

УДК 159

DOI: 10.34670/AR.2019.44.4.029

Психологические особенности ценностно-смысловой сферы личности с разным уровнем интернет-активности: эмоциональный аспект

Зекерьяев Руслан Ильвисович

Преподаватель,
Крымский инженерно-педагогический университет,
295015, Российская Федерация, Симферополь, переулок Учебный, 8;
e-mail: ruslan51291@mail.ru

Аннотация

В статье рассмотрены психологические особенности ценностных ориентаций личности; выделены романтические, акзитивные, праксические, глорические, гедонистические, альтруистические, гностические, пугнические, коммуникативные, эстетические эмоциональные направленности в составе ценностно-смысловой сферы личности; представлены результаты исследования влияния уровня интернет-активности личности на психологические особенности эмоциональной направленности личности. Ценностно-смысловая сфера личности является связующим звеном между внутренним миром личности и окружающей его реальностью, социумом и жизненным пространством. Система ценностно-смысловых ориентаций непосредственно влияет на рост личности, ее развитие и выбор способа достижения ею своих целей в деятельности. С ростом уровня интернет-активности личности увеличивается значимость акзитивной и эстетической эмоциональных направленностей личности. При этом снижается значимость романтической, глорической, гедонистической и пугнической эмоциональных направленностей, а также остается практически неизменной значимость праксической, альтруистической, гностической и коммуникативной эмоциональных направленностей личности.

Для цитирования в научных исследованиях

Зекерьяев Р.И. Психологические особенности ценностно-смысловой сферы личности с разным уровнем интернет-активности: эмоциональный аспект // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2019. Т. 8. № 4А. С. 251-258. DOI: 10.34670/AR.2019.44.4.029

Ключевые слова

Ценностные ориентации личности, романтические, акзитивные, праксические, глорические, гедонистические, альтруистические, гностические, пугнические, коммуникативные.

Введение

Актуальность. Современный период развития общества характеризуется глобальной компьютеризацией, внедрением информационных технологий во многие сферы жизни, что привело, в частности, и к изменению в процессе социализации, развития и становления личности. Процесс интернет-социализации предоставляет новые возможности для коммуникативного взаимодействия и формирует новую культурную реальность, в которой личность участвует в новых видах деятельности, обладая при этом широким спектром средств, которые опосредованно влияют на ее ценностно-смысловую сферу. Необходимо отметить, что, несмотря на ряд работ, посвященных изучению ценностно-смысловой сферы личности и, в частности, ее ценностного аспекта, особенности влияния на нее уровня интернет-активности практически не становились предметом исследования.

Целью статьи представлено исследование результатов исследования психологических особенностей ценностного компонента ценностно-смысловой сферы личности с различными уровнями интернет-активности.

Основная часть

Ценностно-смысловая сфера личности – это сложная структурированная система ее убеждений, которая конструируется на основе ее целей, мировоззрения, мотивов под влиянием социокультурной среды, в которой она функционирует. Ценности выступают в роли регулятора поведения человека, а также выступают как основа для принятия им решений.

Ценностно-смысловая сфера человека несет в себе двойственную функцию. С одной стороны, она выступает как регулятор и побудитель активности личности, а с другой – является детерминантой ее жизненных целей, выражая, что для нее является важным и обладает личностным смыслом.

С.С. Кладько, Т.В. Корнилова и Г.Л. Будинайте определяли ценностно-смысловую сферу как отношение человека к внешнему и внутреннему миру. По мнению исследователей переход от норм субъективных к объективным осуществляется на основе саморегуляции личности. Согласие или отказ принимать социально-значимые ценности считается элементом активности самосознания. Ученые считают, что личностными ценностями могут стать только те, по отношению к которым человек определился и дал оценку, а также внес их в конструкт своего «Я» [Будинайте, 1993; Кладько, 2000].

Некоторые исследователи в своих исследованиях подчеркивали, что ценностно-смысловая сфера личности может оказывать влияние на поведение человека только при условии своей ясности и непротиворечивости. Так, например, по мнению О.Н. Громовой и Г.Р. Латфуллина отсутствие четкой ценностной картины мира могут приводить к совершению противоречивых поступков, в то время как ее наличие наоборот способствует формированию активной жизненной позиции и готовности личности брать ответственность за себя и ситуацию, идти на рискованные поступки для достижения каких-либо целей в деятельности [Латфуллин, 2004].

Я.С. Сунцова в ходе исследований так же доказала, что люди, у которых все элементы ценностно-смысловой сферы согласованы, демонстрируют конформность по отношению к ценностям, отличным от их собственных. В то же время, личности с хаотичной структурой

ценностной сферы склонны к неприятию значимых и социально-приемлемых черт [Сунцова, 2005].

Д.А. Леонтьев утверждал, что ценностно-смысловая сфера не только является фактором, образующим потребности, мотивы и интересы, но и детерминирует их направленность и содержание. По мнению исследователя система ценностей человека формирует его внутренний стержень и играет важную роль в конструировании социального поведения и поступков. Ученый утверждал, что ценностная сфера проявляется в сознании через смысловые диспозиции и в деятельности – через установки и смыслы [Леонтьев, 2003].

М.С. Яницкий определял ценностно-смысловую сферу личности как детерминанту вектора развития личности, ее механизм, который консолидирует личность и социум, а также регулирует поведенческую деятельность. По мнению ученого, ценности являются установками, которые формируются в процессе ее вхождения в социум. При этом нормы, принятые в обществе, интериоризируются личностью и входят в ее ценностную картину мира [Яницкий, 2000].

Ежевская Т.И. определяла ценностно-смысловую сферу личности как константные установки предпочитаемых моделей поведения и экзистенциальных целей. По мнению исследователя, ценности дают человеку возможность осознано выбирать средства и способы в достижении целей и самовыражении. Ученый также полагал, что ценностная сфера определяет жизненные ориентиры и перспективы личности [Ежевская, 2010].

Одним из факторов, влияющих на формирование ценностной сферы личности, является ее интернет-активность, так как виртуальная среда является одним из наиболее влиятельных институтов социализации. В связи с этим уровень интернет-активности личности оказывает прямое влияние на ценностную сферу личности.

По мнению А.И. Лучинкиной, существует несколько типов пользователей сети Интернет в зависимости от уровня их интернет-активности.

Пассивные пользователи проводят в сети Интернет менее одного часа и заходят туда не более двух раз в неделю. Эти люди редко общаются в виртуальной среде, не проявляют самостоятельную поисковую активности и не склонны к взаимодействию с другими пользователями. Реальный мир для них является более приоритетным, чем виртуальное пространство.

Ситуативные пользователи посещают сеть Интернет каждый день в течение 1-2 часов. Они общаются в виртуальной среде только когда у них есть свободное время и проявляют активность только по необходимости, хотя и могут осуществлять несколько разнонаправленных видов деятельности.

Активные пользователи находятся в сети Интернет ежедневно по 3-7 часов, занимаются там какой-либо разноплановой деятельностью, посещают поисковые ресурсы с целью найти новую интересующую их информацию. Зачастую у них открыто по несколько вкладок одновременно, а в социальные сети они заходят одновременно с выходом в сеть Интернет.

Чрезмерно активные пользователи проводят в сети Интернет более 7 часов в день, общаются одновременно с большим количеством пользователей в различных социальных сетях и группах, посещают поисковые ресурсы, знают, где найти необходимую им информацию и могут заниматься одновременно несколькими видами деятельности. При этом интернет-пространство является для них более приоритетным, чем реальный мир [Лучинкина, 2019].

Эмпирическую базу пилотного исследования составили 200 человек, с разными уровнями интернет-активности. Возрастное и гендерное распределение респондентов: 100 мужчин и 100 женщин; в возрасте от 17 до 23 лет. Респонденты привлекались благодаря рассылке приглашений к участию в исследовании и были выбраны методом случайных чисел.

В ходе исследования использовался ряд методик:

Опросник «Личность в интернет-пространстве» А.И. Лучинкиной для определения уровня интернет-активности личности

Методика «Определение общей эмоциональной направленности личности» Б.И. Додонова.

В ходе математической обработки результатов исследования было обнаружено, что в выборке присутствовали интернет-пользователи с разными уровнями интернет-активности: пассивные, ситуативные, активные и чрезмерно активные (рис. 1).

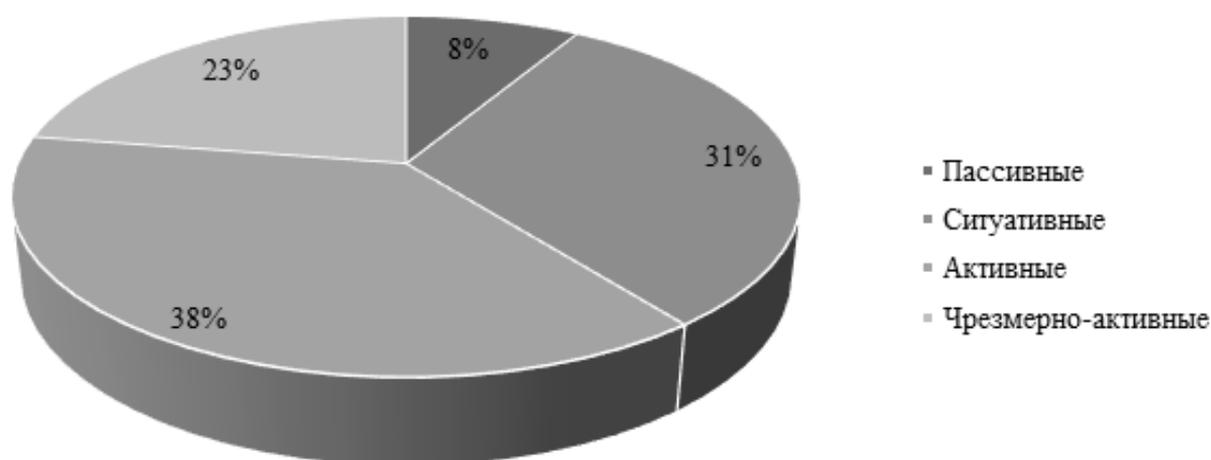


Рисунок 1 – Распределение респондентов по уровню интернет-активности

На следующем этапе проводился анализ эмоциональной направленности по Б.И. Додонову в группах респондентов с разным уровнем интернет-активности.

Альтруистические эмоции возникают как результат потребности в помощи, заботе, покровительстве, сопереживании другим людям. Также они могут выражаться в чувстве преданности и надежности.

Коммуникативные эмоции проявляются в ходе удовлетворения потребности в общении и проявляются как желание общаться, делиться мыслями и чувствами. Помимо этого, они являются детерминантой формирования неформального рода отношений в социальной группе.

Глорические эмоции возникают вместе с потребностью в славе и самоутверждении, статусе и почете. К ним также можно отнести чувство собственного превосходства, гордости, роста в собственных глазах.

Практические эмоции проявляются в ходе деятельности и динамике ее развития, связаны с успешностью или неуспешностью ее выполнения. Они могут выражаться также как увлеченность работой, стремление к успеху, удовлетворение от выполненного дела.

Пугнические эмоции возникают в процессе преодоления опасности, борьбе и риске. Они

могут проявляться как чувство азарта, решительность, жажда острых ощущений и т.д.

Романтические эмоции проявляются как стремление личности к таинственному, необычному, неизведанному. Они могут выражаться как чувство особой значимости происходящего, восприятие событий через призму мистического и непознанного.

Гностические эмоции выражаются как желание личности понять происходящее вокруг, изучить суть явлений, систематизировать свои знания. К ним можно отнести чувство ясности или запутанности мыслей, радость познания истины.

Эстетические эмоции проявляется как лирические переживания, получение удовольствия от созерцания красоты явлений или объектов. Они могут выражаться в виде чувства грусти, задумчивости, растроганности, переживания, ностальгии и т.д.

Гедонистические эмоции связаны с реализацией потребности в душевном и физическом комфорте. К ним можно отнести эмоции беззаботности, веселья, безмятежности, неги и т.д.

Акзигитивные эмоции проявляются в виде стремления к коллекционированию и накоплению. К ним можно отнести также радость при просмотре накопленного и увеличения количества объектов в коллекции.

В ходе исследования было определено, что с ростом уровня интернет-активности личности также увеличивается значимость акзигитивной и эстетической эмоциональных направленностей личности (рис. 2).

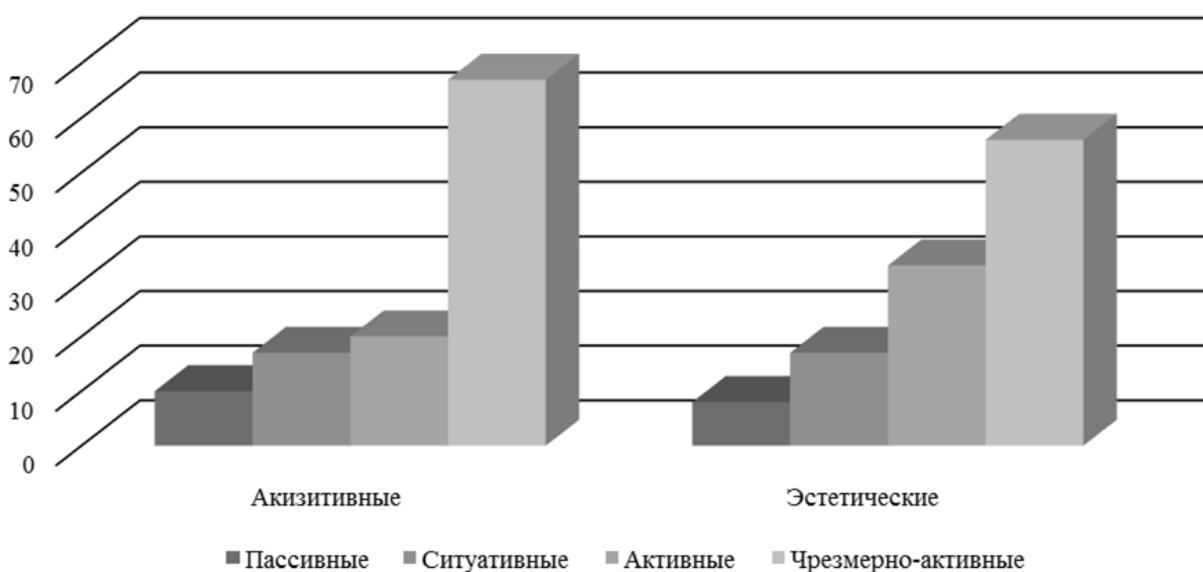


Рисунок 2 – Зависимость акзигитивной и эстетической эмоциональных направленностей личности от уровня ее интернет-активности

Также было выявлено, что с ростом уровня интернет-активности личности снижается значимость романтической, глорической, гедонистической и пугнической эмоциональных направленностей личности (рис. 3).

Также было определено, что с ростом уровня интернет-активности личности практически не изменяется значимость практической, альтруистической, гностической и коммуникативной эмоциональных направленностей личности (рис. 4).

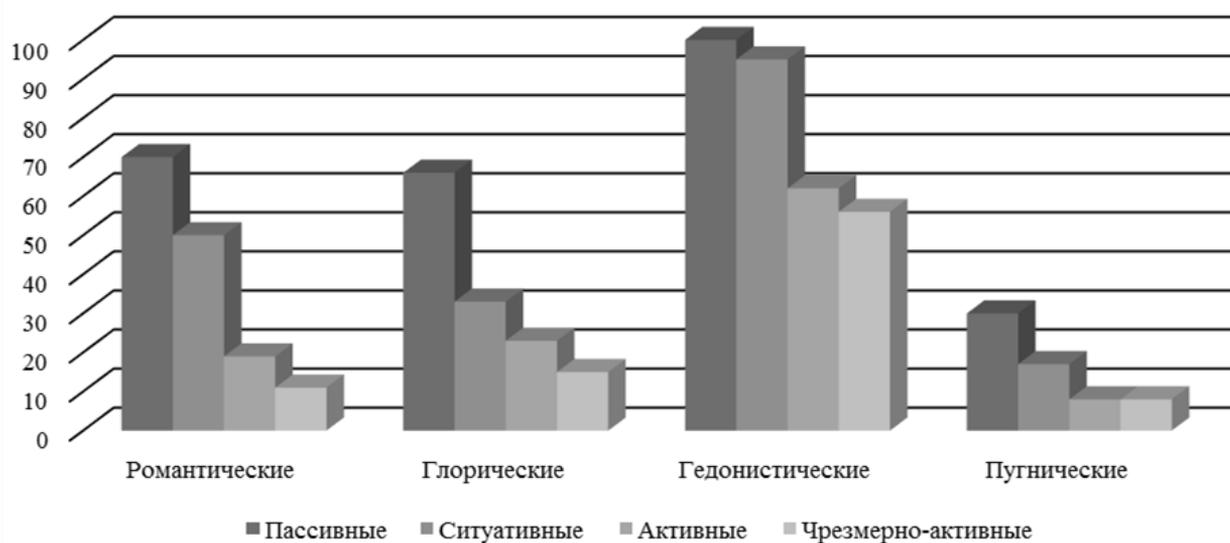


Рисунок 3 – Зависимость романтической, глорической, гедонистической и пугнической эмоциональных направленностей личности от уровня ее интернет-активности

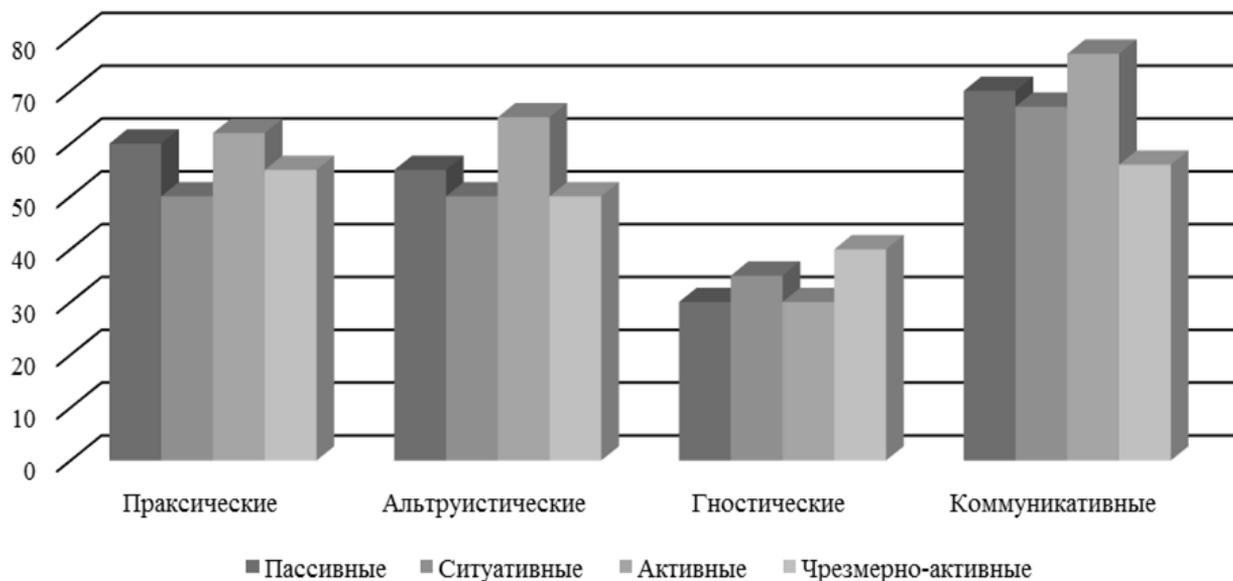


Рисунок 4 – Зависимость практической, альтруистической, гностической и коммуникативной эмоциональных направленностей личности от уровня ее интернет-активности

Заключение

Ценностно-смысловая сфера личности является связующим звеном между внутренним миром личности и окружающей его реальностью, социумом и жизненным пространством.

Система ценностно-смысловых ориентаций непосредственно влияет на рост личности, ее развитие и выбор способа достижения ею своих целей в деятельности.

С ростом уровня интернет-активности личности увеличивается значимость акзитивной и эстетической эмоциональных направленностей личности. При этом снижается значимость романтической, глорической, гедонистической и пугнической эмоциональных направленностей, а также остается практически неизменной значимость практической, альтруистической, гностической и коммуникативной эмоциональных направленностей личности.

Библиография

1. Будинайте Г.Л. Личностные ценности и личностные предпочтения субъекта // Вопросы психологии. 1993. №5. С. 101-106.
2. Ежеская Т.И. Ценности как важный психологический ресурс личности // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. 2010. №2(22). С. 55-59.
3. Кладыко С.С. К концепции культуры как системы интеграции нормативно-ценностных пространств // Мир психологии. 2000. №3. С. 49-59.
4. Латфуллин Г.Р. Организационное поведение. СПб.: Питер, 2004. 432 с.
5. Леонтьев Д.А. Психология смысла. М.: Смысл, 2003. 488 с.
6. Лучинкина А.И. Специфика интернета как института социализации // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2019. №1. С. 59-69.
7. Сунцова Я.С. Согласованность социальных и культурных ценностей в регуляции поведения личности (на материале исследования удмуртского этноса): дис... канд. психол. наук. Ижевск, 2005. 182 с.
8. Яницкий М.С. Ценностные ориентации личности как динамическая система. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2000. 204 с.

Psychological features of the value sphere of personality with different levels of internet activity: emotional aspect

Ruslan I. Zeker'yaev

Lecturer,
Crimean Engineering-Pedagogical University,
295015, 8, Uchebnii lane, Simferopol, Russian Federation;
e-mail: ruslan51291@mail.ru

Abstract

The psychological research presented in this article discusses the psychological characteristics of the value orientations of the individual, including such types as romantic, active, praxical, glorical, hedonistic, altruistic, gnostic, pugnic, communicative, and aesthetic emotional orientations as part of the value-semantic sphere of personality are highlighted. The paper presents the results of a study of the influence of the level of Internet activity of a person on the psychological characteristics of the emotional orientation of a person. The value-semantic sphere of the personality is the connecting link between the inner world of the personality and the surrounding reality, society and living space, as the research shows. The system of value-semantic orientations directly affects the growth of the personality, its development and the choice of how to achieve its goals in activities. With an increase in the level of Internet activity of a person, the significance of the active and aesthetic emotional orientations of the personality increases, states the author of the paper. At the same time, the significance of romantic, gloric, hedonistic, and pugnic emotional orientations

decreases, and the significance of the practical, altruistic, gnostic, and communicative emotional orientations of an individual remains practically unnamed, concludes the author of the paper.

For citation

Zeker'yaev R.I. (2019) Psikhologicheskie osobennosti tsennostno-smyslovoi sfery lichnosti s raznym urovnem internet-aktivnosti: emotsional'nyi aspekt [Psychological features of the value sphere of personality with different levels of internet activity: emotional aspect]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennyye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 8 (4A), pp. 251-258. DOI: 10.34670/AR.2019.44.4.029

Keywords

Value orientations of personality, Internet activity, romantic, active, praxis, gloric, hedonistic, altruistic, gnostic.

References

1. Budinaite G.L. (1993) Lichnostnye tsennosti i lichnostnye predpochteniya sub"ekta [Personal values and personal preferences of the subject]. *Voprosy psikhologii* [Questions of psychology], 5, pp. 101-106.
2. Ezhevskaya T.I. (2010) Tsennosti kak vazhnyi psikhologicheskii resurs lichnosti [Values as an important psychological resource of personality]. *Gumanitarnyi vektor. Seriya: Pedagogika, psikhologiya* [Humanitarian vector. Series: Pedagogy, Psychology], 2(22), pp. 55-59.
3. Klad'ko S.S. (2000) K kontseptsii kul'tury kak sistemy integratsii normativno-tsennostnykh prostranstv [To the concept of culture as a system of integration of normative value spaces]. *Mir psikhologii* [World of Psychology], 3, pp. 49-59.
4. Latfullin G.R. (2004) *Organizatsionnoe povedenie* [Organizational behavior]. St. Petersburg: Piter Publ.
5. Leont'ev D.A. (2003) *Psikhologiya smysla* [The psychology of meaning]. Moscow: Smysl Publ.
6. Luchinkina A.I. (2019) Spetsifika interneta kak instituta sotsializatsii [The specificity of the Internet as an institution of socialization]. *Nauchnyi rezul'tat. Pedagogika i psikhologiya obrazovaniya* [Scientific Result. Pedagogy and psychology of education], 1, pp. 59-69.
7. Suntsova Ya.S. (2005) *Soglasovannost' sotsial'nykh i kul'turnykh tsennostei v regulyatsii povedeniya lichnosti (na materiale issledovaniya udmurtskogo etnosa). Doct. Dis.* [The coherence of social and cultural values in the regulation of personality behavior (based on the study of the Udmurt ethnos). Doct. Dis.]. Izhevsk.
8. Yanitskii M.S. (2000) *Tsennostnye orientatsii lichnosti kak dinamicheskaya sistema* [Value orientations of personality as a dynamic system]. Kemerovo: Kuzbassvuzizdat Publ.