data obrashcheniya: 23.04.25)
8. Luchinkina A.I. Osobennosti formirovaniya virtual'noj lichnosti internet-pol'zovatelya. Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya. 2015. No 47–2. P. 280–286.
9. Mansurova GR. Osobennosti Ya-koncepcii lichnosti, proyavlyayushchiesya v internet – kommunikacii. Uchenyj XXI veka. 2022. No 5–1(86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ya-kontseptsii-lichnosti-proyavlyayushchiesya-v-internet-kommunikatsii> (data obrashcheniya: 06.03.2025).
10. Marcinkovskaya T.D. Identichnost' v tranzitivnom i virtual'nom prostranstve. Vestnik RGGU. Seriya «Psihologiya. Pedagogika. Obrazovanie». 2018. No 4(14). P. 11–20.
11. Nartova-Bochaver S. K. Autentichnost' lichnosti kak prediktor sovladaniya so stressom i vozmozhnyj effekt stressa. Chelovek. 2023. No 34(4). P. 128–148.
12. Nartova-Bochaver, S. K., Pak, V. V. Autentichnost' i sposobnost' proshchat' pri raznyh urovnayah stressa: predvaritel'noe issledovanie. Klinicheskaya i special'naya psihologiya. 2022. No 11(1). P.141-163.
13. Rasina E.O. Indeks virtualizacii lichnosti internet-pol'zovatelya social'nyh servisov: aprobaciya psihometricheskoy metodiki. SibSkript. 2023. T. 25, No 2(96). P. 228-239.
14. Rasina E.O. Motivacionnyj mekhanizm formirovaniya virtual'noj lichnosti internet-pol'zovatelya. Vestnik psihologii i pedagogiki Altajskogo gosudarstvennogo universiteta. 2025. No 1. P. 113–129.
15. Rasina E.O. Uroven' virtualizacii kak kriterij sformirovannosti virtual'noj lichnosti internet-pol'zovatelya. Nauchnyj rezul'tat. Pedagogika i psihologiya obrazovaniya. 2025. T. 11. No 1. P. 164–178.
16. Hunagov R.D. Sovremennaya lichnost' v poiskah identichnosti i autentichnosti. Gumanitarij Yuga Rossii. 2012. No 3. P. 134–144.
17. Beer D. The Social Power of Algorithms. Routledge: New York, 2018. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9781351200677/social-power-algorithms-david-beer?refId=3d168e51-d53e-42b5-850b-6bd57ccd38fe&context=ubx> (data obrashcheniya: 06.03.2025).
18. Gabriel I. Artificial intelligence, values, and alignment. Minds and Machines. 2020. No 30. P. 411–437.
19. 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.
20. Mata A., Vaz A. Self-other differences in the perceived authenticity of attitudes expressed toward social groups. Frontiers in Psychology. 2024. No 15. URL:

<https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2024.1467396/full> (data obrashcheniya: 06.03.2025).

21. Obrenovic B., Godinić D., Du G., Khudaykulov A., Gan H. Identity Disturbance in the Digital Era during the COVID-19 Pandemic: The Adverse Effects of Social Media and Job Stress. *Behavioral Sciences*. 2024. No 14(8). URL: <https://www.mdpi.com/2076-328X/14/8/648> (data obrashcheniya: 06.03.2025).

22. Rizqi M., Surawan S., Norhidayah S. Self-Authenticity dan Keseimbangan Peran Mahasiswa dalam Dunia Digital dan Akademik. *ANWARUL*. 2025. No 5. P. 272-283.

23. Wood A.M., Linley P.A., Maltby J., Baliousis M., Joseph S. The Authentic Personality: A Theoretical and Empirical Conceptualization and the Development of the Authenticity Scale. *Journal of Counseling Psychology*, 2008. URL: [https://www.researchgate.net/publication/42739517\\_The\\_Authentic\\_Personality\\_A\\_Theoretical\\_and\\_Empirical\\_Conceptualization\\_and\\_the\\_Development\\_of\\_the\\_Authenticity\\_Scale](https://www.researchgate.net/publication/42739517_The_Authentic_Personality_A_Theoretical_and_Empirical_Conceptualization_and_the_Development_of_the_Authenticity_Scale) (data obrashcheniya: 06.03.2025).

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