

Научная статья | Original paper

## Аватар-опосредствованная идентичность и смысложизненные ориентации интернет-пользователей

М.В. Клементьева<sup>1</sup> , В.И. Иванова<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация

<sup>2</sup> Тульский государственный университет, Тула, Российская Федерация

 marinaklementyva@yandex.ru

### Резюме

**Контекст и актуальность.** В цифровой реальности привязанность молодых интернет-пользователей к своему аватару связана с поиском смыслов жизни и проблемным путем развития идентичности, но мало известно об ассоциированном с этими явлениями механизмом знакового опосредствования. Теоретической основой исследования послужила культурно-историческая теория, в контексте которой предпринята попытка осмысливать аватар как знак. **Цель.** Изучить опосредствующую роль аватара в развитии виртуальной идентичности и смысложизненных ориентаций. **Гипотеза.** Показатели сигнifikативных и коннотативных значений идентификационных характеристик аватара опосредствуют связи между виртуальной идентичностью, идентификацией с аватаром, смысложизненными ориентациями. **Методы и материалы.** В исследовании приняли участие 457 молодых интернет-пользователей онлайн-платформ ( $M = 20,6$ ,  $SD = 2,6$ , 67% женщин). В исследовании измерялись показатели виртуальной идентичности («Статус ВИ»), смысложизненных ориентаций (СЖО), идентификации с аватаром (IOS), идентификационные характеристики аватара (тест «Кто Я?» с измененной инструкцией). **Результаты.** Результаты показали, что коннотативные и сигнifikативные значения социальных, физических, рефлексивных характеристик, приписываемых аватару, являются медиаторами эффектов влияния поиска и принятия виртуальной идентичности на смысложизненные ориентации (цели, результат, локус контроля) и идентификацию с аватаром так, что аватар-опосредствованная идентичность способствует повышению ясности жизненных целей и удовлетворенности самореализацией, но снижает осмысленный контроль над поведением интернет-пользователей. **Выводы.** Показано, что семиозис аватара, опосредствуя преадаптивный путь развития идентичности и смысложизненных ориентаций, зависит от опыта и пола интернет-пользователя. Материалы могут быть использованы в разработке новых методов применения аватар-технологий для содействия психосоциальному благополучию молодых интернет-пользователей.

**Ключевые слова:** знаковое опосредствование, значение, смысложизненные ориентации, идентичность, виртуальная идентичность, аватар, идентификация с аватаром

**Финансирование.** Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках научного проекта № 25-28-00056, <https://tscf.ru/project/25-28-00056/>

**Для цитирования:** Клементьева, М.В., Иванова, В.И. (2025). Аватар-опосредствованная идентичность и смысложизненные ориентации интернет-пользователей. *Культурно-историческая психология*, 21(4), 50–58. <https://doi.org/10.17759/chp.2025210405>

# Avatar-mediated identity and life meaning orientations among internet users

M.V. Klementeva<sup>1</sup> , V.I. Ivanova<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

<sup>2</sup> Tula State University, Tula, Russian Federation

 marinaklementyva@yandex.ru

## Abstract

**Context and relevance.** In digital reality, the attachment of young Internet users to their avatar — the digital self-image — is linked to the search for life's meaning and the problematic pathway of identity development. However, little is known about the sign mediation mechanism associated with these phenomena. The theoretical basis of the research was cultural-historical theory, within which an attempt was made to interpret an avatar as a sign. **Objective.** To study the mediating role of the avatar in the development of virtual identity and life-meaning orientations. **Hypothesis.** The avatar identification characteristics mediate the connections between virtual identity, identification with the avatar, and life-meaning orientations. **Methods and materials.** The study involved 457 young Internet users of online platforms ( $M = 20,6$ ,  $SD = 2,6$ , 67% female). The study measured the indicators of virtual identity (VISI), Purpose-in-Life Test, (PIL), avatar identification (IOS), and avatar identification characteristics (the "Who am I?" test with modified instructions). **Results.** The results showed that the social, physical, and reflective characteristics attributed to the avatar are mediators of the effects of the search for and acceptance of virtual identity on life-meaning orientations (Goals, Result, Locus of control) and avatar identification. This means that avatar-mediated identity enhances clarity in life goals and satisfaction with self-realization, while reducing the flexibility of meaningful control over behavior among Internet users. **Conclusions.** It has been shown that the semiosis of the avatar, mediating the preadaptive pathway of development of identity and life-meaning orientations, depends on the experience and gender of the Internet user. The materials can be used in the development of new methods of applying avatar technologies to foster the psychosocial well-being of young Internet users.

**Keywords:** sign mediation, meaning, life meaning orientations, identity, virtual identity, avatar, avatar identification

**Funding.** The study was supported by the Russian Science Foundation, project number 25-28-00056, <https://rscf.ru/en/project/25-28-00056/>

**For citation:** Klementeva, M.V., Ivanova, V.I. (2025). Avatar-mediated identity and life meaning orientations among internet users. *Cultural-Historical Psychology*, 21(4), 50–58. <https://doi.org/10.17759/chp.2025210405>

## Введение

Согласно принципу опосредствования, принятому в культурно-исторической психологии (Завершева Е., ван дер Веер Р. (ред.), 2018), экзистенциально-личностное развитие человека опосредствовано знаковыми системами и практиками. Достижения в области цифровых технологий стимулировали развитие метавселенной — сгенерированной компьютером иммерсивной имитирующей физический мир цифровой среды, в которой происходит социальное взаимодействие между людьми (Giang Barrera, Shah, 2023) — и вызвали декарнацию физической среды, сопряженную с усложнением механизмов знаково-символического опосредствования в развитии человека-пользователя: цифровые технологии как «вторичные» знаки (Рубцова, 2019) «переопределяют» ранее сформировавшиеся психические и личностные структуры (Тихомиров, 1993), приводят к цифровому расширению личности и трансформации идентичности (Солдатова, Чигарькова,

Илюхина, 2024), стиранию границ между личностью и технологиями.

И хотя большинство исследований феномена присутствия человека в метавселенной ведется с технологической точки зрения (Crespo-Pereira, Sánchez-Amboage, Membiela-Pollán, 2023), наиболее заметной темой в психологических исследованиях *идентичности* в метавселенной становятся явления, связанные с опосредствующей ролью *аватара* — цифрового визуализированного образа, управляемого человеком-пользователем или программным обеспечением, способного к взаимодействию (Mancini et al., 2024). Исследователи отмечают, что формируется новый тип технологически опосредованного отношения человека-пользователя к своему воплощенному в виртуальной среде Я-образу — *идентификация с аватаром* (Brown et al., 2024), привязанность к аватару (Stavropoulos et al., 2023), слияние с аватаром (Müsseler, von Salm-Hoogstraeten, Bäffel, 2022).

Стало очевидно влияние аватара на когнитивные, аффективные и поведенческие аспекты развития че-

ловека в виртуальной среде (Peng, Cowan, Lo Ribeiro, 2025). Однако современные эмпирические исследования демонстрируют противоречивые данные о роли идентификации с аватаром в психосоциальном благополучии молодых людей. Исследователи отмечают, что идентификация с аватаром отрицательно коррелирует с показателями психосоциального благополучия (Mancini et al., 2024), ясностью смыслов жизни (Клементьева, 2024) и самовосприятия (Yang et al., 2024), но положительно — с кризисом идентичности (Müller, Bonnaire, 2021) и поиском смысла жизни (Fraser, Slattery, Yakovenko, 2023). Другие авторы утверждают позитивную связь между аватар-опосредованными технологиями и показателями психического здоровья (Барабанщиков, Селиванов, 2023). Объяснение противоречивых эффектов современные психологи часто находят в русле теорий «расширенного Я» Р. Бэлка (R.W Belk) и «самонесоответствия» Э.Т. Хиггинса (E.T Higgins), предполагая дополнение «Я-реального», «Я-идеального» и аватара (Snodgrass et al., 2025). Возникшая система «Я—аватар» характеризуется мерами идентификации с аватаром, объективации, идеализации, самоактуализации пользователя через аватар, а также представляется фактором компенсаторного поведения человека в виртуальной среде.

Однако в этой системе неоднозначно определено отношение аватара и *виртуальной идентичности*, интегрирующей переживание уникальности и принадлежности к виртуальному сообществу. Одни исследователи истолковывают аватар как виртуальную идентичность (Nagy, Koles, 2021), другие различают виртуальную идентичность и аватар, выделяя разные типы отношения пользователя к аватару — самоидентификацию, симбиоз, субъект-объектное и субъект-субъектное отношение (Banks, Bowman, 2021), подчеркивая относительную независимость аватара от предпочтений и черт личности пользователя (Lemnager et al., 2020; Mancini et al., 2024; Zimmermann, Wehler, Kaspar, 2023). Иначе говоря, аватары, с помощью которых пользователи самовыражаются, формируют идентичность и создают социальное партнерство в виртуальной среде и не эквивалентны виртуальной идентичности.

Полемика о роли аватара в психосоциальном развитии пользователей высвечивает проблемные вопросы, касающиеся атрибутивных характеристик аватара. Предыдущие исследования сосредоточились на *технических характеристиках* аватара — реалистичности формы и поведения как коррелятах «реальной» идентичности пользователей (Stavropoulos et al., 2023; Snodgrass et al., 2025; Wang et al., 2024; Zimmermann, Wehler, Kaspar, 2023), подчеркивая более высокий уровень самопрезентации в действиях с реалистичными и «интеллектуальными» аватарами, по сравнению с нералистичными (Miao et al., 2022). Современные исследователи подчеркивают преимущественное использование в самопрезентации онлайн-пользователей антропоморфных реалистичных аватаров — «металюдей» в виртуальном мире (Pawar, Mishra, 2025).

Безусловно, подобный подход имеет свои преимущества. Однако такая интерпретация является неполной, поскольку затрудняет психологический анализ идентификации с аватаром. Подобный анализ возможен, как мы полагаем, в контексте *принципа «опосредования»*, где аватар может быть осмыслен как *знак*, психологическое средство формирования виртуальной идентичности и содействия психосоциальному благополучию человека в виртуальной среде.

В работах отечественных исследователей (Клементьева, 2024; Рубцова, 2019; Солдатова, Чигарько-ва, Илюхина, 2024) намечен путь применения идей культурно-исторической психологии в объяснении знаково-символического опосредования процессов развития идентичности в цифровой среде, однако исследований знаковой функции аватара нет.

Настоящим исследованием мы вносим свой вклад в существующие исследования, касающиеся роли аватара в развитии идентичности пользователей и предлагаем использовать культурно-исторический подход к психологической интерпретации идентификации с аватаром.

Продолжая традиции культурно-исторической психологии, полагаем, что аватар может быть истолкован в экстраполяции атрибутивных характеристик знаков, обобщенных в работах отечественных психологов (Веракса, 2024; Завершнева Е., ван дер Веер Р. (ред.), 2018): социальность, опосредованность, произвольность, системность, интенциональность, конвенциональность, осмысленность. С этой точки зрения *аватар* представляется *сигнификативной (знаковой) функцией самосознания человека-пользователя*, отражающей и формируя в цифровой среде его виртуальную идентичность в обобщенном и структурированном виде с целью генерации, хранения, переработки и передачи лично значимой информации. Иначе говоря, как знак аватар функционально замещает и моделирует *идентичность* человека в виртуальной среде, одновременно выступая средством *формирования* ее и самоосмысливания. В знаковой структуре аватара можно различить материальную сторону аватара и идеальную сторону, осуществляющую воздействие на идентичность — значение. Идентификация с аватаром может быть рассмотрена как результат виртуального сотрудничества с аватарами других пользователей (и/или аватаров под управлением искусственного интеллекта), в ходе которого возникает «означивание» аватара и приданье ему субъективного смысла. Возникшая сеть значений и смыслов аватара, как полагаем, направляет процесс идентификации пользователя в виртуальной среде. Переход от интерпсихического к интрапсихическому плану использования аватара подчиняется механизмам интиериоризации и касается *формирования нового типа идентичности — виртуальной*.

Косвенным подтверждением нашего предположения могут служить исследования, в которых обоснована опосредующая роль аватара в психических и поведенческих функциях: 1) в аватаре обнаружена как близость к самовосприятию пользователя (Yang

et al., 2024), так и соответствие «идеальному Другому» (Snodgrass et al., 2025; Wang et al., 2024); 2) данные «эффекта Протея» демонстрируют тенденции пользователей переносить в естественную среду поведение, которое соответствовало особенностям аватаров (Coesel, Biancardi, Buisine, 2024).

Исследование идентификации с аватаром возможно в рамках изучения процесса наделения аватара значением и смыслом, в диалектике осмысливания значений и означивания смыслов. Основная функция знака — семиозис, образование значений. Наиболее важное место в культурно-исторической психологии отведено исследованиям фиксированных в языке значений, в которых обобщена и осмыслена «превращенная» форма существования мира культурных предметов и социальных отношений. Анализ сигнifikативных и коннотативных значений аватара, которыми наделяет его пользователь, позволит психологически проанализировать становление аватар-опосредованной идентичности в системе связей с экзистенциально-личностными свойствами. И хотя в современной психологии осуществлена попытка семантического анализа идентификации с аватаром (Banks, Bowman, 2021; Brown et al., 2024), интерпретация полученных результатов не касается значений аватара, а идентификация с аватаром ведется в психодинамическом контексте «самонесоответствия».

Таким образом, многочисленные попытки понять механизм идентификации пользователя с аватаром, а через него — способы становления идентичности и осмысливания жизни в виртуальной среде способствуют быстрому накоплению эмпирического материала, который отличает многоаспектность и трудность обобщения, что делает актуальной проблему ограниченности контекстов исследования аватар-опосредованной идентичности. Очевидно противоречие между накопленными научно-психологическими знаниями об идентификации с аватаром и отсутствием концептуального представления об ассоциированных с этим феноменом механизмом знакового опосредствования.

Исходя из вышеизложенного, **цель настоящего исследования** — изучить знаковую функцию аватара в системе связей виртуальной идентичности, идентификации с аватаром, смысложизненных ориентаций среди интернет-пользователей.

**Гипотеза исследования** — сигнifikативные и коннотативные значения идентификационных характеристик аватара опосредствуют связи между показателями виртуальной идентичности, идентификации с аватаром и смысложизненными ориентациями.

Общая гипотеза конкретизирована в **частных гипотезах**:

1) существует взаимосвязь между значениями аватара, виртуальной идентичностью, идентификацией с аватаром и смысложизненными ориентациями;

2) показатели сигнifikативных и коннотативных значений аватара являются медиаторами влияния виртуальной идентичности на смысложизненные ориентации и идентификацию с аватаром.

## Материалы и методы

**Выборка.** Приняли участие 457 интернет-пользователей в возрасте 18–25 лет, обучающихся в вузах г. Москвы ( $n = 257$ ) и г. Тулы ( $n = 200$ ). Медиана — 20 лет. Из них: 67,5% ( $n = 308$ ) женщин и 32,5% ( $n = 149$ ) мужчин. Выборка рандомизирована.

**Процедура.** Методики предъявлялись заочно анонимно. От респондентов получено письменное информированное согласие на участие в этом исследовании.

Использован смешанный план исследования, который объединил количественные и качественные методы.

**Инструментарий.** Использованы методики оценки виртуальной идентичности (Клементьева, 2024), смысложизненных ориентаций (Осин, Кошелева, 2020), идентификации с аватаром (Yang et al., 2024), идентификационных характеристик аватара (методика «Кто Я?» (Румянцева, 2006) с измененной инструкцией: «Вам необходимо дать как можно больше ответов на один вопрос, относящийся к вашему аватару: Какой аватар?»).

**Обработка количественных данных** осуществлена с использованием сравнительного ( $t$ -критерий) и  $\phi^*$ -критерий углового преобразования Фишера), корреляционного ( $r$ -критерий Пирсона) и регрессионного (Hayes process) анализа.

**Обработка качественных данных** (идентификационных характеристик аватара) осуществлена с использованием контент-анализа. Выделены 30 К-переменных, сгруппированных в 8 классов сигнifikативных значений (сигнifikаты) идентификационных характеристик: социальная, коммуникативная, материальная, физическая, деятельная, перспективная, рефлексивная, проблемная (Румянцева, 2006).

Дополнительно ответы респондентов были классифицированы на две группы по степени реализма аватара (Miao et al., 2022): 1) нереалистичные — 2D-изображение, аниме, статичное изображение (45% участников); 2) реалистичные — 3D-изображение, визуально динамическое изображение, антропоморфное изображение (55% участников).

## Результаты

Сравнительный анализ частоты встречаемости идентификационных характеристик аватара в группах, ранжированных по полу, показал, что мужчины чаще выделяют социальную характеристику аватара ( $\phi^* = 2,14, p = 0,016$ ), а женщины — физическую характеристику аватара ( $\phi^* = 1,71, p = 0,045$ ). Кроме того, обнаружены сравнительно более низкие показатели физической и рефлексивной характеристик аватара среди интернет-пользователей с мораторием виртуальной идентичности ( $\phi^* \leq 2,32, p \leq 0,01$ ). При попарном сравнении обнаружено преимущественное использование рефлексивной ( $\phi^* \leq 2,49, p \leq 0,005$ ) и физической

( $\varphi^* \leq 1,98$ ,  $p \leq 0,02$ ) характеристик аватара, по сравнению с другими характеристиками.

Также выявили, что участники наделяют реалистичных аватаров чаще рефлексивными характеристиками ( $\varphi^* = 1,91$ ,  $p = 0,03$ ), а нереалистичных – физическими ( $\varphi^* = 1,8$ ,  $p = 0,04$ ). Участники исследования, указавшие на использование реалистичных аватаров, продемонстрировали более высокие показатели идентификации с аватаром ( $t = 2,4$ ,  $p = 0,01$ ), по сравнению с теми участниками, которые использовали нереалистичных аватаров.

Результаты корреляционного анализа представлены в табл. 1. В таблице представлены только показатели сигнifikативных значений (сигнifikаты) идентификационных характеристик аватара, которые имеют значимые корреляции.

Исходя из данных корреляционного анализа, преимущественное использование физической характеристики аватара (внешний вид аватара) отличает интернет-пользователей, которые осмысленно приспособливают свою идентичность к виртуальной среде, идентифицируют себя со своим аватаром, а также демонстрируют ясность жизненных целей, общую осмысленность реальной жизни и удовлетворенность самореализацией. Напротив, акцентирование социальной характеристики аватара (позиция, роль, статус и принадлежность к социальным группам аватара) присуще интернет-пользователям, которые ориентированы на бессмысленное приспособление к виртуальной среде наряду с низкой осмысленностью реальной жизни, спутанностью жизненных целей и утратой чувства контроля над жизнью. Ин-

тернет-пользователи, ориентированные на приписывание своему аватару экзистенциально-личностных свойств (рефлексивная идентификационная характеристика аватара), склонны к идентификации со своим аватаром в виртуальной среде, а наделяющие своего аватара коммуникативной характеристикой, удовлетворены самореализацией в реальном мире. Проблемная характеристика аватара присуща интернет-пользователям, избегающим взаимодействия в виртуальной среде с использованием аватара, испытывающим трудности с виртуальной идентификацией и неудовлетворенным самореализацией. Интернет-пользователи, использующие негативные коннотации аватара, испытывают затруднения в смысложизненных ориентациях.

Кроме того, обнаружена корреляция величины опыта использования аватара с физической ( $r = 0,12$ ,  $p = 0,01$ ) и рефлексивной ( $r = 0,15$ ,  $p = 0,003$ ) характеристиками аватара, а также идентификацией с аватаром ( $r = 0,20$ ,  $p < 0,001$ ), поиском и принятием виртуальной идентичности ( $r \leq 0,14$ ,  $p \leq 0,004$ ).

В табл. 2 представлены значимые результаты анализа медиации, где параметры смысложизненных ориентаций и идентификации с аватаром – зависимые переменные, показатели виртуальной идентичности – предикторы, а коннотативные и сигнifikативные значения (сигнifikаты) идентификационных характеристик аватара – медиаторы, опосредующие эффекты связи между зависимыми и независимыми переменными.

Результаты демонстрируют статистически значимый косвенный эффект влияния показателей поиска

Таблица 1 / Table 1

**Корреляция показателей виртуальной идентичности, смысложизненных ориентаций, идентификации с аватаром и идентификационных характеристик аватара (N = 457) / Correlation of indicators of virtual identity, life-meaning orientations, avatar identification and avatar identification characteristics (N = 457)**

Параметры / Parameters	Показатели идентификационных характеристик аватара / Avatar identification characteristics						
	Сигнifikаты / Significants					Коннотации / Connotations	
	C	K	Ф	P	П	+	-
Осмысленное принятие виртуальной идентичности / Meaningfulness of commitment of virtual identity	-0,16*	0,03	0,15*	0,05	-0,13*	-0,01	-0,03
Инициативный поиск виртуальной идентичности / In-depth exploration of virtual identity	-0,12*	-0,01	-0,03	-0,01	0,03	-0,01	0,02
Идентификация с аватаром / Avatar identification	0,06	0,07	0,14*	0,12*	-0,21*	0,14*	0,05
Цель / Purpose	-0,18*	0,08	0,13*	0,01	-0,05	0,07	-0,18*
Процесс / Process	-0,06	0,04	0,06	0,02	-0,02	0,09	-0,20*
Результат / Result	-0,05	0,14*	0,13*	0,01	-0,14*	0,08	-0,20*
Локус контроля / Locus of control	-0,15*	0,05	0,09	-0,01	-0,06	0,03	-0,08
Общий показатель осмысленности жизни / Overall index of meaningfulness of life	-0,16*	0,08	0,14*	0,01	-0,07	0,09	-0,22*

Примечание: «\*» – корреляция значима на уровне 0,01 (двусторонняя). Идентификационные характеристики аватара: «C» – социальная, «K» – коммуникативная, «Ф» – физическая, «P» – рефлексивная, «П» – проблемная; «+» – позитивные коннотативные значения; «-» – негативные коннотативные значения.

Note: «\*» – correlation is significant at the 0,01 level (two-sided). Avatar identification characteristics: «C» – social, «K» – communicative, «Ф» – physical, «P» – reflective, «П» – problematic; «+» – positive connotative meanings; «-» – negative connotative meanings.

и принятия виртуальной идентичности на смысложизненные ориентации и идентификацию с аватаром через показатели сигнификативных и коннотативных значений идентификационных характеристик аватара (социальную, физическую, коммуникативную и рефлексивную), что подтверждает выдвинутую гипотезу. Кроме того, присутствует статистически значимое прямое влияние виртуальной идентичности на смысложизненные ориентации и идентификацию с аватаром. Иначе говоря, аватар-опосредованная виртуальная идентичность вносит больший вклад в вариативность показателей смысложизненных ориентаций (цель в жизни, результат жизни, локус контроля) в сравнении с аватар-неопосредованной виртуальной идентичностью, повышая ясность жизненных целей и удовлетворенность жизнью, но снижая чувство контроля над жизнью в реальном мире.

**Анализ эффектов влияния аватар-опосредованной виртуальной идентичности  
 на смысложизненные ориентации и идентификацию с аватаром (N = 457) /  
 Analysis of the effects of avatar-mediated virtual identity on the life-meaning orientations  
 and avatar identification (N = 457)**

Зависимые переменные / Dependent variables	Медиаторы / Mediators	Показатели качества медиационной модели / Quality indicators of the mediation model		
		Общий эффект (b) / Total effect	Прямой эффект (b) / Direct effect	Косвенный эффект (b) / Indirect effect
<i>Предиктор – Осмысленное принятие виртуально идентичности / Predictor – Meaningfulness of commitment of virtual identity</i>				
Цель / Purpose (F = 7,2***; R <sup>2</sup> = 0,11)	Социальные сигнификаты	b = 0,16 (t = 5,6***)	b = 0,14 (t = 5,0***)	b = 0,02 (t = -2,42*)
	Негативные коннотации			b = 0,01 (t = -3,47**)
Результат / Result (F = 4,9***; R <sup>2</sup> = 0,09)	Коммуникативные сигнификаты	b = 0,10 (t = 4,43***)	b = 0,08 (t = 4,02***)	b = 0,02 (t = 2,41**)
	Негативные коннотации			b = 0,01 (t = -4,00***)
Локус контроля / Locus of control (F = 4,7***; R <sup>2</sup> = 0,06)	Социальные сигнификаты	b = 0,06 (t = 2,89**)	b = 0,04 (t = 2,38*)	b = 0,02 (t = -2,01*)
Идентификация с аватаром / Avatar identification (F = 6,3***; R <sup>2</sup> = 0,10)	Социальные сигнификаты	b = 0,28 (t = 2,92***)	b = 0,26 (t = 4,72***)	b = 0,01 (t = 2,01*)
	Рефлексивные сигнификаты			b = 0,01 (t = 1,98*)
<i>Предиктор – Инициативный поиск виртуально идентичности / Predictor – In-depth exploration of virtual identity</i>				
Локус контроля / Locus of control (F = 2,8**; R <sup>2</sup> = 0,05)	Социальные сигнификаты	b = -0,06 (t = -1,98*)	b = -0,04 (t = -2,12*)	b = 0,01 (t = -2,98**)
	Физические сигнификаты			b = 0,01 (t = 2,08*)
Идентификация с аватаром / Identification with an avatar (F = 4,1***; R <sup>2</sup> = 0,05)	Физические сигнификаты	b = 0,16 (t = 3,00**)	b = 0,18 (t = 3,11**)	b = 0,01 (t = 2,00*)
	Рефлексивные сигнификаты			b = 0,01 (t = 2,12*)

Примечание: «\*» – p < 0,05; «\*\*» – p < 0,01; «\*\*\*» – p < 0,001.

Note: «\*» – p < 0,05; «\*\*» – p < 0,01; «\*\*\*» – p < 0,001.

## Обсуждение результатов

Настоящее исследование расширяет рамки предшествующих исследований идентификации с аватаром, предлагая новый взгляд на изученную в зарубежной психологии связь интернет-пользователя со своим аватаром в рамках культурно-исторической психологии Л.С. Выготского. Мы продолжаем традиции отечественной психологии в изучении механизма знакового опосредствования в условиях виртуальной среды (Рубцова, 2019; Солдатова, Чигарькова, Илюхина, 2024), истолковывая аватар как знак и анализируя его значения (сигнификативные и коннотативные).

В работе подтверждено предположение о том, что сигнификативные и коннотативные значения идентификационных характеристик аватара опосредуют взаимосвязь виртуальной идентичности,

Таблица 2 / Table 2

идентификации с аватаром и смысложизненными ориентациями — одним из ключевых показателей психологического благополучия человека, что в целом согласуются с выводами предшествующих работ (Барабанчиков, Селиванов, 2023; Солдатова, Чигарькова, Илюхина, 2024; Banks, Bowman, 2021; Müssele, von Salm-Hoogstraeten, Böffel, 2022). Выявлено, что осмысленное принятие аватар-опосредованной идентичности интернет-пользователями способствует повышению ясности жизненных целей и удовлетворенности самореализацией. Происходит это преимущественно за счет приписывания своему аватару сигнификативных значений социальных, физических и рефлексивных идентификационных характеристик. Негативные коннотации снижают эффект позитивного влияния аватар-опосредованной идентичности на осмысленность жизни в будущем и прошлом. По-видимому, выстраиваемое подобным образом смысловое пространство значений аватара в диалектике отношений «внешнее—внутреннее» обеспечивает переход от социокультурного оперирования аватаром как посредником (или инструментом) во взаимодействии между пользователями (например, для обыгрывания роли или представительства в социальной сети) к экзистенциально-личностному использованию аватара в новой психической системе «Я—аватар», где аватар воплощает идентичность пользователя. Интерес в этом контексте представляется обнаруженное в нашем исследовании снижение сознательного чувства контроля за жизнью и поведением среди молодых интернет-пользователей с аватар-опосредованной виртуальной идентичностью, что, вероятно, вызвано декарнацией физической среды, повышением неопределенности виртуальной среды и зависимости от технических настроек аватара (степени реализма аватара), снижением свободы выбора из-за ограниченных условий виртуальной среды.

Позитивный эффект влияния, как мы полагаем, обусловлен механизмом знакового опосредствования в искусственной системе «идентичность—аватар(знак)—смысл жизни», который создает новые социокультурные связи между функциями, где идентичность доминирует. Однако ограниченные технические характеристики аватара представляют барьер в дальнейшем психологическом посредничестве аватара-знака, затрудняют гибкость сознательного контроля за поведением и шире — жизнью в целом, вынуждая пользователя перестраивать систему «идентичность—аватар(знак)—смысл жизни» под возможности и ограничения аватара. В этом случае не идентичность, а аватар приобретает функцию доминанты. Затруднения саморегуляции, возникающие в данной искусственной системе, по нашему мнению, являются одной из причин фиксируемой в современных исследованиях корреляции психосоциального неблагополучия и проблемного пути идентификации с аватаром (Brown et al., 2024; Mancini et al., 2024; Mller, Bonnaire, 2021; Yang et al., 2024).

В исследовании обнаружено, что частота встречаемости социальных, физических и рефлексивных

идентификационных характеристик, приписываемых своему аватару, отражает зависимость сигнификативной функции аватара от пола, опыта использования и статуса виртуальной идентичности. Полученные данные уточняют выводы современных исследователей о более высокой вовлеченности мужчин в аватар-опосредсованный опыт (Lemenager et al., 2020; Wang et al., 2024; Zimmermann, Wehler, Kaspar, 2023): начинающие пользователи-мужчины, испытывающие трудности в описании внешнего вида и приписывании экзистенциально-личностных характеристик своему аватару, чаще переживают кризис идентичности, чем женщины.

## Заключение

Результаты исследования позволяют сделать вывод о связи между аватар-опосредованной виртуальной идентичностью и смысложизненными ориентациями. Означивание физических, рефлексивных (экзистенциально-личностных) и социальных идентификационных характеристик аватара сопряжено с преадаптивным путем формирования виртуальной идентичности, сопровождая повышение удовлетворенности самореализацией и ясности жизненных целей. Однако семиозис аватара не только расширяет возможности для успешной самореализации и эффективного целеполагания в виртуальной среде, но ставит перед человеком в искусственно созданной системе «Я—аватар» экзистенциальнально-личностную задачу саморегуляции и самоопределения, решение которой имеет барьеры, связанные с сигнификативными и техническими характеристиками аватара. Значение для будущих психологических исследований идентичности сделанные нами выводы о роли сигнификативной функции аватара имеют в условиях метавселенной, где взаимодействие между людьми опосредовано аватарами, а процессы экзистенциальнально-личностного развития человека являются зависимыми от цифровых технологий. Материалы исследования могут быть использованы в разработке новых методов применения аватар-опосредкованных технологий для содействия психосоциальному благополучию молодых пользователей.

**Ограничения.** Ограничение связано с выборкой и исследовательским планом. Во-первых, нельзя делать выводы об изменениях связи между аватар-опосредованной идентичностью и смысложизненными ориентациями во времени. Во-вторых, ограничение выборки социально-демографическим и территориальным признаками не позволяет широко обобщать результаты.

**Limitations.** The limitations are related to the sampling and the research plan. Firstly, no conclusions can be drawn about the changes in the relationship between avatar-mediated identity and life-meaning orientations over time. Secondly, the limitation arising from the sampling based on socio-demographic and territorial characteristics does not allow for broad generalizations of the results.

### Список источников / References

1. Барабанчиков, В.А., Селиванов, В.В. (2023). Редукция тревоги и депрессии через программы на гарнитуре виртуальной реальности высокой иммерсивности. *Экспериментальная психология*, 16(2), 36–48. <https://doi.org/10.17759/exppsy.2023160203>
2. Веракса, Н.Е. (2024). Проблема средств в культурно-исторической теории. *Культурно-историческая психология*, 20(3), 69–76. <https://doi.org/10.17759/chp.2024200307>
3. Завершнева Е., ван дер Веер Р. (Ред.). (2018). *Записные книжки Л.С. Выготского. Избранное*. М.: Канон+.
4. Клементьева, М.В. (2024). Статусы виртуальной идентичности: понятие и методика оценки («Статус ВИ»). *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 21(1), 79–100. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2024-1-79-100>
5. Осин, Е.Н., Кошелева, Н.В. (2020). Тест смысложизненных ориентаций: новые данные о структуре и валидности. *Вопросы психологии*, 6, 150–163.
6. Рубцова, О.В. (2019). Цифровые технологии как новое средство опосредования (статья вторая). *Культурно-историческая психология*, 15(4), 100–108. <https://doi.org/10.17759/chp.2019150410>
7. Румянцева, Т.В. (2006). *Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре*. СПб.: Речь. 176 с.
8. Солдатова, Г.У., Чигарькова, С.В., Илюхина, С.Н. (2024). Метаморфозы идентичности человека достроенного: от цифрового донора к цифровому кентавру. *Социальная психология и общество*, 15(4), 40–57. <https://doi.org/10.17759/sps.2024150404>
9. Тихомиров, О.К. (1993). Информационный век и теория Л.С. Выготского. *Психологический журнал*, 14(1), 114–119.
10. Banks, J., Bowman, N.D. (2021). Some Assembly Required: Player Mental Models of Videogame Avatars. *Frontiers in psychology*, 12, Art. 701965. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.701965>
11. Brown, T., Blinck, L., Dadswell, K., Kowert, R., Zarate, D., Stavropoulos, V. (2024). User-Avatar discrepancy scale: a comparative measurement of self and avatar views. *Behaviour & Information Technology*, 44(9), 1907–1924. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2024.2381603>
12. Coesel, A., Biancardi, B., Buisine, S. (2024). A theoretical review of the Proteus effect: understanding the underlying processes. *Frontiers in Psychology*, 15, Art.1379599. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1379599>
13. Crespo-Pereira, V., Sánchez-Amboage, E., Membiela-Pollán, M. (2023). Facing the challenges of metaverse: a systematic literature review from Social Sciences and Marketing and Communication. *Profesional de la información*, 32(1), e320102. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.ene.02>
14. Giang Barrera, K., Shah, D. (2023). Marketing in the Metaverse: Conceptual understanding, framework, and research agenda. *Journal of Business Research*, 155, 113420. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113420>
15. Fraser, R., Slattery, J., Yakovenko, I. (2023). Escaping through video games: Using your avatar to find meaning in life. *Computers in Human Behavior*, 144, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107756>
16. Lemenager, T., Neissner, M., Sabo, T., Mann, K., Keifer, F. (2020). “Who Am I” and “How Should I Be”: A Systematic Review on Self-Concept and Avatar Identification in Gaming Disorder. *Curr Addict Rep*, 7, 166–193. <https://doi.org/10.1007/s40429-020-00307-x>
17. Mancini, T., Imperato, C., Sibilla, F., Musetti, A. (2024). Can personal identity protect against problematic gaming? A study on the relationships between identity motives, user–avatar bond, and problematic gaming in a sample of MMORPG players. *Identity*, 24(1), 64–78. <https://doi.org/10.1080/15283488.2023.2291644>
18. Miao, F., Kozlenkova, I.V., Wang, H., Xie, T., Palmatier, R. W. (2022). An emerging theory of avatar marketing. *Journal of Marketing*, 86(1), 67–90. <https://doi.org/10.1177/0022242921996646>
19. Müller, T., Bonnaire, C. (2021). Intrapersonal and interpersonal emotion regulation and identity: A preliminary study of avatar identification and gaming in adolescents and young adults. *Psychiatry Research*, 295, Art. 113627. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.113627>
20. Müsseler, J., von Salm-Hoogstraeten, S., Böffel, C. (2022). Perspective Taking and Avatar-Self Merging. *Frontiers in psychology*, 13, Art.714464. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.714464>
21. Nagy, P., Koles, B. (2021). Digital object attachment. *Current Opinion in Psychology*, 39, 60–65. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.07.017>
22. Pawar, S.S., Mishra, A.A. (2025). From efficiency to immersion: understanding generational differences in avatar interactions. *Computers in Human Behavior*, 172, 108732. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2025.108732>
23. Peng, Y., Cowan, K., Lo Ribeiro, J. (2025). Into the virtual worlds: conceptualizing the consumer-avatar journey in virtual environments. *Psychology & Marketing*, 42, 374–394. <https://doi.org/10.1002/mar.22129>
24. Stavropoulos, V., Zarate, D., Prokofieva, M., Van de Berg, N., Karimi, L., Gorman Alesi, A., Richards, M.,

- Bennet, S., Griffiths, M. D. (2023). Deep learning(s) in gaming disorder through the user-avatar bond: A longitudinal study using machine learning. *Journal of behavioral addictions*, 12(4), 878–894. <https://doi.org/10.1556/2006.2023.00062>
25. Snodgrass, J.G., Sagstetter, S.I., Branstrator, J.R., Giardina, A., Lacy, M.G., Bollinger-Deters, A.T., Callendar, C.L., Zhao, K.X., Dengah II, H.F., Billieux, J. (2025). Player-avatar bonds and gaming benefits and risks: Assessing self-discrepancy theory against a broader range of character and play experiences. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 19(3), Art. 10. <https://doi.org/10.5817/CP2025-3-10>
26. Yang S., Kim H., Song M., Lee S., Jang L. (2024). The Double-Edged Influence of Self-Expansion in the Metaverse: A Two-Wave Panel Assessment of Identity Perception, Self-Esteem, and Life Satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 27(1), 37–46. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0400>
27. Wang, Yu., Zeng, X., Wan, K., Zhou, Z., Ye, Z., Shan, X., Wang, Ya. (2024). Paying for beloved game characters: Congruence with ideal others predicts purchase intention. *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*, 43(29), 24149–24158. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06059-5>
28. Zimmermann, D., Wehler, A. Kaspar, K. (2023). Self-representation through avatars in digital environments. *Current Psychology*, 42(3), 21775–21789. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03232-6>

### Информация об авторах

Клементьева Марина Владимировна, доктор психологических наук, профессор кафедры психологии и развития человеческого капитала, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (ФБГОУ ВО Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации), Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8712-9282>, e-mail: marinaklementyva@yandex.ru

Иванова Виктория Ивановна, доктор педагогических наук, заведующая кафедрой лингвистики и перевода, Институт гуманитарных и социальных наук, Тульский государственный университет (ФГБОУ ВО ТулГУ), Тула, Российская Федерация ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1339-4304>, e-mail: vik2662009@yandex.ru

### Information about the authors

Marina V. Klementyeva, Grand PhD in Psychology, Professor of Chair of Psychology and Human Capital Development, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8712-9282>, e-mail: marinaklementyva@yandex.ru

Victoriya I. Ivanova, Grand PhD in Pedagogy, Head of Chair of Linguistics and Translation Studies, Institute of Humanities and Social Sciences, Tula State University, Tula, Russian Federation. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1339-4304>, e-mail: vik2662009@yandex.ru

### Вклад авторов

Клементьева М.В. — идеи исследования; аннотирование, написание и оформление рукописи; применение статистических, математических или других методов для анализа данных; планирование и проведение исследования; сбор и анализ данных; визуализация результатов исследования; контроль за проведением исследования.

Иванова В.И. — аннотирование, написание и оформление рукописи; проведение исследования; сбор и анализ данных; применение статистических, математических или других методов для анализа данных.

Все авторы приняли участие в обсуждении результатов и согласовали окончательный текст рукописи.

### Contribution of the authors

Marina V. Klementyeva — ideas; annotation, writing and design of the manuscript; planning of the research; control over the research; application of statistical, mathematical or other methods for data analysis; conducting the study; data collection and analysis; visualization of research results.

Victoriya I. Ivanova — annotation, writing and design of the manuscript; application of statistical, mathematical and other methods for data analysis; conducting the study; data collection and analysis.

All authors participated in the discussion of the results and approved the final text of the manuscript.

### Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

### Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

### Декларация об этике

Письменное информированное согласие на участие в этом исследовании было предоставлено респондентами.

### Ethics statement

Written informed consent for participation in this study was obtained from the participants.

Поступила в редакцию 03.09.2025

Received 2025.09.03

Поступила после рецензирования 16.10.2025

Revised 2025.10.16

Принята к публикации 10.12.2025

Accepted 2025.12.10

Опубликована 29.12.2025

Published 2025.12.29