

Козлова Наталия Сергеевна

*Кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной психологии
Ивановский государственный университет*

Алтухова Любовь Валерьевна

*Аспирант кафедры социальной психологии
Ивановский государственный университет*

Kozlova Natalija Sergeevna

*Candidate of psychology sciences, associate professor of department of social psychology
Ivanovo State University*

Altukhova Ljubov' Valer'evna

*Postgraduate student of department of social psychology
Ivanovo State University*

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ УСТАНОВОК НА СПЕЦИФИКУ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВО

INFLUENCE ATTITUDES ON THE SPECIFICS INVOLVED INDIVIDUALS IN THE INTERNET SPACE

Аннотация. Рассмотрена специфика влияния социальных установок личности на особенности ее интернет-активности.

Ключевые слова: виртуальное пространство, вовлеченность пользователя, социальные установки, процесс – результат, альтруизм – эгоизм, труд – свобода, власть – деньги.

Summary. The specificity of the influence of attitudes on the individual features of its Internet activity.

Key words: Virtual space, user involvement, social attitudes, the process – the result of, altruism – egoism, labor – freedom, power – money.

На сегодняшний день в научной психологической литературе достаточно часто встречаются работы, посвященные влиянию социальных установок на различные сферы жизнедеятельности личности [1, 6]. Мы же, занимаясь вопросом о влиянии личностных особенностей на специфику активности пользователей Интернета [3, 4, 5], также хотели бы рассмотреть детерминацию вовлеченности в сеть социальными установками, присущими личности.

Первая пара анализируемых нами установок – «Процесс-результат». Те пользователи, у которых выражен первый аттитюд чаще пытаются реализовать в Интернете потребности в доминантности ($r=0,28$, при $p \leq 0,05$), в пассивном повиновении ($r=0,36$, при $p \leq 0,01$), в достижении ($r=0,28$, при $p \leq 0,05$), в игре ($r=0,37$, при $p \leq 0,01$), в эгоизме ($r=0,35$, при $p \leq 0,05$), в поиске покровительства ($r=0,45$, при $p \leq 0,01$), в са-

мозащите ($r=0,34$, при $p \leq 0,05$), в избегании наказания ($r=0,34$, при $p \leq 0,05$) и в избегании опасности ($r=0,31$, при $p \leq 0,05$). Тем не менее, при таком огромном блоке социальных потребностей, реализуемых в виртуальной среде, по мнению таких лиц, Сеть негативно влияет на их жизнь: много времени уходит в пустую ($r=0,33$, при $p \leq 0,05$), становится меньше живого общения ($r=0,32$, при $p \leq 0,05$), а также теряется связь с людьми из реальной жизни ($r=0,34$, при $p \leq 0,05$).

Лица, у которых доминирует установка на «результат», в отличие от предыдущей группы, характеризуются конкретным конструктивным использованием Сети. Они чаще ищут полезную информацию ($r=0,30$, при $p \leq 0,05$), в том числе информацию о развлечениях ($r=0,37$, при $p \leq 0,05$), ведут профессиональную переписку ($r=0,30$, при $p \leq 0,05$). Такие социальные потребности, как любовь ($r= -0,28$, при

$p \leq 0,05$) и забота ($r = -0,44$, при $p \leq 0,01$), они не переносят в виртуальный мир. С точки зрения влияния они воспринимают Интернет, как явление способное вызвать деградацию личности ($r = 0,35$, при $p \leq 0,05$), и не считают, что он может полностью удовлетворить потребность в развлечениях ($r = -0,35$, при $p \leq 0,05$).

Следующая пара — «Альтруизм-эгоизм». При выраженном альтруизме у пользователей наблюдаются конкретные формы активности: общение с теми, с кем в реальной жизни встречаются редко ($r = 0,36$, при $p \leq 0,01$), поиск специалистов для решения конкретных жизненных проблем ($r = 0,32$, при $p \leq 0,05$). Из всех социальных потребностей, в Интернете они стремятся реализовать лишь в общественном признании ($r = 0,32$, при $p \leq 0,05$). Рациональный подход к Сети подтверждает и то, что в итоге у таких пользователей (по их мнению) увеличивается эрудированность ($r = 0,31$, при $p \leq 0,05$) и они больше читают ($r = 0,29$, при $p \leq 0,05$). Однако, есть и негативные последствия, утрачивается связь с некоторыми лицами из реального окружения ($r = 0,30$, при $p \leq 0,05$).

У пользователей с установкой «эгоизм» сфера активности в Интернете предельно узка и сводится к поиску развлекательной информации ($r = 0,30$, при $p \leq 0,05$). Такая же картина и в отношении влияния Сети: оно заключается лишь в повышении знаний о событиях, происходящих в мире ($r = 0,28$, при $p \leq 0,05$).

Следующим шагом, мы проанализируем «труд и свободу». Если, преобладающий аттитюд у личности «труд», то характер использования Сети будет весьма разнообразным. Такие лица ищут новости о мире в целом ($r = 0,33$, при $p \leq 0,05$) и о собственных знакомых ($r = 0,28$, при $p \leq 0,05$), развлекательную информацию ($r = 0,34$, при $p \leq 0,05$), общаются с теми с кем в реальной жизни встречаются редко ($r = 0,44$, при $p \leq 0,01$), а также с теми, с кем видятся постоянно ($r = 0,48$, при $p \leq 0,01$), знакомятся с новыми людьми ($r = 0,36$, при $p \leq 0,05$), ищут единомышленников, вступают в группы по интересам ($r = 0,41$, при $p \leq 0,01$), участвуют в тематических обсуждениях ($r = 0,37$, при $p \leq 0,01$), опросах ($r = 0,41$, при $p \leq 0,01$), сами создают группы ($r = 0,53$, при $p \leq 0,01$), создают собственные страницы, как в профессиональных ($r = 0,50$, при $p \leq 0,01$), так и в личных целях ($r = 0,37$, при $p \leq 0,01$), выставляют продукты своей творческой деятельности ($r = 0,45$, при $p \leq 0,01$), сами выкладывают мультимедийную информацию ($r = 0,51$, при $p \leq 0,01$), занимаются общественной деятельностью ($r = 0,52$, при $p \leq 0,01$), узнают мнение других о вещах, которые собираются купить ($r = 0,33$, при $p \leq 0,05$), а также участвуют в образовательных программах, как официальных, организованных государством ($r = 0,41$, при $p \leq 0,01$), так и неофициальных ($r = 0,43$, при $p \leq 0,01$). Перечень же социальных потребностей

намного уже, в него входят лишь стремление к самопрезентации ($r = 0,7$, при $p \leq 0,01$) и желание принадлежать социальной группе ($r = 0,37$, при $p \leq 0,01$), в то время, как установление дружеских связей в виртуальном пространстве для них недопустимо ($r = -0,29$, при $p \leq 0,05$). Среди положительного влияния они отмечают, что стали больше знать о событиях, происходящих в мире ($r = 0,44$, при $p \leq 0,01$), получили возможность экономить деньги и время ($r = 0,32$, при $p \leq 0,05$). Негативного воздействия они не ощущают.

При выраженной установке на «свободу» пользователи сети будут склонны искать развлекательную информацию ($r = 0,35$, при $p \leq 0,05$), общаться с теми, с кем в реальной жизни встречаются редко ($r = 0,37$, при $p \leq 0,01$), участвовать в тематических обсуждениях и форумах ($r = 0,33$, при $p \leq 0,05$), а также опросах ($r = 0,31$, при $p \leq 0,05$), а также совершать покупки ($r = 0,30$, при $p \leq 0,05$). Отметим, что, несмотря на то, что, по сравнению с предыдущей группой (аттитюд «труд»), их активность значительно ниже, но также носит несколько хаотичный характер. Специфичен и перечень социальных потребностей, реализуемый ими в виртуальном пространстве. Среди них имеют место потребность в идентичности ($r = 0,29$, при $p \leq 0,05$), в публичности ($r = 0,35$, при $p \leq 0,05$), в самопрезентации ($r = 0,31$, при $p \leq 0,05$). Здесь следует сказать, что именно эти три социальных процесса в комплексе соответствуют стремлению личности к виртуальному коллективному субъекту [2, 7]. По мимо этого, присутствует желание удовлетворения и мотива привязанности ($r = 0,29$, при $p \leq 0,05$) и в общественном признании ($r = 0,32$, при $p \leq 0,05$). При такой установке влияние Интернета воспринимается исключительно позитивным, и относящееся к коммуникативной сфере: улучшение коммуникативных способностей и навыков ($r = 0,31$, при $p \leq 0,05$), появление легкости в общении ($r = 0,31$, при $p \leq 0,05$).

В завершении необходимо остановиться на такой диаде установок, как «власть-деньги». При ориентации на «власть» вовлеченность в сеть включает в себя коммуникативный и развлекательный аспект (общение с теми, с кем в реальной жизни видятся постоянно ($r = 0,32$, при $p \leq 0,05$), скачивание мультимедийной информации ($r = 0,28$, при $p \leq 0,05$), онлайн-игры ($r = 0,33$, при $p \leq 0,05$)). Также присутствует и использование специфических ресурсов, связанных с образованием ($r = 0,28$, при $p \leq 0,05$) и сексуальной сферой ($r = 0,34$, при $p \leq 0,05$). В отличие от всех предыдущих респондентов, они не считают, что Интернет может удовлетворять потребности в уважении и поддержке ($r = -0,31$, при $p \leq 0,05$) и общении ($r = -0,29$, при $p \leq 0,05$). Потенциальное положительное влияние Сети они рассматривают лишь в возможности создать и развивать

собственное дело ($r=0,43$, при $p \leq 0,01$). Сами же они столкнулись с такими негативными последствиями, как ухудшение коммуникативных навыков ($r=0,29$, при $p \leq 0,05$) и с возникновением ошибочного мнения из-за сведений почерпнутых в виртуальном пространстве ($r=0,35$, при $p \leq 0,05$).

Установка «деньги» по итогам нашего исследования, меньше всего связана с характером использования Сети. Выявлена отрицательная корреляция с стремлением поддерживать контакт с лицами, находящимися в реальной жизни далеко ($r = -0,31$, при $p \leq 0,05$). Кроме этого, такие пользователи отмечают лишь негативное влияние интернет-пространства, заключающиеся в появлении заблуждений и ошибочных мнений ($r=0,30$, при $p \leq 0,05$), а также в формировании привычки «сидячего» образа жизни ($r=0,28$, при $p \leq 0,05$).

Таким образом, мы видим, что действительно аттитюды очень сильно определяют специфику активности личности в виртуальном пространстве. Выраженность установки на «процесс» свойственна тем, кто, не смотря на критичное восприятие Сети, реализует там широкий спектр социальных потребностей, большая часть из которых связана с межличностными взаимоотношениями.

Более конструктивным использованием Интернета характеризуются те, кто обладает высокой вы-

раженностью установки на «результат». Также рациональной вовлеченностью обладают пользователи с высокой значимостью шкалы «альтруизм». Крайне невысокая и специфическая активность будет присуща лицам с установкой на «эгоизм». В отличие от них высокую и всеохватывающую погруженность, которая затрагивает практически все интернет-ресурсы и функции, демонстрируют пользователи с аттитюдом «труд». При более высоких значениях шкалы «свобода» наблюдается невысокая, но разнообразная интернет-активность. Именно у таких пользователей начинает происходить формирование виртуального коллективного субъекта. У респондентов при наличии такого аттитюда, как «власть», активность в Сети затрагивает, продуктивные (способствующие развитию личности и ее профессиональной деятельности) и развлекательные аспекты, представленные в Интернете. Установка «деньги» практически не связана с особенностями вовлеченности личности в виртуальное пространство.

В целом же, можно четко определить функциональным инструментом Интернет является для лиц, с выраженными аттитюдами на «результат», «альтруизм», «эгоизм», «свобода», «власть», а опасной затягивающей средой Сеть становится для тех, у кого выражены установки на «процесс», «труд».

Литература

1. Жебрун Яна Олеговна СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ Я-ОБРАЗА СТУДЕНТА-ПЕРФЕКЦИОНИСТА // Вестник БГУ. 2009. № 5. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-ustanovki-kak-faktor-formirovaniya-ya-obraza-studenta-perfektsionista> (дата обращения: 8.12.2015).
2. Козлова Н. С. Коллективный субъект как среда проявления жизнедеятельности личности. Вестник Костромского государственного университета имени Н. А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2015 — Т. 21 — № 2 С. 56–59.
3. Козлова Н. С., Комарова Е. Н. Эмоциональный интеллект и вовлеченность личности в интернет-среду. Международный научно-исследовательский журнал. № 7 (38). 2015. Часть 4. Август с. 120–122.
4. Козлова Н. С. Взаимосвязь психических состояний и интернет-активности личности // Universum: Психология и образование: электрон. научн. журн. 2015. № 8 (18). URL: <http://7universum.com/ru/psy/archive/item/2512> (дата обращения: 10.08.2015).
5. Козлова Н. С. Комарова Е. Н. Взаимосвязь агрессивности в межличностных отношениях с активностью личности в интернет-среде. В сборнике: Актуальные направления фундаментальных и прикладных исследований Материалы VI международной научно-практической конференции Актуальные направления фундаментальных и прикладных исследований. н.-и.ц. «Академический». North Charleston, SC, USA, 2015. С. 79–81.
6. Полякова С. Н. Влияние социально-психологических установок руководителя на управленческую деятельность // Психопедагогика в правоохранительных органах. 2014. № 2 (57). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sotsialno-psihologicheskikh-ustanovok-rukovoditelya-na-upravlencheskuyu-deyatelnost> (дата обращения: 8.12.2015).
7. Сушков И. Р. Козлова Н. С. Интернет-активность как проявление потребности личности в коллективном субъекте // Психологический журнал, 2015, том 36, № 4 С. 75–83.