

ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЙ СФЕРЫ ЛИЧНОСТИ НА ЕЕ ВИРТУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ: КОМПОНЕНТ ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Зекерьяев Руслан Ильвисович

Преподаватель, ГБОУ ВО Республики Крым «Крымский инженерно-педагогический университет»
ruslan51291@mail.ru

EMPIRICAL STUDY OF THE INFLUENCE OF THE VALUE-SENSE SPHERE OF A PERSONALITY ON ITS VIRTUAL IMAGE: A COMPONENT OF INSTRUMENTAL VALUES

R. Zekeryaev

Summary: This article provides a critical analysis of the literature devoted to the study of the value-semantic sphere of personality and virtual personality in the Internet space; described the value-semantic sphere as a complex dynamic construct of the personality, which determines its inner world and sets the vector of its activity; analyzed the virtual personality of the Internet user as a psychological phenomenon; describes virtuality, involvement and orientation as properties of a virtual personality; analyzed the results of an empirical study of the influence of the instrumental values component of the value-semantic sphere of a personality on the properties of its virtual image.

Keywords: value-semantic sphere of personality, instrumental values, virtual personality, virtuality, involvement, orientation.

Аннотация: В статье осуществлен критический анализ литературы посвященной исследованиям ценностно-смысловой сферы личности и виртуальной личности в интернет-пространстве; описана ценностно-смысловая сфера как комплексный динамический конструкт личности, который определяет ее внутренний мир и задаёт вектор ее деятельности; проанализирована виртуальная личность интернет-пользователя как психологический феномен; описаны виртуальность, вовлеченность и направленность как свойства виртуальной личности; проанализированы результаты эмпирического исследования влияния компонента инструментальных ценностей ценностно-смысловой сферы личности на свойства ее виртуального образа.

Ключевые слова: ценностно-смысловая сфера личности, инструментальные ценности, виртуальная личность, виртуальность, вовлеченность, направленность.

Актуальность

На данном этапе своего развития современное общество все больше подвергается виртуализации, при этом ключевой площадкой для данного процесса становится гиперреальность сети Интернет. Будучи принципиально новым информационно-коммуникативным пространством, виртуальная среда открывает широкий спектр возможной деятельности, в том числе и социального взаимодействия как для отдельных индивидов, так и целых групп. В процессе виртуализации и перехода из реального мира в гиперреальность сети Интернет с личностью происходит ряд трансформаций, проявляющихся в модификации и расширении ее системы ценностей и смыслов, что приводит к формированию новых поведенческих и мировоззренческих паттернов. Несмотря на большое количество научных работ, посвященных процессу интернет-социализации, остается открытым вопрос о факторах, провоцирующих подобные трансформации, и в частности о влиянии ценностно-смысловой сферы реальной личности на ее виртуальный образ в сети Интернет.

Целью статьи представление результатов исследова-

ния психологических особенностей компонента инструментальных ценностей в структуре ценностно-смысловой сферы личности на ее виртуальный образ.

Основное изложение материала

Ценностно-смысловая сфера личности представляет собой комплексный динамический конструкт личности, который определяет ее внутренний мир и задаёт вектор ее деятельности. Система смыслов и ценностей детерминирует такие психологические особенности социальной активности человека, как основное содержание, вектор направленности, смысловое наполнение. Они в свою очередь регулируют поведенческие паттерны личности, а также выступают в роли цензора для оценки событий и явлений, с которыми она сталкивается.

Н.Ф. Наумова, исследуя смыслы и ценности личности отмечала, что они являются ведущей детерминантой целеполагания. Также, по мнению ученой, ценностно-смысловая сфера выполняет ориентационную функцию в социальных процессах, в которых участвует личность, конструируя при этом ее мировоззренческую картину, обладающую свойствами целостности, осмысленности,

непротиворечивости и систематизированности. Н.Ф. Наумова также говорила о том, что система смыслов и ценностей детерминирует базис для принятия решений на основе существующих субъективно значимых альтернативных вариантов, а также конструирования поведенческих границ и самого процесса активности [14].

Ряд ученых определял ценностно-смысловую сферу как перманентную, носящую социальный характер направленность личности на цели, которые представляют для нее субъективную значимость и наделяются определенными смыслами. По их мнению, система смыслов и ценностей не только формирует цели человека, но также определяет способы для их реализации, подкрепляемые психологическими свойствами личности и ее поведения, являющихся резистентными по отношению к внешним социальным влияниям. Ученые отмечали, что, несмотря на свою устойчивость, ценностно-смысловая сфера личности является динамичным конструктом, который позволяет проявляться своим свойствам с учетом потребностей в каждой конкретной ситуации, модифицируя и выстраивая поведенческие паттерны для достижения актуальной цели [1; 6; 10].

Д.А. Леонтьев, исследуя ценностно-смысловую сферу личности, отмечал, что она является образованием на пересечении мировоззренческих установок личности и ее мотивационных ориентаций. По мнению исследователя смыслы и ценности представляют собой регуляторы социальной активности личности, а также конструируют у нее образ восприятия себя как совокупности субъективно значимых черт и особенностей. Д.А. Леонтьев также говорил о том, что индивидуальные ценности формируются на основе субъективно пережитого жизненного опыта и представляют собой систему выборочно интернализированных из общесоциальных смыслов и ценностей элементов [11].

Ряд ученых отмечал, что ценностно-смысловая сфера личности обладает иерархической динамичной структурой, проявляющейся в двух направлениях: горизонтальном (определяющем степень значимости и принятия тех или иных ценностей и смыслов) и вертикальном (взаимосвязь индивидуальных ценностей и смыслов с конструктом ценностей и смыслов социума, в котором функционирует человек). При этом учеными отмечается, что ценностно-смысловая сфера сформирована в виде трехуровневого конструкта: на первом уровне находятся абстрактные и обобщенные ценности, относящиеся к материальному и духовному миру; второй уровень включает в себя ценности, которые представляют собой психологические особенности личности, закрепленные в ее активности и деятельности; на третьем уровне находятся наиболее предпочитаемые поведенческие паттерны человека, с помощью которых он реализует свои потребности и цели [2; 5].

Виртуальная личность интернет-пользователя – это сложное образование, формирующееся при переходе реальной личности в социокультурное пространство интернета, с последующей интеграцией в него и интернализацией ценностей и смыслов виртуального социума.

И.Н. Блохин в процессе исследования феномена виртуальной личности выделил их типы в зависимости от предпочитаемого стиля поведения в сети Интернет: потребители, авторы, коммуникаторы и потребители. По мнению исследователя, основной деятельностью потребителя является накопление социокультурного опыта виртуального пространства через процесс интернализации его ценностей и смыслов. И.Н. Блохин определял тип коммуникатора как человека, считающего наиболее значимой ценностью виртуального пространства возможность социального взаимодействия с другими интернет-пользователями. Под авторами исследователь понимал тип поведения в сети Интернет, заключающийся в создании уникального контента и размещения его на соответствующих ресурсах. Ученый также определял тип навигатора как личность, предпочитающую деятельность в виртуальном пространстве, связанную с оперированием информационными потоками, а также аналитикой деятельности прочих вышеописанных типов [4].

Ряд ученых отмечал, что гиперреальность виртуального пространства создает новые нормы, что детерминирует формирование принципиально новой культуры. В ходе интернет-социализации, ценностно-смысловая сфера личности становится диффузной и включает в себя ценности и смыслы, приобретенные в реальном пространстве и интернализированные в виртуальной среде. Сеть Интернет предоставляет возможность войти в социальную среду, идентичную реальному миру, создавать в ней новые образы для реализации потребности в самопрезентации. Процесс интернет-социализации, выступая в роли части процесса социализации в глобальном понимании, позволяет личности создавать новые социальные связи, отыгрывать новые социальные роли и интегрироваться в референтные группы, недоступные ей в реальном пространстве. Вхождение в виртуальный социум амбивалентно: с одной стороны оно формирует у личности осознание о неполноте социального опыта и нереализованности потенциала креативности, но с другой стороны предоставляет требуемые ресурсы для компенсации этой неполноты [8; 13].

З.С. Завьялова, описывая процесс конструирования виртуального образа, отмечала схожесть его этапов с процессом самоидентификации личности в реальном пространстве, выделяя ряд его этапов. По мнению ученой, на первом этапе личность интегрируется в виртуальную реальность и находится в ситуации противопоставления себя ей. На следующем этапе, как отмечала

З. С. Завьялова, человек выбирает себе имя в сети Интернет, что детерминирует процесс виртуальной самоидентификации личности. Последний этап, по мнению исследовательницы, начинается, когда человек начинает проявлять коммуникативную активность в виртуальном социуме, который выбирает самостоятельно, опираясь на свои субъективные предпочтения и ценностно-смысловую сферу [7].

Ряд исследователей феномена виртуальной реальности отмечали ее специфику и ряд отличительных признаков от реального пространства: анонимность, физическая непредставленность, одновременность разных видов деятельности, отсутствие регламентированности взаимодействия и поведения и т.д. Вступая в социальное взаимодействие, виртуальная личность не присутствует физически в данном процессе, а также в любой момент может его завершить. Данные особенности процесса коммуникации в сети Интернет детерминируют стремление личности экспериментировать со своим виртуальным образом, приближая его к «Я-идеальному». Данное явление может также возникать как способ компенсации психологических проблем реального пространства, а также как стремление к самовыражению через отыгрывание различных социальных ролей [3; 9].

А.И. Лучинкина, исследуя виртуальную личность как психологический феномен, выделяла три ее свойства, такие как виртуальность, вовлеченность и направленность. Под виртуальностью исследовательница понимала степень принятия виртуальной реальности как среды, в которой осуществима социальная жизнедеятельность. Так, по ее мнению, чем выше уровень виртуальности, тем больше мотивация человека к пребыванию в сети Интернет, которая воспринимается как более предпочитаемая среда для времяпровождения, чем реальное пространство. А.И. Лучинкина определяла вовлеченность как уровень владения информационно-компьютерными технологиями и ощущение принадлежности к виртуальному социуму. Чем выше, по мнению ученой, уровень вовлеченности, тем больше человек считает себя частью социокультурного пространства сети Интернет и тем больше он мотивирован к пребыванию в виртуальной среде. А.И. Лучинкина под направленностью понимала наличие или отсутствие представлений о социально-одобряемом поведении в интернет-социуме. По мнению исследовательницы, чем выше уровень направленности, тем больше стремление личности следовать правилам и нормам, выдвигаемым по отношению к нему виртуальной социокультурной средой, в которой она находится [12].

Эмпирическую базу пилотного исследования составили 300 человек, с разными уровнями интернет-активности. Возрастное и гендерное распределение респондентов: 150 мужчин и 150 женщин; в возрасте от 18 до

35 лет. Респонденты привлекались благодаря рассылке приглашений к участию в исследовании и были выбраны методом случайных чисел.

В ходе исследования использовался ряд методик:

1. Опросник «Личность в интернет-пространстве» А.И. Лучинкиной для определения уровня интернет-активности личности
2. Методика «Ценностные ориентации» М. Рокича.

На первом этапе исследования с помощью методики «Личность в интернет-пространстве» А.И. Лучинкиной было определено процентное распределение респондентов по уровням их виртуальности, вовлеченности и направленности (рис. 1-3).

На следующем этапе был проведен корреляционный анализ между показателями свойств виртуальной личности респондентов и уровнями их инструментальных ценностей в структуре ценностно-смысловой сферы.

Часть таблицы с значимыми корреляционными связями представлена на рис. 4.

Из рисунка 4 видно, что существует прямая связь между показателем ценности образованности и уровнем вовлеченности виртуальной личности (коэффициент r -Пирсона = 0,735). Данная связь проявляется в том, что у людей с выраженной ценностью образованности, характеризующаяся широтой взглядов и высокой общей культурой, развита творческая самореализация. Они воспринимают сеть Интернет как безопасную жизненную среду, в которой можно узнавать новую информацию для себя и делиться своими знаниями с другими людьми. Также у таких респондентов наблюдается высокий уровень мотивации времяпровождения в виртуальном пространстве.

Существенная разница в проявлении ценности активной деятельной жизни у респондентов с различными уровнями вовлеченности также может быть обоснована результатами применения критерия Краскелла-Уоллиса, в которых уровень асимптотической значимости = 0,000 < 0,005 (рис. 5).

Из рисунка 4 видно, что существует прямая связь между показателем ценности воспитанности и уровнем направленности виртуальной личности (коэффициент r -Пирсона = 0,761). Данная связь проявляется в том, что у людей с выраженной потребностью в воспитанности, проявляющейся в хороших манерах и поведении, в интернет-пространстве проявляется склонность к следованию нормам и правилам виртуального взаимодействия. Они воспринимают сеть Интернет как социокультурное пространство, в котором существуют определенные правила сетевого этикета. Также у таких респондентов



Рис. 1. Процентное распределение респондентов по уровню виртуальности



Рис. 2. Процентное распределение респондентов по уровню вовлеченности



Рис. 3. Процентное распределение респондентов по уровню направленности

		Корреляции			
		Вовлеченность	Направленность	Воспитанность	Образованность
Вовлеченность	Корреляция Пирсона	1	-,362**	-,298**	,735**
	Знач. (двухсторонняя)		,000	,000	,000
	N	300	300	300	300
Направленность	Корреляция Пирсона	-,362**	1	,761**	-,341**
	Знач. (двухсторонняя)	,000		,000	,000
	N	300	300	300	300
Воспитанность	Корреляция Пирсона	-,298**	,761**	1	-,178**
	Знач. (двухсторонняя)	,000	,000		,002
	N	300	300	300	300
Образованность	Корреляция Пирсона	,735**	-,341**	-,178**	1
	Знач. (двухсторонняя)	,000	,000	,002	
	N	300	300	300	300

** Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

Рис. 4. Значимые корреляционные связи

Статистические критерии ^{а,б}	
	Образованность
Хи-квадрат	133,774
ст. св.	2
Асимптотическая значимость	,000

а. Критерий Краскела-Уоллиса
 б. Группирующая переменная: Уровень вовлеченности

Рис. 5. Результат применения критерия Краскелла-Уоллиса для показателей ценности образованности и уровня вовлеченности в виртуальном пространстве

наблюдается стремление следовать рекомендациям и нормам, выдвигаемым локальными виртуальными сообществами, в которых они функционируют.

Существенная разница в проявлении ценности воспитанности у респондентов с различными уровнями направленности также может быть обоснована результатами применения критерия Краскелла-Уоллиса, в которых уровень асимптотической значимости = 0,000 < 0,005 (рис. 6).

Таким образом, исходя из результатов корреляционного анализа и использования критерия Краскелла-Уоллиса можно сделать вывод о том, что существует связь между показателем ценности образованности и уровнем вовлеченности в виртуальном пространстве, а также показателем воспитанности и уровнем направленности в виртуальном пространстве.

Выводы

Ценностно-смысловая сфера личности представляет собой комплексный динамический конструкт личности,

который определяет ее внутренний мир и задаёт вектор ее деятельности. Система смыслов и ценностей детерминирует такие психологические особенности социальной активности человека, как основное содержание, вектор направленности, смысловое наполнение. Они в свою очередь регулируют поведенческие паттерны личности, а также выступают в роли цензора для оценки событий и явлений, с которыми она сталкивается.

Существует прямая связь между показателем ценности образованности и уровнем вовлеченности виртуальной личности. Данная связь проявляется в том, что у людей с выраженной ценностью образованности, характеризующаяся широтой взглядов и высокой общей культурой, развита творческая самореализация. Существует прямая связь между показателем ценности воспитанности и уровнем направленности виртуальной личности. Данная связь проявляется в том, что у людей с выраженной потребностью в воспитанности, проявляющейся в хороших манерах и поведении, в интернет-пространстве проявляется склонность к следованию нормам и правилам виртуального взаимодействия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева О.С. Ценности и их связь с базовыми чертами личности. Психологические исследования [Электронный ресурс] / О.С. Алексеева, И.Е. Ржанова // Психологические исследования : Электронный журнал. – 2019. – №12(63). – режим доступа к журналу : <http://psystudy.ru>.
2. Алишев Б.С. Психологическая теория ценности: Системно-функциональный подход : дис. на соиск. учен. степ. доктора психологических наук : спец. 19.00.01 «Общая психология» / Булат Саямович Алишев. – Казань, 2002. – 367 с.
3. Белинская Е.П. Идентичность личности в условиях социальных изменений : дис. на соиск. учен. степ. доктора психологических наук : спец. 19.00.05 «Социальная психология» / Елена Павловна Белинская. – Москва, 2006. – 479 с.
4. Блохин И.Н. Политическое поведение личности в медиасреде / И.Н. Блохин // Гуманитарный вектор. Серия: История, политология. – 2013. – №3(35). – С. 125-134.
5. Бубнова С.С. Методика диагностики индивидуальной структуры ценностных ориентаций / С.С. Бубнова // Методы психологической диагностики. – 1994. – Т. 2. – С. 144-157.
6. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в условиях социально-экономических изменений: дис. на соиск. учен. степ. кандидата психологических наук : спец. 19.00.05 «Социальная психология» / Надежда Анатольевна Журавлева. – Москва, 2002. – 228 с.
7. Завьялова З.С. Идентификация личности в условиях сетевых коммуникаций: постановка проблемы / З.С. Завьялова // Гуманитарная информатика. – 2008. – Вып. 4. – С. 38-50.
8. Зекерьяев Р.И. Психологические особенности виртуальной личности пользователя и ее типы / Р.И. Зекерьяев // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: познание. – 2019. – №1(88). – С. 31-37.
9. Зекерьяев Р.И. Типы виртуальной личности интернет-пользователя / Р.И. Зекерьяев // Ученые записки. Электронный научный журнал курского государственного университета. – 2019. – №1(49). – С. 255-263.
10. Каширский Д.В. Психология личностных ценностей: дис. на соиск. учен. степ. доктора психологических наук : спец. 19.00.01 «Общая психология» / Дмитрий Валерьевич Каширский. – Москва, 2014. – 551 с.
11. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени / Д. А. Леонтьев // Психологическое обозрение. – 1998. – №1. – С. 13-25.
12. Лучинкина А.И. Информационно-психологическая безопасность личности в интернет-пространстве / А.И. Лучинкина, Т.В. Юдеева, В.Р. Ушакова. – Симферополь : ДИАЙПИ, 2015. – 151 с.
13. Лучинкина А.И. Специфика интернета как института социализации / А.И. Лучинкина // Научный результат. Педагогика и психология образования. – 2019. – №1. – С. 59-69.
14. Наумова Н.Ф. Социологические и психологические аспекты целенаправленного поведения / Н. Ф. Наумова. – Москва: Наука, 1988. – 200 с.

© Зекерьяев Руслан Ильвисович (ruslan51291@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»