

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(национальный исследовательский университет)»
Институт социально-гуманитарных наук
Факультет «Психология»
Кафедра «Психология развития и возрастное консультирование»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент

_____ к.психол.н.
_____ Е.В. Бенко
_____ 2019г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

д-р психол.н., доцент
_____ Е.А.Рыльская
_____ 2019г.

**ВЗАИМОСВЯЗЬ УРОВНЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В ИНТЕРНЕТ-
ПРОСТРАНСТВО И САМООТНОШЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ СЕТЕВОЙ
ИДЕНТИЧНОСТИ**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ – 37.05.02.2019.1287.ПЗ ВКР

Руководитель работы

к.психол.н

_____ И.Ю.Завьялова
_____ 2019г.

Автор работы

студент группы СГ–570

_____ Р.Б.Котенко
_____ 2019г.

Нормоконтролер

зав.уч.лабораторией

_____ А.А.Колмогорцева
_____ 2019г.

Челябинск 2019

АННОТАЦИЯ

Котенко Р.Б. Взаимосвязь
уровня вовлеченности в
интернет-пространство и
самоотношения в контексте
сетевой идентичности

Челябинск: ЮУрГУ, - СГ–570

54 с., 14 табл., 3 рис.,

библиогр., список – 51 наим.

Выпускная квалификационная работа посвящена исследованию взаимосвязи уровня вовлеченности в интернет-пространство и самоотношения в контексте сетевой идентичности.

Актуальность темы обусловлена тем, что люди с каждым годом все больше погружаются интернет пространство. Это стало частью их жизни и определенным образом влияет на их жизнедеятельность и самоотношение, а также порождает новообразования в структуре идентичности. Более подробное изучение дополнит наши представления об этих психологических феноменах.

Обнаружено что уровень вовлеченности в социальную сеть влияет на уверенность в собственных способности справляться с трудностями в реальности, влияет на самооценку личности. Обнаружено, что тенденция к доминированию в социальной сети, по сравнению с реальностью, критичности к социальным явлениям происходящим в сети, а также стремление к близким взаимоотношениям возрастает не зависимо от уровня вовлеченности молодых людей в социальную сеть. Полученные результаты могут быть применены сфере возрастного консультирования с подростками для психодиагностики, коррекционной работы. Дальнейшего изучения темы и расширения инструментария диагностики вовлеченности в интернет-пространство, а также диагностики и описания сетевой идентичности.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР.....	9
1.1. Вовлеченность в интернет-пространство.....	9
1.2. Самоотношение личности в интернет-пространстве.....	13
1.3. Сетевая идентичность.....	17
ГЛАВА 2 ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	24
2.1 Цель, задачи, предмет и объект исследования.....	24
2.2 Организация и методы исследования.....	25
2.3 Методы математической обработки данных.....	25
ГЛАВА 3 АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ УРОВНЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВО И САМООТНОШЕНИЯ ЛИЧНОСТИ	27
3.1 Подбор психодиагностических методик для выявления уровня вовлеченности в интернет пространство и сформированности сетевой идентичности.....	27
3.2 Особенности вовлеченности в интернет-пространство молодежи на примере сети Instagram.....	28
3.3. Особенности самооценки межличностных отношений с точки зрения Я-реального и Я-сетевого и самоотношения.....	31
3.4 Специфика самооценки межличностных отношений с точки зрения Я-реального и Я-сетевого и самоотношения.....	36
3.5 Взаимосвязь уровня вовлеченности в интернет-пространство специфику самооценки межличностных отношений с точки зрения Я- реального и Я-сетевого и самоотношения.....	40
ВЫВОДЫ.....	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	47
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	49

ВВЕДЕНИЕ

Интернет-среда, в разном своем проявлении, проникает повсеместно в жизнь человека, становится непосредственной ее частью. Она предлагает все больше возможностей в сфере самоактуализации и саморазвития, как творческого, так и личного. Что отражается на ежегодном росте количества пользователей сети интернета. Об этом свидетельствует статистика Росстата [24]. А также исследования, направленные на определения уровня вовлеченности в интернет-пространство. Стоит сказать, что подобные исследования стали проводиться лишь недавно, по крайней мере отечественными исследователями. В связи с этим не существует стандартизированных методик по выявлению уровня вовлеченности. Это проблема возможно решится в течении ближайших лет. Однако первые результаты говорят о достаточно высоком уровне вовлеченности среди молодежи. Особенно это касается социальных сетей. В связи с этим возникают необходимость в понимании того, как вовлеченность влияет на личность индивидуума.

Отдельно стоит сказать, что социальные сети породили такое новообразование как сетевая, виртуальная, альтернативная идентичность. Такая терминологическая неопределенность связана с вопросом о способе формирования этой идентичности. Учитывая, что социальные сети занимают все больше места в нашей жизни некоторые исследователи выдвигают предположения, о том, что сетевая идентичность вносит изменения в содержательный аспект развития личности.

Цель исследования: выявить взаимосвязь уровня вовлеченности в интернет-пространство и самоотношения личности на примере платформы Instagram.

Задачи исследования:

1. Модифицировать Тест межличностных отношений Тимоти Лири для определения особенностей сетевого-Я личности.
2. Выявить особенности вовлеченности в интернет-пространство молодежи на примере сети Instagram.
3. Определить особенности самооценки Я-реального, Я-сетевого и

самоотношения у людей с низким и высоким уровнем вовлеченности в интернет-пространство.

4. Определить специфику самооценки Я-реального, Я-сетевого и самоотношения у людей с низким и высоким уровнем вовлеченности в интернет-пространство.

5. Выявить взаимосвязи уровня вовлеченности в интернет-пространство и специфику самооценки Я-реального, Я-сетевого и самоотношения у людей с низким и высоким уровнем вовлеченности в интернет-пространство.

Объект исследования – уровень вовлеченности в интернет-пространство.

Предмет исследования – связь уровня вовлеченности в интернет-пространстве и самоотношения личности.

Выборку составили активные пользователи социальных сетей, имеющие профиль в Instagram. 69 человек: 18-25 лет; среднее значение 22,7; $\sigma=2,3$; 43. Из них лица женского пола, 26 мужского. 41 студента, 28 работающих. Место жительства испытуемых города: Челябинск, Златоуст, Костанай, Рудный.

Гипотеза: Существует взаимосвязь уровня вовлеченности в интернет-пространство и самоотношения личности

Практическая значимость исследования состоит в возможности применения полученных данных в сфере возрастного консультирования с подростками для психодиагностики, коррекционной работы. А также для дальнейшего изучения темы и расширения инструментария диагностики вовлеченности в интернет-пространство, а также диагностики и описания сетевой идентичности.

Методы исследования и математической обработки: «Анкета вовлеченности в Instagram». Автор: Козлова Н.С., Ивановский государственный университет, доцент кафедры социальной психологии, кандидат психологических наук; тест-опросник самоотношения. Авторы: Столин В.В., Пантелеев С.Р; тест межличностных отношений Тимоти Лири – авторская модификация; первичные описательные статистики; коэффициент корреляции Пирсона (r -Пирсона); Критерий U Манна-Уитни.

Научная новизна данной работы заключается в том, что в нашей работе был добавлен компонент взаимоотношения в реальном и сетевом пространстве. Работа предлагает взглянуть на тетраду: вовлеченность – самоотношение – реальная идентичность – сетевая идентичность. Полученные результаты не имеют аналогов в литературе или научных статьях.

Основные положения дипломного исследования обсуждались на международной студенческой научно-практической конференции «Психология в меняющемся мире: проблемы, гипотезы, исследования» (Челябинск 2019г.)

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, 3 глав, выводов, заключения, списка литературы (всего 51 наименование) и приложений. В тексте работы имеются 14 таблиц, 3 рисунка. Общий объем 54 страница.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

1.1 Вовлеченность в интернет-пространство

История Интернета как социально-психологического явления, влияющего на жизнедеятельность личности, достаточно молода. Однако это компенсируется высокими темпами развития вовлеченности людей в сеть и возрастанием влияния виртуального пространства на современное общество. Это видно, как невооруженным глазом, так и из статистик, приводимых разнообразными службами, изданиями. Например, Федеральная служба государственной статистики сообщает, что доля населения, являющегося активными пользователей сети интернета в общей численности населения с каждым годом растет [24]. Не официальные структуры, например, фонд «Общественное мнение», приводит статистику на декабрь 2017 – февраль 2018 года по Российской Федерации. Из данных следует, что суточной аудиторией Рунета являются 74 миллиона человек, что составляет 63,8% процентов от всего населения страны. Из них люди в возрасте от 18 до 25 лет ежедневно проводят время в сети. Можно предположить, что подобная тенденция будет лишь возрастать. Как любое крупное социальное явление, а именно так мы можем классифицировать интернет пространство, оно оказывает влияние на общество в целом и на индивидов отдельно. В связи с этим исследовательская деятельность сегодня пытается определить, какое влияние Интернет производит на личность, ее качества жизни. Молодые люди, исходя из указанных выше сказанного, являются первой точкой воздействия этого влияния.

На данный момент не существует специфической психологической методики направленной на выявления уровня вовлеченности. Исследователи создают авторские методы, тестируют их надежность и валидность. Основу этих методик составляют как правило анкеты-опросники и уровни корреляции вопросов с компонентами личности. В связи с этим данные по уровню вовлеченности, преобладающей деятельности в интернет-пространстве, влиянию сети на личность рознятся. Интернет-пространство многомерно по своей сути, возможности его использования расширяются с каждым днем. Один из основных

интересов среди молодежи и времени препровождения являются социальные сети. Которые по сути своей стали отражать сферы межличностного отношения, социального взаимодействия и проблемы современного мира. К положительным сторонам социальных сетей Джейми Бартлетт относит: межличностное взаимодействие с социумом, близкими людьми, которые могут дистанцироваться на большие расстояния; решения вопросов по трудовым вопросам; поиск людей с похожими интересами. Однако при существуют крайности, которые приводят к зависимому поведению и представляют опасность выпадения людей из реального мира. [39].

Молодые люди используют социальные сети как возможность заводить новые знакомства в виртуальной среде. Они считают, что благодаря социальным сетям могут лучше узнать и понять себя, мир. Такая тенденция подтверждается отечественным исследованием Сорокумовой, Пучковой, Молостовой. Выводы исследования говорят, что уровень интернет-зависимости связан с коммуникативной стороной личности, агрессивного коммуникативного типа реагирования, либо зависимого коммуникативного типа реагирования [32]. Таким образом, стремление осуществлять коммуникацию в интернет-пространстве способствует снижению критичности, и само коммуникативное поведение может иметь тенденцию к деформации [4].

Результаты исследования, проведенного в 2015 году Глазковым А.А., Ермолаевым В.В., Пучковой Е.Б., Суховершиной Ю.В. по выявлению уровня вовлеченности подростков в виртуальную среду показывают, что в целом больше половины школьников – 119 человек (58,33%) проявили средний уровень вовлеченности. 56 испытуемых (примерно 28%) показали слабый или низкий уровень вовлеченности в своих ответах на предложенные вопросы. При этом «повышенный» и «завышенный» уровень – обнаружен у 27 человек (примерно 13%) [8].

Что касается результатов по уровню вовлеченности среди молодых людей, Борисова Е.П. приводит такие данные: 73,4% испытуемых в возрасте от 18 до 25 лет показали средний уровень вовлеченности, 26,6% повышенный уровень

вовлеченности. Полученные результаты дают основания констатировать практически постоянное присутствие студентов в виртуальной среде. Студенты полностью вовлечены в виртуальную среду, она для них является частью повседневного общения и деятельности. Значимых различий по гендерному признаку использования Интернета в исследовании не было обнаружено [4].

Результаты Борисовой Е.П., были получены через 4 года после исследования Глазковым А.А., Ермолаевым В.В., Пучковой Е.Б., Суховершиной Ю.В. Можно предположить, что в студенческие годы качественно повышается вовлеченность в интернет-пространство. Это напрямую связано с возможностями, которые дает интернет-пространство. Авторы исследований вовлеченности в интернет-пространство по-разному рассматривают возможности интернет-среды с точки зрения ее влияния на личность. Например, Н. В. Чудова, М. А. Евлампиева, Н. А. Рахимова писали в своих работах о зависимости образа «Я» и коммуникации человека от виртуального пространства [34]. Оценку Интернета как фактора, определяющего взаимодействие личности, мы встречаем в исследованиях И. В. Романова. Зарубежный автор Р. Краут поднимает вопрос в своей работе об изменениях социальной интеграции под влиянием сети [44].

Козлова Н.С., выделяет 3 фактора влияющих на вовлеченность в интернет-среду, а именно в социальную сеть Instagram. Первый фактор включает возможность общения, самопрезентации и самоактуализации. Пользователи с высокой вовлеченностью в сетевое пространство испытывают потребность в общении и признании себя, как в обыденном плане, так и профессиональном. Они интересуются как живут их подписчики. Поэтому в случае непосещения «Инстаграма» пользователи испытывают чувство вины. Этот факт свидетельствует о наличии психологической зависимости. У личности наблюдается желание общаться, небольшая неуверенность в себе, поиск одобрения со стороны, демонстрация своих способностей. Подобное поведение говорит о том, что социальная сеть является частью их жизни. Вторым фактором – «инструментальный». Социальная сеть служит дополнением к профессиональной деятельности, увлечениям, хобби. Третий фактор – интерес к

другим. Он подразумевает направленность личности на других людей. Что имеет как положительную сторону – появление новых интересов, так и отрицательную – зависть [11].

В заключении можно сказать, что интернет-пространство и критическое его восприятие отрывает перед личностью огромный спектр возможностей и повышения эффективности жизнедеятельности как в реальности, так и в сетевом пространстве. Интернет дает доступ к новым формам взаимодействия с обществом. Интернет выступает показателем человеческого прогресса, развития как эволюционной единицы, благодаря которому социальная жизнь человека приобретает вспомогательные инструменты для облегчения социальной жизни. Интернет остается очередным достижением человеческого прогресса, вспомогательным средством, облегчающим объективную социальную жизнь. Дает возможность реализовать фрустрированные социальные потребности, обойти объективные или субъективные причины угнетения, представляя собой запасной путь. Сеть может служить платформой для реализации творческих и профессиональных возможностей. Однако за перспективными возможностями могут стоять непредвиденные опасности. Например, глубокое погружение в сетевую среду может привести к болезненной зависимости и служить препятствием в личностном развитии. Эту опасность можно нивелировать при объективно-критичном подходе, когда речь идет лишь о компенсации, а не замещении. В этом случае реальность продолжает занимать главенствующее место. Пользователь может использовать Интернет, как способ дополнения дефицита реальных ресурсов, оставляя за собой осознание суррогатности данного способа в решении проблем. Основа осознанной позиции, как обговаривалось выше, лежит в формировании объективно-критичной позиции. Формирование которой возможно лишь при нормальной социализации и гармоничности личности, а также способности эффективно использовать имеющиеся ресурсы Интернета.

1.2 Самоотношение личности и интернет-пространство

Отношение человека с социальной средой имеет большую вариативность и разнообразие, что выражается особенно ярко в межличностном взаимодействии. Наряду с этим в сознании также представлено внутриличностное отношение человека к самому себе. Именно самоотношение является одно из главных детерминант, обуславливающее полноценное развитие личности и ее самоактуализации.

Многочисленные работы отечественных и зарубежных авторов посвящены проблеме взаимосвязи самоотношения с поведением. Среди крупнейших исследователей самоотношения можно отметить Пантелеева С.Р., Столина В.В., Чеснокова И.И., Кона И.С., Мясищев В.В., Саржвеладзе Н.И., Соколова Е.Т., Бернса Р., Купперсмита С., Розенберга М., Вили Р. Одним из главных достижений исследователей является факт доказательства прямой связи высокого самоотношения и максимальной активности личности. [18]. Эта активность напрямую влияет на снижение интенсивности переживания проблем, риска возникновения психосоматических расстройств [40]. Американский психолог Каплан считает, что в противовес высокому низкий уровень самоотношения напрямую связан с девиантным и делинквентным поведением. [45], а Пыжински Т., Гринберг Дж. Роль связывают низкий уровень с развитием депрессии [27].

Исследование самоотношения в основном сосредоточено вокруг проблем его сущности и структуры, генезиса, возрастной и ситуационной динамики, связи с практической деятельностью, функциями и ролью в жизни человека, сознательного и бессознательного в самоотношениях. Серьезной проблемой для обзора подходов к изучению самоотношения является терминологическая неопределенность. Однако, Пантелеев на этот счет выражал мысль, что терминологическая неопределенность не является проблемой для изучения самоотношения, так как все ученые рассматривают один и тот же феномен. В настоящем исследовании мы сосредоточились на тех подходах и методах, которые рассматривают отношение человека к себе как «удовлетворенность

собой, и принятие себя, и чувство собственного достоинства, и положительное отношение к себе, и согласованность своего наличного и идеального Я».

В целом можно сказать, что существует как минимум пять подходов, которые по-разному представляют структуру самоотношения: одномерный; структурный; функциональный; подход, который отличает неявное и явное отношение к себе; конструктивный подход. В рамках каждого подхода исследователи выявляют конкретные компоненты самоотношения и связи между ними. [17]. Согласно точке зрения представителей функционального подхода, структуру самоотношения образуют различные источники мотивации и по-разному влияют на самооценку. Чаще всего авторы выделяют две функциональные составляющие самоотношения. Их можно назвать по-разному: чувства силы и ощущения, внешняя и внутренняя самооценка, оценка и чувствительность, компетентность и мораль [43], эмоционально-ценностное отношение [23]. В концепции В.В. Столина самоотношение имеет иерархическую организацию, где можно выделить три уровня: уровень глобального самоотношения, уровень функциональных блоков (самоуважение, аутосимпатия, самоинтерес и ожидание отношения к себе) и уровень конкретных действий в отношении своего Я. По мнению Столина, глобальное самоотношение обладает аддитивным характером и фактически выражается «суммой» структур второго уровня (кроме ожидаемого отношения). Таким образом, утверждается равноправие и равнозначимость вклада каждого фактора второго уровня в самоотношение. На основе данной модели был создан опросник самоотношения, содержащий 57 вопросов, на каждый из которых испытуемому надо ответить «да» или «нет» [16].

Пантелеев С.Р., критически переосмысливает модель самоотношения Столина В.В. Критика касалась, во-первых, составляющих самоотношения: самоуважение, аутосимпатия и близость. Он выразил сомнения о том, что данные конструкты обусловлены реальной структурой самоотношения. Предположил, что они являются всего лишь удобным способом представления, который в определенном смысле «навязывают» вопросы теста. Во-вторых,

вызывает вопросы и тезис об аддитивной природе самоотношения. В дальнейшем Пантелеевым было проведено исследование по созданию опросника самоотношения, адекватного представленной выше модели и обладающего высокими показателями валидности и надежности. В дальнейшем на данном базисе был создан тест-опросник самоотношения В.В. Столина, С.Р. Пантелеева, вобравший в себя положительные моменты и учитывавший всю критику авторов.

Специфика человеческой активности в сети Интернет является важнейшим фактором, интересующим современных исследователей. Считается, что критерии определяющие эту специфику исходят из Я-концепции личности. По итогам работ Н.В. Чудовой, были установлены следующие закономерности:

1) Специфика образа «Я» выступает показателем неблагополучия активных пользователей интернета.

2) Интернет-среда может наносить ущерб образу «Я».

3) Интернет является культурой производной, «в рамках которой появились новые средства для личностного развития тех, кому по каким-либо причинам трудно формировать свой образ «Я» с опорой на свои природные данные или социальные достижения» [34].

К основным категориям психологии личности и социальной психологии, относят Я-концепция личности. Восприятие окружающего мира не является единственным определяющим ядро личности, лишь в совокупности с окружающим социумом определяет ядро – центр личности. Ядро в свою очередь влияет на это процесс взаимодействие с окружающими людьми. В подтверждении этого в психологическом словаре под редакцией А.В. Петровского, Я-концепция определяется как «относительно устойчивая, в большей или меньшей степени осознанная, переживаемая как неповторимая система представления индивида о самом себе, на основе которой он строит свое взаимодействие с другими людьми и относится к себе [26]. В психологической науке в рамках Я-концепции возникает целый ряд понятий «самооценка» «самосознание» «самоотношение», «самопрятие», «самоуважение»,

«осознание себя», «образ-Я» и т.д. Как было установлено, интеграция Я-концепции и удовлетворенности субъектом своей самоактуализацией приводит к образованию самоотношения [12].

Самоотношение с такой формулировкой представляется как психологическая сущность, находящаяся или взаимодействующая с самопознанием, саморегуляцией и самоконтролем. Такая рецептура, по мнению Н.И. Сарджвеладзе, имеет много недостатков: метод соотнесения с самим собой находится не на одном уровне с когнитивными, эмоциональными или регулятивными моментами самосознания. Напротив, феномен самоотношения включает в себя самосознание, самопознание, самооценку, эмоциональное отношение, самоконтроль, саморегуляцию, а понятие самоотношения является общим по отношению к понятиям самости. Осознание, самооценка и другие подобные категории с приставкой «я» и отражают широкий спектр явлений внутренней жизни человека. «Я» существует постольку, – отмечает Н. И. Сарджвеладзе, – поскольку оно является одновременно и субъектом, и объектом отношения, самость – это способ отношения к себе; самоотношение конституирует самость. Однако такое утверждение требует немедленно оговорки о том, что самоотношение индивида является определенной субструктурной единицей в общей системе человеческих отношений, а с содержательной и функциональной точек зрения самоотношение тесно связано с особенностями отношения субъекта к внешне-субъектному и социальному миру [30].

Из вышесказанного можно заключить что самоотношение является продуктом взаимодействия с фактическим миром и окружающим социумом. Интернет-пространство является частью современного фактического мира и можно предположить, что события, происходящие в нем, откладываются на самоотношении индивида. Отечественные исследования, посвященные самоотношению в интернет-пространстве, показывают следующие результаты.

Высокие показатели самооценки и положительного отношения к себе являются показателями низкой вовлеченности в Интернет среду в целом или какой-либо ее специфической части: социальные сети, форумы, развлекательные

платформы и площадки. Также можно утверждать, что главенствующим мотивом времяпровождения в сети Интернет является общение с другими людьми. Высокие показатели по шкалам самоуважения и самоинтересов обеспечивают критичность восприятия времени проведения в онлайн. В противовес люди с высоким показателем самобичевания и наличием внутренних конфликтов безответственно относятся к времени проведения в сети. Стоит уточнить о том, что ими руководят тот же мотив – общение. Однако в следствии отсутствия контроля своего времяпровождения они обвиняют себя в прокрастинации. Также исследователи выделяют их специфичность в самопрезентации в сети. Одним из показательных фактов снижения уверенности в себе, способности контролировать свою жизнь является попытка таких пользователей устраивать свою интимную жизнь через Интернет, ища там романтических знакомств [10]. Также были проведены исследования уровня самооценки в зависимости от уровня погруженности в Интернет. Результаты не показывают значимых различий. Другая картина наблюдается в потребности в общении. Пользователи социальных сетей имеют ярко выраженную неудовлетворенную потребность в общении, значительно превышающую неудовлетворённость у тех, кто не является пользователем социальных сетей [12].

1.3 Сетевая идентичность

Вопросы разного характера, связанные с формированием идентичности в интернет-среде задают разные направления гуманитарной науки. Начиная от психологии заканчивая специалистами по философии и социологии. Основная позиция при рассмотрении сетевой идентичности заключается в самопрезентации и самопредъявлении личностью своего личности [7]. Проблема, которую пытаются разрешить специалисты и исследователи состоит в ее происхождении ее основы. Интернет-среда представляет собой новую среду и исходя из этого ученые присваивают специфичное название идентичности в сети – сетевая идентичность [1, 2, 20]. Основательную работу по изучению

проявлений идентичности в Интернете выполняют зарубежные психологи [33,50,51]. В частности, в недавних работах утверждается, что профили пользователей социальных сетей достаточно корректно отражают их реальную личность и «истинное Я», оцениваемые экспертами по отчетам о поведенческой активности пользователей и личностным тестам. После 10-минутного ознакомления с принадлежащей некоему человеку страницей в социальной сети специалисты по управлению персоналом могут представить оценку данного человека по тестам «Большой пятерки». Эта оценка позитивно и значимо ($p < 0.05$) коррелирует (минимальное значение 0.16 – открытость опыту, максимальное 0.28 – экстраверсия) с результатами этого человека по тем же тестам [47]. Схожие с реальностью профили приносят пользователям не менее важное для них ощущение субъективного благополучия (за счет социальной поддержки со стороны «френдов»), чем профили, в которых подобраны лишь безусловно позитивные самохарактеристики [46].

Важнейшим путем жизнедеятельности человека является поиск собственной идентичности, который обусловлен движением от «назначенной» кем-то идентичности к самостоятельно созданной идентичности. Динамичность процессов виртуализации привычного бытийного пространства может как обогащать, так и усложнять процесс поиска смысла и сути идентичности современного человека. Виртуальная реальность преобразует старые способы взаимодействия с людьми предоставляет новые разнообразные способы самопрезентации, обеспечивая таким образом условия для формирования бесчисленных виртуальных образов, идентичностей. Кибер-психология на современный день и приводящиеся в ее рамках исследования приводят к заключению, что внешний и внутренний мир индивида неразрывен и представляет собой синтез представления, чувств, действий. И как следствие о неразрывности online- и offline-деятельности в сетевом взаимодействии [37].

Социальные сети представляет собой среду межличностного взаимодействия реальных людей через технологические средства. Это взаимодействие редко когда выходит за рамки этой среды. При этом является столь же реальной [3].

Появление такой возможности привело к новым метаморфозам идентификации личности

В конце 1990-х гг. в виртуальном пространстве наблюдалась тенденция множественной идентичности (полиидентичности), конструирования различных форм кибер-идентичности, «зыбкость» и «множественность» Я в виртуальном пространстве общения человека [50,38]. Человек стремился в буквальном смысле примерить на себя различные роли, образы, формы поведения, прощупать возможности, предоставляемые Интернетом того периода развития, насытиться ими. «Интернет становится важной социальной лабораторией для экспериментов с созданием и реконструкцией Я, что характеризует жизнь в постмодернистском обществе», – писала Шерри Теркл [50]. Господствующая ранее тенденция экспериментирования с идентичностью и множественной идентичности в сети сменилась «стабилизацией идентичности». Неразрывность внешнего и внутреннего мира личности отражается и в единстве online- и offline-бытия личности, где не только виртуальность влияет на личность и ее идентичность, но и личность преобразует виртуальное бытие вокруг себя [3].

Статистика Интернета показывает, динамичность и изменчивость сетевой идентичности. Предполагается, что связано это прежде всего с желанием идеализировать свой образ, преувеличить некоторые качества личности или же не упоминать о них. Это дает возможность предполагать наличие нескольких идентичностей (альтернативных), в зависимости от преследуемых целей или особенностей платформ, позволяющих презентовать себя пользователям. Пользователи получают возможность конструировать свой образ [5]. Российскими учеными также отмечается тенденция смены самопрезентации личности в Интернете. А.Г. Асмолов и Г.А. Асмолов считают, что с начала XXI в. «Интернет стал платформой для восстановления стабильности идентичности» [1].

Социальные сети выступают богатым ресурсом для выражения реальной идентичности и самоопределения (например, профессионального и творческого совершенствования и развития), поскольку внешний (offline) и внутренний

(online) мир offline- и online-личности едины в современной действительности. Эта плотная связь при определенных обстоятельствах может привести к возникновению зависимости от виртуального Я и отстранению от реального бытия. В то же время социальные сети являются инструментарием для личности, стремящейся к расширению границ offline-взаимодействия посредством online, обогащая свое реальное бытие дополнительной, простой и доступной ресурсностью [3]. Открытость в онлайн режиме также выражается, как и в офлайн-мире, с доказательствами изучения новых видов деятельности, знакомства с новыми людьми и изменения фотографического пейзажа. Таким образом, сайты социальных сетей не являются побегом от реальности, а представляют собой микрокосм более крупных социальных миров людей. В соответствии с предыдущими исследованиями анализ показов, основанный на профилях Facebook, показал, что наблюдатели могут эффективно использовать наблюдаемую информацию профиля, когда они формируют свои впечатления. Как правило, наши результаты сходятся с другими исследованиями, позволяющими предположить, что люди могут использовать наблюдаемую информацию профиля – будь то количество друзей, фотографии или другую функцию – для формирования точных впечатлений, по крайней мере, по некоторым основным чертам личности [48].

При детальном анализе вопроса презентации личности в

Исследование вопроса предъявления личности на платформах сети интернета показывает, широкую убежденность многих авторов в том, что пользователи идеализируют свой профиль в социальных сетях [40]. На основе этих утверждений возникает вопрос насколько эти идеализированные профили отражают реальную личность пользователя. С другой стороны, имеет место быть мнение, что социальные сети предоставляют широкие возможности отображения своего образа Я, которые способствуют максимально точному межличностному восприятию. Благодаря этим возможностям пользователь может презентовать такие стороны своей личности как окружение, хобби, убеждения, симпатии и антипатии, стиль поведения, являющиеся реальными

сторонами личности. При этом не стоит забывать о имеющихся возможностях пользователя приукрасить эти стороны. Разрешить это противоречие помог эксперимент, проведенный группой американских и германских исследователей. Его цель заключалась в изучения характеристик профиля пользователя социальной сети, которые рассматривались в контексте двух критериев. Первый из них *Videal-selfratings* (рейтинг идеального-Я), который описывали сами пользователи, симпатичного им самим. Второй *observerratings* (рейтинг наблюдателей) суть которого заключалась в восприятии информации на странички другими пользователями. В результатах сказано, что описание пользователя и восприятие его другими пользователями. Что доказывает соответствие представленной информации и реального образа пользователя [40].

Как уже говорилось ранее социальные сети служат платформой, предлагающей эффективные инструменты для воссоздания реальной идентичности. Что и привлекает молодых людей, ищущих новые формы и способы идентификации, поиске и презентации своего Я обществу. Полученные результаты исследований субъектности личности пользователя и взаимосвязи ее виртуальной бытийности с реальным бытием [29] обнаруживают более сложную ситуацию, в которой оказывается современный пользователь социальных сетей. Она проявляется в дифференциации позиций, занимаемых личностью – субъектной или асубъектной. Субъектная позиция выражается в ориентации на поддержку своей идентичности в событии с другим, стремлении к аутентичности бытия в реальном поле. Занимая субъектную позицию, человек способен и стремится быть реалистичным и в киберпространстве.

Социальные сети могут сочетаться с жизнью в *offline*, создавая дополнительную ресурсность, предлагая информацию, способы и операции, совершенствующие бытие личности, повышающие возможность ее самореализации [14, 15, 16]. «Поиск идентичности является очень важным стремлением, выражающимся в стремлении испытать новый опыт, который невозможно испытать в реальном общении» [9]. Асубъектная позиция проявляется в уходе от реальных контактов с другими, отстранении от людей, в

утрате истинной заинтересованности в них. Личность выбирает виртуальную реальность, отгораживаясь от нежелательных контактов, отношений и суждений, формируя ложную идентичность, в результате получая больше подкрепление своей идентичности. Как следствие, возникает опасность «зависания» личности в виртуальном пространстве, когда общение online из средства, расширяющего границы реальной жизни личности, превращается в единственно существующую, превалирующую потребность, подчиняющую себе человека [3, 29]. Эта потребность делает его зависимым от гаджетов (компьютеров, ноутбуков, смартфонов, айфонов, мобильного Интернета и т.д.), новых возможностей виртуализирующегося мира, позволяющих личности не привязываться к месту, дающему возможность виртуального контакта здесь и сейчас (мобильных версий сайтов, социальных сетей, площадок, типа Instagram и т.д.). В результате этой зависимости формируется ложносубъектная позиция личности, препятствующая достижению аутентичности бытия.

Исходя из выводов, сделанных американскими и немецкими учеными об искренности трансляции своего Я в виртуальном мире можно заключить, что существует тенденция пользователей социальных сетей открыто заявлять о себе. Более современные исследования говорят о неоднозначности позиции у пользователей социальных сетей и ее дифференциации, то есть ее субъектности или асубъектности. Субъектность выражается в открытой и правдоподобной трансляции своего Я – идентичности. Переносе элементов реальной идентичности на сетевую. Асубъектность позиции заключается в желании избежать реальные контакты с миром через построение ложной идентичности.

Без сомнения, можно говорить о том, Интернет, безусловно, стал неотъемлемой частью не только жизни большинства людей, но и культуры в целом. Реальная и сетевая идентичность сливаются воедино. Вследствие этого можно сделать вывод о том, что сетевая идентичность становится частью реальной. Социальные сети стали площадкой для самовыражения и самоутверждения личности. Люди удовлетворяют потребность в самоутверждении, общаясь на страничках ВКонтакте, занимаясь ведением

блогов в Twitter, выкладывая фотографии в Instagram. Стоит отметить, что самопрезентация в сети в основном, отражает реальную идентичность личности. Таким образом, можно сделать вывод о том, что использование социумом социальных сетей и интернета могут, с одной стороны, помочь индивидууму в создании персональной идентичности, а с другой - усложнить его. Итак, сетевое погружение социума и становление сетевой культуры могут как усложнять, так и обогащать процесс формирования персональной идентичности. Киберпространство создает новые перспективы для формирования идентичности, увеличивая количество других, которые, сливаясь, создают целостность личности в её глобальном понимании [43].

ГЛАВА 2 ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1 Цель, задачи, предмет и объект исследования

Цель исследования: выявить взаимосвязь уровня вовлеченности в интернет-пространство и самоотношения личности на примере платформы Instagram.

Задачи исследования:

1. Модифицировать Тест межличностных отношений Тимоти Лири для определения особенностей сетевого-Я личности.

2. Выявить особенности вовлеченности в интернет-пространство молодежи на примере сети Instagram.

3. Определить особенности самооценки Я-реального, Я-сетевого и самоотношения у людей с низким и высоким уровнем вовлеченности в интернет-пространство.

4. Определить специфику самооценки Я-реального, Я-сетевого и самоотношения у людей с низким и высоким уровнем вовлеченности в интернет-пространство.

5. Выявить взаимосвязи уровня вовлеченности в интернет-пространство и специфику самооценки Я-реального, Я-сетевого и самоотношения у людей с низким и высоким уровнем вовлеченности в интернет-пространство.

Объект исследования – уровень вовлеченности в интернет-пространство.

Предмет исследования – связь уровня вовлеченности в интернет-пространство и самоотношения личности.

Выборка: Активные пользователи социальных сетей, имеющие профиль в Instagram. 69 человек: 18-25 лет; среднее значение 22,7; $\sigma=2,3$; 43. Из них лица женского пола, 26 мужского. 41 студента, 28 работающих. Место жительства испытуемых города: Челябинск, Златоуст, Костанай, Рудный.

Гипотеза: Существует взаимосвязь уровня вовлеченности в интернет-пространство и самоотношения личности.

2.2 Методики исследования

«Анкета вовлеченности в Instagram»

Автор Козлова Наталья Сергеевна, Ивановский государственный

университет, доцент кафедры социальной психологии, кандидат психологических наук. Анкета разработана с целью изучения уровня вовлеченности и активности личности в Instagram, включая целенаправленный вопрос о наличии и степени выраженности виртуальной (сетевой) идентичности. Анкета была получена в результате личной переписки с автором.

Тест-опросник самоотношения (Столин, Пантелеев).

Версия опросника позволяет выявить три уровня самоотношения, отличающихся по степени обобщенности: глобальное самоотношение; самоотношение, дифференцированное по самоуважению, аутсимпатии, самоинтересу и ожиданиям отношения к себе; уровень конкретных действий (готовностей к ним) в отношении к своему «Я».

Тест межличностных отношений Лири.

Данная методика разработана Тимоти Лири в 1954 году и предназначена для исследования представлений субъекта о себе и идеальном «Я», а также для изучения взаимоотношений в малых группах. Методика является русскоязычной адаптацией, а также в нашем случае использовалась авторская модификация данной методики.

2.3 Методы математической обработки данных

Первичные описательные статистики

К первичным описательным статистикам относятся числовые характеристики распределения признака, измеренного на определенной выборке [21]. Для полученных в результате исследования экспериментальных данных возможно вычислить несколько числовых характеристик (мер): среднее арифметическое, стандартное отклонение, дисперсию, моду и медиану.

В данной работе при обработке результатов были использованы среднее арифметическое (сумма всех анализируемых значений, разделённая на общее количество.), медиану (50-й перцентиль, квантиль 0,5), стандартное отклонение (показатель рассеивания значений случайной величины относительно её математического ожидания).

Подсчет данных проводился с помощью статистического пакета IBM SPSS Statistics (версия 23.0).

Коэффициент корреляции Пирсона (r-Пирсона)

Коэффициент применяется для исследования взаимосвязи двух переменных, измеренных в метрических шкалах на одной и той же выборке. Он позволяет определить, насколько пропорциональна изменчивость двух переменных.

Коэффициент характеризует существование линейной связи между двумя величинами. С его помощью можно определить только силу линейной взаимосвязи между переменными, другие виды взаимосвязей выявляются методами регрессионного анализа.

Подсчет данных проводился с помощью статистического пакета IBM SPSS Statistics (версия 23.0).

Критерий U Манна-Уитни

U-критерий Манна-Уитни используется для оценки различий между двумя малыми выборками по уровню количественно измеряемого признака. Представляет непараметрическую альтернативу t-критерия для независимых выборок. Преимущество его состоит в том, что мы отказываемся от предположения нормальности распределения и одинаковых дисперсий.

Нулевая гипотеза $H_0 = \{\text{уровень признака во второй выборке не ниже уровня признака в первой выборке}\}$; альтернативная гипотеза – $H_1 = \{\text{уровень признака во второй выборке ниже уровня признака в первой выборке}\}$.

Подсчет данных проводился с помощью статистического пакета IBM SPSS Statistics (версия 23.0).

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ УРОВНЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВО И САМООТНОШЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

3.1 Модификация теста межличностных отношений Тимоти Лири для определения особенностей сетевого-Я личности.

Тема вовлеченности в интернет-пространство крайне мало изучена, прежде всего в связи с тем, что не существует общепринятого основания. Помимо времени проведенным в «Instagram» и других подобных показателей важно наличие психологического критерия. Таким критерием, исходя из статей Солдатовой Е.Л. может стать сформированность сетевой идентичности. Методик на ее исследование нет. Мы предлагаем использовать тест межличностных отношений Тимоти Лири, инструкция к которому может быть модифицирована для оценки не только себя, но и других людей, себя глазами других людей, себя идеального и в том числе может быть представлена для заполнения с точки зрения своего аккаунта в Instagram.

Тест межличностных отношения Тимоти Лири основан на круговой структуре личности. Автор предлагал использовать методику для оценки наблюдаемого поведения людей, то есть поведения в оценке окружающих («со стороны»), для самооценки, оценки близких людей, для описания идеального "Я". В соответствии с этими уровнями диагностики меняется инструкция для ответа.

На основе этих примеров мы предлагаем свою модификацию инструкцию Первую инструкцию мы оставляем без изменений: «Вам будут представлены суждения, касающиеся характера человека, его взаимоотношений с окружающими людьми. Внимательно прочтите каждое суждение и оцените, соответствует ли оно Вашему представлению о себе». После заполнения методики впервые респондентам дается модифицированная инструкция: «Еще раз прочтите каждое суждение и оцените, соответствует ли оно Вашему представлению о себе в Instagram. Отвечайте, как бы от лица своего профиля, странички».

Были выявлены значимые различия в ответах после проведения пилотажного исследования на 15 испытуемых. На основании этого мы решили использовать модификацию на большей выборке. Мы предполагаем, что будут выявлены различия в описании межличностных отношений от имени себя и от имени своего профиля в социальной сети.

3.2 Особенности вовлеченности в интернет-пространство молодежи на примере сети Instagram

Второй задачей было выявить особенности вовлеченности в интернет-пространство молодежи на примере сети Instagram. Для этого использовалась «Анкета вовлеченности в Instagram», полученная в результате личной переписки с автором. Анкета содержит качественные вопросы, которые позволяют узнать возраст, ключевые мотивы использования Instagram, а также оценочные вопросы, позволяющие выявить уровень вовлеченности. Используя критерий Колмогорова-Смирнова, мы проверили выборку на нормальность распределения. Результаты на рисунке 1. Также нашли среднее значение, выделили моду и стандартное отклонение. На основе этого выделяем испытуемых с низким уровнем вовлеченности (21 чел.) и высоким уровнем вовлеченности (21 чел.). Результаты представлены на рисунке 2. Мы отсеиваем группу испытуемых со средним уровнем вовлеченности (27 чел.), так как нам интересен метод крайних групп для нахождения значимых различий.

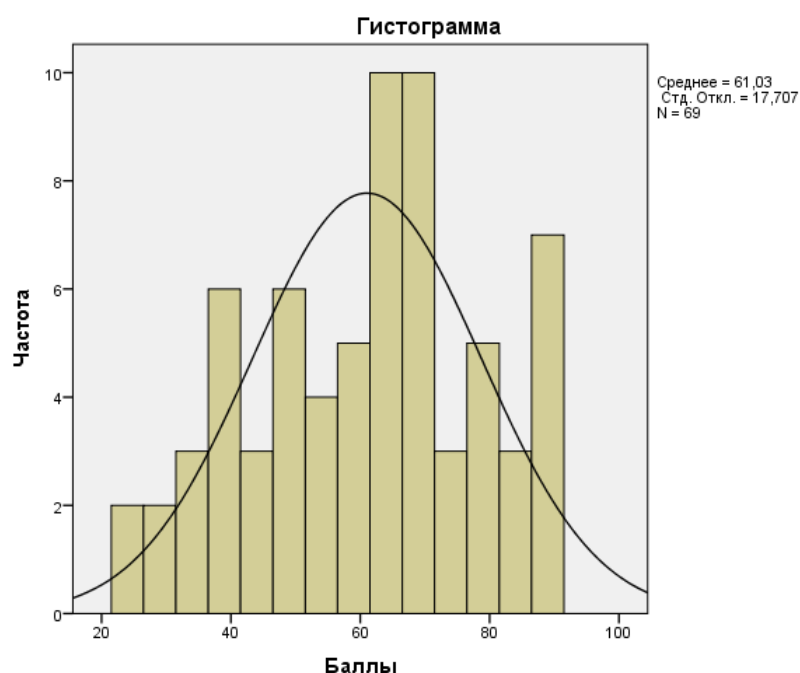


Рисунок 1 – Кривая распределения Гаусса

На рисунке 1 представлена кривая распределения Гаусса. Выборка имеет ненормальное распределение. Из рисунка видно некоторое смещение в сторону высоких результатов. Это можно связать со спецификой возраста: Instagram занимает значимое место в жизни современной молодежи.

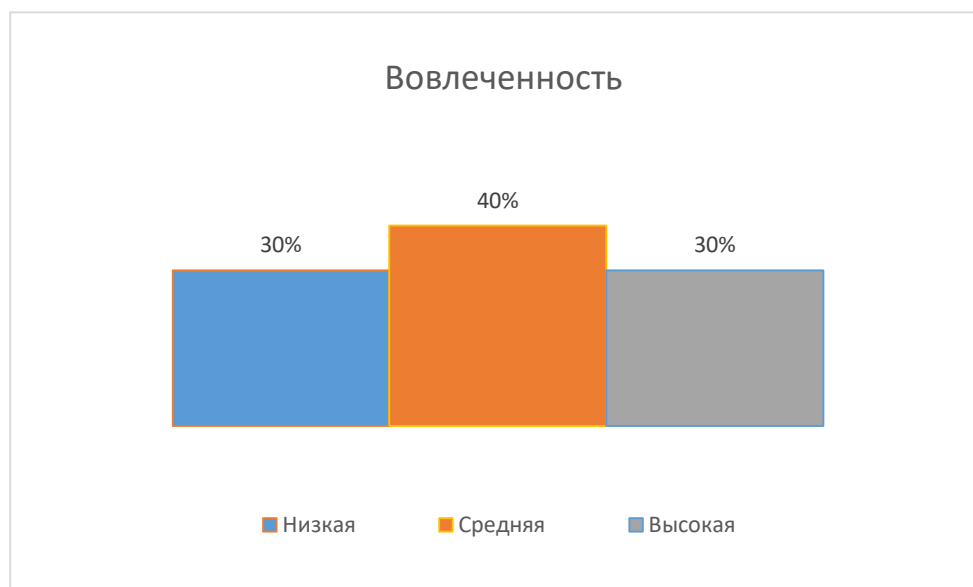


Рисунок 2 – Распределение испытуемых по уровню вовлеченности

На рисунке 2 представлено распределение испытуемых по уровню вовлеченности в процентном соотношении. Данные отличаются от других исследований в данной области. Например, в результатах исследования

вовлеченности студентов в виртуальную среду проведенного в 2018 году Борисовой Е.П уровень вовлеченности составлял: средний уровень у 73,4%; повышенный уровень у 26,6%. Это может быть связано с особенностями сети Instagram и разным подходом в выявлении вовлеченности. Также распределение в нашем исследовании может быть связано с малым количеством испытуемых и на более больших выборках результаты распределения будут приближены к правильному.

Далее был проведен анализ ответов мотивов использования сети Instagram. Результаты представлены на рисунке 3.

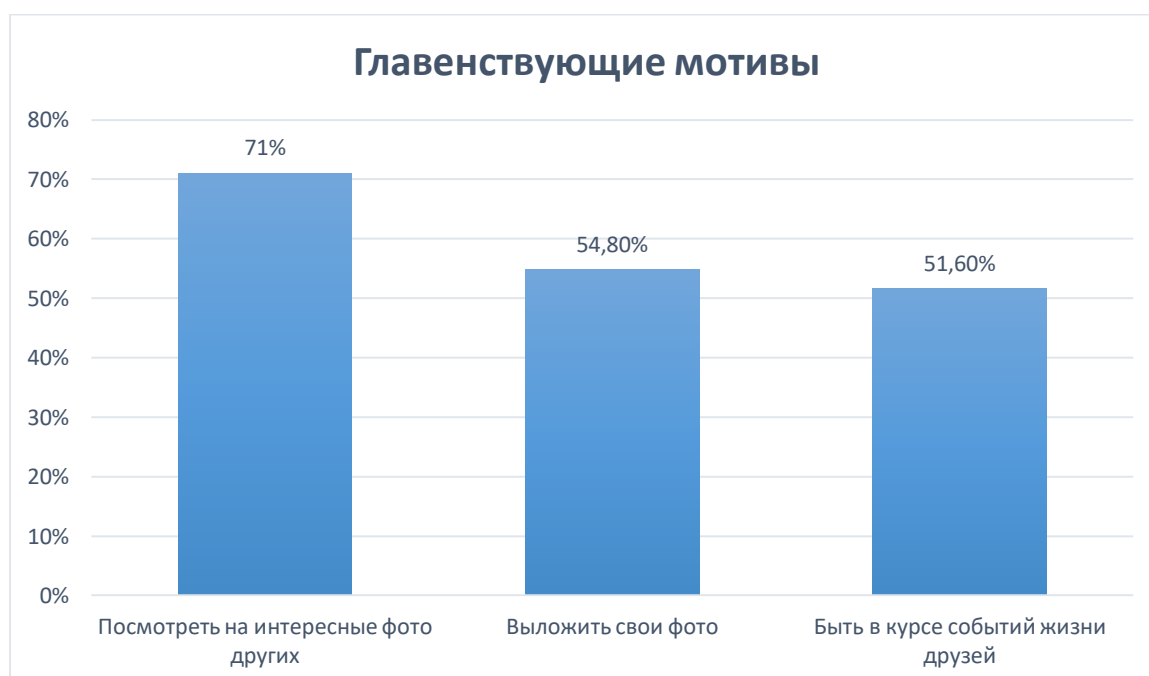


Рисунок 3 – Результаты анализа главенствующих мотивов использования Instagram

На рисунке 3 представлено процентное соотношение главенствующих мотивов использования Instagram. Испытуемым выбирали 3 главных мотива из 7. После проведения качественного анализа ответов по ключевым мотивам использования Instagram можно выделить основные: 1) посмотреть интересные фото других (71%); 2) выложить свои фото (54,8%); 3) быть в курсе событий в жизни друзей (51,6%). Наши выводы частично совпадают с результатами исследования проведенного Козловой Н. С. В котором говорится, что Instagram используют в первую очередь как инструмент обработки фотографий.

Ключевым мотивом времяпровождения в Instagram является не общение с подписчиками и знакомство с новыми людьми [11]. Испытуемые рассматривают социальную сеть, как среду для реализации дополнительных аспектов профессиональной деятельности. Сеть служит обычным дополнением к увлечениям, интересам и несет лишь функцию инструмента для обработки фотографий. «Инстаграм» для них – это новые функции, это опыт обращения с техникой [11.]. Однако, не стоит забывать о возможности вести личный блог и писать посты к фотографиям, получая обратную связь в виде комментариев и лайков, что является возможностью творческой, профессиональной реализации личности. Это те сферы, которые подвержены фактору социального одобрения или негативной обратной связи, что может влиять на самооотношение личности в реальной жизни.

3.3. Особенности самооценки Я-реального, Я-сетевого и самооотношения у людей с низким и высоким уровнем вовлеченности в интернет-пространство.

Третьей задачей было определить особенности самооценки Я-реального, Я-сетевого и самооотношения у людей с низким и высоким уровнем вовлеченности в интернет-пространство. Для определения самооотношения использовалась методика самооотношения (Столин, Пантелеев). Результаты представленный в таблице 1, 3, 5. Для определения особенностей самооценки межличностных отношений с точки зрения Я-реального и Я-сетевого была использована авторская модификация теста Лири. Результаты представлены в таблице 2, 4, 6.

Таблица 1 – Самоотношение у Людей с низким уровнем вовлеченности

Шкалы	Статистики	Среднее	Медиа на	Сигма	Накопленные частоты (%)	Нормы по накопленным частотам
Интегральная		16,41	16	4,9	70	Меньше 50 – признак не выражен
Самоуважение		9,1	9,5	3,1	63	
Аугосимпатия		8,5	8,5	3,2	63	
Ожи., пол., отн., других		9,8	10	1,8	53	
Самоинтересов		6,3	7	1,7	71	

Окончание таблицы 1

Шкалы	Статистики	Среднее	Медиа на	Сигма	Накопленн ые частоты (%)	Нормы по накопленным частотам
Самоуверенности		4,5	4	1,6	54	50-74 – признак выражен
Ожид., отн, других		6	6	1,3	53	
Самопринятия		5	5	1,8	68	
Самопоследовательности		4,41	4	1,3	57	Больше 74 – признак ярко выражен
Самообвинение		4	4	1,4	42	
Самоинтереса		6	6	1	77	
Самопонимания		3,1	2,5	1,6	61	

В таблице 1 приведены средние групповые величины показателей самоотношения у людей с низким уровнем вовлеченности. В последнем столбце указаны нормы по методике. Из таблицы видно, что испытуемые с низким уровнем вовлеченности принимают себя, свой «образ Я» таковым, какой он есть в данный момент времени. Верят в собственные силы, способности справиться с вызовами жизни самостоятельно. Адекватно и положительно оценивают свои возможности и ограничения в контроле ключевых моментов своей жизни. Последовательны и расчетливы в действиях. Осознают себя и свой внутренний мир.

Таблица 2 – Результаты Я-реального по тесту Тимоти Лири у людей с низким уровнем вовлеченности

Шкалы	Статистики	Среднее	Медиана	Сигма	Нормы	
Властный		7,3	8	4,5	0-4 низкий	Адаптивное поведение
Независимый		5,2	4	2,6		
Агрессивный		5,9	5	2,8	5-8 умеренный	
Недоверчивы		6	4,5	3,6		
Покорный		5,1	3,5	3,6	9-12 высокий	Экстремальное поведение
Зависимый		4,9	5	2,9		
Сотрудничающий		6,8	7	2,5	13-16 экстремальный	До патологии поведения
Великодушный		5,6	5	2,6		
Доминирование		2,1	3	7,8		
Дружелюбие		0,4	-0,6	7,9		

В таблице 2 приведены средние групповые величины показателей Я-реального по тесту Тимоти Лири у людей с низким уровнем вовлеченности. В последнем столбце указаны нормы по методике. Из таблицы видно, что испытуемые в межличностном взаимодействии проявляют уверенность, упорство и настойчивость. Имеют потенциал к лидерству, но не обязательно таковыми являются. Заинтересованы в сотрудничестве, кооперации в решении конкретных задач. Могут проявлять конформность, стремятся прислушиваться к мнению окружающих. Проявляют дружелюбие и теплоту в отношениях.

Таблица 3 – Результаты Я-сетевого по тесту Тимоти Лири у людей с низким уровнем вовлеченности

Шкалы \ Статистики	Среднее	Медиана	Сигма	Нормы	
Властный	7,27	7	3,782	0-4 низкий	Адаптивное поведение
Независимый	5,68	5,50	2,998		
Агрессивный	4	3	2,655	5-8 умеренный	
Недоверчивый	2,91	2	1,998		
Покорный	3,14	2,5	2,550	9-12 высокий	Экстремальное поведение
Зависимый	3,5	2,5	2,686		
Сотрудничающий	7,18	8	2,986	13-16 экстремальный	До патологии поведения
Великодушный	5,45	6,50	2,972		
Доминирование	7,45	6,65	5,294		
Дружелюбие	3,44	5,15	8,077		

В таблице 3 приведены средние групповые величины показателей Я-сетевого по тесту Лири у людей с низким уровнем вовлеченности. В последнем столбце указаны нормы по методике. Исходя из данных представленных в таблице можно сделать вывод, что испытуемые с низкой вовлеченностью в сети проявляют более доминантную позицию в общении, стремятся к лидерству. При этом сохраняют тенденцию к кооперации, поиску компромиссов.

Таблица 4 – Самоотношение у Людей с высоким уровнем вовлеченности

Шкалы \ Статистики	Среднее	Медиана	Сигма	Накопленные частоты (%)	Нормы
Интегральная	16,3	18	4,8	74	

Шкалы	Статистики	Среднее	Медиана	Сигма	Накопленные частоты (%)	Нормы
Самоуважение		7,3	8	2,5	48	50-74 – признак выражен
Аутосимпатия		7,8	7	3	57	
Ожи., пол., отн., других		9,6	10	1,8	50	
Самоинтересов		6,5	7	1,4	73	
Самоуверенности		4,6	5	1	56	
Ожид., отн, других		5,6	6	1,1	45	
Самопринятия		4	4	1,9	54	Больше 74 – признак ярко выражен
Самопоследовательности		4,1	4	1,2	55	
Самообвинение		4,1	4	1,6	44	
Самоинтереса		5,8	6,5	1,5	75	
Самопонимания		2,5	3	1,4	54	

В таблице 4 приведены средние групповые величины показателей самооотношения у людей с высоким уровнем вовлеченности. В последнем столбце указаны нормы по методике. Из таблицы видно, что у испытуемых выражено чувство глобального принятия себя. Не всегда уверены в себе, неожиданные ситуации могут выбить из колеи, вызвать сомнения в собственных силах, способности противостоять трудностям, вызывать раздражение, признание к себе, вынесение приговоров «и поделом тебе». Проявляют повышенный интерес к собственным мыслям и чувствам, проявляют готовность общаться с собой «на равных», уверенность в своей интересности для других, ожидают положительных оценок от общества.

Таблица 5 – Я-реальное по тесту Лири у людей с высоким уровнем вовлеченности

Шкалы	Статистики	Среднее	Медиана	Сигма	Нормы	
Властный		7,3	7	3,8	0-4 низкий	Адаптивное поведение
Независимый		5,7	5,5	3	5-8 умеренный	
Агрессивный		4	3	2,7	9-12 высокий	Экстремальное поведение
Недоверчивый		2,9	2	1,9		
Покорный		3,1	2,5	2,7		
Зависимый		7,1	8	2,9		

Статистики Шкалы	Среднее	Медиана	Сигма	Нормы	
Зависимый	7,1	8	2,9	13-16 экстремальн ый	До патологии поведения
Сотрудничающий	5,45	6,5	2,9		
Великодушный	5,45	6,5	2,9		
Доминирование	7,45	6,65	5,3		
Дружелюбие	3,4	5,1	8,1		

В таблице 5 приведены средние групповые величины показателей Я-реального по тесту Тимоти Лири у людей с высоким уровнем вовлеченности. В последнем столбце указаны нормы по методике. Интерпретируя таблицу, можно сказать, что испытуемые проявляют уверенность и стремление к лидерству при общении с окружающими. При это достаточно дружелюбны и стремятся к сотрудничеству. Помощь и советы принимают охотно.

Таблица 6 – Я-сетевое по тесту Лири у людей с высоким уровнем вовлеченности

Статистики Шкалы	Среднее	Медиана	Сигма	Нормы	
Властный	7,4	8	3,651	0-4 низкий	Адаптивное поведение
Независимый	5,52	6	2,96	5-8 умеренный	
Агрессивный	4	3	2,577	9-12 высокий	Экстремальн ое поведение
Недоверчивы	2,64	2	2,039		
Покорный	3,36	3	2,66		
Зависимый	4,12	3	3,113		
Сотрудничающий	7,84	8	3,532	13-16 экстремаль ный	До патологии поведения
Великодушный	6,24	7	4,055		
Доминирование	7,54	6,9	5,206		
Дружелюбие	5,38	5,7	9,422		

В таблице 6 приведены средние групповые величины показателей Я-реального по тесту Тимоти Лири у людей с высоким уровнем вовлеченности. В последнем столбце указаны нормы по методике. Исходя из данных в таблице, мы

видим, что в сети испытуемым с низким уровнем вовлеченности свойственно проявлять себя более добродушно и деликатно.

В рамках этой же задачи была введена новая шкала дельта – разница между Я-реальное и Я-сетевое для низкововлеченных и высокововлеченных. Благодаря этой шкале, мы можем говорить о том, насколько сетевая идентичность основана на элементах реальной идентичности. То есть, чем ближе значение к нулю, тем с большей вероятностью сетевая идентичность основана на элементах реальной идентичности. Результаты в таблицах 7, 8.

Таблица 7 – Δ Я-реальное и Я-сетевое у испытуемых с низкой вовлеченностью

Статистики Шкалы	Среднее	Медиана	Сигма
Властный	0,3182	0	2,2759
Независимый	0,6818	1	2,3981
Агрессивный	1,2273	1	1,631
Недоверчивый	2,2273	2	3,0226
Покорный	2,4545	2	2,4442
Зависимый	1,0455	1	2,7164
Сотрудничающий	0,6364	0	3,2594
Великодушный	2,2273	1,5	4,0348
Доминирование	-2,3909	-2,05	5,9232
Дружелюбие	-0,3364	-1,85	5,8579

В таблице 7 приведены средние групповые величины показателей Дельта Я-реальное и Я-сетевое у испытуемых с низкой вовлеченностью. Из таблицы видно, что у испытуемых с низкой вовлеченностью наибольшее отличие имеют шкалы «Доминирование», «Дружелюбие», «Недоверчивый», «Покорный». Эти типы поведения наименее всего свойственны реальной идентичности. В сети испытуемые проявляют большее стремление к лидерству. Чуть более критичны к пользователям. Могут проявлять больше тенденций к комфорности.

Таблица 8 – Δ Я-реальное и Я-сетевое у испытуемых с высокой вовлеченностью

Шкалы / Статистики	Среднее	Медиана	Сигма
Δ Властный	0,0455	-1	3,6447
Δ Независимый	-0,5	0	2,9236
Δ Агрессивный	1,9091	2	1,8493
Δ Недоверчивый	3,0909	1,5	3,5578
Δ Покорный	2,0455	2	3,3873
Δ Зависимый	1,3636	1,5	3,5529
Δ Сотрудничающий	-0,3636	-1	3,8981
Δ Великодушный	0,1364	-1	4,2235
Δ Доминирование	-5,3727	-5,85	6,6679
Δ Дружелюбие	-3,0364	-3,6	9,2918

В таблице 8 приведены средние групповые величины показателей Дельта Я-реальное и Я-сетевое у испытуемых с высокой вовлеченностью. Из таблицы видно, что у испытуемых с высокой вовлеченностью наибольшее различие имеют шкалы «Доминирование», «Недоверчивый», «Дружелюбие». Эти типы отношений наименее всего свойственны реальной идентичности. Испытуемые в сети проявляют тенденцию к лидерству в общении с пользователями. При этом поддерживают коллаборацию для успешной совместной деятельности.

3.4 Специфика самооценки Я-реального, Я- сетевого и самоотношения

Следующей задачей было определить специфику самооценки межличностных отношений с точки зрения Я-реального и Я- сетевого и самоотношения у людей с низким и высоким уровнем вовлеченности в интернет-пространство. Использовался критерий Манна-Уитни для независимых выборок, так как распределение результатов по выборкам не нормально. Результаты представлены в таблицах 9, 10, 11, 12.

Таблица 9 – Различие показателей самооотношения у испытуемых с низкой и высокой вовлеченностью

Уровень вовлеченности Статистики	Низкий		Высокий		Асимптотическая значимость
	Среднее	Сигма	Среднее	Сигма	
Интегральная	16,41	4,9	16,3	4,8	0,697
Самоуважение	9,1	3,1	7,3	2,5	0,048*
Аутосимпатия	8,5	3,2	7,8	3	0,395
Ожи., пол., отн., других	9,8	1,8	9,6	1,8	0,650
Самоинтереса	6,3	1,7	6,5	1,4	0,796
Самоуверенность	4,5	1,6	4,6	1	0,736
Ожид., отн, других	6	1,3	5,6	1,1	0,261
Самопринятие	5	1,8	4	1,9	0,082
Самопоследовательность	4,41	1,3	4,1	1,2	0,458
Самообвинение	4	1,4	4,1	1,6	0,763
Самоинтерес	6	1	5,8	1,5	0,881
Самопонимание	3,1	1,6	2,5	1,4	0,347

Условные обозначения: * – $p < 0,05$; ** – $p < 0,01$;

В таблице 9 приведены средние групповые величины показателей самооотношения у испытуемых с низкой и высокой вовлеченностью. Из таблицы мы видим значимые различия по шкале «Самоуважения». Испытуемые с большой вовлеченностью обладают более низким самоуважением. Речь идет о том аспекте самооотношения, который эмоционально и содержательно объединяет веру в свои силы, способности, энергию, самостоятельность, оценку своих возможностей, контролировать собственную жизнь и быть самопоследовательным, понимание самого себя.

Таблица 10 – Различия между показателями Я-реальное у испытуемых с низкой и высокой вовлеченностью

Уровень вовлеченности Статистики	Низкий		Высокий		Асимптотическая значимость
	Среднее	Сигма	Среднее	Сигма	
Властный	7,3	4,5	7,3	7	0,072
Независимый	5,2	2,6	5,7	5,5	0,118
Агрессивный	5,9	2,8	4	3	0,009**
Недоверчивы	6	3,6	2,9	2	0,628
Покорный	5,1	3,6	3,1	2,5	0,839
Зависимый	4,9	2,9	7,1	8	0,121
Сотрудничающий	6,8	2,5	5,45	6,5	0,227

Великодушный	5,6	2,6	5,45	6,5	0,251
Доминирование	2,1	7,8	7,45	6,65	0,888
Дружелюбие	0,4	7,9	3,4	5,1	0,145

Условные обозначения: * – $p < 0,05$; ** – $p < 0,01$;

В таблице 10 приведены средние групповые величины показателей Я-реальное у испытуемых с низкой и высокой вовлеченностью, а также величины коэффициентов корреляции. Из таблицы видны значимые различия по шкале «Агрессивный». Испытуемые с низкой вовлеченностью считают себя более резкими и энергичными в поведении, способными проявлять большую напористость и упорство в достижении цели.

Таблица 11 – Различия между показателями Я-сетевое у испытуемых с низкой и высокой вовлеченностью

Уровень вовлеченности Статистики	Низкий		Высокий		Асимптотическая значимость
	Среднее	Сигма	Среднее	Сигма	
Шкалы					
Властный	7,27	7	7,4	8	0,020*
Независимый	5,68	5,50	5,52	6	0,009**
Агрессивный	4	3	4	3	0,095
Недоверчивы	2,91	2	2,64	2	0,839
Недоверчивы	2,91	2	2,64	2	0,839
Зависимый	3,5	2,5	4,12	3	0,287
Сотрудничающий	7,18	8	7,84	8	0,007**
Великодушный	5,45	6,50	6,24	7	0,321
Доминирование	7,45	6,65	7,54	6,9	0,019*
Дружелюбие	3,44	5,15	5,38	5,7	0,142

Условные обозначения: * – $p < 0,05$; ** – $p < 0,01$;

В таблице 11 приведены средние групповые величины показателей Я-сетевое у испытуемых с низкой и высокой вовлеченностью, а также величины коэффициентов корреляции. По шкалам «Властный», «Независимый», «Сотрудничающий», «Доминирование» наблюдаются значимые различия. Испытуемые с низкой вовлеченностью менее уверенно чувствуют себя в сети. Это может быть связано с тем, что они больше осведомлены и погружены в специфику взаимодействия в социальной сети. Им свойственна более высокая ориентация на себя в общении с другими пользователями по сравнению с

высокововлеченными. Испытуемые с высокой вовлеченностью чаще идут на сотрудничество, кооперацию в решении каких-либо вопросов в рамках социальной сети и выражают больше стремления к лидерству.

Таблица 12 – Различия между показателями Δ Я-реальной и Я-сетевое у испытуемых с низкой и высокой вовлеченностью

Уровень вовлеченности Статистики Шкалы	Низкий		Высокий		Асимптотическая значимость
	Среднее	Сигма	Среднее	Сигма	
Δ Властный	0,3182	0	0,0455	-1	0,427
Δ Независимый	0,6818	1	-0,5	0	0,215
Δ Агрессивный	1,2273	1	1,9091	2	0,210
Δ Недоверчивы	2,2273	2	3,0909	1,5	0,665
Δ Покорный	2,4545	2	2,0455	2	0,653
Δ Зависимый	1,0455	1	1,3636	1,5	0,522
Δ Сотрудничающий	0,6364	0	-0,3636	-1	0,247
Δ Великодушный	2,2273	1,5	0,1364	-1	0,109
Δ Доминирование	-2,3909	-2,05	-5,3727	-5,85	0,6
Δ Дружелюбие	-0,3364	-1,85	-3,0364	-3,6	0,2

Условные обозначения: * – $p < 0,05$; ** – $p < 0,01$;

В таблице 12 приведены средние групповые величины показателей Δ Я-реальной и Я-сетевое у испытуемых с низкой и высокой вовлеченностью, а также величины коэффициентов корреляции. Из таблицы можно заключить, что значимых различий показателей Δ Я-реального и Я- сетевого у испытуемых с низким и высоким уровнем не наблюдается. Из этого можно сделать предположение, что испытуемые не отличаются по степени сформированности сетевой идентичности. Следовательно, для ее формирования не важно, как много смысла для человека несет его профиль в социальных сетях. Достаточно лишь иметь этот профиль. Это также может быть основанием предполагать, что сетевая идентичность формируется из элементов реальной и не требует больших усилий и временных рамок для ее конструирования.

3.5 Взаимосвязь уровня вовлеченности в интернет-пространство и специфики самооценки Я-реального, Я-сетевого и самоотношения

Пятой задачей было выявить взаимосвязи уровня вовлеченности в интернет-пространство и специфики самооценки Я-реального, Я-сетевого и самоотношения у людей с низким и высоким уровнем вовлеченности в интернет-пространство. Результаты представлены в таблице 13, 14.

Таблица 13 – Взаимосвязи уровня вовлеченности, специфики самооценки межличностных отношений и самоотношения у людей с низким уровнем вовлеченности

Шкалы	Интегральная	Самоуважение	Аутосимпатия	Ожи., пол., отн., других	Самоинтересов	Самоуверенности
Вовлеченность	-0,132	-0,168	-0,078	-0,083	-0,057	-0,16
Δ Властный	0,443*	0,569**	0,234	0,445*	0,671**	0,516*
Δ Независимый	-0,225	-0,059	-0,236	-0,34	0,137	0,349
Δ Агрессивный	0,262	0,115	0,037	0,043	-0,056	0,430*
Δ Недоверчивы	-0,193	-0,226	-0,625**	-0,036	-0,376*	-0,032
Δ Покорный	0,014	-0,004	-0,434*	-0,247	-0,285	0,142
Δ Зависимый	-0,096	-0,293	-0,273	0,218	0,386**	0,393
Δ Сотрудничающий	0,265	0,035	-0,032	0,44*	0,179	0,531*
Δ Великодушный	0,411	0,215	-0,219	-0,121	-0,004	0,206
Δ Доминирование	0,235	0,433*	0,448*	0,267	-0,012	0,335
Δ Дружелюбие	0,377	0,96	0,323	0,083	0,083	0,646
Шкалы	Ожид., отн., других	Самопринятие	Самополедровательность	Самообвинения	Самоинтереса	Самопонижения
Вовлеченность	0,334	-0,06	-0,222	0,319	-0,347	-0,067
Δ Властный	0,649**	0,441**	-0,304	-0,009	0,543**	-0,087
Δ Независимый	0,253	-0,09	-0,177	-0,104	0,14	0,155
Δ Агрессивный	0,052	-0,325	-0,367	0,035	-0,11	-0,347
Δ Недоверчивый	0,037	-0,254	-0,039	0,617**	-0,455**	-0,546
Δ Покорный	-0,293	-0,557**	-0,194	0,386	-0,285	-0,233
Δ Зависимый	0,308	-0,557**	-0,292	0,243	-0,207	-0,469*
Δ Сотрудничающий	0,431*	-0,319	-0,163	0,164	0,072	-0,135
Δ Великодушный	0,05	-0,061	-0,315	0,333	-0,206	-0,238
Δ Доминирование	0,095	0,011	-0,259	-0,073	0,055	0,064
Δ Дружелюбие	0,22	0,427**	-0,082	0,365*	0,001	-0,117

Условные обозначения: * – $p < 0,05$; ** – $p < 0,01$;

В таблице 13 приведены величины коэффициентов корреляции уровня вовлеченности, специфики самооценки межличностных отношений и

самоотношения у людей с низким уровнем вовлеченности. Исходя из таблицы можно констатировать следующее: Существует слабая прямая взаимосвязь между шкалами « Δ Властный» и «Интегральная» ($r=0,443^*$, $p < 0,05$). Проявление уверенных, энергичных, лидерских позицию в реальной жизни приводит к более полному принятию своего «образ Я». Испытуемые не стремятся компенсировать это чувство в сети. Средняя прямая взаимосвязь между шкал « Δ Властный» и «Самоуважения» ($r=0,569^{**}$, $p < 0,05$), а также слабая прямая связь « Δ Доминирование» и «Самоуважения» ($r=0,433^*$, $p < 0,05$) говорит о том, что уверенность, стремление доминировать в общении в реальной жизни способствует вере в свои силы, способности, пониманию самого себя.

Слабая прямая взаимосвязь шкал « Δ Властный» и «Ожидания положительного отношения от других» ($r=0,649^{**}$, $p < 0,01$) говорит о том, что испытуемые, проявляющие уверенность, энергичность, выражающие стремление к лидерству, ожидают положительного отношения в реальности. Что является для них более значимым, чем положительное отношение в сети. Средняя прямая взаимосвязь между шкал « Δ Властный» и «Самоинтересов» ($r=0,543^{**}$, $p < 0,01$) говорит о том, что испытуемые проявляющие в реальной жизни уверенность в себе более серьезно относятся к своим чувствам и мыслям.

Средняя прямая взаимосвязь шкал « Δ Властный» и «Самоуверенность» ($r=0,516^*$, $p < 0,05$) свидетельствует о том, что испытуемые проявляющие стремление к лидерству, доминировать чувствуют себя более уверенно и способными контролировать свою жизнь.

Средняя прямая взаимосвязь шкал « Δ Властный» и «Самопринятия» ($r=0,441^{**}$, $p < 0,01$) говорит, что испытуемые стремящиеся в реальной жизни доминировать, властвовать принимают себя в целом и существенных частностях.

Средняя прямая взаимосвязь между шкалами « Δ Властный» и «Самоинтересов» ($r=0,543^{**}$, $p < 0,01$) говорит о том, что испытуемые проявляющие в реальной жизни уверенность в себе также уверены в своей интересности для других.

Слабая прямая взаимосвязь шкал « Δ Агрессивный» и «Самоуверенности»

($r=0,430^*$, $p < 0,05$) свидетельствует, что упрямство, упорство в реальной жизни способствует уверенности в своих силах, способностях.

Средняя по силе и обратная взаимосвязь шкал « Δ Недоверчивый» и «Аутосимпатия» ($r=-0,625^{**}$, $p < 0,01$) свидетельствует о том, что открытость, свобода общения в реальной жизни способствует позитивной самооценки и доверию к себе.

Слабая обратная взаимосвязь шкал « Δ Недоверчивый» и «Самоинтересов» ($r=-0,376^*$, $p < 0,05$) говорит о том, что испытуемые в сети более критичны к социуму и самому себе, что мешает прислушиваться к собственным мыслям и чувствам.

Слабая обратная взаимосвязь шкал « Δ Покорный» и «Аутосимпатия» ($r=-0,434^*$, $p < 0,05$) отражает факт, что чем больше испытуемые в реальной жизни робки, не уверены в себе, тем негативно воспринимают себя. Что могут компенсировать в социальной сети.

Средняя обратная взаимосвязь шкал « Δ Покорный» и «Самопринятия» ($r=-0,557^{**}$, $p < 0,01$) свидетельствует о том, что проявление испытуемыми уступчивости и робости в социальной сети приводит к снижению самооценки.

Слабая прямая взаимосвязь « Δ Зависимый» и «Самоинтерес» ($r=0,386^{**}$, $p < 0,01$) говорит о том, что восхищение окружающими, вежливость, комформность в реальности отражает способность к рефлексии, интерес к своим мыслям и чувствам. В то же время проявление зависимости от других в сети ведет к поиску недостатков ($r=-0,557^{**}$, $p < 0,01$) в себе трудностям понимания самого себя ($r=-0,469^*$, $p < 0,05$), что в крайнем проявлении может привести к деперсонализации. Слабая прямая взаимосвязь шкал « Δ Сотрудничающий» и «Ожидание положительного отношения от других» ($r=0,44^*$, $p < 0,05$) свидетельствует о том, что, стремление к сотрудничеству и кооперации в обыденной жизни ведет к ожидание положительного отношения к себе.

Прямая слабая взаимосвязь шкалы «Доминирование» и шкал «Самоуважения» ($r=0,433^*$, $p < 0,05$), «Аутосимпатии» ($r=0,448^*$, $p < 0,05$) можно интерпретировать как: стремление доминировать и проявлять лидерство в реальной жизни

способствует вере в свои силы, способности, энергию, самостоятельность, благоприятно оценивать свои возможности в контроле собственной жизни, быть самопоследовательным, понимать и положительно оценивать себя. Прямая слабая взаимосвязь шкалы «Δ Дружелюбие» и шкал «Самопринятие» ($r=0,427^{**}$, $p < 0,05$) «Самообвинение» ($r=0,365^*$, $p < 0,05$) говорит о том, что чем больше испытуемые в реальной жизни проявляют открытость, стремление строить теплые отношения и сотрудничать, тем больше они одобряют и принимают свой образ, при этом также увеличивается склонность к поиску в себе недостатков, рефлексии, самообвинению.

Таблица 14 – Взаимосвязи уровня вовлеченности, специфики самооценки межличностных отношений и самоотношения у людей с высоким уровнем вовлеченности

Шкалы	Интегральная	Самоуважение	Аутосимпатия	Ожи., пол., отн., других	Самоинтересов	Самоуверенности
Вовлеченность	0,184	-0,112	-0,091	-0,085	0,394	0,39
Δ Властный	-0,043	0,048	-0,054	0,008	0,109	0,152
Δ Независимый	-0,118	0,1	0,259	0,324	0,082	0,088
Δ Агрессивный	-0,211	0,094	-0,437	-0,319	-0,203	0,031
Δ Недоверчивы	-0,106	-0,14	-0,239	-0,263	-0,380	-0,356
Δ Покорный	-0,140	-0,155	-0,417	-0,367	-0,059	0,068
Δ Зависимый	-0,247	-0,122	-0,346	-0,213	0,12	0,115
Δ Сотрудничающий	-0,345	-0,285	-0,063	-0,117	0,116	-0,429*
Δ Великодушный	-0,188	-0,202	-0,098	-0,093	-0,032	0,036
Δ Доминирование	0,064	0,208	0,331	0,318	0,221	0,034
Δ Дружелюбие	-0,214	-0,294	-0,018	0,068	0,23	0,246

Условные обозначения: * – $p < 0,05$; ** – $p < 0,01$;

В таблице 14 представлены результаты взаимосвязи уровня вовлеченности, специфики самооценки межличностных отношений и самоотношения у людей с высоким уровнем вовлеченности. Из данных таблицы, что существует обратная слабая взаимосвязь между шкалами «Δ Сотрудничающий» и «Самоуверенности» ($r=-0,429^*$, $< 0,05$). Можно предположить, что чем больше испытуемые стремятся к кооперации, сотрудничеству в сети, тем больше они чувствуют уверенность в собственных силах, способностях справиться с различными видами деятельностью.

ВЫВОДЫ

1. Тест межличностных отношений Тимоти Лири позволяет выявить особенности сетевого-Я личности при соответствующей модификации инструкции методики.

2. К ключевым мотивам использования Instagram молодыми людьми можно отнести: 1) Просмотр интересных фотографий других пользователей 2) Возможность выложить собственные фотографии; 3) Быть в курсе событий в жизни друзей.

3. Молодые люди с низкой вовлеченностью обладают большей уверенностью в собственных силах. При взаимодействии в сети проявляют более доминантную позицию в общении, стремятся к лидерству. При этом сохраняют тенденцию к кооперации, поиску компромиссов.

4. Молодые люди с высокой вовлеченностью проявляют себя менее уверенно в реальной жизни, неожиданные ситуации с большей вероятностью вызывают трудности, сомнения в собственных силах, способности противостоять трудностям. При общении в сети проявляют себя более добродушно и деликатно чем в реальной жизни.

5. Для Я-сетевого, как у молодых людей с низкой вовлеченностью, так и с высокой, характерно более высокое проявление доминантности в общении, критичности к социальным явлениям происходящим в сети, а также стремление к близким взаимоотношениям по сравнению с Я-реальным.

6. Для молодых людей с с низкой вовлеченностью характерны следующие взаимосвязи: лидерская позиция в реальной жизни связана с принятием своего «образа Я»; верой в способность контролировать свою жизнь, уверенностью в своей интересности для других; конформность в реальности взаимосвязана со способностью к рефлексии, в том числе направленной на поиск в себе недостатков; чем больше в реальной жизни люди с низким уровнем вовлеченности проявляют открытость и стремление сотрудничать, тем больше они принимают собственный образ

7. Для молодых людей с высокой вовлеченностью характерна взаимосвязь

стремления к сотрудничеству в сети и самоуверенности, веры в собственные силы. В реальной жизни молодые люди с низкой вовлеченностью обладают более низким самоуважением. Они менее уверенно чувствуют себя в сети. Им свойственна более высокая ориентация на себя в общении с другими пользователями по сравнению с высокововлеченными. Им свойственна более высокая ориентация на себя в общении с другими пользователями по сравнению с высокововлеченными людьми. Люди с высокой вовлеченностью чаще идут на сотрудничество, кооперацию в решении каких-либо вопросов в рамках социальной сети и выражают большее стремления к лидерству.

8. Δ Я-реальное и Я-сетевое говорит о том, насколько сетевая идентичность основана на элементах реальной идентичности. Были выявлены взаимосвязи компонентов самоотношения и шкал Δ , которые говорят о том, насколько сетевая идентичность основана на элементах реальной идентичности. Эти взаимосвязи свидетельствуют о различиях в межличностном взаимодействии испытуемых с низким уровнем вовлеченности в реальности и в социальной сети, а также о степени этих различий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интернет-среда, в разном своем проявлении, проникает повсеместно в жизнь человека, становится непосредственной ее частью. Она предлагает все больше возможностей в сфере самоактуализации и саморазвития, как творческого, так и личного. Пропорционально этому количественно и качественно растет вовлеченность в это быстроразвивающееся пространство. Уже сейчас молодое поколение начиная от младшего школьного возраста практически полностью погружено в него, с разной степенью вовлеченности. В связи с этим в рядах психологов возникают вопросы по поводу влияния интернет-пространства на человека как на личность.

Современные исследования говорят о наличии взаимосвязей вовлеченности со структурами самоотношения. Также речь идет о таком новообразовании как сетевая идентичность, появление которой по мнению исследователей может нести перемены в этапы развития личности.

Наше исследование было направлено на выявление взаимосвязи уровня вовлеченности в интернет-пространство и самоотношения личности на примере платформы Instagram. В результате исследования были выявлены ключевые мотивы использования Instagramа молодыми людьми: 1) просмотр фотографий других; 2) возможность выложить свое; 3) быть в курсе событий в жизни друзей. Обнаружено что уровень вовлеченности в социальную сеть влияет на уверенность в собственных способности справляться с трудностями в реальности, влияет на самооценку личности. Обнаружено, что тенденция к доминированию в социальной сети, по сравнению с реальностью, критичности к социальным явлениям происходящим в сети, а также стремление к близким взаимоотношениям возрастает не зависимо от уровня вовлеченности молодых людей в социальную сеть. У людей с низкой вовлеченностью многие особенности межличностных отношений в реальности отражаются на самоотношении из чего следует, что проявления реального-Я и соответственно события происходящие в реальной жизни несут для них большую ценность и занимают главенствующую роль.

Практическая значимость исследования состоит в возможности применения полученных данных в сфере возрастного консультирования с подростками для психодиагностики, коррекционной работы, дальнейшего изучения темы и расширения инструментария диагностики вовлеченности в интернет-пространство, а также диагностики и описания сетевой идентичности.

Перспективы дальнейшего исследования: увеличение выборки; включение в группы более широкого спектра возрастов для сравнения и нахождения значимых отличий; применение лонгитюдного метода для получения динамики вовлеченности, самоотношения, реальной и сетевой идентичности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Асмолов, А.Г. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире / А.Г. Асмолов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. – 2010. – № 1. С. 3-21.
2. Белинская, Е.П. Человек в информационном мире. Социальная психология в современном мире / Под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцова. – М.: Аспект Пресс. 2002. – 302-323с.
3. Богомолова, Е.И. Формирование идентичности в виртуализирующемся мире / Е.И. Богомолова // Человек. Сообщество. Управление. – 2014. – №2. – С. 104-120.
4. Борисова, Е.П. Анализ вовлеченности в виртуальную среду студентов гуманитарного профиля / Е.П. Борисов // Педагогика и психология образования. – 2018. – № 2. – С. 117-129.
5. Войскунский, А.Е. Исследования в области психологии компьютеризации: история и актуальное состояние / А.Е. Войскунский // Национальный психологический журнал. – 2006. – С. 58-62.
6. Войскунский, А.Е., Евдокименко, А.С., Федунина, Н.Ю., альтернативная идентичность в социальных сетях / А. Е. Войскунский, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федунина // Вестник Московского университета, серия 14. Психология. – 2013. – № 1. – С. 68-63.
7. Гавриченко, О.В., Смолякова, Т.В. Особенности саморепрезентации в Интернет-дневниках подростков и молодежи / О.В. Гавриченко, Т.В. Смолякова // Психологические исследования: электронный научный журнал. –2008. – № 1. – С. 1. – URL: <http://psystudy.ru>
8. Глазков, А.А., Ермолаев В.В., Пучкова Е.Б., Суховершина Ю.В. Вовлеченность в виртуальную среду поколения Z / А.А Глазков., В.В Ермолаев., Е.Б Пучкова., Ю.В Суховершина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – №10-2. – С. 361-368.
9. Жичкина, А.Е. (2001). Взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста: автореф. дис. ... канд. психол. Наук / А.Е.

Жичкина. – М: Изд-во МГУ, 2001. – 197 с.

10. Козлова, Н. С. Влияние самоотношения на активность личности в интернет-среде / Н.С. Козлова // Современная психология: материалы III Междунар. науч. конф. – Казань: Изд-во Бук. – 2014. – С. 46-48. – URL <https://moluch.ru/conf/psy/archive/156/6287/>

11. Козлова, Н. С. Социальная сеть «Инстаграм» как социально-психологическое явление / Н.С Козлова // Молодой ученый. – 2014. – №16. – С. 387-390. – URL <https://moluch.ru/archive/75/12840/>

12. Козлова, Н.С. Социально-психологические детерминанты восприятия реализованности собственного потенциала личностью: дис. ... канд. психол. наук / Н.С Козлова. – Иваново, 2009. – 240 с.

13. Козлова, Н.С., Сушков, И.Р. Стремление к публичности и самопрезентации как проявление специфических потребностей, реализуемых личностью в интернет-среде / Н.С. Козлова, И.Р. Сушков // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – 2013. – № 6. – С. 22-25. – URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/6/Kozlova_Sushkov_Publicity-Self-Presentation

14. Косивченко, Е.И. Мотивационная регуляция деятельности личности в виртуальном социальном поле бытия (на примере виртуальных социальных сетей). V Съезд общероссийской организации «Российское психологическое общество»: матер. участников съезда. – Москва: Российское психологическое общество. 2012. – Т.3. 47-52 с.

15. Косивченко, Е.И. Стратегии самопредъявления и проблемы приватности личности в виртуальном пространстве ее со-бытия // Личность и бытие: проблемы, закономерности и феноменология со-бытийности : материалы Всерос. науч.-практ. конф. / под ред. З.И. Рябикиной, В.В. Знакова. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2012. – С. 120-124.

16. Косивченко, Е.И. Характерологические особенности личности пользователей социальных сетей Интернета. / Е.И Косивченко // Дружининские чтения: матер. X Всерос. науч.-практ. конф. – Сочи: СГУТиКД. – 2011. – С.140-

144.

17. Кочетков, Т.Н. Самоотношение личности как система установок, направленных на себя / Т.Н. Кочетков // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2015. – Т.8. – № 1. – С. 62-78.

18. Критичность и самооценка в учебной деятельности / А.И. Липкина, Л.Т. Рыбак. – М.: Просвещение, 1968. – 142 с.

19. Летов Е. В. Сетевая идентичность в контексте культурных процессов информационного общества: автореферат, диссертация, канд. философских. наук / Е. В. Летов. – М., 2013. 19 с.

20. Миробразование и личностные феномены Интернет-коммуникации / В.Х. Манеров, Н.Н. Королева, И.М. Богдановская. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2006. – 343 с.

21. Наследов, А.Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных / А.Д. Наследов. – СПб.: Речь. 2006. – 392 с.

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

23. Пантелеев, С.Р. Самоотношение как эмоционально-оценочная система / С.Р. Пантелеев. – М.: Издво Моск. ун-та, 1991. – 100 с.

24. Показатели развития информационного общества в Российской Федерации / Федеральная служба государственной статистики. М.: Росстат, 2018.

25. Психология жителей Интернета / Ю.М. Кузнецова, Н.В. Чудова. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 224 с.

26. Психология. Словарь. Под ред. Петровского А.В. – М.: Политиздат, 1991. – 504 с.

27. Пыжински Т., Гринберг Дж. Роль сфокусированного Я внимания в развитии, поддержании и усилении депрессии [Электронный ресурс] URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/depress.htm>.

28. Рябикина З.И., Знаков В.В., Личность и бытие: проблемы, закономерности и феноменология событийности: матер. Всерос. науч.-практ. конф. Краснодар: Кубанский гос. ун-т. – 2012. – С. 120-124.
29. Рябикина, З. И., Богомолова, Е. И. Возможные изменения субъектной позиции личности в связи с нарастающей виртуализацией ее бытия / З.И. Рябикина, Е. И. Богомолова // Человек. Сообщество. Управление. – 2013. – № 2. – С.76–90.
30. Сарджвеладзе, Н.И. Позиция личности и установка: опыт построения структурно-динамической концепции личности / Н.И. Сарджвеладзе – М.: Известия АН ГССР, серия философии и психологии. – 1985. – № 2. – С. 81–93.
31. Солдатова, Е.Л. Феномен виртуальной идентичности / Е.Л. Солдатова //Образование и наука. – 2018. – Т.20. – №5. – С. 105-106.
32. Сорокоумова Е.А., Пучкова Е.Б., Молостова Н.Ю. Анализ взаимосвязи коммуникативных компетенций студентов и интернет-общения//Нижегородское образование. 2018. –№1. – С.11-16.
33. Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование «Я» в опосредствованном компьютером общении. Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. – М.: Можайск-Терра, 2000. – С. 40-54.
34. Чудова Н.В. Особенности образа «Я» жителя Интернета / Н.В. Чудова // Психологический журнал. – 2002. – Т.23. – №1. – С. 114–118.
35. Шевченко И.С. Факторы динамичности самопрезентаций участников Интернет-общения. Социальные и психологические последствия применения информационных технологий: Мат-лы международной Интернет-конференции / Под ред. А.Е. Войскунского. – М.: Московский общественный научный фонд. 2001. – С. 85-93.
36. Шишкова А.Р. Самопрезентация пользователей социальных сетей WEB 2.0 / А.Р Шишкова // Современные исследования социальных проблем. – 2010. –№ 4. – С. 221-225.
37. Albrechtslund, A. Online Social Networking as Participatory Surveillance / A. AlbrechtslundRetrieved // First Monday. – Vol.13. – 2008. – №3. from

<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2142/1949>

38. Balsamo, A. Signal to noise: On the meaning of cyberpunk subculture. In F. Biocca & M. Levy (Eds.) *Communication in the age of virtual reality*. LEA's communication series. New York: Lawrence Erlbaum Associates. – 1995. – P. 347-368.
39. Bartlett, J. *The Dark Net: Inside the Digital Underworld* / J. Bartlett. – LY: Melville House. – 2016. – P. 320.
40. Coopersmith, S. *The antecedents of self esteem* / S. Coopersmith. – Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press. 1967. – 283 p.
41. Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization. Back, M.D., Stopfer, J.M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S.C., Egloff, B., & S.D. Gosling // *Psychological Science*. – 2010. – №21 (3). – P 372-374. – Retrieved from <http://pss.sagepub.com/content/early/2010/01/28/0956797609360756>
42. Gecas, V. The self-concept / V. Gecas // *Annual Review of Sociology*. 1982. – №8. – P.1–33.
43. Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? / R. Kraut, V. Lundmark, M. Patterson, S. Kiesler, T. Mukopadhyay, W. Scherlis // *American Psychologist*. Vol. 53 (9). –1998. – P. 1017-1031.
44. Kaplan, H.B. Deviant behavior and selfenhancement in adolescence / H.B. Kaplan // *J. of Youth and Adolescence*. – 1978. – Vol. 7. – No. 3. – P. 253–278.
45. Kim, J., Lee, J.-E.R.. The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. – 2011. – № 14. – P. 359-364.
46. Kluemper, D.H., Rosen, P.A., Mossholder, K.W. Social Networking Websites, Personality Ratings, and the Organizational Context: More Than Meets the Eye? *Journal of Applied Social Psychology*. – 2012. –№ 5, –P.1143-1172.
47. Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P.M., & Salimkhan, G. Selfpresentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*. – 2088. – №29. – P.446-458.

48. Manifestations of personality in online social networks: self-reported Facebook-related behaviors and observable profile information (2011) / S. D. Gosling, A. A. Augustine, S. Vazire, N. Holtzman, S. Gaddis // *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*. № 14 (9). P. 483–488.

49. *The Oxford Handbook of Internet Psychology*. Ed. by A. Joinson, K. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips. Oxford University Press. – 2007. – P 32-37

50. Turkle, Sh. Constructions and reconstructions of self in virtual reality: Playing in the MUDs. In S. Kiesler. *Culture of the Internet*. New York: Lawrence Erlbaum Associates. – 1997. – P. 143-155.

51. Turkle, Sh. Parallel lives: working on identity in virtual space. In D. Grodin & T. R. Lindlof *Constructing the self in a mediated world: inquiries in social construction*. Thousand Oaks: Sage. –1996. – P. 156-175.