

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

2023, Том 11, № 5 / 2023, Vol. 11, Iss. 5 <https://mir-nauki.com/issue-5-2023.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/34PSMN523.pdf>

5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии (психологические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Ковалевская, Е. В. Представления о Я-реальном, Я-виртуальном и Я-идеальном у современных студентов / Е. В. Ковалевская, М. И. Александрова // Мир науки. Педагогика и психология. — 2023. — Т. 11. — № 5. — URL: <https://mir-nauki.com/PDF/34PSMN523.pdf>

For citation:

Kovalevskaya E.V., Alexandrova M.I. Ideas about the «real self», the «virtual self» and the «ideal self» among modern students. *World of Science. Pedagogy and psychology*. 2023; 11(5): 34PSMN523. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/34PSMN523.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

Авторский коллектив выражает благодарность руководству ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет», в частности ректору Ильиной Н.А. и проректору по научной работе Анталу Т.К. за предоставленный грант на выполнение научно-исследовательской деятельности молодежными научными группами в 2023 году

Ковалевская Екатерина Владимировна

ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет», Псков, Россия
Доцент кафедры «Психологии и сопровождения развития ребенка»
Кандидат психологических наук
E-mail: summereal@list.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9944-6018>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=690814

Александрова Мария Игоревна

ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет», Псков, Россия
E-mail: alexandrovamriya@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5637-9138>

Представления о Я-реальном, Я-виртуальном и Я-идеальном у современных студентов

Аннотация. В данной статье представлены результаты исследования, направленного на выявление представлений о «Я-реальном», «Я-виртуальном» и «Я-идеальном» у современных студентов. Акцент делается на поиске общего и различий в содержании данных «Я-образов».

Выборку исследования составили студенты различных направлений подготовки Псковского государственного университета в количестве 96 человек. Возраст респондентов: от 18 до 23 лет.

Для диагностики была разработана методика, которая прошла психометрическую проверку.

Установлено, что все три образа «Я» сконцентрированы вокруг взаимодействия с окружающими, при этом каждый из них имеет некоторые особенности.

В структуре «Я-реального» выделяются установки на лидерство и авторитет у окружающих. При этом субъект может проявлять критичность по отношению к другим, эгоистичность и соперничество.

В структуре «Я-виртуального» на первое место выходят установки на обретение экспертности в общении и желании нравится другим. В данном случае тоже возможны эгоистические и конкурентные тенденции, но также появляется стремление к самостоятельности и ответственности.

В структуре «Я-идеального» выделяются установки на харизматичность, успешность, но появляется стремление чувствовать свою нужность во взаимодействии с другими людьми. При этом жестокость и эгоизм уступают место мягкосердечности, прямолинейности и скромности.

Общей чертой для всех «Я-образов» является конформизм, склонность к зависимости в отношениях и стремление к помощи другим. При этом можно предположить, что альтруизм имеет различный характер в зависимости от «образа Я». Так в Я-реальном забота о других может использоваться для достижения лидерской позиции и авторитета у окружающих. Альтруизм Я-виртуального может быть средством реализации стремления к межличностной аттракции и экспертности, а в Я-идеальном альтруизм может использоваться для получения ощущения межличностной нужности.

Ключевые слова: интернет-коммуникация; личностное самоопределение; образ Я; сетевая идентичность; цифровой субъект; Я-виртуальное; Я-идеальное; Я-концепция; Я-реальное

Введение

Современный этап развития общества характеризуется активным развитием информационно-коммуникативных технологий, что увеличивает время и возможности взаимодействия человека с ресурсами сети Интернет. Взаимодействие субъекта с виртуальной средой создает новые условия функционирования личности, которые способствуют появлению новых аспектов Я-концепции. Такими особенностями виртуальной среды являются: анонимность собственного «Я» и «Я» партнеров по общению (П. Бергер, Т. Лукман, 1995 [1]); возможность конструировать виртуальное пространство, исходя из потребностей субъектов коммуникации, а также «присваивать» статусы и социальные роли, не свойственные себе в реальности (В.О. Богданова, 2017 [2]). Так Ч. Тарт указывал, что виртуальная личность может свободно создавать новые версии бытия, где «Я» преобразуется с помощью индивидуального опыта и потребностей субъекта [3].

Содержательно «Я-концепция» включает в себя совокупность «Я-образов». Согласно Р. Бернсу образ «Я» представляет собой совокупность установок личности по отношению к самой себе, которая включает три компонента: представления личности о самой себе, эмоциональную оценку данных представлений (самооценку) и интеракции, которые вызываются самооценкой и образом «Я» [4]. При этом личность под влиянием ситуации развития может формировать различные образы «Я» (И.С. Кон, 1978 [5]).

В.В. Столин указывал, что в структуре «Я-концепции» выделяются [6]:

1. Физическое «Я».
2. Социальная идентичность.
3. Дифференцирующий образ «Я», который формируется на основе сравнения себя с другими людьми.

Ключевыми образами «Я» являются «Я-реальное» и «Я-идеальное». Но в связи с тем, что функционирование и проявления личности в виртуальной реальности может отличаться от ее особенностей в реальной жизни, исследователи все чаще сходятся на мнении о том, что именно в виртуальном пространстве формируется новый «Я-образ» — «Я-виртуальное».

Е.П. Белинская выделяет психологические факторы, способствующие формированию «Я-виртуального» [7]:

- желание реализовать агрессивные импульсы, которые невозможно реализовать в реальной жизни;
- желание произвести впечатление на окружающих;
- желание получить новый опыт по изменению своей идентичности, «проверить» эффект различных стратегий и особенностей поведения и взаимодействия;
- стремление примерить на себя различные социальные роли.

В целом взаимодействие в виртуальной среде характеризуется доминированием визуального канала восприятия (характеризуется ограниченностью), преобладанием вербальной стороны коммуникации, упрощением возможности принять на себя различные социальные роли, возможностью удовлетворения личностью различных потребностей (в общении, признании и уважении, в безопасности, в самовыражении и т. д.) (Кононенко И.А., 2020 [8]).

Подобные данные получены и Л.А. Шайгеровой, Р.С. Шилко, О.В. Ваханцевой, которые также указывают на фактор влияния культурных особенностей конкретного общества на характер поведения личности в виртуальной среде [9].

Согласно А.И. Лучинкиной, «Я-виртуальное» представляет собой желаемый образ, создающего его субъекта [10]. При этом автор подчеркивает наличие возможностей к реализации в виртуальном пространстве самых амбициозных личностных трансформаций.

А.Е. Жичкина¹ обобщает мотивацию создания «Я-виртуального», которая включает мотивы компенсации реальных условий социализации, а также мотивы расширения возможностей и реальных возможностей социализации.

А.Е. Войскунский, А.С. Евдокименко, Н.Ю. Федунина, используя понятие сетевой идентичности, указывают, что она создается личностью для того, чтобы быть презентуемой другим людям [11]. Тем самым можно заключить, что сетевая идентичность — это образ личности для других, а «Я-виртуальное» в этой связи будет являться системой представлений, самооценок и интеракций, отражающий ее особенности. Также данные исследователи указывают на высокую значимость феномена социальных оценок, которые субъект получает в виртуальной среде.

Углова А.Б. с соавторами указывает, что виртуальная идентичность молодежи представлена на индивидуальном, реляционном и коллективном уровнях [12]. Индивидуальный уровень включает систему представлений личности о себе, своих интересах, потребностях и особенностях. Реляционный уровень включает в себя информацию о семейных, профессиональных и образовательных факторах. Коллективный уровень включает в себя представления о стране, месте проживания, а также особенности самораскрытия через открытый профиль в социальной сети.

Н.В. Чудова и Ю.М. Кузнецова полагают, что «Я-виртуальное» занимает промежуточное положение между «Я-реальным» и «Я-идеальным», определяя взаимодействие в виртуальной среде в качестве зоны ближайшего развития [13].

¹ Жичкина А.Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / А.Е. Жичкина, Е.П. Белинская. — URL: https://cyberpsy.ru/articles/self-presentation_identity/ (Дата обращения: 04.10.2023).

М.В. Смирнова и А.А. Моисеева приводят данные, согласно которым между «Я-реальным» и «Я-виртуальным» существуют противоречия, но при этом потребность современной личности в виртуальном взаимодействии увеличивается [14]. При этом соотношение «Я-реального» и «Я-виртуального» во многом определяется способностью личности к социальной адаптации. При усилении неблагополучия в реальной жизни субъект более склонен переносить свою активность в мир виртуальный, где, используя эффекты анонимности и безопасности в самовыражении, он может создавать и проявлять совершенно иные качества и стратегии поведения.

Г.У. Солдатова, С.В. Чигарькова и С.Н. Илюхина с проведенных исследований на подростках и их родителях выявили, что между объективной и виртуальной реальностью нет противоречий, при этом вторая скорее дополняет первую [15]. При их тесная связь заставляет авторов говорить о возникновении смешанной (конвергентной) реальности и принятии субъектами интерактивного пространства как неотъемлемой части нашей жизни.

Отметим, что значительная часть исследований «Я-виртуального» в соотношении с «Я-реальным» и «Я-идеальным» характеризуется некоторой противоречивостью результатов, полученных преимущественно на подростковой выборке, что показывает необходимость дальнейшего более углубленного изучения данной проблемы.

Цель данного исследования заключается в выявлении представлений современных студентов о «Я-реальном», «Я-виртуальном», «Я-идеальном». При этом важно установить, существуют ли различия в данных представлениях и каков их характер.

Методы

Для выявления представлений о Я-реальном, Я-виртуальном и Я-идеальном у современных студентов была разработана авторская методика. Она включала в себя 42 характеристики: производит впечатление на окружающих; умеет распоряжаться, приказывать; умеет настоять на своем; обладает чувством достоинства; независимый; может быть искренним; критичен к другим; любит поплакаться; постоянно в центре внимания; способен признать свою неправоту; восхищающийся и склонный к подражанию; ищущий одобрения; стремящийся произвести впечатление; доброжелательный; отзывчивый к призывам о помощи; любит ответственность; уверен в себе; самоуверен и напорист; соперничающий; стойкий и крутой, где надо; раздражительный; открытый и прямолинейный; не терпит, чтобы им командовали; скептичен; уступчивый; скромный; часто прибегает к помощи других; общительный и уживчивый; нежный и мягкосердечный; любит заботиться о других; любит давать советы; хвастливый; расчетливый; харизматичный; безынициативный; легко поддается влиянию друзей; стремящийся к успеху; эгоистичный; язвительный, насмешливый; недоверчивый и подозрительный; чрезмерно доверчив; склонный к авантюрам и приключениям. Студентами необходимо было оценить данные характеристики по 5-бальной шкале (5 — максимальный балл) относительно того, насколько они ему соответствуют. Данная процедура повторялась три раза (для Я-реального, Я-виртуального и Я-идеального).

Психометрическая проверка данной методики проводилась с помощью анализа распределения по каждому показателю, проведения факторного анализа, а также подсчета критерия Альфа-Кронбаха и надежности эквивалентных половин теста отдельно по каждой части методики. В таблице 1 приведены данные, полученные при расчете критерия Альфа-Кронбаха и коэффициента корреляции между средними арифметическими, полученными по совокупности четных и нечетных вопросов теста.

Таблица 1

**Показатели расчета внутренней согласованности
(критерия Альфа-Кронбаха) и надежности эквивалентных половин теста**

№	Я-реальное	Я-виртуальное	Я-идеальное
Значение критерия Альфа-Кронбаха	0,683	0,711	0,717
Коэффициент корреляции четной и нечетной половин теста / уровень значимости	0,617 / 0,01	0,719 / 0,01	0,593 / 0,01

Составлено автором на основе полученных данных

Выборку исследования составили студенты ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет» следующих направлений подготовки: юриспруденция, социальная психология, электроснабжение, психология служебной деятельности, социальная работа, педагогическое образование, с двумя профилями подготовки (Иностранный язык и Иностранный язык), Психология коммуникации и консультирования, история, информационные системы и технологии, лингвистика, историческое краеведение, таможенное дело, специальное (дефектологическое) образование, информационные системы и технологии, педагогические образование (Математика и Информатика), туризм, строительство и эксплуатация автомобильных дорог и аэродромов. В количестве 96 человек. Возраст респондентов: от 18 до 23 лет.

Результаты

Для обработки полученных результатов использовался факторный анализ, который проводился отдельно для показателей Я-реального, Я-виртуального и Я-идеального.

В результате факторного анализа (описал 83 % дисперсии), проведенного на характеристиках «я-реального», было получено 12 факторов:

Фактор 1 «стремление к успеху и авторитету окружающих» включает следующие показатели: стремление к успеху (0,778), харизматичный (0,732), умеет нравиться (0,706), общительный (0,503).

Фактор 2 «склонность к лидерству» включает следующие показатели: авантюрист (0,865), любит ответственность (0,654), любит приказывать (0,617), любит внимание (0,503), безынициативный (0,499).

Фактор 3 «независимость и уверенность в себе» включает в себя следующие показатели: независимый (0,835), уверен в себе (0,697), прибегает к помощи других (-0,648), самоуверен (0,622).

Фактор 4 «конформизм» включает в себя следующие показатели: ищущий одобрения (0,881), стремящийся произвести впечатление (0,816), стремящийся к подражанию (0,580), уступчивый (0,530), имеющий чувство само достоинства (-0,457).

Фактор 5 «дерзость и прямолинейность» включает в себя следующие показатели: мягкосердечный (-0,661), скромный (-0,593), открыт и прямолинеен (0,503).

Фактор 6 «эгоистичность и хвастливость» включает в себя следующие показатели: эгоистичен (0,690), хвастлив (0,640), раздражителен (0,629), настойчив (0,468).

Фактор 7 «стойкость и соперничество» включает в себя следующие показатели: доверчивый (-0,777), стойкий и крутой (0,762), соперничающий (0,615), язвительный (0,484).

Фактор 8 «критичность и подозрительность» включает в себя следующие показатели: скептически (0,695), критичен к другим (0,557), подражающий (0,527), расчетливый (0,439).

Фактор 9 «доброжелательность и забота о других» включает в себя следующие показатели: заботливый (0,872), открыт к призыву о помощи (0,652), доброжелательный (0,365).

Фактор 10 «завистливость» включает в себя следующие показатели: поддается влиянию других (0,888).

Фактор 11 «доминантность» включает в себя следующие показатели: не терпит (0,750), чтобы им командовали (-0,444).

Фактор 12 «искренность и объективность» включает в себя следующие показатели: искренний (0,630), способен признать свою неправоту (0,657).

В результате факторного анализа (описал 83 % дисперсии), проведенного на характеристиках «я — виртуального», было выделено так же, 12 факторов:

Фактор 1 «стремление к общению и межличностной аттракции» включает в себя следующие показатели: общительный (0,787), стремление к успеху (0,771), умеет нравиться (0,771), имеет чувство достоинства (0,583), умеет произвести впечатление (0,556), харизматичный (0,539), доброжелательный (0,497), раздражительный (0,491), склонный к авантюрам и приключениям (0,446).

Фактор 2 «настойчивость и инициативность» включает в себя следующие показатели: умеет настоять на своем (0,799), безынициативный (0,790), умеет приказывать (0,663), самоуверен (0,637).

Фактор 3 «экспертность в общении» включает в себя следующие показатели: расчетливый (0,782), умеет произвести впечатление на окружающих (0,691), любит давать советы (0,664).

Фактор 4 «альтруистичность» включает в себя следующие показатели: заботливый (0,531), искренний (0,749), часто прибегает к помощи других (0,667).

Фактор 5 «критичность и соперничество» включает в себя следующие показатели: критичен к другим (0,739), склонен к соперничеству (0,749), язвительный (0,656).

Фактор 6 «эгоистичность и подозрительность» включает в себя следующие показатели: эгоистичен (0,766), хвастливый (0,685), подозрителен (0,529), скептичен (0,475).

Фактор 7 «конформизм» включает в себя следующие показатели: склонен к подражанию (0,858), ищущий одобрение (0,601), уступчивый (0,486).

Фактор 8 «стремление к независимости» включает в себя следующие показатели: не терпит командную работу (0,790), уверен в себе (0,606), независимый (0,561).

Фактор 9 «дерзость и жесткость» включает в себя следующие показатели: мягкосердечный (-0,857), скромный (-0,483), стойкий и крутой (0,419), любит находиться в центре внимания (0,501).

Фактор 10 «самостоятельность и ответственность» включает в себя следующие показатели: прибегает к помощи других (-0,877), ответственен (0,660).

Фактор 11 «зависимость и инфантилизм» включает в себя следующие показатели: подвержен влиянию других (0,859), любит поплакаться (0,726).

Фактор 12 «прямолинейность и доверчивость» включает в себя следующие показатели: прямолинейный (0,752), доверчивый (0,601), готов признать свою неправоту (0,378).

В результате факторного анализа, проведенного на показателях, Я-идеального (описал 85 % дисперсии), выделилось 12 факторов:

Фактор 1 «стремление к успеху и харизматичность» включает показатели: харизматичный (0,928), стремление к успеху (0,917), имеет чувство достоинства (0,879), уверен в себе (0,803), умеет нравиться (0,787), общительный (0,782), умеет произвести впечатление (0,755), умеет распоряжаться, приказывать (0,723), доброжелательный (0,704), независимый (0,641), способен признать свою неправоту (0,534), безынициативный (-0,422), постоянно в центре внимания (0,321).

Фактор 2 «скептичность и критичность к другим» включает следующие показатели: скептически (0,818), раздражительный (0,680), любит ответственность (-0,594), язвительный, насмешливый (0,593), критичен к другим (0,576).

Фактор 3 «конформизм» включает показатели: восхищающийся и склонный к подражанию (0,890), ищущий одобрения (0,670).

Фактор 4 «межличностная нужность» включает следующие показатели: производит впечатление на окружающих (0,738), эгоистичен (-0,654), любит давать советы (0,554), отзывчивый к призывам о помощи (0,521).

Фактор 5 «самонадеянность и хвастовство» включает следующие показатели: не терпит, чтобы им командовали (0,875), хвастливый (0,786).

Фактор 6 «стойкость и расчетливость» включает в себя следующие показатели: расчетливый (0,877), стойкий и крутой, где надо (0,659), умеет настоять на своем (0,459).

Фактор 7 «зависимость и инфантилизм» включает в себя показатели: любит поплакаться (0,832), легко поддается влиянию друзей (0,715), часто прибегает к помощи других (0,355).

Фактор 8 «альтруизм и искренность» включает показатели: любит заботиться о других (0,778), уступчивый (0,612), искренний (0,563).

Фактор 9 «мягкосердечность и прямолинейность» включает в себя мягкосердечный (0,839), прямолинейный (0,480).

Фактор 10 «соперничество и напористость» включает такие показатели, как соперничающий (0,758), самоуверен и напорист (0,548), склонный к авантюрам и приключениям (0,350).

Фактор 11 «подозрительность» включает показатели: недоверчивый и подозрительный (0,826).

Фактор 12 «скромность и доверчивость» включает следующие показатели: скромный (0,830), чрезмерно доверчив (0,448).

В результате проведения факторного анализа были выделены основные характеристики представлений о Я-реальном, Я-виртуальном и Я-идеальном (табл. 2).

Сопоставительный анализ всех Я-образов показывает, что неизменной характеристикой, свойственной и Я-реальному, и Я-виртуальному и Я-идеальному, является конформизм. Это означает, что современные студенты не готовы идти против большинства и хотят чувствовать себя частью сообщества, как в объективной, так и в виртуальной реальности.

Представления о себе в межличностных отношениях в зависимости от Я-образа изменяют свой оттенок.

Таблица 2

Представления о Я-реальном, Я-виртуальном и Я-идеальном у современных студентов

№	Я-реальное	Я-виртуальное	Я-идеальное
	Характеристика	Характеристика	Характеристика
1	Стремление к успеху и авторитету у окружающих	Стремление к общению и межличностной аттракции	Харизматичность и стремление к успеху
2	Склонность к лидерству	Настойчивость и инициативность	Скептичность и критичность к другим
3	Независимость и уверенность в себе	Экспертность в общении	Конформизм
4	Конформизм	Альтруистичность	Межличностная потребность
5	Дерзость и прямолинейность	Критичность и соперничество	Самонадеянность и хвастовство
6	Эгоистичность и хвастливость	Эгоистичность и подозрительность	Стойкость и расчетливость
7	Стойкость и соперничество	Конформизм	Зависимость и инфантилизм
8	Критичность и подозрительность	Стремление к независимости	Альтруизм и искренность
9	Доброжелательность и забота о других	Дерзость и жесткость	Мягкосердечность и прямолинейность
10	Зависимость	Самостоятельность и ответственность	Соперничество и напористость
11	Доминантность	Зависимость и инфантилизм	Подозрительность
12	Искренность и объективность	Прямолинейность и доверчивость	Скромность и доверчивость

Составлено автором на основе полученных данных

Так, в Я-реальном студенты стремятся к успеху и авторитету у окружающих, при этом могут проявлять черты эгоистичности и хвастливости, стойкости и соперничества, критичности и подозрительности. В Я-идеальном ситуация похожая. Студенты также стремятся к успеху, но здесь появляется стремление чувствовать свою нужность, хотя ориентация на соперничество с другими сохраняется. В Я-виртуальном вектор взаимоотношений с другими смещается на стремление к общению и межличностной аттракции. Появляется желание нравиться другим, проявлять свои сильные стороны как эксперта взаимоотношений.

Кроме того, согласно полученным данным, наблюдается некий внутренний конфликт между стремлением к независимости и зависимостью. Если в структуре Я-реального студенты четко ощущают себя одновременно независимыми, уверенными в себе и зависимыми, то в Я-виртуальном независимость переходит в стремление к независимости, а к ощущению зависимости прибавляется еще и инфантилизм. В Я-идеальном идеи независимости уходят, уступая место только зависимости и инфантилизму. Тем самым подчеркивается стремление избегать ответственности за свою жизнь, оставаться беззаботным «ребенком», хвастающимся, соперничающим, но при этом скромным и доверчивым.

Интерес вызывает и факт того, что во всех трех образах Я выявляется показатель заботы о других, альтруизма. Но исходя из других характеристик, можно предположить различный его характер. Так в Я-реальном забота о других может использоваться для достижения лидерской позиции и авторитета у окружающих. Альтруизм Я-виртуального может быть средством реализации стремления к межличностной аттракции и экспертности, а в Я-идеальном альтруизм может использоваться для получения ощущения межличностной нужности.

Таким образом, можно сформулировать условную формулу, отражающую желаемый характер Я-реального, Я-виртуального и Я-идеального у современных студентов:

1. Для Я-реального: Я-лидер и авторитет у окружающих.
2. Для Я-виртуального: Я-эксперт в общении и нравлюсь другим.
3. Для Я-идеального: Я-харизматичен, успешен и нужен другим.

Для достижения данных целей независимо от Я-состояния студенты готовы помогать другим и не идти против большинства.

Обсуждение

Данное исследование было направлено на выявление представлений о «Я-реальном», «Я-виртуальном» и «Я-идеальном» у современных студентов. Необходимо было определить, существуют ли различия в данных представлениях.

Установлено, что все три образа «Я» сконцентрированы вокруг взаимодействия с окружающими, при этом каждый из них имеет некоторые особенности.

В структуре «Я-реального» выделяются установки на лидерство и авторитет у окружающих. При этом субъект может проявлять критичность по отношению к другим, эгоистичность и соперничество.

В структуре «Я-виртуального» на первое место выходят установки на обретение экспертности в общении и желании нравится другим. В данном случае тоже возможны эгоистические и конкурентные тенденции, но также появляется стремление к самостоятельности и ответственности.

В структуре «Я-идеального» выделяются установки на харизматичность, успешность, но появляется стремление чувствовать свою нужность во взаимодействии с другими людьми. При этом жестокость и эгоизм уступают место мягкосердечности, прямолинейности и скромности.

Общим для всех «Я-образов» является стремление к конформизму, зависимости и помощи другим. Но данные тенденции в каждом из «Я-состояний» имеют различный оттенок и используются для достижения главной цели — обретение желаемой социальной роли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. — Москва: Меду, 1995. — 323 с.
2. Богданова В.О. Я-образ в мире современных коммуникаций: появление новой сферы опыта / В.О. Богданова // Наука. Общество. Личность. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции, 2017. — С. 84–88.
3. Тарт Ч. Пробуждение. Преодоление препятствий к реализации возможностей человека / Ч. Тарт. — Москва: АСТ Москва, 2007. — 412 с. — ISBN 978-5-17-046164-6.
4. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание / пер. с англ. под ред. В.Я. Пилиповского / Р. Бернс. — Москва: Прогресс, 1986. — 422 с.
5. Кон И.С. Открытие «Я». Над чем работают, о чем спорят философы / И.С. Кон. — Москва: Политиздат, 1978. — 367 с.
6. Рогова Е.Е. Взаимосвязь одиночества и Я-концепции в подростковом возрасте / Е.Е. Рогова // Мир науки. Педагогика и психология. — 2021. — Т 9. — № 6. — URL: <https://mir-nauki.com/PDF/57PSMN621.pdf> (дата обращения: 16.10.2023).

7. Белинская Е.П. Социальная психология личности / Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. — Москва: Аспект Пресс, 2001. — 301 с. — ISBN 5-7567-0137-0.
8. Кононенко И.А. Специфика виртуального общения / И.А. Кононенко // Вестник Донецкого национального университета. Серия Д: Филология и психология, 2020. — № 1. — С. 143–148.
9. Шайгерова Л.А. Культурное опосредование идентичности цифрового поколения: перспективы анализа интернет-активности и социальных медиа / Л.А. Шайгерова, Р.С. Шилко, О.В. Ваханцева // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология, 2022. — № 2. — С. 73–107.
10. Лучинкина А.И. Специфика мотивации интернет-пользователей / А.И. Лучинкина // Перспективы науки и образования, 2014. — № 6(12). — С. 105–109.
11. Войскунский А.Е. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование / А.Е. Войскунский, А.С. Евдокименко, Н.Ю. Федунина // Психология. Журнал ВШЭ, 2013. — № 2. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevaya-i-realnaya-identichnost-sravnitelnoe-issledovanie> (дата обращения: 04.10.2023).
12. 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>.
13. Кузнецова Ю.М. Психология жителей Интернета / Ю.М. Кузнецова, Н.В. Чудова. — Москва: Издательство ЛКИ, 2008. — 224 с. — ISBN 978-5-382-00603-1.
14. Смирнова М.В. Влияние интернет-среды на формирование образа «Я» / М.В. Смирнова, А.А. Моисеева // Наука и образование: актуальные психологические проблемы и опыт решения. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. — Саранск, 2020. — С. 115–119.
15. Солдатова Г.У. Я-реальное и Я-виртуальное: идентификационные матрицы подростков и взрослых / Г.У. Солдатова, С.В. Чигарькова, С.Н. Илюхина // Культурно-историческая психология, 2022. — Т. 18. — № 4. — С. 27–37.

Kovalevskaya Ekaterina Vladimirovna

Pskov State University, Pskov, Russia

E-mail: summereal@list.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9944-6018>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=690814

Alexandrova Maria Igorevna

Pskov State University, Pskov, Russia

E-mail: alexandrovamriya@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5637-9138>

Ideas about the «real self», the «virtual self» and the «ideal self» among modern students

Abstract. This article presents the results of a study aimed at identifying ideas about the «real self», «virtual self» and «ideal self» among modern students. The emphasis is on finding common features and differences in the content of these «Self-images».

The study sample consisted of 96 students from various faculties of Pskov State University. All students are aged between 18 and 23 years old.

A diagnostic questionnaire was developed and psychometrically tested.

It has been established that all three images of «I» are concentrated around interaction with others, and each of them has some characteristics.

Attitudes towards leadership and authority among others are highlighted in the structure of the «real self». At the same time, the subject may be critical of others, selfish and competitive. Attitudes to be an expert in communication and the desire to please others come first in the structure of the «virtual self». Selfish and competitive tendencies are also possible, but the desire for independence and responsibility also appears. Attitudes toward charisma and success are highlighted in the structure of the «Ideal Self», but there also appears a desire to feel needed in interactions with other people. Cruelty and selfishness give way to kindness, straightforwardness and modesty.

The common features of all «I-images» are conformism, a tendency towards dependence in relationships and a desire to help others. At the same time, it can be assumed that altruism has a different character depending on the «image of the self». Thus, caring for others can be used to achieve a leadership position and authority among others in the Real Self. Altruism of the virtual self can be a means of realizing the desire for interpersonal attraction and expertise. Altruism can be used to gain a sense of interpersonal need for the self-ideal.

Keywords: digital subject; ideal self; Internet communication; network identity; personal self-determination; real self; self-concept; self-image; virtual self