

3. Довгопол М. Ю. Психологические факторы ориентации избирателей в политическом пространстве современной Украины / М. Ю. Довгопол // Вісник Харківського університету. – 1999. – № 452. – С. 25–27.
4. Мар'єнко Б. С. Психологічні аспекти політичної ідентифікації / Б. С. Мар'єнко // Наукові студії з політичної психології : зб. статей. – К., 1996. – Вип. 2. – С. 64–69.
5. Васютинський В. О. Масова політична свідомість у ракурсі бачення і передбачення / В. О. Васютинський // Наукові студії з політичної психології : зб. статей. – К., 1998. – Вип. 3. – С. 47–56.

Кобрисенко Д. О. Политическая партия как референтное сообщество: между идентификацией и мобилизацией

В статье рассматривается проблема исследования лиц, для которых политическая партия выступает референтной общностью. Представлены эмпирические результаты исследования психолого-политических особенностей членов различных политических партий. Определены основные различия в проявлениях образа Я, политического образа Я, политической идентичности, интернальности и аттитудов людей, имеющих различные политико-идеологические убеждения и принадлежащих к разным политическим партиям.

Ключевые слова: политическая партия, референтная общность, идентичность, политическая идеология, образ Я.

Kobrysenko D. O. Political party as a referent community: between identification and mobilization

The article deals with the study of people who consider political party as an important community. The empirical results of study of psychological and political features of different political parties' members are presented. It is defined the main differences in image of the Self, political image of the Self, political identity, internal orientation and attitudes of people who have different political and ideological credos and become members of the different political party.

Key words: political party, important community, identity, political ideology, image of the Self.

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В. В. Мельникова, г. Севастополь

Рассматривается виртуальное пространство как один из наиболее востребованных в современном мире источников информации. Определяются особенности восприятия исторической информации посредством виртуального пространства по сравнению с реальным восприятием. Описываются основные проблемы при работе с информацией в интернете, а также перспективы использования виртуального пространства для передачи исторической информации.

Ключевые слова: виртуальное пространство, виртуальная реальность, киберпространство, историческая информация, интернет, восприятие.

Проблема. Одной из приоритетных задач современного общества является формирование у молодежи гражданской ответственности и правового самосознания, духовности и культуры, самостоятельности и инициативности, способности к успешной социализации в обществе.

Восприятие и усвоение личностью исторической информации обуславливает возможность обращения к духовному опыту старших поколений, соизмерения его с личным опытом, а также создает потенциальные возможности для всестороннего развития личности и приобщения ее к общечеловеческим идеалам, мировым культурным традициям. Таким образом, исторические знания направлены на самоидентификацию человека в окружающем мире и интеграцию в этот мир.

Переход к информационному обществу, непрерывное наращивание технических и информационных ресурсов определяют особый интерес к изучению средств восприятия личностью исторической информации. Наиболее актуальной информация становится в переломные моменты истории, когда происходят качественные преобразования в природе, общественном устройстве, науке и т. п. Все переломные моменты в истории общества связаны с накоплением информации и появлением новых способов и средств информационного обмена [1, с. 11].

Цель статьи: исследование специфики восприятия исторической информации с наиболее актуального современного носителя информации – виртуального пространства.

Передача исторической информации осуществляется по различным официальным и неофициальным каналам. К числу официальных каналов передачи информации можно отнести законы, указы, официальные заявления, периодическую печать, средства массовой информации, кинофильмы, интернет. При этом СМИ, кинофильмы и интернет могут быть отнесены и к неофициальным (обывательским) каналам информации. Так, например, персональные странички в интернете, чаты не могут рассматриваться как официальная информация. К неофициальным каналам передачи информации должны быть также отнесены слухи, фольклор, семейные альбомы, любительские видеоматериалы и т. п. [2, с. 40].

Глобальная компьютеризация жизни породила интерес ученых (психологов, лингвистов, социологов, кибернетиков и др.) к феномену виртуального пространства. По данным многочисленных опросов и исследований, на сегодняшний день наиболее приоритетным источником информации для населения является именно интернет.

Опрос, проведенный на сайте www.poll4all.ru, четко отображает тенденцию конвергенции сознания человека и виртуальной информационной компьютерной среды. Цель опроса состояла в определении того, какому из источников получения информации отдает предпочтение аудитория. Общее количество респондентов на 1 ноября 2002 г. составило 263 человека (граждане России), среди них 72% – мужского пола; основная возрастная группа – 26-30 лет (41%), имеющая высшее образование (55%); все являются жителями различных регионов соседней страны. Результаты опроса показали, что 75% респондентов (201 человек) обратятся за информацией в случае необходимости в интернет, в то время как услугами библиотеки воспользуются только 9% (23 человека), информационной помощи у друзей попросят 11% респондентов (29 человек), 1 % (3 человека) обратятся за информацией в книжный магазин и 4% (7 человек) воспользуются другими источниками [3].

Таким образом, возросшая роль интернета как приоритетного источника информации обусловила актуальность исследования данной проблемы. Возникла необходимость дифференциации особенностей восприятия информации непосредственно через виртуальное пространство.

Изучению механизмов и особенностей восприятия посвящен широкий ряд фундаментальных и прикладных исследований в рамках психологии, социологии, анатомии. Из работ зарубежных авторов отметим труды Э. Титчинера, Л. А. Вегенера, Ж. Пиаже, Дж. Срэттона, А. Эймса и др.; в том числе российских исследователей – работы А. Н. Леонтьева, Р. С. Немова, А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского, С. Л. Рубинштейна, А. Р. Лурии и др.; в частности интерес к феномену виртуальной реальности нашел отражение в работах О. Астафьевой, Д. Иванова, Г. Фольца, А. Войскунского, С. Дацок, И. Кондратьева, О. Арестова, Л. Бабанина, Н. Карпицкого, И. Алексеевой и др. Не менее активно исследуется влияние интерактивных технологий на психику человека в работах отечественных, украинских, авторов, например Л. А. Найдёновой, П. Д. Фролова, Т. А. Вольфовской, Н. И. Череповской, А. В. Мироненко. Однако имеющих работ отечественных исследователей, изучающих проблему, недостаточно для выделения существенных особенностей и механизмов восприятия информации посредством виртуального пространства. Отсюда – проблема восприятия исторической информации через один из наиболее востребованных каналов – интернет – остается недостаточно изученной.

В последние годы развитие информационных технологий позволило создать технические и психологические феномены, которые в популярной и научной литературе получили название “виртуальной реальности”, “мнимой реальности”, “виртуального пространства”. Под виртуальной реальностью понимается иммерсивная (внутренне сдержи-

ваемая) и интерактивная имитация реалистичных и вымышленных сред. Иными словами, некий иллюзорный мир, в который погружается и с которым взаимодействует человек.

С термином “виртуальная реальность” связано понятие “киберпространство”. Киберпространство – это большая электронная сеть, в которой как бы свернуты виртуальные реальности. Киберпространство является специфической разновидностью виртуальной реальности. На сегодняшний день глобальным, всемирным киберпространством стала сеть Интернет, давшая обширное поле для развития виртуальных технологий. Киберпространство, или интернет, – смысловой вариант виртуальной реальности, где доминирующее положение занимают логико-языковые апперцептивные структуры информации [4, с. 86].

По мнению И. Ю. Алексеевой, “глобальная сеть Интернет – символ рубежа XX–XXI столетий, одно из наиболее впечатляющих воплощений современной технологической мысли – становится все более мощным фактором влияния на сознание все большего числа людей” [5, с. 24].

Историческая информация выступает как источник культурного развития и основной канал этого развития. Она наследуется в форме социального опыта и способствует возникновению социальной памяти. Место и роль информации в структуре социальной памяти определяется ее регулятивным началом в процессе взаимодействия традиций и инноваций в культурном развитии [2, с. 36]. Под исторической информацией обычно понимается вся “совокупность сведений, которые содержатся в исторических источниках” [6, с. 22].

Если понимать исторический источник как *систему*, то эта система должна выглядеть следующим образом: “информация – создатель источника – носитель информации”. Таким образом, каждый исторический источник объединяет три подсистемы: 1) информация, 2) субъект, фиксирующий информацию (автор исторического источника), 3) носитель информации (средство, с помощью которого информация фиксируется, сохраняется и распространяется) [2, с. 37].

Виртуальная реальность задействует работу органов чувств, а поскольку ее возможности в этой области велики, то это и дало возможность системе называться новой реальностью – искусственной, созданной человеком с помощью компьютерных информационных технологий. Основной инструмент проникновения в виртуальную реальность каждый человек имеет от рождения – это мозг и его сенсорные рецепторы [7]. Взаимодействие в среде виртуальной реальности происходит таким же образом, как и в подлинной реальности – с помощью систем репрезентации (восприятия и передачи информации).

Психологами условно выделены *три системы приема информации* в зависимости от преобладающих анализаторов: 1) визуальная репрезен-

тативная система человека (где задействованы зрительные анализаторы); 2) аудиальная репрезентативная система восприятия информации (задействовано слуховое восприятие информации); 3) кинестетическая система восприятия, основанная на ощущениях, чувствах.

Таким образом, человек использует три канала для восприятия и обработки поступающей извне информации. К этим каналам добавляется *внутренний диалог* (дигитальный канал, или дискретная репрезентативная система), который работает со словами и числами, хотя существует мнение, что “дискретную систему вовсе не стоит рассматривать в качестве репрезентативной системы, так как входящие сигналы уже прошли обработку” [8, с. 24].

Компоненты виртуальной реальности сходны с типами репрезентативных систем человека – это визуальная, аудиальная, тактильная (кинестетическая) информация. Сюда можно отнести ощущение равновесия и ориентацию. Эксперименты по передаче вкусовых и обонятельных признаков реальности уже существуют, но пока еще не закрепили положительных результатов [3]. Таким образом, восприятие информации в подлинной и виртуальной реальности происходит по аналогии друг с другом посредством включения репрезентативных систем человека.

Однако существуют специфические *особенности восприятия* информации в виртуальном пространстве. Основной формой организации информационного пространства в интернете является гипертекст. Гипертекст – термин, введенный Тедом Нельсоном в 1965 году для обозначения “текста ветвящегося или выполняющего действия по запросу”. Обычно гипертекст представляется набором текстов, содержащих узлы перехода между ними, которые позволяют избирать читаемые сведения или последовательность чтения [9].

Работа с гипертекстом задействует одну систему восприятия – визуальную. Нормальному ходу восприятия может помешать, например, слишком едкая цветовая гамма, мелкий шрифт, перегруженность страницы информацией. В данном случае процесс восприятия не идет дальше фиксации отдельных знаков и символов, так как имеются физические пределы для осознанного понимания информационного сообщения.

Большое значение в восприятии имеет *язык визуальных образов*. Он воспринимается быстрее и легче, он более точен по сравнению с вербальным языком. Заголовки и основной текст, как символы, которые надо прочитать и истолковать, более абстрактны и, следовательно, сложнее для обработки, чем картинки, – они воспринимаются как отражение реальности. Однако перегруженные графикой страницы могут повлиять на технические аспекты загрузки сайта. Человек, нацеленный на нахождение определенной информации, будет испытывать раздражение при ожидании загрузки.

К особенностям восприятия информации посредством виртуального пространства можно также отнести: 1) избыток информации – интернет является хранилищем огромного объема неструктурированной, неупорядоченной информации, что затрудняет работу; 2) люди не читают веб-страницы, а просматривают – данный факт подтверждается многочисленными исследованиями. Вместо подробного чтения текста пользователи интернета просматривают его, задерживаясь на словах и выражениях, которые привлекли внимание; 3) пользователи избегают медленно загружающихся сайтов. Как уже было отмечено выше, ожидание загрузки вызывает раздражение; 4) трудности чтения с экрана монитора. Исследования, проведенные британскими учеными, показали, что читать с листа бумаги действительно легче и быстрее, чем с экрана монитора [10].

Целесообразным будет обратить внимание на проблему достоверности размещенной в интернете информации. Эта проблема возникает потому, что размещаемая в сети информация не подвергается редактированию или контролю (в отношении достоверности). Таким образом, становится очевидным, что доля недостоверной информации в интернете гораздо выше, чем в книге, прошедшей издательское и научное редактирование.

И. И. Дьяконенкова в своей статье “Проблемы обучения и самообразования в эпоху Интернета” отмечает, что пользователь, ведущий поиск в сети, должен быть заранее готовым к возможности получения недостоверной информации и относиться к ней критически, перепроверять ее несколькими способами. Автор статьи предлагает повысить уровень достоверности научной информации с помощью организации специальных сайтов (диспетчерских сайтов), которые помогут пользователю сориентироваться во множестве сайтов, относящихся к данному предмету [11].

С психологической точки зрения, человеческая активность в интернете подчинена удовлетворению *трех основных видов потребностей*: 1) коммуникативной (электронная почта, конференции, рассылки, форумы и т. п.); 2) познавательной (навигация по сети, поиск конкретной информации или знакомство с текущими новостями и т. п.); 3) игровой (сражение в традиционные спортивные игры типа футбола, хоккея и т. д., либо в азартные игры типа карточных, либо в игры, не имеющие традиционного аналога).

Специалистами отмечаются серьезные изменения в познавательной и коммуникативной сферах личности человека, чья деятельность связана с использованием компьютеров. Психологи всерьез обеспокоены появлением так называемой интернет-аддикции, то есть “маниакального” стремления часами бродить по киберпространству [4, с. 88].

Чаще всего интернет-аддикция понимается как 1) зависимость от компьютера, то есть обсессивное пристрастие к работе с компьютером

(іграм, программованню или другим видам деятельности); 2) “информационная перегрузка”, то есть компульсивная навигация по WWW, поиск в удаленных базах данных; 3) компульсивное применение интернета, то есть патологическая привязанность к опосредованным интернетом азартным играм, онлайн-аукционам или электронным покупкам; 4) зависимость от “киберотношений”, то есть от социального применения интернета: от общения в чатах, групповых играх и телеконференциях, что может в итоге привести к замене имеющихся в реальной жизни семьи и друзей виртуальными; 5) зависимость от “киберсекса”, то есть от порнографических сайтов в интернете [12, с. 252].

В своих интервью в прошлом руководитель Центра виртуалистики Института человека Российской академии наук доктор психологических наук Н. А. Носов не раз подчеркивал, что есть немало людей, которые и сейчас не могут различить у себя в психике, где у них виртуальное, а где – реальное. В этом смысле не виртуальная среда опасна психическими сдвигами, а обычное незнание того, что в каждом из нас есть объективные психические миры (виртуальные реальности), – утверждал Носов. Такими внутренними искусственными реальностями, к примеру, считаются реальности, когда человек пребывает в состоянии инсайта, вдохновения, то есть творчество – это и есть временный переход в мир виртуальной реальности [3].

По форме представления, способам ее кодирования и хранения любая информация классифицируется на текстовую, числовую, графическую, звуковую и видеoinформацию [13, с. 32]. Как уже было указано выше, текстовая форма является основной формой представления информации в киберпространстве. Для восприятия текста человеком используется визуальная репрезентативная система, то есть восприятие происходит посредством зрения. 7 июня 2010 г. на лекции, прочитанной перед профессорско-преподавательским составом Российского государственного гуманитарного университета (РГУ) арт-директором Интернет-лаборатории КСАН, отмечалось, что “глаз движется по любому изображению, по любому объекту. Именно в движении глаз все воспринимает. Европейцы всегда начинают рассматривать любую картинку с левого верхнего угла. Там обычно размещается самая первая, важная, ключевая информация. Дальше начинается сканирование. Соответственно, сверху – направо и сверху – вниз. (Как мы привыкли читать). Но он не просто идет – равномерно, расплывчато – он сканирует. Первым делом глаз привлекают движущиеся объекты, как известно. Дальше – крупные, яркие объекты” [там же]. Восприятие исторической информации в интернете подчиняется тем же законам, что и восприятие любой другой информации.

Итак, историческая информация, как и любой другой вид информации в интернет-пространстве, воспринимается путем перцептивных действий. Исторические представления обеспечивают полноценное знание истории, на их основе начинается становление и развитие когнитивного компонента исторического сознания [14, с. 24]. Однако всегда существует риск получения недостоверной, непроверенной, неточной информации из-за общедоступности интернет-ресурсов, так как в формировании информационного пространства может принимать участие любой пользователь интернета, что увеличивает риск распространения недостоверной информации. В статье “Інформаційний простір та інтерактивні технології” П. Д. Фролов отмечает: “Ті, кого традиційно прийнято вважати споживачами інформації, по суті самі залучаються до творення інформаційного простору, оскільки завдяки існуючим технічним можливостям самі долучаються як до творення інформації, так і до її поширення. Прикладами такого творення є поява сайтів, на яких окремі особи, групи осіб, установи та організації розміщують інтернет-бібліотеки, створюють файлообмінники, ведуть консультації, діляться враженнями щодо певних питань, проводять інтернет-дискусії, конференції тощо” [15, с. 95]. Все это дает основания говорить о медиатизации всех сфер жизни современного человека. Процесс медиатизации не может не затрагивать и информационное пространство и таким образом не отражаться на его особенностях.

Однако в использовании интернета для усвоения информации есть и своя опасность в виде интернет-зависимости. Для обеспечения наиболее эффективной работы в киберпространстве и сохранения психологического здоровья пользователей необходимо определенным образом организовывать процессы восприятия.

Профессор Берлинского университета им. Гумбольдта Франц Лёзер в своей книге “Тренировка памяти” выделил основные принципы организации восприятия информации для наиболее продуктивного ее усвоения. Лёзер назвал их *принципами рационального восприятия информации*:

1. Ясно и четко формулировать познавательные цели, выбирать существенную информацию. Нужно приучить себя к тому, чтобы начинать деятельность с формулировки ее цели. Нужно ответить на вопрос: “Чего я хочу достичь путем восприятия этой информации?”. Нужно определить затем, какая информация может сыграть решающую роль при достижении цели. Сконцентрируйте внимание на восприятие этой информации.

2. Всесторонне и интенсивно использовать анализаторы. Во всех случаях, когда это целесообразно, нужно стараться использовать для восприятия информации в первую очередь свой доминирующий анализатор (зрение или слух). Но чем шире используются анализаторы, тем интен-

сивнее протекает процесс восприятия. Поэтому при работе с текстом следует стараться не только понять его смысл, но также представить его в образной форме. Можно также, если это помогает, записывать самые важные мысли; можно проговорить текст вслух, стараясь придать ему эмоциональную окраску и определенный ритм; проверить, не оказывает ли благоприятное воздействие на восприятие ходьба. Возможно использовать анализатор запаха, вкуса и осязания.

3. Создать интерес. Попытаться сделать информацию, которую следует запомнить, максимально интересной. Для этого особенно важно осознать ее значение для работы. Использовать все знания, которыми располагаете, чтобы сделать процесс восприятия более интенсивным. Для этого полезно поразмыслить о том, что уже знаете из воспринимаемой информации, какое отношение она имеет к знаниям и как это может помочь улучшению запоминания [16, с. 50].

Использование данных принципов при восприятии исторической информации через виртуальное пространство, по нашему мнению, может оптимизировать процесс поиска, сортировки, осмысления, усвоения информации, а также избежать такого затруднения в работе с интернетом, как избыток информации.

Выводы. Таким образом, восприятие информации в киберпространстве подчиняется тем же принципам, что и реальное восприятие, но имеет свои дифференциальные особенности. Основной единицей информации в виртуальном пространстве является гипертекст, который для наиболее успешного усвоения информации должен быть читабельным. Эффективное восприятие электронных гипертекстов зависит от языкового оформления и дизайна интернет-страницы.

Виртуальное пространство не несет социальной ответственности за достоверность размещаемой в нем информации, не способствует сохранению самобытной национальной культуры, не осуществляет в полной мере поддержку формирования гражданской ответственности и правового самосознания молодежи. Существующее положение может быть изменено при наличии социального и государственного заказа интернету.

Таким образом, перспективным представляется дальнейшее изучение оптимальных условий восприятия исторической информации посредством наиболее значимых источников информации, в частности виртуального пространства.

Литература

1. Уханов В. А. Информационная деятельность человека: социально-философский анализ : автореф. дис. на соискание учен. степени д-ра филос. наук / В. А. Уханов. – Екатеринбург, 1997. – 292 с.

2. *Можаева Г. В.* Роль исторической информации в современном источниковедении / Г. В. Можаева // Открытое и дистанционное образование. – 2003. – № 1. – С. 35–46.
3. *Коловоротный С. В.* Виртуальная реальность: манипулирование временем и пространством [Электронный ресурс] / С. В. Коловоротный // Журнал практической психологии и психоанализа. – 2003. – № 1. – Режим доступа: <http://psyjournal.ru>
4. *Беляев С. А.* Экологическая психология : учеб.-метод. комплекс / С. А. Беляев ; под общ. ред. И. Т. Кавецкого. – Минск : Изд-во МИУ, 2009. – 204 с.
5. *Алексеева И. Ю.* Интернет и проблема субъекта / И. Ю. Алексеева // Влияние Интернета на сознание и структуру знания / отв. редактор В. М. Розин. – М., 2004. – С. 24–57.
6. *Ковальченко И. Д.* Методы исторического исследования / И. Д. Ковальченко. – М., 1987. – 440 с.
7. *Hammet F.* Virtual reality / F. Hammet. – New York, 1993.
8. *Егоров А. И.* Методология применения современных технических средств обучения : учеб.-метод. пособие / И. Н. Фролов, А. И. Егоров. – М. : Академия Естествознания, 2008. – 45 с.
9. Гипертекст как объект лингвистического исследования [Электронный ресурс] // Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (15 марта 2010). – Режим доступа : <http://www.стройков.рф>
10. *Мержевич В.* Особенности восприятия сайтов [Электронный ресурс] / В. Мержевич. – Режим доступа : <http://htmlbook.ru/blog/osobennosti-voispriyatiya-saitov>
11. *Дьяконенкова И. И.* Проблемы обучения и самообучения [Электронный ресурс] / И. И. Дьяконова // Материалы конкурса обзорно-аналитических работ среди студентов и молодых ученых “Интернет в мире и мир в Интернете”. – Режим доступа : <http://www.fid.su/projects/internetworld>
12. *Войскунский А. Е.* Психологические исследования феномена интернет-аддикции / А. Е. Войскунский // Материалы 2-й Российской конф. по экол. Психологии, Москва, 12-14 апреля 2000 г. : тезисы. – М. : Экопсицентр РОСС, 2000. – С. 251–253.
13. *Захаров В. П.* Информационные системы (документальный поиск) : учеб. пособие / В. П. Захаров. – СПб. : СПб. гос. ун-т, 2002. – 188 с.
14. *Постников П. Г.* Дидактика истории (на пути к профессиональному мастерству) [Электронный ресурс] / П. Г. Постников. – Режим доступа : <http://www.oim.ru/reader.asp>
15. *Фролов П. Д.* Інформаційний простір та інтерактивні технології / П. Д. Фролов // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия “Филология. Социальная коммуникация”. Т. 21 (60). – 2008. – № 1. – С. 90–95.
16. *Лёзер Ф.* Тренировка памяти / Ф. Лёзер ; перевод с нем. К. М. Шоломия под ред. Н. К. Корсаковой. – М. : ЭЙДОС, 1995. – 169 с.

Мельникова В. В. Особливості сприйняття історичної інформації у віртуальному просторі

Розглядається віртуальне середовище як одне з найбільш запотребованих у сучасному світі джерел інформації. Визначаються особливості сприйняття історичної інформації у віртуальному середовищі порівняно з реальним сприйняттям. Описуються основні проблеми під час роботи з інформацією в інтернеті, а також перспективи використання віртуального середовища для передачі історичної інформації.

Ключові слова: віртуальне середовище, віртуальна реальність, кіберпростір, історична інформація, інтернет, сприйняття.

Mel'nykova V.V. Peculiarities of perception of historical information in virtual space

It is considered virtual space as one of the most popular sources of information in the modern world. It is defined the features of perception of historical information in virtual space, in comparison with the real perception. It is described the main problems of working with information in the Internet, as well as the prospects of virtual space using for transmission of historical information.

Key words: virtual space, virtual reality, cyberspace, historical information, the Internet, perception.

ІНТЕРНЕТ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ПРЕЗИДЕНТА

С. В. Походенко, м. Запоріжжя

Розглядається роль інтернету в сучасному суспільстві як важливого чинника формування політичної свідомості населення та його політичної поведінки. Простежується, яким чином активність користування інтернет-мережею впливає на формування образу політичного суб'єкта, зокрема сприйняття Президента України В. Януковича та Президента Російської Федерації В. Путіна. Виявлені якісні та кількісні відмінності оцінюються як свідчення часто негативного впливу інтернету на формування образів президентів України та Росії.

Ключові слова: образ політичного суб'єкта, імідж політика, політична свідомість, користувачі інтернету, інтернет-комунікація.

Проблема. У 2011 р. нами було опубліковано результати дослідження образу політичного суб'єкта в сприйнятті користувачів інтернету [1]. Загальна тенденція недовіри і негативного ставлення до політичних суб'єктів і владних інституцій в активних користувачів інтернету являє собою, на нашу думку, досить цікавий та вартий подальшої наукової розробки феномен.

Література

1. Карандашев В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство / В. Н. Карандашев. – СПб. : Речь, 2004. – 70 с.
2. Маєвська Н. Особливості цінностей студентської молоді з різним електоральним вибором / Н. Маєвська, С. Д. К. Пуертас // Соціальна психологія. – 2010. – № 1. – С. 77–85.
3. Абрамова Г. С. Возрастная психология : учеб. пособие для студентов вузов / Г. С. Абрамова. – М. : Академ. проект, 2000. – 623 с.
4. Носенко Е. Л. Психологічні ознаки та напрямки їх змін в умовах соціально-економічних перетворень у країні : монографія / Е. Л. Носенко, Н. А. Маєвська. – Х. : Тарбут Лаам, 2005. – 116 с.
5. Семків І. І. Індивідуальні цінності як психологічні механізми формування соціального капіталу / І. І. Семків // Проблеми сучасної психології : зб. наук. праць. – К., 2010. – Вип. 10. – С. 699–709.
6. Barnea M. Values and voting / M. Barnea, S. H. Schwartz // Political Psychology. – 1998. – № 19. – P. 17–40.
7. Schwartz S. H. Los valores en orientaciones políticas: Aplicaciones en España, Venezuela y Méjico [Value bases of political orientations: Applications in Spain, Venezuela, and Mexico] [Електронний ресурс] / S. H. Schwartz, M. Barnea // Psychologia Politica. – 1998. – № 11. – P. 15–40. – Режим доступу : <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N11-2.pdf>
8. Schwartz S. Value consensus and importance. A Cross National Study [Електронний ресурс] / S. Schwartz, G. Sagie // Journal of cross cultural psychology. – 2000. – Vol. 31, № 4. – P. 465–497. – Режим доступу : <http://jcc.sagepub.com>

Пуертас С. Д. К. Модуляция личностных ценностей как фактор формирования электорального выбора: результаты первичного исследования

Представлены результаты пилотажного экспериментального исследования, посвящённого изучению влияния ценностей личности на ее электоральный выбор. В эксперименте показана возможность модуляции электорального выбора студенческой молодежи путем актуализации отдельных индивидуальных ценностей. Описаны процедура и основные результаты исследования.

Ключевые слова: ценности, модуляция, электоральный выбор.

Puertas S. D. K. Modulation of personal values as a factor of the electoral choice forming

There are submitted the results of the pilot experimental research that is devoted to the study of influence of personal values over one's electoral choice. The experiment shows a possibility of students' electoral choice modulation by actualization of particular individual values. The materials, procedure and main results of the research are described. The article presents a conclusion about the possibility of applying the data in the dissertation.

Key words: values, modulation, electoral choice.