



УДК 159.923.2

Факторы вариативности виртуальной самопрезентации подростков

В. В. Хороших, Е. Б. Чарыкова

*Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена,
г. Санкт-Петербург*

Аннотация Предложено определение понятия вариативности виртуальной самопрезентации. Выделены компоненты вариативности виртуальной самопрезентации: визуальная вариативность, вербальная вариативность и вариативность самопрезентационного поведения с различной аудиторией. Описаны ведущие мотивы вариативности виртуальной самопрезентации у подростков: стремление к самораскрытию, потребность в новизне. Установлено, что по мере взросления усиливается влияние мотивов самоутверждения, поиска социального одобрения. Выявлено, что половая принадлежность определяет основные различия в уровне вариативности визуальной самопрезентации в Интернете. Возраст, особенности самоотношения, эмоциональная устойчивость определяют вариативность вербальной самопрезентации. Вариативность самопрезентации с различной аудиторией определяется сочетанием возрастных, когнитивных и личностных особенностей подростков.

Ключевые слова: самопрезентация, виртуальная самопрезентация, вариативность самопрезентации, мотивы самопрезентации, подростки.

Взросление и становление личности современных детей и подростков происходит в условиях серьезных изменений жизненной среды, где экономическая, экологическая и политическая напряженность выступает общим фоном жизнедеятельности, а информосфера, понимаемая как пространство разнообразных информационных потоков, электронных и социальных коммуникаций [9], приобретает статус системообразующего фактора в жизни человека и общества.

Активное освоение интернет-пространства, социальных сетей подростками и молодежью обуславливает необходимость изучения процесса интернет-коммуникации в целом и изучения особенностей самопрезентационного поведения личности на социальных сайтах в частности.

Подростковый возраст является важным периодом в развитии системы представлений человека о самом себе, формировании самосознания, мировоззрения, системы ценностных ориентаций человека. Для современных подростков Интернет становится пространством, в котором появляются новые возможности для самовыражения, самораскрытия, проявления и утверждения собственной индивидуальности. В связи с этим изучение особенностей виртуальной самопрезентации подростков представляется особенно актуальным.

Понятие самопрезентации по-разному трактуется исследователями данного феномена. Аналитический обзор различных подходов к толкованию психологического содержания понятия самопрезентации проведен в работах Б. Шленкера и М. Вейголда [14], В. В. Хороших [10; 11], Е. В. Михайловой [5], О. А. Пикулевой [7].

Следует отметить, что большинство исследователей феномена самопрезентации солидарны с тем, что самопрезентация является одним из способов регуляции взаимодействий человека с социальной средой, а также что самопрезентация представляет собой поведенческий компонент в структуре «образа Я» личности.

В своих работах мы рассматриваем самопрезентацию как процесс регуляции производимого субъектом впечатления, с учетом специфики социальных ситуаций, и (или) выражения системы представлений о самом себе [11, с. 7].

В данном определении акцент сделан на существовании двух базовых целей процесса самопрезентации. Первая из них – изменение представления других о «Я», личности человека, имеющее конечной целью изменение отношения к себе, формирование определенного (чаще социально одобряемого, привлекательного) образа. Вторая – стремление выразить себя, раскрыть себя, представить другим свою внутреннюю сущность.

Изучение виртуальной самопрезентации является одним из приоритетных направлений в современных исследованиях данного феномена [2–4; 13–15]. В одном из первых отечественных исследований виртуальной самопрезентации самопрезентация личности в сети Интернет определяется как «сознательное и несознательное предъявление личностью себя при помощи вербальных и невербальных средств коммуникации с целью формирования определенного впечатления у собеседника по интернет-общению и построения дальнейшего взаимодействия с ним» [12, с. 3].

Виртуальная самопрезентация понимается нами как процесс формирования субъектом определенного впечатления о себе, выражения системы представлений о самом себе в виртуальной среде.

Можно отметить, что в фокусе внимания современных исследователей виртуальной самопрезентации находятся проблемы взаимовлияния и взаимоотношения реальной и виртуальной идентичности, а также проблемы самопрезентационного поведения подростков в Интернете [2; 3; 13]. В то же время вариативность самопрезентационного поведения подростков в интернет-пространстве остается малоизученным феноменом, что делает задачу изучения факторов, определяющих вариативность самопрезентационного поведения в Интернете, актуальной.

Под вариативностью виртуальной самопрезентации мы понимаем способность личности изменять самопрезентационное поведение с учетом ситуационного контекста виртуального общения, особенностей целевой аудитории, активность и легкость модификации содержания самопрезентации в Интернете.

Вариативность виртуальной самопрезентации нами рассматривается как сложное образование, компонентами которого являются визуальная ва-

риативность, вербальная вариативность и вариативность самопрезентационного поведения с различной аудиторией.

Визуальная вариативность виртуальной самопрезентации отражает активность субъекта по модификации визуальной информации о себе в Интернете. В отношении самопрезентации в социальных сетях речь идет, прежде всего, о частоте смены аватара.

Вербальный компонент вариативности отражает активность изменения информационного содержания персональной страницы в Интернете. При этом способ предъявления информации о себе может иметь как прямой, так и косвенный характер. В последнем случае речь идет о представлении информации, опосредованно связанной с субъектом самопрезентации (например, публикация на своей странице записей, продуцированных другими пользователями).

Вариативность самопрезентационного поведения с различной аудиторией отражает количество и разнообразие стратегий самопрезентации, используемых субъектом виртуальной самопрезентации для реализации цели формирования благоприятного впечатления на различную аудиторию.

В проведенном нами с целью изучения факторов, определяющих вариативность виртуальной самопрезентации у подростков, эмпирическом исследовании приняли участие 115 человек (из них 59 мальчиков и 56 девочек) в возрасте от 12 до 17 лет.

В своем исследовании мы опирались на возрастную периодизацию Л. С. Выготского, обозначающего границы пубертатного возраста 13–17 годами [1, с. 256]. Заметим, что и современные ученые отмечают увеличение границ подросткового возраста [6; 8].

Для изучения вариативности самопрезентационного поведения в Интернете, мотивации виртуальной самопрезентации была разработана авторская анкета. По результатам анкетного опроса выборка была дифференцирована по уровню вариативности виртуальной самопрезентации. В группу испытуемых с высокой вариативностью виртуальной самопрезентации вошел 51 человек, в группу с низкой вариативностью виртуальной самопрезентации вошли 64 человека. Среднегрупповая величина интегрального показателя вариативности виртуальной самопрезентации составила 5,35 балла.

С целью изучения личностных особенностей подростков были использованы: факторный личностный опросник Р. Кеттелла для подростков (HSPQ); тест двадцати высказываний М. Куна и Т. Макпартленда; шкала самомониторинга М. Снайдера и социометрическая процедура.

Для выявления возрастных особенностей вариативности виртуальной самопрезентации выборку также дифференцировали по возрасту на две группы: младшие подростки – в нее вошли подростки в возрасте от 12 до 14 лет (всего 57 человек, из них 37 мальчиков и 20 девочек) и старшие подростки – в нее вошли подростки от 15 до 17 лет (58 человек, из них 22 мальчика и 36 девочек).

Обратимся к результатам исследования. Результаты анкетирования показали, что ведущими мотивами вариативности визуальной самопрезента-

ции у подростков является стремление к новизне, стремление отразить происходящие с ними внутренние и внешние изменения. Желание сменить старую фотографию отмечают 25 % младших и 49 % старших подростков. 19 % младших подростков (и 5 % старших подростков) отмечают желание отразить возрастные изменения через аватар, что позволяет говорить о том, что младшие подростки чаще стремятся отразить на публикуемых в Интернете фото возрастные особенности и изменения, подчеркнув свою взрослость. Старшие подростки чаще стремятся получить внимание и одобрение своих друзей (16 % от общего числа подростков этой группы отмечают желание привлечь к себе внимание, тогда как у подростков младшего возраста данный ответ встречается только в 7 % случаев).

Анализ ответов подростков об основных причинах изменения текстовой информации о себе в социальных сетях позволяет говорить о том, что потребность самораскрытия преимущественно определяет вариативность содержания прямой текстовой самопрезентации. Подростки стремятся сообщить об изменениях, происходящих в их жизни, новых интересах, увлечениях (35 % младших и 41 % старших подростков указывают стремление проинформировать друзей и знакомых об изменениях в своей жизни в качестве причины изменения текстовой информации о себе на персональной странице в Интернете). В то же время старшие подростки проявляют большую заинтересованность в привлечении внимания (18 % подростков этой группы), что, очевидно, обусловлено поиском новых дружеских и эмоционально насыщенных контактов.

Косвенная самопрезентация, реализуемая через функцию «записи на стене», у младших подростков ориентирована преимущественно на формирование образа «хорошего друга» (35 % опрошенных подростков отмечают, что при помощи записей на своей стене они хотят показать себя как «веселого, жизнерадостного человека», 9 % стремятся позиционировать себя как «доброе, открытое человека»).

В то же время старшие подростки при помощи косвенной самопрезентации стремятся подчеркнуть свои интеллектуальные качества, свое индивидуальное мнение (36 % подростков этой группы стремятся при помощи записей на своей стене показать себя как «любопытного, с большим кругом интересов человека», 19 % как «человека, имеющего определенное мнение», 15 % как «умного, интересного собеседника»).

Результаты сравнительного анализа групп подростков с высокой и низкой вариативностью самопрезентационного поведения позволили выявить значимые различия некоторых показателей в сравниваемых группах. Анализ достоверности различий проводился с помощью *t*-критерия Стьюдента.

Результаты исследования показали, что подростки с высокой вариативностью самопрезентации отличаются большей представленностью в структуре Я-концепции качеств, раскрывающих их мотивационные ($p \leq 0,01$) и эмоционально-волевые характеристики ($p \leq 0,05$), нежели подростки с низкой вариативностью самопрезентации. Их отличает более позитивное самоотношение ($p \leq 0,001$).

Подростки с низкой вариативностью виртуальной самопрезентации чаще меняют визуальную информацию о себе в Интернете ($p \leq 0,001$), имеют большее количество друзей в социальных сетях ($p \leq 0,001$) и отличаются более негативным отношением к себе. Таким образом, можно отметить, что самоотношение, дифференцированность представлений о себе, своих индивидуальных качествах опосредуют вариативность самопрезентационного поведения в Интернете у подростков.

Сравнение индивидуально-психологических особенностей мальчиков и девочек показало, что мальчики более независимы, самостоятельны ($p \leq 0,001$), обладают высоким уровнем самоконтроля ($p \leq 0,01$), нежели девочки. В структуре Я-концепции мальчиков чаще представлены качества, отражающие национальную и религиозную идентичность ($p \leq 0,01$), а также качества, отражающие их увлечения и интересы ($p \leq 0,001$). В свою очередь девочки более эмоционально возбудимы, чувствительны к происходящим событиям, обладают художественным восприятием мира ($p \leq 0,01$). В структуре представлений девочек о себе отмечено большее количество характеристик, передающих неповторимость, уникальность присущих им качеств ($p \leq 0,001$), а также семейные роли ($p \leq 0,01$), эмоционально-волевые особенности характера ($p \leq 0,05$). По сравнению с мальчиками девочки демонстрируют более высокий уровень вариативности визуальной самопрезентации ($p \leq 0,001$), что, очевидно, связано со стремлением подчеркнуть свои достоинства, представить более выигрышные фотографии. Девушки стремятся завести больше знакомых в виртуальной среде ($p \leq 0,001$). Отвечая на вопрос о причинах модификации визуального ряда персональной странички, девочки в качестве основных мотивов вариативности визуальной самопрезентации отмечают потребность получить внимание, стремление к новизне, в то время как мальчики просто хотят обновить старую информацию.

Результаты корреляционного анализа позволяют говорить о том, что вариативность виртуальной самопрезентации девочек в большей степени опосредована эмоционально-волевыми качествами личности. В то время как вариативность виртуальной самопрезентации мальчиков опосредуется коммуникативными качествами личности, открытостью и активностью поведения в Интернете.

Сравнение групп подростков по возрасту позволило установить, что младшие подростки являются менее общительными, проявляют большую сдержанность в межличностном общении ($p \leq 0,001$), менее эмоционально чувствительными, они более рассудительны и прагматичны ($p \leq 0,001$) по сравнению со старшими подростками. В структуре Я-концепции младших подростков достоверно меньше представлены качества, раскрывающие их индивидуальность, подчеркивающие их самобытность и уникальность ($p \leq 0,001$), а также эмоционально-волевое «Я» ($p \leq 0,001$), и характеристики, отражающие качества ума ($p \leq 0,05$). В то же время в структуре Я-концепции подростков данной группы больше представлены качества, передающие их религиозную и этническую идентичность ($p \leq 0,001$). Под-

ростки этой группы отличаются более высоким уровнем самоконтроля, дисциплинированностью, нормативностью поведения ($p \leq 0,01$).

Старшие подростки более общительны ($p \leq 0,001$), впечатлительны, эмоциональны ($p \leq 0,001$), отличаются меньшей дисциплинированностью и нормативностью поведения ($p \leq 0,01$). В структуре Я-концепции подростков этой группы представлено больше качеств, отражающих дифференцирующую составляющую «образа Я», подчеркивающих их уникальность, индивидуальность, чаще через характеристики интеллекта ($p \leq 0,05$), описание своих эмоционально-волевых качеств ($p \leq 0,001$). Выявленные особенности согласуются с возрастными закономерностями становления самосознания, описанными в литературе.

В то же время отметим, что старшие подростки демонстрируют большую вариативность виртуальной самопрезентации в процессе общения с разной аудиторией ($p \leq 0,001$). Они легче модифицируют свои вербальные проявления, ориентируясь на партнеров по виртуальной коммуникации, контролируя свое поведение в зависимости от целей общения с различной аудиторией.

С целью определения основных предикторов вариативности виртуальной и реальной самопрезентации была осуществлена процедура множественной линейной регрессии. Регрессионный анализ применялся к общей совокупности данных. В качестве предикторов вариативности виртуальной самопрезентации, а также гибкости самопрезентационного поведения в реальном общении использовались коммуникативные, эмоционально-волевые особенности личности подростков, а также особенности Я-концепции, характеристики социального статуса подростков. Для прогнозирования вариативности визуальной, вербальной виртуальной самопрезентации, вариативности виртуальной самопрезентации при общении с разной целевой аудиторией, а также гибкости самопрезентационного поведения в реальном общении как зависимых переменных определялись β -коэффициенты путем вычисления оценок по уравнению регрессии с приведенными ниже формулами.

Регрессионное уравнение для показателя «вариативность визуальной самопрезентации» выглядит следующим образом:

$$ВВспр = -0,21МЯ + 8,66,$$

где МЯ – мотивационное Я.

Полученный результат свидетельствует об обусловленности вариативности визуальной самопрезентации в Интернете всего лишь одним показателем, характеризующим представленность мотивационных характеристик личности в структуре Я-концепции личности. Причем вариативность визуальной самопрезентации тем выше, чем меньше качеств, отражающих установку на риск, достижения, познание, выведено в общей структуре представлений подростков о самих себе.

Регрессионное уравнение для показателя «вариативность вербальной самопрезентации» выглядит следующим образом:

$$ВВер\text{спр} = 0,21ЭмУст - 0,34ЭмВол\text{Я} - 0,2кОтрХ-к - 0,24\text{возраст} + 4,03,$$

где ЭмУст – эмоциональная устойчивость (фактор С, опросник Кеттелла), ЭмВол Я – количество эмоционально-волевых характеристик в структуре Я-концепции, кОтрХ-к – количество отрицательных характеристик себя.

Полученный результат свидетельствует об обусловленности вариативности вербальной самопрезентации высокой эмоциональной устойчивостью, уравновешенностью, позитивным самоотношением (низким количеством негативных самоописаний, низкой представленностью качеств, отражающих особенности эмоционально-волевых проявлений и качеств в структуре Я-концепции). Также можно отметить, что младшие подростки демонстрируют более высокий уровень вариативности вербальной самопрезентации в Интернете. Они активнее меняют текстовую информацию на своей странице.

Регрессионное уравнение для показателя «вариативность самопрезентации при общении с разной аудиторией» выглядит следующим образом:

$$ВспрА = 0,31\text{возраст} + 0,31\text{семЯ} + 0,24\text{Домин} + 0,24\text{Инт} + 0,20\text{ПолИд} + 0,19\text{ПолХ-к} - 0,19\text{ТреВ} - 0,18\text{СоцСм} - 0,94,$$

где семЯ – количество семейных ролей в структуре Я-концепции, Домин – доминантность (фактор Е, опросник Кеттелла), Инт – интеллект (фактор В, опросник Кеттелла), ПолИд – характеристики, указывающие на половую идентичность, ПолХ-к – положительные характеристики в структуре Я-концепции, ТреВ – тревожность (фактор О, опросник Кеттелла), СоцСм – социальная смелость (фактор Н, опросник Кеттелла).

Полученный результат позволяет говорить о том, что вариативность самопрезентации с различной аудиторией в виртуальной среде обусловлена самостоятельностью, независимостью подростков, сообразительностью, уровнем общей культуры и эрудицией. В то же время более высокую вариативность самопрезентационного поведения с разной целевой аудиторией определяет спокойствие, эмоциональная уравновешенность, меньшая представленность в структуре Я-концепции семейных ролей, наличие характеристик, отражающих половую идентификацию. Вариативность виртуальной самопрезентации с различной целевой аудиторией увеличивается по мере взросления подростков, при этом робость, застенчивость в реальном межличностном общении так же способствуют увеличению вариативности самопрезентации в виртуальной среде.

Регрессионное уравнение для показателя «уровень самомониторинга» выглядит следующим образом:

$$СМ = 0,28\text{СоцСм} + 0,25\text{Инд} + 0,2\text{КомЯ} + 0,19\text{ТреВ} - 0,19\text{Конф} - 0,2\text{возраст} + 8,3,$$

где СоцСм – социальная смелость (фактор Н, опросник Кеттелла), Инд – индивидуализм (фактор J, опросник Кеттелла), КомЯ – коммуникативное Я, ТреВ – тревожность (фактор О, опросник Кеттелла), Конф – конформизм (фактор Q2, опросник Кеттелла).

Полученный результат свидетельствует о том, что гибкость, вариативность самопрезентационного поведения подростков в реальном взаимодействии обусловлена высоким уровнем социальной смелости, активности, выраженным индивидуализмом, высокой тревожностью, конформностью, стремлением подстроиться под мнение группы, принятые в группе стандарты поведения, представленностью в структуре Я-концепции коммуникативных характеристик. Уровень самомониторинга по мере взросления подростков понижается.

Таким образом, можно отметить, что выделенные компоненты вариативности виртуальной самопрезентации существенно различаются по сложности и природе обуславливающих их факторов.

Половая принадлежность выступает в качестве основного фактора, определяющего различия в уровне вариативности визуальной самопрезентации в Интернете. Девочки-подростки проявляют большую активность в модификации визуальных компонентов собственного образа в Интернете.

Вариативность вербальной самопрезентации в Интернете зависит от возрастных особенностей подростков, особенностей самоотношения, уровня эмоциональной устойчивости.

Вариативность виртуальной самопрезентации при общении с разной аудиторией обусловлена возрастом подростков, а также коммуникативными качествами, эмоционально-волевыми особенностями личности, особенностями Я-концепции подростков, уровнем общей культуры и эрудиции. По мере взросления вариативность виртуальной самопрезентации в процессе взаимодействия с различной целевой аудиторией увеличивается, тогда как вариативность вербальной самопрезентации в Интернете снижается.

Сравнение предикторов вариативности самопрезентации в реальном общении и в интернет-среде позволяет говорить о том, что Интернет выполняет компенсаторную функцию для подростков, предоставляя своеобразную возможность для совершенствования коммуникативных навыков.

Список литературы

1. *Выготский Л. С.* Собрание сочинений. Т. 4. Детская психология / Л. С. Выготский ; под ред. Д. Б. Эльконина. – М. : Педагогика, 1984. – 432 с.
2. *Гавриченко О. В.* Особенности саморепрезентации в Интернет-дневниках подростков и молодежи [Электронный ресурс] / О. В. Гавриченко, Т. В. Смолякова // Психол. исслед. : электрон. науч. журн. – 2008. – № 1(1). – URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2008n1-1/79-gavrichenko1>.
3. *Изотова Е. И.* Особенности самопредъявления подростков с разной степенью сформированности идентичности / Е. И. Изотова // Психол. исслед. – 2012. – Т. 5, № 26. – С. 9.
4. *Крылов Е. Ю.* Формирование тактик целенаправленной самопрезентации у студентов в виртуальной среде : автореф. дис. ... канд. психол. наук / Е. Ю. Крылов. – СПб., 2012. – 22 с.
5. *Михайлова Е. В.* Самопрезентация: теории, исследования, тренинг / Е. В. Михайлова – СПб. : Речь, 2007. – 224 с.
6. *Обухова Л. Ф.* Детская психология: теория, факты, проблемы / Л. Ф. Обухова. – М. : Тривола, 1995. – 352 с.

7. *Пикулева О. А.* Социальная психология самопрезентации личности : автореф. дис. ... д-ра психол. наук / О. А. Пикулева. – СПб., 2014. – 45 с.
8. *Поливанова К. Н.* Взросление сегодня – социальные изменения современного детства [Электронный ресурс] / К. Н. Поливанова. – URL: <http://www.gosbook.ru/node/21848>.
9. Социальная семиотика жизненной среды современного ребенка [Электронный ресурс] / Н. Н. Королева, О. М. Гончарова, Ю. Л. Проект, И. М. Богдановская, П. Н. Виноградов // Письма в Эмиссия. Оффлайн : электрон. науч. изд. – 2013. – № 11. – URL: <http://www.emissia.org/offline/2013/2097.htm>.
10. *Хороших В. В.* Вариативность самопрезентации как предмет психологического исследования // Науч.-техн. ведомости Санкт-Петерб. гос. политехн. ун-та. гуманитар. и обществ. науки. – 2015. – № 1 (215). – С. 172–178.
11. *Хороших В. В.* Методы изучения самопрезентации : метод. пособие / В. В. Хороших. – СПб : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2009. – 43 с.
12. *Шевченко И. С.* Вариативность самопрезентации личности в интернет-общении : автореф. дис. ... канд. психол. наук / И. С. Шевченко. – Казань, 2002. – 23 с.
13. *Michikyan M.* Can you tell who I am? Neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults [Electronics recourse] / M. Michikyan, K. Subrahmanyam, J. Dennis // Computers in Human Behavior, 2014. – URL: [http://www.cdmc.ucla.edu/KS_Media_biblio_files/Michikyan %20et %20al %20 %202014_1.pdf](http://www.cdmc.ucla.edu/KS_Media_biblio_files/Michikyan%20et%20al%20%202014_1.pdf).
14. *Schlenker B.* Interpersonal processes involving regulation and management / B. Schlenker, M. Weigold // Annual Review of Psychology. – 1992. – N 43. – P. 133–169.
15. *Strano M.* User Descriptions and Interpretations of Self-Presentation through Facebook Profile Images [Electronic resource] // Cyberpsychology : Journal of Psychosocial Research on Cyberspace. – 2008. – N 2(2), Article 5. – URL: <http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku = 2008110402>.

Aspects of Variation of Adolescents' Virtual Self-Presentation

V. V. Khoroshikh, E. B. Charykova

Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint-Petersburg

Abstract. The definition of variation of adolescents' virtual self-presentation is given. Some components of virtual self-presentation variation are identified. They are visual variation, verbal variation, and variation of self-presentation behavior depending on the audience. Leading motives of variation of adolescents' virtual self-presentation are described, they are strive for self-realization, novelty seeking. While growing up the influence of motives of self-esteem and social approval need becomes stronger. Basic differences in the level of visual self-presentation variation on the Internet are due to sexual identity. Age, personal self-conception, and emotional stability determine verbal self-presentation variation. A combination of age, cognitive and personal peculiarities determine variation of self-presentation behavior depending on the audience.

Keywords: self-presentation, virtual self-presentation, self-presentation variation, self-presentation motives, adolescents.

*Хороших Валерия Викторовна
кандидат психологических наук, доцент,
кафедра психологии профессиональной
деятельности, Институт психологии
Российский государственный педагогиче-
ский университет им. А. И. Герцена,
191186, г. Санкт-Петербург, ул. Набе-
режная реки Мойки, 48
e-mail: VKhoroshikh@gmail.com*

*Khoroshykh Valeriya Viktorovna
Candidate of Sciences (Psychology),
Associate Professor, Department
of Vocational Psychology, Institute
of Psychology
Herzen State Pedagogical University
of Russia
48, Moika River Embankment,
Saint-Petersburg, 191186
e-mail: VKhoroshikh@gmail.com*

*Чарыкова Екатерина Борисовна
магистрант, Институт психологии
Российский государственный педагогиче-
ский университет им. А. И. Герцена
191186, г. Санкт-Петербург,
ул. Набережная реки Мойки, 48
e-mail: milashka20793@hotmail.com*

*Charykova Ekaterina Borisovna
Master's Degree Student, Institute
of Psychology
Herzen State Pedagogical University
of Russia
48, Moika River Embankment,
Saint-Petersburg, 191186
e-mail: milashka20793@hotmail.com*