



Оригинальное исследование

УДК 159.9

DOI: 10.18413/2313-8971-2025-11-1-0-12

Расина Э.О.

**Уровень виртуализации как критерий сформированности виртуальной личности интернет-пользователя**

Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова  
пер. Учебный, д. 8, г. Симферополь, 295015, Республика Крым, Россия gasina.evelina@mail.ru

*Статья поступила 29 октября 2024; принята 17 марта 2025;  
опубликована 31 марта 2025*

**Аннотация.** *Введение.* Виртуальная личность играет важную роль в понимании современных процессов виртуализации. Виртуальная личность является результатом процесса взаимодействия личности и виртуального пространства. Виртуализация выступает критерием сформированности виртуальной личности как системы и проекции реальной личности в виртуальное пространство. *Цель статьи* – анализ психологических особенностей процесса виртуализации как критерия сформированности виртуальной личности интернет-пользователя. *Методология и методы:* методика «Индекс виртуализации интернет-пользователя социальными сервисами» (Расина Э.О.), методика А.И. Лучинкиной «Личность в виртуальном пространстве», авторская анкета на выявление универсальных мотивов интернет-пользователей; для выявления уровня интернет-активности использовалась анкета А.И. Лучинкиной; контент-анализ аккаунтов респондентов и авторская анкета на выявление содержательного объема виртуальной личности интернет-пользователя; для получения данных об инструментальной компетентности интернет-пользователей применялся авторский опросник. В данном исследовании приняли участие школьники и студенты Республики Крым ( $n=257$ ), возраст от 15 до 23 лет ( $M = 20,06$ ,  $SD = 1,79$ ). Статистическая обработка результатов производилась при помощи программного обеспечения SPSS 26.0. *Результаты:* Корреляционный анализ продемонстрировал значимую статистическую связь показателей виртуализации и показателей уровня активности интернет-пользователей ( $r_{xy} = 0,661$ ), показателей потребительских ( $r_{xy} = 0,801$ ), фрустрационных ( $r_{xy} = 0,706$ ), социально-актуализационных ( $r_{xy} = 0,612$ ) мотивов, показателей творческих мотивов ( $r_{xy} = 0,704$ ), показателей творческих мотивов ( $r_{xy} = -0,631$ ), показателей содержательного объема ( $r_{xy} = 0,700$ ), коммуникативной активности ( $r_{xy} = 0,697$ ), показателей уровня инструментальной компетентности ( $r_{xy} = 0,832$ ). *Заключение:* результаты продемонстрировали тенденцию к усложнению компонентов виртуальной личности в связи с ростом уровня виртуализации личности интернет-пользователя, что подтверждает выдвинутую ранее гипотезу о значимости показателей виртуализации как критерия, указывающего на уровень сформированности виртуальной личности интернет-пользователя.

**Ключевые слова:** виртуальная личность; виртуализация; интернет-пользователь; виртуальное пространство; самопрезентация; виртуальные явления

**Информация для цитирования:** 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. DOI: 10.18413/2313-8971-2025-11-1-0-12.

E.O. Rasina 

**The level of virtualization as a criterion for the formation of the Internet user virtual personality**

Fevzi Yakubov Crimean Engineering and Pedagogical University  
8 Uchebniy Ave., Simferopol, 295001, Republic of Crimea, Russia  
rasina.evelina@mail.ru

*Received on October 29, 2024; accepted on March 17, 2025;  
published on March 31, 2025*

**Abstract.** *Introduction.* Virtual personality plays a very important role in understanding modern virtualization processes. Virtual personality is the result of the process of interaction between personality and virtual space. Virtualization acts as a criterion for the formation of virtual personality as a system and projection of a real personality into virtual space. *The purpose* of the article is to analyze the psychological features of the virtualization process as a criterion for the formation of the Internet user virtual personality. *Methodology and methods:* the method ‘Index of virtualisation of Internet user by social services’ (Rasina E.O.), A.I. Luchinkina's method ‘Personality in virtual space’, the author's questionnaire to identify universal motives of Internet users; A.I. Luchinkina's questionnaire was used to identify the level of Internet activity; content analysis of respondents' accounts and the author's questionnaire to identify the content volume of virtual personality of Internet users; the author's questionnaire was used to obtain data on the instrumental competence of Internet users. Schoolchildren and students of the Republic of Crimea (n = 257), aged from 15 to 23 years (M = 20.06, SD = 1.79) took part in this study. Statistical processing of the results was performed using SPSS 26.0 software. *Results:* Correlation analysis demonstrated a significant statistical relationship between the virtualization indicators and the indicators of the activity level of Internet users ( $r_{xy}=0.661$ ), indicators of consumer ( $r_{xy}=0.801$ ), frustration ( $r_{xy}=0.706$ ), social-actualization ( $r_{xy}=0.612$ ) motives, indicators of creative motives ( $r_{xy}=0.704$ ), indicators of creative motives ( $r_{xy}=-0.631$ ), indicators of substantive volume ( $r_{xy}=0.700$ ), communicative activity ( $r_{xy}=0.697$ ), indicators of the level of instrumental competence ( $r_{xy}=0.832$ ). *Conclusion:* the results of the study demonstrated a tendency towards increasing complexity of the components of the virtual personality in connection with the growth of the level of virtualization of the Internet user's personality, which confirms the previously put forward hypothesis about the significance of virtualization indicators as a criterion indicating the level of formation of the virtual personality of the Internet user.

**Keywords:** virtual personality; virtualization; Internet user; virtual space; self-presentation; virtual phenomena

**Information for citation:** Rasina E.O. (2025), “The level of virtualization as a criterion for the formation of the Internet user virtual personality”, *Research Result. Pedagogy and Psychology of Education*, 11 (1), 164-178, DOI: 10.18413/2313-8971-2025-11-1-0-12.

## **Введение (Introduction).**

Всепоглощающий характер распространения цифровых технологий в современном мире влечет за собой масштабные трансформации всех сфер общественной жизни. Современный человек вынужден адаптироваться к новым условиям жизни и деятельности. Вместе с тем неопределенность и вариативность виртуальных явлений влечет за собой необходимость формирования новых адаптационных стратегий, необходимость в гибкости контакта с виртуальными проявлениями, необходимость в обретении своего фиксированного места в новом виртуальном мире. Интернет выступает также местом удовлетворения разнообразных потребностей личности. С течением времени и с развитием виртуальных возможностей спектр потребностей, которые личность может удовлетворить при помощи виртуальных явлений и объектов, в значительной мере расширяется, что обуславливает необходимость присутствия личности в виртуальном мире и стремление сохранения связи с ним и всем объемом его проявлений. Виртуальная личность выступает в качестве элемента поддержания устойчивой связи личности и виртуального пространства и служит средством поддержания данного контакта.

Несмотря на большое количество исследований в обозначенной области, которые составят теоретические основы настоящей работы и будут описаны далее, считаем важным обратить внимание на соотношение уровня виртуализации в сформированности виртуальной личности интернет-пользователя. Исходя из этого, **целью статьи** является анализ психологических особенностей процесса виртуализации как критерия сформированности виртуальной личности интернет-пользователя.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

– проанализировать теоретические основы процесса взаимодействия личности и виртуального пространства, определить теоретические границы концепта «виртуальная личность», описать ее структуру;

– дать характеристику основным компонентам виртуальной личности, как проекции реальной личности интернет-пользователя;

– определить роль виртуализации в процессе формирования виртуальной личности интернет-пользователя и выявить ее психологические особенности как критерия сформированности виртуальной личности интернет-пользователя.

**Теоретическая основа (The theoretical basis).** Процесс формирования виртуальной личности сложный и многоаспектный. Для раскрытия его сущности закономерным является рассмотрение особенностей контакта личности и виртуального пространства. Опираясь на постулаты деятельностного подхода и теорию С.Н. Смирнова о содержании психологической категории «взаимодействие», процесс контакта личности и виртуального пространства следует рассматривать через призму взаимодействия двух систем, которое выражается в их взаимном изменении (Смирнов, 1974: 27). Канал взаимодействия этих систем обусловлен их общностью, частичной тождественностью элементов каждой из них. Благодаря такому каналу связи возникает новая целостность, новая система – виртуальная личность, которая может носить как кратковременный, так и длительный, устойчивый характер. При этом отождествление элементов затрагивает только ближайшие к каналу связи зоны, полюса систем (личность и виртуальное пространство) остаются прежними и обладают исходными параметрами взаимодействующих систем (Смирнов, 1974: 29, 31).

Для рассмотрения сущности процесса взаимодействия личности и виртуального

пространства, а также сущности феномена «виртуальная личность» существенным является психическое явление отражения, которое выступает в качестве внутреннего содержания, особого результата процесса взаимодействия. Отражение – отображение, совпадение и тождество частей двух систем, возникающее в качестве результата взаимодействия. Из всего содержания процесса взаимодействия в отражение преобразуется только то, что соответствует в отражающей системе отражаемой системе (Леонтьев, 1975; Смирнов, 1974). Феномен отражения, таким образом, позволяет определить виртуальную личность как проекцию реальной личности в виртуальное пространство. Потенциальное отражение (способность отражать), вступающее в результате процесса трансформации, выступает в качестве основы для формирования виртуальной личности интернет-пользователя. Смирнов С.Н. писал: «Отражение возникает, таким образом, не в результате простого воздействия отражаемого объекта на отражающий, но

необходимо предполагает встречный процесс, объективное выражение вовне собственной природы объекта» (Смирнов, 1974: 60). Леонтьев А.Н., в свою очередь, отмечал, что внутренне содержание индивида реализуется (действует) через внешние возможности и таким образом видоизменяется, изменяет само себя (Леонтьев 1975: 181).

Исходя из всего вышесказанного, виртуальная личность – процесс выражения, объективирования через взаимодействие с внешними объектами всей полноты собственной внутренней природы субъекта. Процесс формирования виртуальной личности в опоре на приведенные выше концепции можно выразить через концептуальную модель, изображенную на рисунке 1, которая отражает основные аспекты и параметры процесса взаимодействия системы «личность» и системы «виртуальное пространство» в целом, и процесса формирования новой системы «виртуальная личность» в частности.

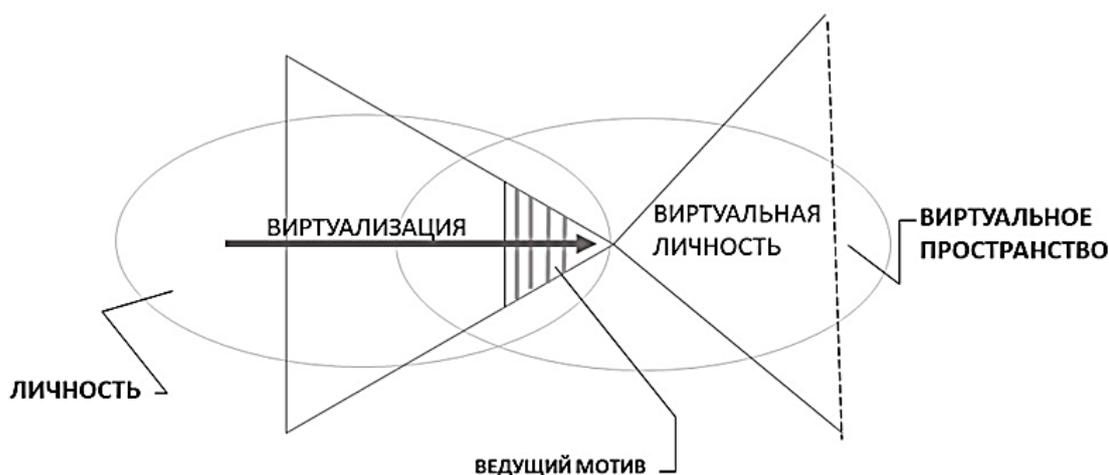


Рис. 1 Концептуальная модель процесса формирования виртуальной личности интернет-пользователя

Fig. 1 Conceptual model of the process of formation of the Internet user virtual personality

При рассмотрении структурно-функциональных особенностей процесса формирования виртуальной личности

следует описать его этапы. Первым шагом в формировании виртуальной личности выступает выбор платформы. Данный шаг

опирается на мотивационные процессы пользователя. Иерархия мотивов пользователя, а именно ведущие мотивы задают траекторию его активности, направленность интернет-пользователя в виртуальном пространстве (Леонтьев, 1975). Теоретический анализ научных работ по данной теме позволяет выделить две основные группы мотивов интернет-пользователей: универсальные мотивы, которые могут быть реализованы через возможности как реального, так и виртуального пространства, и специфические мотивы, реализация которых обусловлена уникальными характеристиками виртуального пространства. Среди универсальных мотивов можно выделить следующие подгруппы: фрустрационные (Афанасьева, 2010: 61; Becker, 1997: 81, 87, 95; Белинская, 2017; Kaplan, 2009: 570; Reid, 1994; Suler, 2002: 457; Turkle, 2011: 63, 99, 121; Young, 1997), защитные (Афанасьева, 2010: 62; Turkle, 2011: 63, 99, 121), социально-актуализационные (Белинская, 2017; Пикулёва, 2014: 56), потребительские (Афанасьева, 2010: 62; Turkle, 2011: 63, 99, 121), позиционные (Белинская, 2017; Пикулёва, 2014: 56), аффилиационные (Белинская, 2017; Войскунский, 2016: 39; Пикулёва, 2014: 56). В психологических исследованиях предпринимались попытки рассмотрения мотивационной составляющей виртуальной активности, которые представлены мотивом заполнения пустоты, мотивом скуки, мотивом бытовой необходимости, мотив ухода от проблем, мотив воспитания детей, общения, рабочие и профессиональные мотивы, мотив социальной поддержки, деятельность по интересам, хобби, следование моде, релаксация и отдых, мотивы суеверные и мотивы избегания неприятностей, получение информации, приобщение к важным людям и событиям, влияние на события, аддиктивные мотивы (мотивы зависимости), изменение или отреагирование эмоций, самоутверждение, мотивы власти, влияния

(Трубицына, 2022). К специфическим мотивам интернет-пользователя относятся выделенные А.И. Лучинкиной творческие и потребительские мотивы (Лучинкина, 2013; Лучинкина, 2015). Мотивационная составляющая служит ориентиром для виртуальной личности и опирается на цели пользователя и запросы аудитории виртуальных площадок (Hayati, 2021; Young, 1997).

Каждая из виртуальных платформ, в свою очередь, обладает нормами и структурой, которая создает каркас будущей виртуальной личности, ее содержательной составляющей. В соответствии с требованиями той или иной виртуальной платформы, ее спецификой интернет-пользователь заполняет свой профиль, структурирует знания о собственном Я по заданной схеме. Содержательный объем виртуальной личности интернет-пользователя строится на основе самоописаний, которые могут быть как продуманной анкетой, так и ограничиваться простым логином, а иногда представлять собой сложного, многослойного игрового персонажа, содержащего множество компонентов (Погорелов, Солдатова, 2018; Dimitrov, 2018; Hollenbaugh, 2021). Содержательное наполнение представляет собой совокупность двух компонентов: сумма характеристик о собственной личности, которую пользователь должен отобразить и осмыслить (самоописание) и совокупность информации, целью которой является создание определенного впечатления (самопрезентация) (Barbovschi, Balea, Velicu, 2018; Wu Yen-Chun Jim, Chang Wei-Hung, Yuan Chih-Hung, 2015). Вместе с тем для процесса формирования виртуальной личности и формирования ее содержательного объема в частности характерно социальное сравнение, сопоставление своего виртуального Я с более популярными аккаунтами и дальнейшее корректирование для максимального сближения с идеалом (Nichols, 2016; Rahmadya Putra Nugraha,

2021: 3918; Barbovschi, Balea, Velicu, 2018; Wu Yen-Chun Jim, Chang Wei-Hung, Yuan Chih-Hung, 2015).

Вместе с тем важнейшую роль в процессе формирования виртуальной личности играет его фиксация в социальной структуре виртуального мира, которая определяется количеством контактов с другими пользователями, а также их качеством, отражающимся в обратной связи на создаваемый пользователем контент (лайки, репосты, комментарии) (Nichols, 2016; Rahmadya Putra Nugraha, 2021: 3918; Barbovschi, Balea, Velicu, 2018; Wu Yen-Chun Jim, Chang Wei-Hung, Yuan Chih-Hung, 2015). При наполнении образа информацией пользователи делают выбор в пользу тех сигналов и символов, которые оказались наиболее привлекательными для других пользователей (Wu Yen-Chun Jim, Chang Wei-Hung, Yuan Chih-Hung, 2015).

Реализация мотивов пользователя осуществляется через его знания, умения и навыки, которые непосредственно обеспечивают процесс использования возможностей виртуального пространства для удовлетворения тех или иных мотивов. Возможности формирования виртуальной личности могут быть ограничены только техническими и структурными возможностями виртуальных платформ, творческими способностями пользователя и его знаниями, умениями и навыками в области использования виртуальных возможностей исходя из их нужд (Hollenbaugh, 2021). Одной из важнейших характеристик виртуальной личности становится активное поэтическое самоизобретение личности (Мамедов, Коркия, 2017). В структуре инструментальной компетентности А.И. Лучинкина выделила 4 уровня развития знаний, умений и навыков интернет-пользователей. Каждый из уровней компетентности соответствует сложности и многоаспектности характера взаимодействия личности и виртуального пространства: от умения включать

компьютер, находить нужный сайт до навыков использования алгоритмов виртуальных платформ для реализации своих мотивов, продвижению по социальной структуре виртуального общества и решению множества других социально-актуализационных задач пользователя (Лучинкина, 2013; Лучинкина, 2015).

Таким образом, в структуре виртуальной личности закономерно выделить следующие компоненты: мотивационный, содержательный и инструментальный.

Мотивационный компонент определяется ведущими мотивами пользователя и общим уровнем его активности. Содержательный компонент раскрывается через качественные характеристики аккаунтов пользователей, степень их наполненности контентом и уровнем активности взаимодействия с аудиторией и другими пользователями. Инструментальный компонент определяется через оценку уровня инструментальной компетентности интернет-пользователя. Оценка выраженности каждого из выделенных компонентов позволит определить степень сформированности виртуальной личности интернет-пользователя.

Переход между пространствами, реальным и виртуальным, происходит вместе с тем путем наполнения формой и содержанием виртуальных явлений и объектов, путем виртуализации сознания и прочих атрибутов личности (Зинченко, 2011: 234; Леонтьев, 1975; Рябикина, 2013; Солдатова, Погорелов, 2018). Проникновение цифровых технологий во все сферы общественной жизни обеспечивает динамику виртуализации. Виртуализация представляет собой 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 (Зинченко, 2011: 234; Рябикина, 2013).

Процесс виртуализации, при этом, выступает в качестве динамической характеристики процесса формирования виртуальной личности. Опираясь на концепцию В.Н. Мясищева о параметрах

отношения индивида и окружающей действительности, в процессе виртуализации закономерно выделить три компонента: погруженность, включенность и вовлеченность, которые, в свою очередь, соответствуют выделенным ученым параметрам отношения: когнитивный, поведенческий и аффективный (Мясищев, 1970) (табл. 1).

Таблица 1

**Сопоставление компонентов отношения личности с окружающей действительностью и компонентов виртуализации**

Table 1

**Comparison of the components of the relationship of the individual with the surrounding reality and the components of virtualization**

<b>Когнитивный (оценочный) компонент</b>	отношение к действительности как к объекту познания, процесс оценки и осмысления объектов и явлений среды	<b>Погруженность</b>	уровень охваченности когнитивных процессов, степень устойчивости контакта личности и виртуального пространства
<b>Эмоциональный компонент</b>	переживание отношения личности к окружающей действительности, к собственной деятельности, эмоциональное отношение к объектам и явлениям среды	<b>Вовлеченность</b>	раскрывается через призму приверженности к нормам и правилам пространства активности, эмоциональное отношение к процессу контакта и четкое ощущение принадлежности к виртуальному пространству
<b>Поведенческий конативный</b>	выбор стратегий и тактик	<b>Включенность</b>	представлена разнообразной активностью пользователя, совокупностью стратегий поведения и степенью соотнесенности себя с виртуальными видами деятельности

Исходя из этого, анализ психологических особенностей виртуализации, выявление связи уровня виртуализации и степени сформированности виртуальной личности, позволит обозначить функциональную роль процесса виртуализации как критерия сформированности виртуальной личности

интернет-пользователя, что в дальнейшем позволит углубить исследование данного психологического феномена и его характеристик.

**Материалы и методы исследования (Methodology and methods).** В данном исследовании приняли участие школьники и студенты Республики Крым (n=257), возраст

от 15 до 23 лет ( $M = 20,06$ ,  $SD = 1,79$ ). Статистическая обработка результатов производилась при помощи программного обеспечения SPSS 26.0. Для выявления уровня виртуализации интернет-пользователя применялась методика «Индекс виртуализации интернет-пользователя социальными сервисами» (Расина Э.О.) (Расина, 2023), для сбора данных о мотивационных параметрах развития виртуальной личности применялись методика А.И. Лучинкиной «Личность в виртуальном пространстве» (Лучинкина, 2013; Лучинкина, 2015) и авторская анкета на выявление универсальных мотивов интернет-пользователей, для выявления уровня интернет-активности использовалась анкета А.И. Лучинкиной, для получения данных о содержательном компоненте виртуальной личности применялся контент-анализ аккаунтов респондентов и авторская анкета на выявление содержательного объема виртуальной личности интернет-пользователя, для получения данных об инструментальной компетентности

интернет-пользователей применялся авторский опросник.

**Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion).** Результаты, полученные при использовании методики на определение уровня виртуализации личности пользователя, позволили выделить три уровня выраженности показателей (рис. 2). К группе респондентов с низким уровнем виртуализации был отнесен незначительный процент интернет-пользователей (4,28%). Подобные результаты подчеркивают всепоглощающее развитие информационных технологий и всеобъемлющее проникновение виртуального пространства во все сферы жизни и деятельности современного человека. Наибольшей по объему выступила вторая группа пользователей, в которой фиксируются показатели среднего уровня выраженности уровня виртуализации личности (57,98%). В группу с высоким уровнем виртуализации был отнесен достаточно значимый объем выборки (37,74%), что также свидетельствует о росте виртуализации общества в современном мире.

**Индекс виртуализации (ИВ), %**

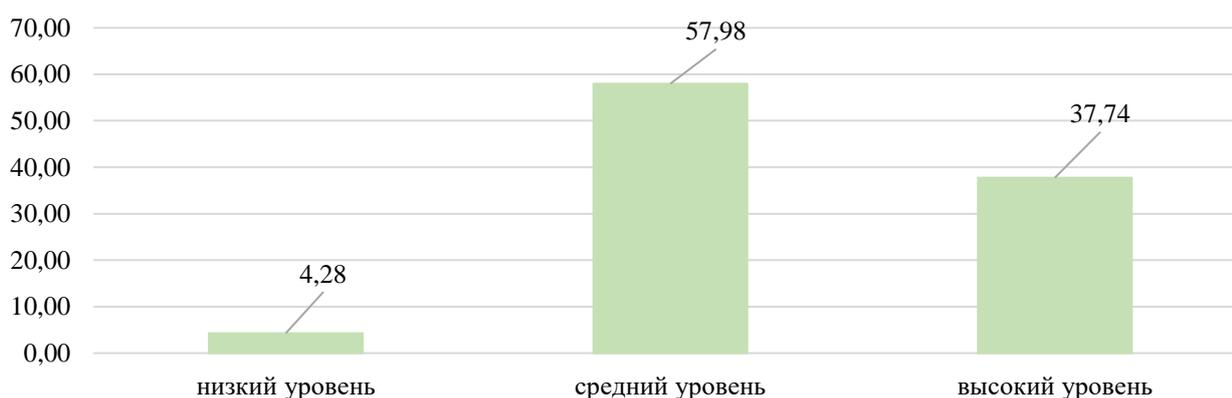


Рис. 2 Распределение показателей по уровням выраженности индекса виртуализации интернет-пользователя

Fig. 2 Distribution of indicators by levels of expression of the Internet user virtualization index

Для более детального анализа процесса виртуализации выборка в рамках каждого выявленного уровня была разделена на

группы в соответствии с выраженностью компонентов виртуализации (табл. 2)

Таблица 2

**Распределение показателей по компонентам виртуализации**

Table 2

**Distribution of indicators by virtualization components**

Критерий	Уровень выраженности							
	низкий			средний			высокий	
Индекс виртуализации	Группа 1			Группа 2			Группа 3	
погруженность	с	с	н	с	в	с	в	в
включенность	н	с	с	с	с	в	в	в
вовлеченность	н	н	с	с	с	с	с	в
Количество (%)	4,28			28,86	23,49	47,65	61,86	38,14
Количество (чел.)	11			43	35	71	60	37
	11			149			97	
	<b>257</b>							

Полученные результаты позволяют оценить выраженность отдельных компонентов виртуализации и определить их роль в общей картине процесса. Для респондентов с низким уровнем виртуализации характерны в большей степени пограничные значения, стремящиеся к средним показателям. Для группы со средним уровнем виртуализации, в свою очередь, свойственно умеренное проявление всех компонентов и повышенные показатели погруженности и включенности.

Анкета А.И. Лучинкиной позволила собрать данные об уровне активности пользователей, относящихся к группам, выделенным ранее. Согласно полученным результатам для первой группы респондентов характерен низкий уровень активности, что позволяет отнести их к группе пассивных (27,3%) и ситуативных (72,7%) пользователей, во второй группе – активных (79,2%) и ситуативных (20,8%) пользователей, в третьей – чрезмерно активных (71,1%) и активных (28,9%). Корреляционный анализ позволил также установить статистически значимую взаимосвязь уровня виртуализации и уровня активности интернет-пользователей (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,661$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ). Полученные результаты позволяют

закономерно сделать вывод о взаимосвязи степени виртуализации личности и его уровня активности.

Анкета для сбора данных о мотивах интернет-пользователя позволила зафиксировать следующие группы универсальных мотивов, которые имеют большую выраженность: для первой группы – потребительские (100%) и защитные (63,6%), для второй – фрустрационные (67,8%) и аффилиационные (76,5%), для третьей группы респондентов – социально-актуализационные (80,4%), позиционные (89,7%), фрустрационные (58,8%). Корреляционный анализ позволил также установить статистически значимую взаимосвязь уровня виртуализации и показателей потребительских (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,801$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ), фрустрационных (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,706$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ), социально-актуализационных (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,612$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ) мотивов. Полученные результаты свидетельствуют о том, что с ростом виртуализации мотивационный спектр пользователя претерпевает изменения. Если для пользователей с низким уровнем виртуализации характерно удовлетворение утилитарных мотивов, то для пользователей

с высоким уровнем виртуализации характерно стремление к самоактуализации, саморазвитию и самовыражению через возможности виртуального пространства.

Методика А.И. Лучинкиной для сбора данных о мотивах интернет-пользователя позволила зафиксировать следующие группы специфических мотивов, которые имеют большую выраженность: для первой группы – потребительские (мотив обозначенного присутствия 81,8 %, мотив вживания в роль 100%), для второй группы – потребительские (мотив обозначенного присутствия 52,4 %) и творческие (мотив личного пространства 37,6%, мотив репликации 59,8%, мотив взноса 42,3%), для третьей группы – творческие (мотив личного пространства 77,3%, мотив репликации 62,9%, мотив взноса 85,6%). Корреляционный анализ позволил также установить статистически значимую взаимосвязь уровня виртуализации и показателей творческих мотивов (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,704$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ), и обратную статистическую связь уровня виртуализации и показателей творческих мотивов (эмпирическое значение –  $r_{xy} = -0,631$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ). Данные полученные в ходе анализа специфических мотивов свидетельствуют о тенденции изменения мотивационного профиля пользователя с ростом уровня виртуализации от потребительского к творческому.

Контент-анализ и анкета на выявление содержательного объема виртуальной личности интернет-пользователя позволила определить, что для первой группы респондентов характерна низкая коммуникативная активность и низкий уровень содержательного объема виртуальной личности (100%), для второй группы – средний и высокий уровень коммуникативной активности (49% и 51%) и средний и высокий уровень содержательного объема (27,5% и 72,5%), для третьей группы пользователей фиксируется высокий

уровень коммуникативной активности (100%) и высокий уровень содержательного объема виртуальной личности (100%). Корреляционный анализ позволил также установить статистически значимую взаимосвязь уровня виртуализации и показателей содержательного объема (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,700$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ), и коммуникативной активности (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,697$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ). Полученные результаты позволяют отметить, что с ростом уровня виртуализации усложняется структура и содержание виртуальной личности, растет ее коммуникативная активность и уровень взаимодействия с другими пользователями.

Анкета для установления уровня инструментальной компетентности респондентов позволила зафиксировать отсутствие выраженности показателей первого уровня компетентности, подразумевающего простые навыки, что подтверждает всеобъемлющий характер взаимодействия личности и виртуального пространства. В первой группе, в свою очередь, большинство пользователей демонстрируют выраженность компетентности второго уровня (100%), во второй группе – третьего и четвертого (65,8% и 34,2%), и в третьей группе – четвертого уровня компетентности (100%). Корреляционный анализ позволил также установить статистически значимую взаимосвязь уровня виртуализации и показателей уровня инструментальной компетентности (эмпирическое значение –  $r_{xy} = 0,832$ , при  $p \leq 0,01$ , при критическом  $r_{xy} = 0,163$ ) (табл. 3). Полученные данные позволяют закономерно заключить, что уровень виртуализации и уровень инструментальной компетентности взаимосвязаны, что свидетельствует об усложнении процессов контакта личности и виртуального пространства и усложнению ее виртуальной проекции.

Таблица 3

**Распределение показателей по компонентам виртуализации**

Table 3

**Distribution of indicators by virtualization components**

Критерий оценки	Уровни выраженности		
<b>Динамика виртуализации</b>			
	Группа 1	Группа 2	Группа 3
Уровень виртуализации	низкий	средний	высокий
Уровень активности	пассивные, ситуативные	активные, ситуативные	чрезмерно активные, активные
<b>Выраженность мотивов</b>			
Универсальные	высокий уровень: потребительские, защитные	высокий уровень: фрустрационные, аффилиационные	высокий уровень: социально-актуализационные, позиционные, фрустрационные
Специфические	потребительские	потребительские и творческие	творческие
<b>Уровень выраженности содержательных показателей</b>			
Коммуникативная активность	низкая	средняя и высокая	высокая
Содержательный объем	низкий	средний и высокий	высокий
Уровень развития инструментальных навыков	средний уровень (второй)	средний и высокий уровень (третий, четвертый)	высокий уровень (четвертый)
Кол-во респондентов	11	149	97

Исходя из полученных результатов, закономерно подчеркнуть тенденцию к усложнению компонентов виртуальной личности в связи с ростом уровня виртуализации личности интернет-пользователя, что подтверждает выдвинутую ранее гипотезу о значимости показателей виртуализации как критерия, указывающего на уровень сформированности виртуальной личности интернет-пользователя.

**Заключение (Conclusions).** Контакт личности и виртуального пространства представляет собой процесс взаимодействия двух систем, которые взаимовлияют и взаимоизменяют компоненты друг друга. Результатом данного взаимодействия

является новая система – виртуальная личность, объединяющая в себе характеристики двух систем и по сути выступающая в качестве результата отражения одной системой другую, проекцией реальной личности в виртуальное пространство.

Виртуальная личность имеет сложную, многокомпонентную структуру, которая включает мотивационный, содержательный, инструментальный компоненты. Степень выраженности данных компонентов свидетельствует об уровне сформированности виртуальной личности интернет-пользователя. Виртуализация, в свою очередь, выступает движущей силой процесса взаимодействия и процесса

формирования виртуальной личности и выступает в качестве критерия ее сформированности.

Изучение уровня виртуализации как критерия сформированности виртуальной личности в дальнейшем позволит углубить и расширить исследование процесса формирования личности, его психологических особенностей, а также позволит выявить траекторию динамики и этапность процесса.

### Список литературы

Афанасьева В.В. Homo virtualis: психологические характеристики // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2010. Т. 10, № 2. С. 59-64.

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). С. 28-43.

Войскунский А.Е. Поведение в киберпространстве: психологические принципы // Человек. 2016. № 1. С. 36-49.

Зинченко Ю.П. Виртуализация реальности: от психологического инструментария к новой субкультуре. В книге: Человек как субъект и объект медиапсихологии. М.: Изд-во МГУ, 2011. С. 231-278.

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

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

Лучинкина А.И. Психология интернет-социализации личности. Симферополь: ВД «АРИАЛ», 2013. 200 с.

Мамедов А.К., Коркия Э.Д. Идентичность в виртуальной реальности: новые альтернативы // Теория и практика общественного развития. 2017. № 2. С. 9-12. URL: [https://www.researchgate.net/publication/315061599\\_Identicnost\\_v\\_virtualnoj\\_realnosti\\_novye\\_alternativy](https://www.researchgate.net/publication/315061599_Identicnost_v_virtualnoj_realnosti_novye_alternativy) (дата обращения: 23.04.2024)

Мясищев В.Н. Личность и отношения человека // Материалы симпозиума «Проблемы личности». М. 1970. С. 63-73

Пикулёва О.А. Самопрезентация личности в пространстве интернет-коммуникаций // Мир, личность, информация: перспективы междисциплинарных исследований: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 14-15 ноября 2013 г.). СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена. 2014. С. 55-58.

Погорелов Д. Н., Солдатова Е. Л. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы // The Education and science journal. Образование и наука. 2018. Том 20. № 5. С. 105-124.

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

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

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

Солдатова Е.Л., Погорелов Д.Н. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы // Образование и наука. 2018. №5. С. 105-124.

Трубицына Л.В., Феоктистова Е.А. Мотивация пребывания человека в социальных сетях // Мир науки. Педагогика и психология. 2022. Т.10. №6. С. 1-14. URL: <https://mir-nauki.com/issue-6-2022.html> (дата обращения: 23.04.2024).

Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование Я в опосредованном компьютером общении. В книге: Гуманитарные исследования Интернета. под ред. А.Е. Войскунского. Москва: Можайск-Терра. 2000. С. 50-54.

Barbovschi M., Balea B., Velicu A. Peer-ing in the online mirror: Romanian adolescents' disclosure and mutual validation in presentations of self on social media // Revista Româna de Sociologie. 2018. №29. P. 269-286. URL: [https://www.researchgate.net/publication/331233363\\_Peer-ing\\_in\\_the\\_Online\\_Mirror\\_Romanian\\_Adolescents'\\_Disclosure\\_and\\_Mutual\\_Validation\\_in\\_Presentations\\_of\\_Self\\_on\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/331233363_Peer-ing_in_the_Online_Mirror_Romanian_Adolescents'_Disclosure_and_Mutual_Validation_in_Presentations_of_Self_on_Social_Media) (дата обращения: 23.04.2024).

Becker B. To be in touch or not? Some remarks on communication in virtual environments. Paper presented at the 6th International IFIP-Conference. 1997. 234 p.

Dimitrov N.G. Internet nicknames as a self-presentation instrument // SocioTime. Социальное время. 2018. № 2(14). P. 75-81. URL: [https://www.researchgate.net/publication/344876527\\_INTERNET\\_NICKNAMES\\_AS\\_A\\_SELF-PRESENTATION\\_INSTRUMENT](https://www.researchgate.net/publication/344876527_INTERNET_NICKNAMES_AS_A_SELF-PRESENTATION_INSTRUMENT) (дата обращения: 23.04.2024).

Hayati Y. Young adults' behaviour and motivations toward selfie-posting // International journal of advanced scientific research and management. 2021. №6(6). P. 13-26 URL: [https://www.researchgate.net/publication/352361703\\_Young\\_Adults'\\_Behaviour\\_and\\_Motivations\\_toward\\_Selfie-Posting](https://www.researchgate.net/publication/352361703_Young_Adults'_Behaviour_and_Motivations_toward_Selfie-Posting) (дата обращения: 23.04.2024).

Hollenbaugh E.E. Self-Presentation in social media: Review and research opportunities // Review of communication research. 2021. №9. P. 80-98. URL: <https://rcommunicationr.org/index.php/rcr/article/view/15> (дата обращения: 23.04.2024).

Kaplan A.M., Haenlein M. The fairyland of Second Life: About virtual social worlds and how to use them // Business Horizons. 2009. №52 (6). P. 563-572.

Nichols H. How to Avoid Facebook-Induced Depression. Medical news today, 2016. Dec. 29. URL: <https://www.medicalnewstoday.com/articles/314765> (дата обращения: 23.04.2024).

Rahmadya Putra Nugraha S. The Formation of Teenager Virtual Self-Image on Instagram Social Media. International Journal of Social Science And Human. 2021. №4 (12). P. 3916-3920.

Reid E.M. Cultural formations in text-based virtual realities. A thesis submitted in fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts – University of Melbourne, 1994. URL: <http://www.aluluei.com/cult-form.htm> (Дата обращения: 23.04.2024).

Suler J. Identity management in cyberspace // Journal of Applied Psychoanalytic Studies. 2002. № 4 (4). P. 455-459.

Turkle Sh. Alone together. Why we expect more from technology and less from each other – Basic books. A member of the perseus books group, 2011. 360. p.

Wu Yen-Chun Jim, Chang Wei-Hung, Yuan Chih-Hung. Do Facebook profile pictures reflect

user's personality? //Computers in human behavior. 2015. Vol. 51. Part B. P. 880-889. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.1016/j.chb.2014.11.014> (Дата обращения: 23.04.2024).

Young K.S. What makes the Internet addictive: potential explanations for pathological Internet use // Paper presented at the 105th annual conference of the American Psychological Association, 15 Aug 1997, Chicago, IL. URL: <https://www.healthypace.com/addictions/center-for-internet-addiction-recovery/what-makes-the-internet-addictive-potential> (дата обращения: 23.04.2024).

### References

Afanasyeva, V.V. (2010), “Homo virtualis: psychological characteristics”, *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika* 10, 2. 59-64. (In Russian).

Belinskaya, E.P. and Frantova, D.K. (2017), “Activity in virtual interaction as a factor in the construction of identity by users of social networks: intergenerational differences”, *Vestnik RGGU. Seriya «Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovanie»*. 3 (9). 28-43. (In Russian).

Voyskunskiy, A.E. (2016), “Behavior in cyberspace: psychological principles”, *Chelovek*. 1, 36-49. (In Russian).

Zinchenko, Yu.P. (2011), *Virtualizatsiya realnosti: ot psikhologicheskogo instrumentariya k novoy subkulture* [Virtualization of reality: from psychological tools to a new subculture], Moscow State University Publishing House, Moscow, Russia.

Leontiev, A.N. (1975), *Deyatelnost. Soznanie. Lichnost* [Activity. Consciousness. Personality], Politizdat, Moscow, Russia.

Luchinkina, A.I. (2015), “Features of the formation of the virtual personality of an Internet user”, *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*. 47-2. 280-286. (In Russian).

Luchinkina, A.I. (2013), *Psikhologiya internet-sotsializatsii lichnosti*. [Psychology of Internet socialization of personality], VD “ARIAL”, Simferopol', Russia.

Mamedov, A.K. and Korkiya, E.D. (2017), “Identity in virtual reality: new alternatives”, *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*. 2. 9-12. URL: [https://www.researchgate.net/publication/315061599\\_Identicnost\\_v\\_virtualnoj\\_realnosti\\_novye\\_alternativy](https://www.researchgate.net/publication/315061599_Identicnost_v_virtualnoj_realnosti_novye_alternativy) (Accessed 23 April 2024) (In Russian).

Myasishev, V.N. (1970), "Personality and human relationships", *Materialy simpoziuma "Problemy lichnosti"*, 63-73. (In Russian).

Pikulyova, O.A. (2014), "Self-presentation of a personality in the space of Internet communications", *Mir, lichnost, informatsiya: perspektivy mezhdisciplinarnykh issledovaniy: materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii: RGPU im. A.I. Gercena*, 48-52. (In Russian).

Pogorelov, D.N. and Soldatova, E.L. (2018), "The phenomenon of virtual identity: the current state of the problem", *The Education and science journal. Obrazovanie i nauka*, 20, 5, 105-124. (In Russian).

Rasina, E.O. (2023), "Index of virtualization of the personality of an Internet user of social services: testing of a psychometric methodology", *SibSkript*. 25, 2 (96). 228-239. (In Russian).

Ryabikina, Z.I. (2013), "Possible changes in the subjective position of the individual in connection with the increasing virtualization of its existence", *Chelovek. Soobshchestvo. Upravlenie*, 2, 76-90. (In Russian).

Smirnov S.N. (1974), *Dialektika otrazheniya i vzaimodeystviya v evolyutsii materii*. [Dialectics of reflection and interaction in the evolution of matter], Nauka, Moskva, Russia.

Soldatova, E.L. and Pogorelov, D.N. (2018), "The Phenomenon of Virtual Identity: Current State of the Problem", *Obrazovanie i nauka*, 5, 105-124. (In Russian).

Trubitsyna, L.V. and Feoktistova, E.A. (2022), "Motivation of a person's stay in social networks", *Mir nauki. Pedagogika i psikhologiy*, 6, 1-14. URL: <https://mir-nauki.com/issue-6-2022.html> (Accessed 23 April 2024). (In Russian).

Frindte W., Köhler T. (2000), *Publichnoye konstruirovaniye YA v oposredovannom komp'yuterom obshchenii* [Public construction of the self in computer-mediated communication], Mozhaisk-Terra, Moscow, Russia.

Barbovschi M., Balea B. and Velicu A. (2018), "Peering in the online mirror: Romanian adolescents' disclosure and mutual validation in presentations of self on social media", *Revista Româna de Sociologie*, 29, 269-286. URL: [https://www.researchgate.net/publication/331233363\\_Peer-ing\\_in\\_the\\_Online\\_Mirror\\_Romanian\\_Adolescents'\\_Disclosure\\_and\\_Mutual\\_Validation\\_in\\_Presentations\\_of\\_Self\\_on\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/331233363_Peer-ing_in_the_Online_Mirror_Romanian_Adolescents'_Disclosure_and_Mutual_Validation_in_Presentations_of_Self_on_Social_Media). (Accessed: 23 April 2024) (In Romania).

Becker, B. (1997) *To be in touch or not? Some remarks on communication in virtual environments*. Paper presented at the 6th International IFIP-Conference. New York, USA.

Dimitrov, N.G. (2018), "Internet nicknames as a self-presentation instrument, SocioTime". *Social'noe vremya*, 2 (14), 75-81. URL: [https://www.researchgate.net/publication/344876527\\_INTERNET\\_NICKNAMES\\_AS\\_A\\_SELF-PRESENTATION\\_INSTRUMENT](https://www.researchgate.net/publication/344876527_INTERNET_NICKNAMES_AS_A_SELF-PRESENTATION_INSTRUMENT). (Accessed: 23 April 2024). (In Bulgaria).

Hayati, Y. (2021), "Young adults' behaviour and motivations toward selfie-posting", *International journal of advanced scientific research and management*. 6(6). 13-26. URL: [https://www.researchgate.net/publication/352361703\\_Young\\_Adults'\\_Behaviour\\_and\\_Motivations\\_toward\\_Selfie-Posting](https://www.researchgate.net/publication/352361703_Young_Adults'_Behaviour_and_Motivations_toward_Selfie-Posting). (Accessed: 23 April 2024). (In Malaysia).

Hollenbaugh, E.E. (2021), "Self-Presentation in social media: Review and research opportunities", *Review of communication research*, 9, 80-98. URL: <https://rcommunicationr.org/index.php/rcr/article/view/71/85> (Accessed: 23 April 2024). (In USA).

Kaplan A.M., Haenlein M. (2009), "The fairyland of Second Life: About virtual social worlds and how to use them", *Business Horizons*, 52(6), 563-572. (In Germany).

Nichols, H. (2016), "How to Avoid Facebook-Induced Depression", *Medical news today*, 12.1-23. URL: <http://www.medicalnewstoday.com/articles/314765.php>. (Accessed: 23 April 2024). (In UK).

Rahmadya Putra Nugraha, S. (2021), "The Formation of Teenager Virtual Self-Image on Instagram Social Media", *International journal of social science and human research*, 04 (12), 3916-3920. (In USA).

Reid, E.M. (1994), "Cultural formations in text-based virtual realities". A thesis submitted in fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts – University of Melbourne. URL: <http://www.aluluei.com/cult-form.htm>. (Accessed 23 April 2024). (In Australia).

Suler J. (2002), "Identity management in cyberspace", *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 4 (4), 455-459. (In USA).

Turkle, Sh. (2011), *Alone together. Why we expect more from technology and less from each other*. Basic books. A member of the perseus books group. New York, USA.

Wu, Y.J., Chang Wei-Hung and Yuan Chih-Hung (2015), "Do Facebook profile pictures reflect user's personality?", *Computers in Human Behavior*, 51(B), 880-889. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.1016/j.chb.2014.11.014> (Accessed 23 April 2024). (In Netherlands).

Young K.S. (1997), "What makes the Internet addictive: potential explanations for pathological Internet use", *Paper presented at the 105th annual conference of the American Psychological Association*. URL:

<https://www.healthyplace.com/addictions/center-for-internet-addiction-recovery/what-makes-the-internet-addictive-potencial> (Accessed 23 April 2024). (In USA).

**Информация о конфликте интересов:** автор не имеет конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the author has no conflict of interests to declare.

**Данные автора:**

**Расина Эвелина Османовна**, старший преподаватель кафедры психологии, факультета психологии и педагогического образования, Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова.

**About the author:**

**Evelina O. Rasina**, Senior Lecturer, Department of Psychology, Faculty of Psychology and Pedagogical Education, Fevzi Yakubov Crimean Engineering and Pedagogical University.