

Эмоциональная составляющая личностного смысла «Я» и отношение к Интернету

Научный руководитель – Мироненко Ирина Анатольевна

Осипов Павел Дмитриевич

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет психологии,
Санкт-Петербург, Россия
E-mail: pashosi.98@mail.ru

Рассматривая личность в оптике контекстуального подхода, мы исследуем ее в отношениях с действительностью, которая образует жизненный мир личности. Интернет в нашей работе предстает как целое, без детализации, как одна из существенных составляющих жизненного пространства современного человека. Отношение к интернету, таким образом, мы рассматриваем как одно из достаточно общих, генерализованных, отношений личности, изучение которых позволяет раскрыть личностные особенности, может рассматриваться как своего рода проекция личности.

Общей гипотезой нашего исследования было то, что отношение к интернету отражает особенности эмоциональной составляющей личностного смысла "Я". Данное понятие введено В.В. Столиным [1] и понимается как аффективная составляющая самоотношения личности.

Частные гипотезы:

- Эмоционально нейтральное отношение к Интернету свидетельствует о позитивном отношении к себе;
- Эмоционально насыщенное, амбивалентное отношение к сети свидетельствует о конфликтном или негативном самоотношении личности.

Выборка: 56 человека, возраст от 20 до 24 лет, 20 женщин и 36 мужчин.

Использовались методики:

- «Незаконченные предложения» Щепелиной Е.А., Жичкиной А.Е.
- Опросник «Восприятия Интернета» Щепелиной Е.А.
- Методика исследования самоотношения В.В. Столина и Пантелеева С.Р.
- Диагностика комплекса неполноценности Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов
- Тест уверенности в себе В.Г. Ромека

По результатам использованных методик мы разделили наших испытуемых на группы по их отношению к интернету: «Положительное», «Отрицательное», «Нейтральное», «Амбивалентное». Распределение происходило на основе результатов заполнения методики «Незаконченные предложения» Щепелиной Е.А., с использованием категориальной сетки контент-анализа методики «Незаконченные предложения» и эмпирические референты категорий. Полученные ответы сравнивались с предложенными в методике эмпирическими референтами в тексте и исходя из наиболее часто встречаемой категории ответов респондент относился к одной из 4-х групп отношения к интернету.

Показано, что имеются значимые различия показателей самоотношения между группами. В целом наши гипотезы подтвердились.

Показано, что показатели закрытости и внутренней конфликтности в группе позитивно относящихся к интернету значимо выше, чем в других группах. В тоже время показатели отраженного самоотношения, самопринятия и самооценности в группе позитивно относящихся к интернету значимо ниже, чем в остальных группах.

Также показано, что при диагностике комплекса неполноценности в группе амбивалентно относящихся к интернету самые низкие показатели (что говорит о наличии комплекса), а в группе нейтрального отношения самые высокие. Эти показатели достигают разницы почти что в два раза: 39 у группы амбивалентного отношения и 82 у группы нейтрального отношения (при максимальном возможном значении в 150 баллов).

Факторный анализ результатов выявил семь статистически значимых факторов, интерпретированных в контексте взаимосвязи аффективной составляющей самоотношения личности и отношения к интернету:

Фактор № 1 (26,801% дисперсии)

Показатели

1) Восприятие Интернета как лучшего, предпочтительного по сравнению с реальной жизнью

2) Изменение состояния сознания в результате использования Интернета

3) Принадлежность к сетевой субкультуре

4) Общее восприятие интернета

5) Время в Интернете

6) Пространство в Интернете

7) Общение в Интернете

8) Восприятие себя в Интернете

Интерпретация: аффилиативное отношение к интернету, интернет как важная и ценная часть жизненного пространства личности.

Фактор № 2 (12,983% дисперсии)

Показатели:

1) Самопринятие

2) Самопривязанность

3) Самоценность

4) Отраженное самоотношение

5) Внутренняя конфликтность

6) Самоуверенность

Интерпретация: позитивное самоотношение, самопринятие и самоуважение

Фактор №3 (7,288% дисперсии)

Показатели

1) Нецеленаправленность поведения в Интернете

2) Самообвинение

3) Саморуководство

4) Стремление перенести нормы виртуального мира в реальный

5) Закрытость

Интерпретация: зависимость от интернета

Фактор № 4 (6,934% дисперсии)

Показатели

1)Одушевленность Интернета
2)Хорошие св-ва интернета
3)Восприятие Интернета как благоприятной среды
Интерпретация: интернет как источник удовольствия
Фактор № 5 (5,976% дисперсии)
Показатели

1)Восприятие людей в Интернете
2)Комплекс неполноценности
Интерпретация: интернет как средство удовлетворения потребности в общении, позитивная социальная установка.
Фактор № 6 (5,030% дисперсии)
Показатели

1)Восприятие информации в Интернете
2)Потребность в сенсорной стимуляции
Интерпретация: интернет как средство удовлетворения потребности в информации
Фактор № 7 (4,077% дисперсии)
Показатель

1)Плохие св-ва Интернета
Интерпретация: интернет как опасная, негативная среда

Источники и литература

- 1) Столин В.В., самосознание личности. М.: Издательство Московского Университета, 1983