



Особенности проявления эгоцентризма у юношей и девушек при составлении постов для общения в сети Интернет

Т. И. Пашукова¹, О. М. Ложникова²

¹Московский Государственный Лингвистический Университет, Москва, Россия, tpashukova@yahoo.com

²Международная Академия Информационных Технологий (ИТ ХАБ), olja.kochas@gmail.com

Аннотация. В статье представлены результаты исследования эгоцентризма как свойства личности и эгоизма в постах, предназначенных для общения в социальных сетях в интернет-пространстве у студентов колледжа. Подтверждена гипотеза об эгоизме в процессе общения юношей и девушек в социальных сетях. Установлено, что студенты с высоким уровнем эгоцентризма менее склонны выкладывать посты в социальных сетях, чем студенты со средним и низким уровнями эгоцентризма.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, личность, эгоизм, эгоцентризм, социальные сети, сфокусированность на себе, юношеский возраст

Для цитирования: Пашукова Т. И., Ложникова О. М. Особенности проявления эгоцентризма у юношей и девушек при составлении постов для общения в сети Интернет // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. 2022. Вып. 4 (845). С. 77–83. DOI 10.52070/2500-3488_2022_4_845_77

Original Article

Peculiarities of the Manifestation of Egocentrism in Young People When Compiling Posts for Communication in the Internet

Tatyana I. Pashukova¹, Olga M. Lozhnikova²

¹Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia, tpashukova@yahoo.com

²International Academy of Information Technologies (IT HUB) olja.kochas@gmail.com

Abstract. The article presents the results of a study of egocentrism as a personality property and egotism of college students in posts intended for communication in social networks in the Internet. The hypothesis about egotism in the process of communication among boys and girls in social networks is confirmed. It was found that students with a high level of egocentrism are less likely to post in social networks than students with medium and low levels of egocentrism.

Keywords: Internet communications, personality, egotism, egocentrism, social networks, self-focus, youth age

For citation: Pashukova, T. I. Lozhnikova, O. M. (2022). Peculiarities of the manifestation of egocentrism in young people when compiling posts for communication in the Internet // Vestnik of Moscow State Linguistic University. Education and Teaching, 4(845), 77–83. 10.52070/2500-3488_2022_4_845_77

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время общение посредством Интернета стало неотъемлемой частью жизни молодежи. Изучение психологических особенностей интернет-коммуникации и проявления личностных свойств в условиях интернет-общения являются особенно актуальными. Одной из проблем такого общения стала проблема самопредъявления или самопрезентации и эгоцентризма личности в условиях общения в социальных сетях. Поэтому наше исследование было направлено на выявление особенностей проявления эготизма и эгоцентризма у юношей и девушек в постах для социальных сетей.

Изучение эгоцентризма, его видов и типов в последние десятилетия стало популярным в связи с изменениями особенностей личности людей, выросших в новых социально-экономических реалиях. Современное поколение молодежи отличается активным общением и взаимодействием в интернет-пространстве и использованием гаджетов. В отличие от непосредственного межличностного общения, общение в интернет-пространстве может способствовать сфокусированности личности на себе, т. е. эгоцентризму, и отражаться на специфике самопрезентации, смысловой подаче и понимании сообщений.

Эгоцентризм представляет собой не только феномен мышления и речи, исследованный Ж. Пиаже и Л. С. Выготским [Пиаже, 2008; Выготский, 1982]. Он наблюдается и как феномен состояния и свойства личности, который ведет к сложностям принятия в расчет мнений, интересов, планов, точек зрения других людей и трудностям координации их со своими собственными [Психология общения. Энциклопедический словарь, 2015]. Существует мнение, что эгоцентризм выполняет функции стабилизации эгосистемы, а в условиях межличностной коммуникации вызывается необходимостью самоутверждения и самосохранения личности, необходимостью отстаивать свое мнение, точку зрения и т. п. [Aalsma, Lapsley, Flannery, 2006]. Е. В. Гейко в своих исследованиях подтвердила взгляд на эгоцентризм как на динамическое явление [Гейко, 2002].

Эгоцентризм проявляется в виде таких феноменов, как личностный миф, иллюзия прозрачности, эффект прожектора, воображаемая аудитория, проклятие знания, феномен ложного консенсуса, сфокусированность на себе [Пашукова, Панфилова, 2020].

Проявление эгоцентризма различается на разных этапах развития личности по феноменологии, степени выраженности и типу. Внешние проявления эгоцентризма связаны с особенностями общения, поведения и поступками личности.

Для изучения эгоцентризма при общении в социальных сетях юношей и девушек важно учитывать

психологические характеристики юношеского возраста. В этом возрасте завершается развитие свойств когнитивных процессов, уровня притязаний и самооценки, происходит активное самопознание и формирование мировоззрения, выработка ценностных ориентаций, социокультурной идентичности и стратегии жизненного пути. В этот период формируются навыки, которые будут в период взрослости обуславливать особенности коммуникации и взаимодействия индивида с разными людьми [Кон, 1979]. Для юношеского возраста типичны жизненные кризисы, которые усиливают эгоцентризм.

Высокий уровень эгоцентризма личности становится коммуникационным барьером и затрудняет адекватность восприятия и анализ высказываний и позиций других людей. Следствием эгоцентризма становятся конфликтность, психологическое отчуждение, обидчивость, неуступчивость и упрямство.

Для понимания последствий эгоцентризма для общения важно учитывать его тип, который, как правило, определяется экстравертированной или интровертированной направленностью личности. Так, для человека с выраженным эгоцентризмом экстравертированного типа характерна чрезмерная демонстрация себя и своих достижений, эготизм и эгомания. У лиц с интровертированной направленностью эгоцентризм выражается в позиции «себе на уме», в низкой активности при отстаивании своего мнения.

Эготизм как феномен эгоцентризма представляет собой стремление человека рассказывать о себе, своем окружении, интересах и опыте. В психологии он описывается еще и как самовлюбленность и преувеличенное мнение о себе самом, о собственных достоинствах и значимости, связи с каким-либо событием, человеком или предметом [Психология общения. Энциклопедический словарь, 2015].

Эгоцентризм и повышенный эготизм могут влиять на интернет-коммуникацию, позволяющую ускорить обмен информацией, экономить время на сборы и дорогу для проведения личных встреч. С помощью ресурсов сети Интернет можно писать сообщения, звонить по аудио- и видеосвязи, обмениваться e-mail сообщениями, сообщениями в чатах, писать сразу широкой аудитории или кому-то лично, а также распространять и популяризировать информацию [Whitty, Young, 2017].

Наиболее широким средством коммуникаций выступают социальные сети. Это ресурсы, которые существуют в качестве средства, обеспечивающего некоторые взаимоотношения между людьми и организациями в рамках сети Интернет.

В современном варианте «социальная сеть» представляет собой сайт, платформу, онлайн-сервис или мобильное приложение, предназначенные

для обеспечения и организации взаимосвязи между пользователями. Пользователи социальных сетей могут выкладывать публикации (посты), содержание которых может быть достаточно разнообразным: текст, фотография, музыкальная композиция, видеофайл, анимированное изображение, презентация, рисунок и др. В социальных сетях есть возможность распространять и делиться публикациями других пользователей, создавать сообщества по кругу интересов, принадлежности к каким-либо социальным группам (например, группе института, города).

Социальные сети реализуют ряд социально-психологических функций, таких как: коммуникционная, информационная, социализирующая. Кроме того, благодаря социальным сетям, осуществляется самопрезентация, происходит идентификация и др.

В подростковом и юношеском возрастах социальные сети влияют на формирования ряда свойств личности и ее психических процессов.

Психологи отмечают, что возможность анонимности ведет к тому, что пользователи меньше дают себе отчет и в меньшей мере контролируют свои действия. Кроме того, часто анонимность в Интернете приводит к снижению внимания к себе, а также к боязни оценки себя со стороны других.

Коммуникация в Интернете происходит в основном в письменном виде, поэтому она отличается более скудными средствами в сравнении с устной коммуникацией при непосредственном межличностном общении.

Ученые из университетов Нью-Йорка и Чикаго исследовали коммуникацию с помощью *mail* и установили, что коммуникаторы переоценивают свою способность выражать эмоции в письменном виде, что может быть связано с эгоцентризмом [Kruger, Epley, 2005].

Анализируя исследования по проблемам интернет-коммуникации, мы предположили, что коммуникация в социальных сетях может иметь признаки эгоцентризма и эгоизма у ее участников.

Для проверки этого предположения были подобраны методики и разработана процедура эмпирического исследования, чтобы проверить справедливость следующих гипотез.

Гипотеза № 1. Эгоцентризм как свойство и состояние личности юношей и девушек может проявляться в процессе их общения в социальных сетях.

Гипотеза № 2. Чем выше величины показателей эгоцентризма как свойства личности у юношей и девушек, тем выше показатели их эгоизма в постах в социальных сетях.

Испытуемыми в нашем исследовании стали студенты автономной некоммерческой организации

профессионального образования «Международной Академии Информационных Технологий» «ИТ ХАБ» (АНО ПО «ИТ ХАБ»). Выборка составила 62 человека, возрастом от 16 до 21 года.

По возрасту и роду занятий все участники исследования попадают в категорию «Студенческая молодежь», которые учатся по направлениям подготовки, связанным с пиаром, коммерцией и сферой медиакommunikаций.

Для проверки гипотез применяли такие **методы**, как наблюдение, анкетирование, беседа, тестирование, контент-анализ постов.

Наблюдение было важным для контроля и оценки поведения и отношения студентов к исследованию. Анкетирование и опросники подбирались с целью сбора таких данных, как пол, возраст, частота публикаций и время пребывания в социальной сети. Тестирование позволило получить показатели эгоцентризма испытуемых, а анализ текстов постов нужен был для изучения проявления эгоцентризма и эгоизма.

Тестирование для установления величины и уровня эгоцентризма осуществлялось с помощью проективного теста эгоцентрических ассоциаций (ЭАТ) [Пашукова, 2001]. Результаты данного тестирования позволяют судить о величине и уровне эгоцентрической сфокусированности на себе испытуемых.

Эгоизм исследовался с помощью метода контент-анализа текстов постов, предназначенных для выкладывания в социальных сетях [там же].

Показатели эгоцентризма и эгоизма мы сопоставляли с такими психометрическими характеристиками личности испытуемых, как экстраверсия, доброжелательность, сознательность, невротизм и открытость опыту получаемыми благодаря короткому опроснику Большой пятерки (Б5-10) Егоровой–Паршиковой [Егорова, Паршикова, 2016].

В процессе анализа результатов мы учитывали пол, особенности гендерной идентичности участников исследования с помощью методики «Маскулинность–фемининность» [Бем, 2004].

Обработка результатов осуществлялась с помощью методов математической статистики и программы IBM – SPSS v.26.

ПРОЦЕДУРА ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ЭГОЦЕНТРИЗМА ПРИ ОБЩЕНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

После получения согласия участвовать в исследовании студентам предлагалось заполнить анкету. В нее были включены вопросы о возрасте, поле, направлении подготовки и вопросы, необходимые

для выяснения, какими социальными сетями студенты колледжа пользовались раньше и какими пользуются в настоящее время (использование некоторых социальных сетей в настоящее время ограничено на территории РФ), о частоте выкладывания ими постов в социальных сетях и длительности времени, которое они в них проводят.

После заполнения анкеты испытуемые сканировали QR-код для прохождения исследования по методикам маскулинности-феминности, опросника «Большой пятерки» (Б5-10) и др. Тестирование с помощью методики ЭАТ проводилось письменно в присутствии исследователя.

Для изучения эгоизма участникам предлагалось составить тексты для потенциальной публикации в социальной сети на три темы: мои достижения, семья, чувства и эмоции. Данные темы были неслучайны, так как они определены как самые популярные для публикаций в социальных сетях в исследовании М. Андерсон и Цз. Цзян о привычках и опыте использования социальных сетей среди подростков [Anderson, Jiang, 2018].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭГОЦЕНТРИЗМА И ИХ АНАЛИЗ

Результаты исследования, полученные с помощью каждой примененной методики, фиксировались в сводных таблицах и затем сопоставлялись и анализировались. Характеристика выборки делалась по результатам того или иного исследования с помощью показателей математической статистики, таких как минимальные и максимальные величины показателей, средние арифметические значения для всей выборки или ее частей, например, юноши и девушки (M) и стандартные отклонения (SD). При необходимости сравнение выборок осуществлялось при помощи t -критерия Стьюдента. Корреляционный анализ предполагал использование показателей величин корреляций по методикам Пирсона (r) и Спирмена (R) с указанием величин их значимости (R_{zn}) и вероятности ошибки (p). Кроме того, в случаях предположения нелинейной зависимости высчитывался показатель η^2 .

Изучение ответов на вопросы анкеты о частоте публикаций показало, что подавляющее большинство испытуемых тратят на социальные сети от 1 до 8 часов в сутки (82 % испытуемых). Юноши проводят в социальных сетях меньше времени, чем девушки.

Большинство принявших участие в опросе студентов ответили, что они редко выкладывают какие-либо публикации в социальных сетях. Например, 56,45 % испытуемых выкладывают посты

реже, чем один раз в месяц, а 75,8 % – не чаще нескольких раз в месяц. Девушки выкладывают публикации чаще, чем юноши. Если 81,6 % юношей выкладывают какие-либо посты не чаще нескольких раз в месяц, то 87,5 % девушек делают публикации с частотой нескольких раз в неделю.

Благодаря анкетному опросу был получен список социальных сетей (к которым участники исследования также отнесли ряд мессенджеров и прочих платформ, максимально приближенных по своему функционалу к социальным сетям), наиболее популярных у наших испытуемых. На сегодняшний день – это такие социальные сети: ВКонтакте (52 пользователя), Instagram* (36) и Telegram (36).

Была проведена проверка нормальности распределения всех сравниваемых показателей с помощью критерия Шапиро-Уилка. За исключением эгоцентризма ($p = 0,269$), маскулинности-феминности ($p = 0,186$) и эгоизма ($p = 0,137$) уровень значимости остальных показателей не соответствует нормальному распределению.

Тест эгоцентрических ассоциаций выявил у семи испытуемых (пять юношей и две девушки) очень высокий уровень эгоцентризма, у 22 – высокий (14 юношей, восемь девушек), у 29 – средний (17 юношей, 12 девушек), у четырех – низкий (двое юношей, две девушки).

В процессе контент-анализа содержания текстов, предназначенных для публикаций в социальных сетях, использовался подсчет коэффициентов эгоизма для каждого из текстов и их среднеарифметические величины.

Самые высокие показатели эгоизма выявлены у испытуемых в постах на тему «Мои достижения» ($M = 0,697$ при $SD = 0,388$). Несколько меньшим оказался эгоизм в постах на тему «Семья» ($M = 0,452$, при $SD = 0,434$) и на тему «Чувства и эмоции» ($M = 0,326$ при $SD = 0,412$). Среднеарифметические данные эгоизма по группе испытуемых с учетом всех тем равны $M = 0,391$ при $SD = 0,293$.

Сопоставление величин эгоизма и эгоцентризма испытуемых с их уровнем гендерной идентичности для всей выборки значимой связи не выявило. Вероятно, это вызвано тем, что большинство участников (36 человек) оказались андрогинами со среднеарифметическим показателем эгоцентризма $M = 20,0$ и эгоизма $M = 0,50$.

Наблюдается зависимость эгоцентризма от пола. У девушек этот показатель оказался выше, чем у юношей ($M = 20,2$ и $M = 19,26$, соответственно), а эгоизм, наоборот – выше у юношей ($M = 0,53$ у юношей и $M = 0,40$ – у девушек).

Исследование взаимосвязи пола испытуемых с индексом эгоцентризма и коэффициентом

эготизма проведено с помощью t-критерия Стьюдента для независимых выборок (сопоставлялись данные в номинативной и неноминативных шкалах). В ходе анализа значимых корреляций обнаружено не было.

При исследовании созависимости величин эгоцентризма и эготизма с помощью коэффициента корреляции Пирсона значимых корреляций не обнаружено ($p = 0,761$). Отсутствие значимости также было обнаружено при сравнении коэффициента эготизма и индекса эгоцентризма отдельно для юношей ($p = 0,59$) и девушек ($p = 0,927$). Криволинейная связь эготизма и эгоцентризма оказалась невелика ($\eta^2 = 0,118$).

Важной частью нашего исследования было сопоставление показателей эготизма и эгоцентризма с частотой публикаций и временем, проведенном в социальных сетях. Коэффициенты корреляционного анализа по Спирмену (R) представлены в таблице (см. табл.1).

Результаты, представленные в таблице, показывают значимую корреляцию времени, проводимого в социальных сетях, и частоты публикаций ($R = 0,396$ при $p = 0,001$). Можно считать, что чем больше времени юноши и девушки проводят в социальных сетях, тем чаще они выкладывают какие-либо публикации. Причинами подобной связи могут быть: необходимость продумывания текста и оформления какой-либо публикации, проверка ее популярности, выражающейся в реакциях в виде лайков и репостов, а также оформления ответов на комментарии других пользователей. На эти действия затрачивается много времени, которое входит в общее время, проведенное в социальных сетях. Пользователи, которые проводят в социальных сетях много времени, делятся событиями своей жизни.

Прослеживается обратная связь величин показателей эгоцентризма с частотой публикаций

($R = -0,194$). Чем выше показатели эгоцентризма, тем реже испытуемые выкладывают посты в социальных сетях. Это может свидетельствовать о наличии у них эгоцентризма интровертированной формы и о том, что эгоцентризм в данном случае не связан с желанием рассказать о себе посредством поста в социальной сети.

Корреляционный анализ был проведен по методике Спирмена и для сопоставления величин показателей эгоцентризма и эготизма с индексами испытуемых, полученными по шкалами опросника Б5-10 (экстраверсия, доброжелательность, сознательность, невротизм, открытость опыту).

Обнаружено, что эгоцентризм имеет тенденцию к обратной (отрицательной) связи со шкалой «Невротизм» ($R = -0,215$ при $p = 0,01$). По нашему мнению, эта корреляция является наглядным проявлением одной из ключевых функций эгоцентризма в юношеском возрасте – функцией стабилизации эго-состояния. Таким образом, более эгоцентричные юноши или девушки менее невротичны.

Выводы. В процессе общения юношей и девушек в социальных сетях эгоцентризм может быть зафиксирован, что подтверждается наличием эгоцентризма и эготизма при оформлении испытуемыми публикаций, предназначенных для социальных сетей. Оказалось, что у студентов колледжа, принявших участие в исследовании, уровни эгоцентризма и эготизма оказались не связаны прямолинейной корреляцией.

Выявлена обратная зависимость между величинами эгоцентризма и величинами показателей по шкале «Невротизм» методики Б5-10. Эта зависимость подтверждает важную функцию эгоцентризма в стабилизации эго-системы в юношеском возрасте.

Студенты колледжа с более высоким уровнем эгоцентризма реже выкладывают какие-либо посты в социальных сетях, но это обнаружено

Таблица 1

ПОКАЗАТЕЛИ КОРРЕЛЯЦИИ ЭГОЦЕНТРИЗМА И ЭГОТИЗМА У СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА С ЧАСТОТой ПУБЛИКАЦИЙ И ВРЕМЕНЕМ, ПРОВЕДЕННЫМ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Коррелируемые показатели	Показатели корреляции и величины их значимости	Эгоцентризм	Эготизм	Частота публикаций	Время, проведенное в социальных сетях
Эгоцентризм	R	–	-0,089	-0,194	-0,159
	R _{зн}	–	0,533	0,131	0,218
Эготизм	R	-0,089	–	-0,003	0,122
	R _{зн}	0,533	–	0,981	0,394
Частота публикаций	R	-0,194	-0,003	–	0,396**
	R _{зн}	0,131	0,981	–	0,001
Время в соц. сетях	R	-0,159	0,122	0,396**	–
	R _{зн}	0,218	0,394	0,001	–

на уровне тенденции, не достигающей величины значимости.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В юношеском возрасте потребность в общении является важной частью обращения к ресурсам Интернета. Необходимость самопредъявления и самопрезентации способствует появлению показателей (эмпирических референтов) эгоизма в постах, предназначенных для социальных сетей. Величины эгоизма при этом зависят от

тематики постов и, возможно, поэтому они не всегда коррелируют с эгоцентризмом как свойством личности, проявляющимся в форме эгоцентрической сфокусированности на себе. У студенческой молодежи подтверждается большая эгоцентричность девушек по сравнению с юношами и стабилизирующая эгосистему функция эгоцентризма, которая способствует снижению невротизма.

Однако требуются дальнейшие исследования, направленные на изучение роли эгоцентризма взрослеющей личности и влияния на него активного интернет-общения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка. М. : Римис, 2008.
2. Выготский Л. С. Проблемы общей психологии / под ред. В. В. Давыдова // Собр. соч.: в 6 т. Т. 2 М. : Педагогика, 1982.
3. Психология общения. Энциклопедический словарь / под общ. ред. А. А. Бодалева. М. : Когито-Центр, 2015.
4. Aalsma M. C., Lapsley D. K., Flannery D. J. Personal fables, narcissism, and adolescent adjustment // *Psychology in the Schools*. 2006. № 43(4). P. 481–491.
5. Гейко Е. В. Психологические особенности проявления эгоцентризма личности в мыслительной деятельности подростков: автореф. дис. ... канд. психол. наук. Киев, 2002.
6. Пашукова Т. И., Панфилова Е. М. Эгоцентризм и характерологические особенности личности в период ранней взрослости // *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки*. 2020. Вып. 3 (836). С. 235–251.
7. Кон И. С. Психология юношеского возраста: (Проблемы формирования личности): учебное пособие для студ. пед. ин-тов. М. : Просвещение, 1979.
8. Whitty M. T., Young G. *Cyberpsychology: The Study of Individuals* // *Society and Digital Technologies*. Wiley. British Psychological Society UK, USA, 2017.
9. Kruger J., Epley N. Egocentrism Over E-Mail: Can We Communicate as Well as We Think? // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2005. № 6(89). P. 925–936.
10. Пашукова Т. И. Эгоцентризм: феноменология, закономерности формирования и коррекции. Кировоград : Центрально-Украинское изд-во, 2001.
11. Егорова М. С., Паршикова О. В. Психометрические характеристики Короткого портретного опросника Большой пятерки (Б5-10) // *Психологические исследования*. 2016. № 45. DOI: 10.54359/ps.v9i45.492
12. Бем С. Линзы гендера: Трансформация взглядов на проблему неравенства полов / пер. с англ. М. : Российская политическая энциклопедия, 2004.
13. Anderson M., Jiang J. *Teens' Social Media Habits and Experiences* // Pew Research Center, 2018. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-social-media-habits-and-experiences/>

REFERENCES

1. Piazhe, Zh. (2008). *Rech' i myshlenie rebenka* = Speech and thinking of the child. Moscow: Rimis. (In Russ.)
2. Vygotskij, L. S. (1982). *Problemy obshchej psikhologii* = Problems of general psychology / Pod red. B. V. Davydova. T. 2. *Sobranie sochinenij: V 6-ti t.* Moscow: Pedagogika. (In Russ.)
3. Bodalev, A. A. (2015) *Psikhologiya obshcheniya. Ehnciklopedicheskij slovar'* = Psychology of communication. Encyclopedic Dictionary. Moscow: Kogito-CentR. (In Russ.)
4. Aalsma M. C., Lapsley D. K., Flannery D. J. (2006). Personal fables, narcissism, and adolescent adjustment // *Psychology in the Schools*, 43(4), 481–491.
5. Gejko, E. V. (2002). *Psikhologicheskie osobennosti proyavleniya ehgocentrizma lichnosti v myslitel'noj deyatel'nosti podrostkov* = Psychological features of the manifestation of egocentrism of personality in the mental activity of adolescents: abstract of Phd in Psychology. (In Russ.)
6. Pashukova, T. I., Panfilova, E. M. (2020). Egocentrism and character traits of personality in the period of early adulthood. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Education and Teaching*, 3(836), 235–251. 10.52070/2500-3488_2022_2_843_9

7. Kon, I. S. (1979). Psikhologiya yunosheskogo vozrasta: (Problemy formirovaniya lichnosti). Uchebnoe posobie dlya studentov pedagogicheskix institutov = Psychology of adolescence: (Problems of personality formation). Textbook for students of the Pedagogical Institutes. Moscow: Prosveshchenie. (In Russ.)
8. Whitty, M. T., Young, G. (2017). Cyberpsychology: The Study of Individuals. Society and Digital Technologies. Wiley. British Psychological Society. UK, USA.
9. Kruger, J., Epley, N. (2005). Egocentrism Over E-Mail: Can We Communicate as Well as We Think? Journal of Personality and Social Psychology, 6, 925–936. (Vol. 89).
10. Pashukova, T. I. (2001) Ehgocentrizm: fenomenologiya, zakonomernosti formirovaniya i korrekcii = Egocentrism: phenomenology, patterns of formation and correction. Kirovograd: Central'no-Ukrainskoe izdatel'stvo. (In Russ.)
11. Egorova, M. S., Parshikova, O. V. (2016). Validation of the Short Portrait Big Five Questionnaire (BF-10). Psychological study. Psikhologicheskie issledovaniya. 45.10.54359/ps.v9i45.492. (In Russ.)
12. Bem, S. L. (2004). Linzy gendera: Transformaciya vzglyadov na problemu neravenstva polov = The lenses of gender: Transforming the debate on sexual inequality. per. s angl. Moscow: Rossijskaya politicheskaya ehnciklopediya. (In Russ.)
13. Anderson, M., Jiang, J. (2018). Teens' Social Media Habits and Experiences. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-social-media-habits-and-experiences/>

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Пашукова Татьяна Ивановна

доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры психологии и педагогической антропологии
Института гуманитарных и прикладных наук Московского государственного лингвистического университета

Ложникова Ольга Михайловна

психолог, Автономная некоммерческая организация профессионального образования
Международная Академия Информационных Технологий «ИТ ХАБ»

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Pashukova Tatyana Ivanovna

Doctor of Psychology (Dr. habil), Professor of Department of Psychology and Pedagogical Anthropology
Institute of Humanities and Applied Sciences, Moscow State Linguistic University

Lozhnikova Olga Mikhailovna

Psychologist, International Academy of Information Technologies (IT HUB)

Статья поступила в редакцию 28.08.2022
одобрена после рецензирования 12.09.2022
принята к публикации 26.09.2022

The article was submitted 28.08.2022
approved after reviewing 12.09.2022
accepted for publication 26.09.2022