

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2022, №6, Том 10 / 2022, No 6, Vol 10 <https://mir-nauki.com/issue-6-2022.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/09PSMN622.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Углова, А. Б. Соотношение реальной и виртуальной идентичности студенческой молодежи (на примере автоматизированного анализа профилей в сети ВКонтакте) / А. Б. Углова, И. М. Богдановская,

Б. А. Низомутдинов, А. В. Митрофанова // Мир науки. Педагогика и психология. — 2022. — Т. 10. — № 6. —

URL: <https://mir-nauki.com/PDF/09PSMN622.pdf>

For citation:

Uglova A.B., Bogdanovskaya I.M., Nizomutdinov B.A., Mitrofanova A.V. The correlation of real and virtual identity of students (using the example of automated profile analysis in the VKontakte network). *World of Science. Pedagogy and psychology*. 2022; 10(6): 09PSMN622. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/09PSMN622.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

Работа подготовлена при поддержке субсидий молодым кандидатам наук, утвержденной распоряжением Комитета по науке и высшей школе от 13.07.2022 № 120 «О реализации постановления Правительства Санкт-Петербурга от 30.06.2022 № 598»

Углова Анна Борисовна

ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена», Санкт-Петербург, Россия
Доцент кафедры «Психологии профессиональной деятельности и информационных технологий в образовании»

Кандидат психологических наук

E-mail: anna.uglova@list.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8072-0539>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=636697

Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/E-4061-2017>

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57214242796>

Богдановская Ирина Марковна

ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена», Санкт-Петербург, Россия
Доцент кафедры «Психологии профессиональной деятельности и информационных технологий в образовании»

Кандидат психологических наук, доцент

E-mail: ibogdanovs@herzen.spb.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7303-615X>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=152138

Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/D-8804-2017>

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57192820293>

Низомутдинов Борис Абдуллохонвич

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», Санкт-Петербург, Россия

Ведущий аналитик центра технологий электронного правительства института дизайна и урбанистики

E-mail: boris-wels@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4090-9564>

Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/AAG-3280-2020>

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=56938763900>

Митрофанова Анастасия Вячеславовна

ООО «Фоксфорд», Санкт-Петербург, Россия

Методист по некоммерческим проектам

E-mail: lightandsound@yandex.ru

Соотношение реальной и виртуальной идентичности студенческой молодежи (на примере автоматизированного анализа профилей в сети ВКонтакте)

Аннотация. Актуальность исследования связана с изучением виртуальной идентичности студенческой молодежи, которая опосредует свободный доступ молодых людей к новым социальным общностям, полезной информации, стирая пространственно-временные границы для коммуникации. Исследовательский интерес составляют следующие вопросы: (1) как представлена и с помощью каких средств раскрывается виртуальная идентичность у студенческой молодежи? (2) какие личностные факторы взаимосвязаны с тенденцией к самораскрытию в сети? (3) Как соотносятся реальная и виртуальная идентичность студенческой молодежи? Цель работы состояла в (1) выявлении содержания виртуальной идентичности студенческой молодежи и определении его взаимосвязи с элементами реальной идентичности; (2) выявлении взаимосвязи компонентов виртуальной идентичности и личностных свойств студенческой молодежи. Для реализации цели исследования на примере студенческой молодежи с помощью автоматизированного анализа профилей в сети ВКонтакте, психодиагностического исследования была описана самопрезентация виртуальной идентичности в социальной сети ВКонтакте на разных уровнях обобщения: (а) индивидуальный уровень, реализующий функцию самопрезентации; (б) реляционный уровень, реализующий функцию самораскрытия; (в) коллективный уровень, демонстрирующий принятие коммуникативных ценностей социальной сети и коллективные ценности. Выявлены достоверно значимые различия в психологических характеристиках молодежи с разным уровнем самораскрытия виртуальной идентичности: испытуемые с высоким самораскрытием больше вовлечены в коммуникацию в сети, используют ее для поиска новой информации и перспективного развития социальной и профессиональной идентичности; испытуемым с низким самораскрытием свойственно переживание принадлежности к социальным группам, они описывают свое Я через персональные характеристики и характеристики деятельности, виртуальная идентичность для них является лишь особой формой отражения («визитной карточкой») реальной идентичности. Выявлены взаимосвязи компонентов виртуальной идентичности с позитивным самопринятием и конструктивным стилем воспитания в родительской семье.

Ключевые слова: виртуальная идентичность; студенческая молодежь; социальные сети; самораскрытие; автоматизированный анализ профилей; самопрезентация; самораскрытие

Введение

Социокультурное пространство, в котором происходит взросление молодежи, все время расширяется, ускоряется и становится более хаотичным, что может привести в потере актуальности традиционных маркеров идентичности и снижению чувства сопричастности к базовым социальным группам [1]. В этот непростой период виртуальная среда может помочь заполнить растущие пробелы, предоставляя свободный доступ к новым социальным общностям, информации, стирая пространственно-временные границы для коммуникации [2].

Как указывают Akram M.S., et al. социальные сети являются идеальным местом для продвижения мнений, ценностей, продуктов и идей, что с одной стороны обогащает внутренний мир пользователей, а с другой может оказать и деструктивное влияние на их развитие [3]. На основе взаимодействия с цифровой средой формируется виртуальная идентичность, которая позволяет самопрезентовать и реализовываться в сети [4]. В нашем исследовании мы определяем виртуальную идентичность как динамичное, технологически

опосредованное, моделируемое в виртуальной среде образование, которое включает ряд индивидуальных и групповых ценностей виртуального взаимодействия, самопрезентацию, выраженное через информационный образ и активную деятельность индивида в цифровой среде [5–7].

Многие зарубежные исследователи указывают, что виртуальная идентичность является более гибкой и долговечной, чем другие элементы социокультурной идентичности (профессиональная, учебная, пространственная), так как не привязана к определенной локации и может служить якорем для формирования эмоциональной связи с работой, учебой, родными [8]. Опираясь на работы Brewer M.B., Gardner W.L., Methot J.R., Rosado-Solomon E.H., Allen D.G., Hogg M.A., Terry D.J. можно выделить три уровня виртуальной идентичности на разных уровнях обобщения.

Индивидуальный уровень, связанный с демонстрацией уникальных, с точки зрения человека качеств, увлечений, интересов, которые отличают его от других пользователей и необходимы для самоидентификации [9].

Реляционный уровень виртуальной идентичности, связанный с объединением в микро-группу, и осознанием своей роли в этой группе [10]. Данный уровень предполагает демонстрацию связи с другими людьми или объединениями (семья, отношения, работа, учеба и т. д.), как части своей идентичности. Как указывают в своей работе Bruner M. At al. идентификация в социальных сетях положительно взаимосвязана с командной идентичностью и способствует созданию ощущения единства в групповой работе [11].

Коллективный уровень виртуальной идентичности связан с идентификацией человека с большими социальными группами [12]. В виртуальной среде человеку предоставляется возможность присоединиться к большим социальным группам (демонстрация принадлежности к стране, городу, вузу и т. д.), большим группам по интересам (подписки, сообщества), ассимилировать более широкий спектр социально-культурных ценностей. Как указывает Burke P.J. at al. присоединение к большим группам в социальных сетях способствует развитию социальных навыков, усвоению традиционных ценностей иерархического взаимодействия [13]. В то же время Ну С. с коллегами указывают, что возможность слиться с большими социальными группами может использоваться как форма избегания и способствовать формированию альтернативной идентичности [14].

С учетом проанализированных исследований интерес для изучения составляют следующие вопросы: (1) как представлена и с помощью каких средств раскрывается виртуальная идентичность у студенческой молодежи? (2) какие личностные факторы взаимосвязаны с тенденцией к самораскрытию в сети? (3) Как соотносятся реальная и виртуальная идентичность студенческой молодежи? Цель работы состояла в (1) выявлении содержания виртуальной идентичности студенческой молодежи и определении его взаимосвязи с элементами реальной идентичности; (2) выявлении взаимосвязи компонентов виртуальной идентичности и личностных свойств студенческой молодежи.

Методы

В качестве методов исследования использовался психодиагностический метод, методы математико-статистической обработки эмпирических данных, методы автоматизированного сбора данных. Для изучения реальной и виртуальной идентичности были использованы: опросник «Аспекты идентичности» (Дж. Чик, Тропп), тест Куна — Макпартленда «Кто я?» с модификацией «Кто я онлайн?», Опросник «Аспекты сетевой идентичности» (И.М. Богдановская), незаконченные предложения («Я общаюсь в социальной сети для того, чтобы...»), «Я думаю, что без общения в социальной сети...», «Человек, который посетит мою

страницу, подумает, что я...», «Я бы удалил (а) свою страницу, если...», «Самое интересное для меня в социальных сетях...»). Для изучения психологических факторов, опосредующих виртуальную и реальную идентичности, были использованы: биографический опросник (BIV), тест-опросник самооотношения (В.В. Столин, С.Р. Пантелеев). Сбор данных происходил по виртуальным страницам в социальных сетях. На данном этапе исследования использовался метод парсинга контента, без API, который описан в предыдущем нашем исследовании [15]. Основная идея данного подхода состояла в том, что анализировались только основные публично-доступные параметры страницы пользователя в социальной сети. С целью соблюдения правил по обработке персональных данных, был разработан модуль деперсонализации индивидуальной информации. При работе парсера не сохранялись данные о ФИО пользователя, каждой записи присваивался ID, что исключало персонализацию данных, в таком виде информацию можно считать обезличенной. Для хранения личной информации использовалось кодирование, оценивалось наличие той или иной информации, а не само значение, в итоге, в базу попадало значение в формате 1 и 0, если же это был численный показатель, например количество друзей или подписок, то сохранялось количество. Данный подход позволяет избежать нарушения конфиденциальности пользователей в ходе сбора, хранения и обработки персональных данных пользователей из социальных сетей. Итогом автоматизированной обработки данных персональных страниц стал массив данных, представляющий собой статистическую информацию о профиле пользователя социальных сетей, который включает в себя: ID, Ссылка, Имя, Кол-во интересных страниц, Кол-во видео, Кол-во друзей, Место работы, Год рождения, Дата рождения, ссылка на другие социальные сети (телеграм, скайп, личный сайт, инстаграм), Статус, Образование, Город, Кол-во фотографий, Аватар.

В качестве объекта исследования нами рассматривалась группа студентов, в количестве 76 человек. Средний возраст по выборке — 21,2 лет. В исследовании участвовали 48 девушек (63 %) и 28 юношей (37 %). Участники исследования были отобраны среди студентов, добровольно предоставивших ссылки на свои страницы в социальной сети VK.

Результаты

На первом этапе посредством анализа профиля в социальной сети мы описали самопрезентационные аспекты виртуальной идентичности на разных уровнях обобщения (табл. 1).

Особенности организации социальной сети Вконтакте нацелены в первую очередь на демонстрацию индивидуального уровня виртуальной идентичности, который реализует функцию самопрезентации. Данный компонент в среднем заполнен на треть (33,3 %). В большей степени представлена базовая информация, необходимая для идентификации (ФИО, возраст). *Реляционный уровень* виртуальной идентичности представлен в меньшей степени (15,22 %). Можно предположить, что предоставление информации о семье, работе и образовании связана с высоким уровнем самораскрытия, которое свойственно небольшому количеству пользователей. *Коллективный уровень* виртуальной идентичности (43,7 %) представлен полнее всего и выполняет функции «соглашения», демонстрируя принятие коммуникативных ценностей социальной сети (желание взаимодействовать с другими, общий уровень самораскрытия), коллективные ценности (информацию о стране и городе).

На втором этапе мы разделили выборку на две подгруппы по степени самораскрытия в виртуальной среде. В первую подгруппу вошли молодые люди с самораскрытием больше 30 % (41 %), во вторую с самораскрытием менее 30 % (59 %).

Таблица 1

Представленность различных компонентов виртуальной идентичности в профиле в социальной сети ВКонтакте

Компоненты виртуальной идентичности (представленной в социальной сети ВКонтакте)	Средний % самораскрытия
<i>Индивидуальный уровень виртуальной идентичности (33,3 %)</i>	
Базовая информация о ФИО (имя, фамилия, vk короткий адрес, никнейм, девичья фамилия)	52,7
Информация о возрасте (количество лет, дата рождения)	52,3
Информация о других социальных сетях	11,4
Информация о личных увлечениях, интересах и убеждениях	16,8
<i>Реляционный уровень виртуальной идентичности (15,22 %)</i>	
Информация о семейном статусе и партнере	8,0
Информация о профессиональном статусе и месте работы	21,8
Информация о высшем образовании	15,9
Информация о школьном образовании	15,2
<i>Коллективный уровень виртуальной идентичности (43,7 %)</i>	
Информация о стране, городе проживания и родном городе	60,6
Общий уровень самораскрытия	29,6
Возможность взаимодействия с пользователем	40,9

Составлено авторами на основе экспериментальных данных

С помощью непараметрического критерия Манна-Уитни нами были выявлены достоверно значимые различия в особенностях самооценки своей реальной и виртуальной идентичности у молодежи с разным уровнем самораскрытия (табл. 2).

Таблица 2

Достоверно значимые различия в особенностях самооценки реальной и виртуальной идентичности у молодежи с разным уровнем самораскрытия

Показатели	Высокое самораскрытие		Низкое самораскрытие		U	p-value
	M	SD	M	SD		
Компоненты реальной идентичности						
Коллективная идентичность (Дж. Чик)	19,56	3,84	22,31	5,34	31,50	0,039
Социальные роли (Тест «Кто Я»)						
Перспективные социальные роли Я	0,33	0,71	0,12	0,31	45,50	0,047
Перспективные профессиональные роли Я	0,44	0,88	0,02	0,01	45,50	0,039
Рефлексивное Я	0,03	0,11	0,15	0,55	54,00	0,002
Компоненты виртуальной идентичности						
Принятие сетевой идентичности	4,18	0,85	3,49	1,23	38,00	0,047
Количество групп в профиле	239,89	679,03	53,69	81,71	45,50	0,030
Социальные роли в виртуальном пространстве (Тест «Кто Я онлайн»)						
Демографические характеристики Я	0,56	0,53	0,23	0,44	39,50	0,042
Характеристики деятельности	0,11	0,33	0,46	0,66	42,00	0,035
Позитивные оценочные характеристики	0,22	0,44	0,00	0,00	45,50	0,041
Проблемные самоописания	2,00	2,65	0,31	0,63	30,50	0,038
Самоощущение в социальной сети						
Соответствие профиля реальному "Я"	1,78	0,67	2,23	0,93	40,50	0,042
Чувство защищенности при общении в соц. сетях	6,89	2,71	5,31	2,02	39,50	0,048

Составлено авторами на основе экспериментальных данных

По результатам анализа можно описать личностный профиль молодых людей с высоким и низким самораскрытием. Молодые люди с высоким самораскрытием чаще используют описание своих реальных социальных и профессиональных ролей в будущем. У них больше выражена сетевая идентичность, представлено больше подписок на различные группы ВКонтакте. В описании виртуального Я они чаще используют демографические

характеристики, позитивные оценочные характеристики и проблемные самоописания. Социальная сеть воспринимается как безопасная для общения и коммуникации. Можно предположить, что для данной группы виртуальная идентичность является значимой сама по себе, может очиниваться как позитивно, так и противоречиво, и является своеобразной площадкой для экспериментов и саморазвития. Для молодых людей с низким самораскрытием в большей степени свойственно переживание принадлежности к социальным группам, они чаще описывают свое Я через персональные характеристики, в социальной сети больше чувствуют соответствие профиля реальному "Я" и чаще описывают характеристики деятельности в описания виртуального Я. Можно сказать, что для данной группы виртуальная идентичность является своеобразной «визитной карточкой», которая соотносится с реальной идентичностью и является ее кратким отражением.

На третьем этапе мы выявили взаимосвязи компонентов виртуальной идентичности и психологических факторов, опосредующих становление идентичности (рис. 1).

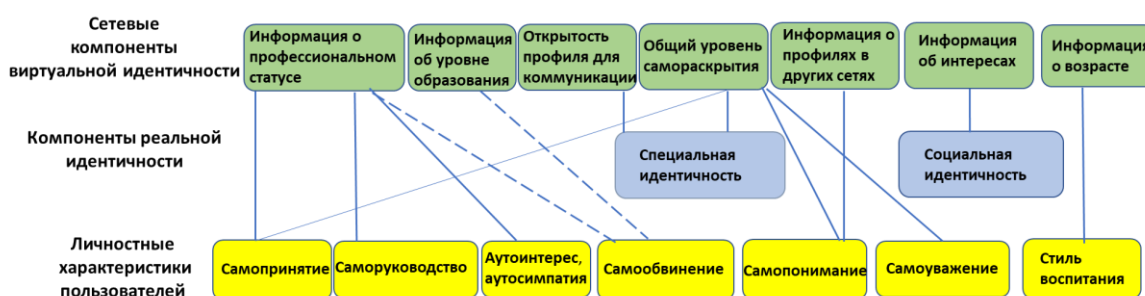


Рисунок 1. Достоверно значимые взаимосвязи компонентов виртуальной идентичности и личностных особенностей молодежи ($p \leq 0,05$) (рисунок авторов)

Из рисунка видно, что выявлена достоверно значимая взаимосвязь некоторых аспектов реальной идентичности с сетевыми компонентами виртуальной идентичности. Специальная идентичность взаимосвязана с открытостью профиля для коммуникации ($r = 0,26$) и общим уровнем самораскрытия ($r = 0,24$). Социальная идентичность взаимосвязана с информацией об интересах, представленной на страницах пользователей ($r = 0,3$). Выявлен ряд взаимосвязей личностных и биографических характеристик с сетевыми компонентами виртуальной идентичности. Самопринятие положительно взаимосвязано с информацией о профессиональном статусе ($r = 0,44$) и общим уровнем самораскрытия в сети ($r = 0,33$). Положительно взаимосвязаны с частотой встречаемости информации о профессиональном статусе высокий уровень саморуководства ($r = 0,51$), аутоинтереса ($r = 0,51$) и аутосимпатии ($r = 0,05$). Выявлены отрицательные взаимосвязи самообвинения с информацией об уровне образования ($r = -0,31$) и профессиональном статусе ($r = -0,47$). Высокий уровень самопонимания ($r = 0,58$) и самоуважения ($r = 0,43$) позволяют пользователям быть более открытыми в ходе сетевого общения. Наличие информации о возрасте положительно взаимосвязано с позитивным восприятием стиля воспитания в родительской семье ($r = 0,54$).

Полученные данные показывают, что сетевые компоненты виртуальной идентичности взаимосвязаны с социальным и специальным (социально-демографическим) компонентами реальной идентичности и опосредованы различными аспектами самоотношения и позитивным стилем воспитания в родительской семье. Это позволяет предположить, что наличие широкого спектра сетевых компонентов виртуальной идентичности может указывать на высокое значение для пользователя социальной оценки, особую значимость ряда социальных групп, представленных в сети, а также на особенности самоотношения и стиля воспитания в родительской семье.

Обсуждение и выводы

Проведенный анализ результатов эмпирического исследования позволяет ответить на поставленные исследовательские вопросы. Виртуальная идентичность пользователей из числа студенческой молодежи, общающейся в социальной сети ВКонтакте представлена на индивидуальном, коллективном и реляционном уровнях. Каждый из выделенных уровней реализует определенные функции в регуляции сетевого поведения пользователей: индивидуальный уровень выполняет функцию самопрезентации, реляционный — самораскрытия, коллективный связан с функцией «соглашения», демонстрации принятия коммуникативных ценностей различных сетевых сообществ и их коллективных ценностей. Выявлены средства, с помощью которых раскрывается виртуальная идентичность у студенческой молодежи. Из тех средств, которые предоставляет пользователям социальная сеть ВКонтакте для конструирования *индивидуального* уровня виртуальной идентичности, используются: базовая информация о ФИО (имя, фамилия, vk короткий адрес, никнейм, девичья фамилия), информация о возрасте (количество лет, дата рождения), информация об использовании других социальных сетей, информация о личных увлечениях, интересах и убеждениях. *Реляционный* уровень виртуальной идентичности организуется с привлечением таких компонентов как: информация о семейном статусе и партнере, информация о профессиональном статусе и месте работы, информация о высшем образовании, информация о школьном образовании. *Коллективный* уровень виртуальной идентичности включает такие маркеры как информация о стране, городе проживания и родном городе, общий уровень самораскрытия, возможность взаимодействия с пользователем через открытый профиль в социальной сети.

Выявлены достоверно значимые различия в характеристиках виртуальной и реальной идентичностей у пользователей с высоким и низким уровнем самораскрытия в сетевой коммуникации. У респондентов с высоким уровнем самораскрытия в меньшей степени выражены коллективные аспекты реальной идентичности, иными словами они менее интенсивно переживают свою принадлежность к таким общностям реального социума как семья, этническая группа, политические и религиозные организации. Однако, в структуре реального Я-образа достоверно чаще отмечаются описания, указывающие на значимость перспективных социальных и профессиональных ролей. В структуре виртуальной идентичности студенческой молодежи с высоким самораскрытием выше выражены индивидуальный и коллективный компоненты, что подтверждается достоверно значимыми различиями в таких аспектах их сетевого облика как переживание принадлежности к сетевым сообществам, стремление подписываться на различные группы ВКонтакте, использованием при описании виртуального Я-образа демографических характеристик, позитивных оценочных характеристик и проблемных самоописаний. Этот результат указывает на особую значимость виртуальной идентичности для респондентов с высоким самораскрытием. Можно предположить, что помимо указанных выше функций самопрезентации, самораскрытия и «соглашения» для данной группы виртуальная идентичность выполняет роль своеобразной площадки для саморазвития и социализации.

В группе с низким самораскрытием достоверно выше выражены коллективные аспекты реальной идентичности, в большей степени свойственно переживание принадлежности к социальным группам. Реальный Я-образ в данной группе достоверно отличается по числу рефлексивных самоописаний по сравнению с аналогичными в группе респондентов с высоким самораскрытием в ходе сетевого общения. В структуре виртуальной идентичности в данной группе достоверно ниже выражено переживание своей принадлежности к сетевым сообществам, однако акцентированы характеристики деятельности. Студенческая молодежь с низким уровнем самораскрытия в сетевом общении интенсивнее отмечают соответствие реального и виртуального Я-образа. Это позволяет предположить, что виртуальная

идентичность для них выполняет дополнительную функцию своеобразной «визитной карточки», которая соотносится с реальной идентичностью и является ее сетевым отражением.

Выявлены личностные факторы, взаимосвязанные с тенденцией к самораскрытию в сети, к которым относятся специальные аспекты реальной идентичности и самопринятие.

В заключении можно сказать, что содержание виртуальной идентичности студенческой молодежи в первую очередь представлено на индивидуальном и коллективном уровнях, для безопасной самопрезентации своих потребностей в коммуникации и является отражением реальной социальной и реальной специальной идентичностей. Эти компоненты виртуальной идентичности опосредуются такими характеристиками самоотношения как самопринятие, саморуководство, аутоинтерес и аутосимпатия. Пользователи с конфликтным самоотношением, склонные к самообвинению, предпочитают снижать объем информации, связанной с профессиональным статусом и уровнем образования. Реляционный уровень виртуальной идентичности представлен в меньшей степени и является показателем высокого самораскрытия. Он взаимосвязан с позитивным самопринятием, а также со специальной идентичностью, указывающей на значимость для пользователя ряда социальных групп, представленных в сети. С нашей точки зрения, данный результат может рассматриваться как показатель потенциала сетевого общения как в социализации пользователей, так и в предоставлении им возможности реализовывать значимые для себя коммуникативные ценности в различных виртуальных сообществах.

Практическая значимость полученных результатов может быть связана с идеями психологического сопровождения самоопределения молодежи в цифровой среде. Для студенческой молодежи характерно проживание жизненных кризисов, связанных с адаптацией к изменившимся условиям учебы, необходимостью войти в новые социальные группы, полностью сепарироваться от родительской семьи. Все эти задачи, разрешаются через обретение связи с другими людьми, что для современного молодого человека связано с обращением к виртуальной коммуникации. Именно поэтому виртуальная идентичность, способы ее конструирования, соотношение с реальной идентичностью и специфика взаимосвязи ее компонентов с личностными свойствами пользователей могут рассматриваться как информация, важная для изучения личностных ресурсов развития студенческой молодежи в цифровой среде, а также для более глубокого понимания процессов киберсоциализации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Обидина Т.В. Эго-идентичность представителей юношеского возраста в контексте киберсоциализации // Современные наукоемкие технологии. — 2013. — № 7–2. — С. 149–150 URL: <https://top-technologies.ru/ru/article/view?id=32154> (дата обращения 10.11.2022).
2. Богдановская И.М., Иконникова Г.Ю., Королева Н.Н. Роль современной информационно-коммуникативной среды в формировании идентичности и образа мира современных подростков // Психологическая наука и образование www.psyedu.ru. — 2015. — Т. 7. — № 1. — С. 1–11. URL: https://psyjournals.ru/psyedu_ru/2015/n1/75625.shtml (дата обращения 10.11.2022).
3. Akram M.S., Malhotra N., Lal B. User engagement on global social networks: Examining the roles of perceived brand globalness, identification and global identity. *Technological Forecasting and Social Change*. — 2022. — V. 181. — p. 121771 URL: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121771> (дата обращения 10.11.2022).

4. Астафьева О.Н. Виртуальные сообщества: «сетевая» идентичность и развитие личности в сетевых пространствах // Вісник Харківського національного університету: Теорія культури та філософія науки. [Вестник Харьковского национального университета: Теория культуры и философия науки] — 2007. — No 776. — С. 120–133.
5. Солдатова Е.Л., Погорелов Д.Н. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы. Образование и наука. — 2018 — 20(5). — С. 105–124. URL: <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2018-5-105-124> (дата обращения 10.11.2022).
6. Фленина Т.А., Богдановская А.Б., Климанова А.В. Возможности использования контент-анализа в исследовании сетевой идентичности современной российской молодежи // Письма в Эмиссия.Оффлайн. — 2015. — № 6. — С. 2368. URL: <http://www.emissia.org/offline/2015/2368.htm> (дата обращения 10.11.2022).
7. Косенчук Л.Ф. Концепции виртуальной или сетевой идентичности: критический анализ // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 5. — С. 693. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=14630> (дата обращения 10.11.2022).
8. Moser J.R., Ashforth B.E. My network, my self: A social network approach to work-based identity. Research in Organizational Behavior. — 2022. — V. 41. — pp. 100–155 URL: <https://doi.org/10.1016/j.riob.2022.100155> (дата обращения 10.11.2022).
9. Brewer M.B., Gardner W.L. Who is this “we”? Levels of collective identity and self representations // Journal of Personality and Social Psychology. — 1996. — V. 71(1) — pp. 83–93 DOI:10.1037/0022-3514.71.1.83.
10. Methot J.R., Rosado-Solomon E.H., Allen D.G. The network architecture of human capital: A relational identity perspective // Academy of Management Review. — 2018. — V. 43. — pp. 723–748 URL: <https://doi.org/10.5465/amr.2016.0338> (дата обращения 10.11.2022).
11. Bruner M., Laren C., Mertens N. Identity leadership and social identification within sport teams over a season: A social network analysis. Psychology of Sport and Exercise. — 2022. — V. 59 — p. 102106 URL: <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2021.102106> (дата обращения 10.11.2022).
12. Hogg M.A., Terry D.J. Social identity and self-categorization processes in organizational contexts // Academy of Management Review. — 2000. — V. 25. pp. 121–140 URL: <https://doi.org/10.2307/259266> (дата обращения 10.11.2022).
13. Burke P.J., Stets J.E., Savage S.V. Punishments and the dominance identity in networks. Social Science Research. — 2020. — V. 93. — p. 102489 URL: <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2020.102489> (дата обращения 10.11.2022).
14. Hu C., Zhao L., Huang J. Achieving self-congruency? Examining why individuals reconstruct their virtual identity in communities of interest established within social network platforms. Computers in Human Behavior. — 2015. — V. 50. — P. 465–475 URL: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.027> (дата обращения 10.11.2022).
15. Tropnikov A., Nizomutdinov B., Uglova A. Development of a prognostic model of the user’s information image using automated tools for processing data from social networks // Communications in Computer and Information Science. — 2019. — T. 1038 CCIS. — С. 405–413 URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-37858-5_33 (дата обращения 10.11.2022).

Uglova Anna Borisovna

The Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg, Russia
E-mail: anna.uglova@list.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8072-0539>
RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=636697
Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/E-4061-2017>
SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57214242796>

Bogdanovskaya Irina Marcovna

The Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg, Russia
E-mail: ibogdanovs@herzen.spb.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7303-615X>
RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=152138
Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/D-8804-2017>
SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57192820293>

Nizomutdinov Boris Abdulohonovich

Saint Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics, Saint Petersburg, Russia
E-mail: boris-wels@yandex.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4090-9564>
Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/AAG-3280-2020>
SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=56938763900>

Mitrofanova Anastasia Vyacheslavovna

Limited Liability Company «Foxford», Saint Petersburg, Russia
E-mail: lightandsound@yandex.ru

The correlation of real and virtual identity of students (using the example of automated profile analysis in the VKontakte network)

Abstract. The relevance of the research is connected with the study of the virtual identity of student youth, which mediates the free access of young people to new social communities, useful information, erasing the space-time boundaries for communication. The following questions are of research interest: (1) how is the virtual identity of students presented and by what means is revealed? (2) what personal factors are interrelated with the tendency to self-disclosure in the network? (3) How do the real and virtual identities of students relate? The purpose of the work was (1) to identify the content of the virtual identity of students and determine its relationship with the elements of real identity; (2) to identify the relationship between the components of virtual identity and the personal properties of students. To realize the purpose of the study, using the example of students with the help of automated analysis of profiles in the VKontakte network, psychodiagnostic research, the self-presentation of virtual identity in the Vkontakte social network was described at different levels of generalization: (a) individual level implementing the function of self-presentation; (b) relational level implementing the function of self-disclosure; (c) collective level demonstrating the acceptance of communicative values social networks and collective values. Significantly significant differences in the psychological characteristics of young people with different levels of self-disclosure of virtual identity were revealed: subjects with high self-disclosure are more involved in online communication, use it to search for new information and promising development of social and professional identity; subjects with low self-disclosure tend to experience belonging to social groups, they describe their Self through personal characteristics and characteristics of activity, virtual identity for them is only a special form of reflection ("business card") of real identity. The interrelations of the components of virtual

identity with positive self-acceptance and constructive parenting style in the parental family are revealed.

Keywords: virtual identity; student youth; social networks; self-disclosure; automated profile analysis; self-presentation; self-disclosure