Федеральное агентство по здравоохранению и социальному развитию

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

Саратовский государственный медицинский университет имени В.И. Разумовского

Кафедра философии, гуманитарных наук и психологии

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**«НАПРАВЛЕННОСТЬ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ»**

**Выполнил:** студент 2-го курса

К. А. Стуклов

**Проверил:** зав. кафедрой философии,

профессор Е.А. Андриянова

Саратов, 2010

**Содержание**

Введение

Глава 1. Теоретическое исследование формирования направленности личности под влиянием социальных факторов

1.1 Структура направленности

1.2 Потребности и их социальная обусловленность

1.3 Интересы

1.4 Идеалы. Идеалы и их культурная обусловленность

Глава 2.Направленность и культура

Глава 3. Эмпирическое исследование влияния приоритетного источника информации на ценностную сферу личности

Заключение

Список литературы

**Введение**

Цивилизация растет, развивается, каждое мгновение стоит все дороже и дороже и человеческая личность, как субъект деятельности, становиться все важнее. И наиболее важен для современной психологической науки вообще и для социальной психологии в частности вопрос, - какие факторы влияют на деятельность человека? Важен он в практическом плане – для рекламы, маркетинга, да и рынка в целом он фундаментален. Актуален этот вопрос и в педагогике, и в социологии, и в управлении – в любой сфере, где важно поведение человека.

Проблема эта слишком широка для этой работы, поэтому необходимо для начала определиться с объектом и предметом исследования, а так же с тем, в каком контексте будет проходить исследование.

Условно, факторы, влияющие на деятельность, можно разделить на внешние и внутренние по отношению к субъекту. Внешними будут называться объективные факторы, предметы материальной действительности, а так же общественные отношения, которые влияют на деятельность субъекта вне зависимости от него самого. Внутренние факторы – это собственно личность, с ее потребностями, желаниями, мотивами, направленностью, характером и темпераментом[2]. Но нужно сразу указать, что влияние многих внешних факторов будет сильно зависеть от внутренних факторов из-за субъективного восприятия мира личностью. Несомненно, и внешние факторы влияют на реализацию личностного аспекта деятельности. Но как они влияют, вопрос открытый, и одной из задач этой работы будет частично ответить на него.

в этой работе наибольшее внимание будет уделяться именно личностному компоненту деятельности, а именно такой ее части как направленность, так как именно она, являясь совокупностью наиболее важных для личности мотивов и потребностей, во многом обуславливает деятельность личности.

**Объект:** Направленность.

Учитывая специфику науки социальная психология, рассматривать направленность необходимо как явление социальное, порожденное обществом и проявляющееся в общественных отношениях.

**Предмет:** Направленность как социальное явление

Так же важен контекст, в котором будет изучаться направленность и ее проявление.

Контекст, в котором будет рассматриваться направленность – деятельность, так как направленность обуславливает деятельность и, следовательно, в ней проявляется. Главной опорой в теоретической разработке будет деятельностный подход, как наиболее подходящий для изучения направленности в ее социальном аспекте.

Так же будут использованы: теория мотивации А. Маслоу, понятия интеро- и экстериоризации, а так же понятие знака из культурно-исторической теории Л. С. Выгодского. Эти теории и понятия будут использованы как вспомогательные для создания более целостной картины механизмов генезиса и воздействие направленности на деятельность.

Все вышеизложенное будет необходимо для достижения основной цели этой работы – изучить процесс развития направленности под воздействием социальных условий. В частности под влиянием различных источников потребляемой информации.

По ходу исследования будут решаться следующие задачи: проанализировать подходы к направленности, выделить основные факторы, прямо или косвенно влияющие на формирование направленности, вычленить из общей совокупности факторов социальные и культурные агенты, изучить влияние культурных агентов экспериментально.

Гипотезой для практического исследования станет предположение, что определенный вид источника информации будет формировать и определенную направленность, то есть имеется связь между источником потребляемой информации и направленностью личности. Более подробно это утверждение будет обоснованно в соответствующей главе.

**Глава 1. Теоретическое исследование формирования направленности личности под воздействием социальных факторов**

**1.1 Структура направленности**

Прежде чем разбирать природу и структуру направленности необходимо дать этому явлению четкое определение

Направленность - трансситуативная устремленность, ориентированность мыслей, чувств, желаний, фантазий и, прежде всего, поступков человека, а так же комплекс определенных, ведущих мотивов личности[1].

На основании данного определения мы можем сделать вывод, что направленность относиться к психическим свойствам и является частью структуры личности. Это важно, так как говорит об определенной устойчивости и долговременности явления и об его отношении с другими психическими явлениями. То есть можно утверждать, что направленность в определенной степени будет определять протекание психических процессов и характеристики психических состояний.

Но перед тем, как начать разбирать взаимодействие направленности с другими психическими явлениями, нужно рассмотреть ее природу и структуру.

Не смотря на то, что направленность целостный компонент личности, она имеет сложную структуру, состоящую из элементов различной природы, происхождения, разной устойчивости. Их объединяет одна очень важная функция – все вместе они определяют общую динамическую тенденцию личности на ее жизненном пути.

С. Л. Рубинштейн предлагает следующую структуру направленности личности.

1. Установки личности – это занятая ею позиция, которая заключается в определенном отношении к стоящим целям или задачам и выражается в избирательной мобилизованности и готовности к деятельности, направленной на их осуществление.
2. Потребность и ее формы – объективная нужда, отраженная в психике.
3. Интересы – это сосредоточенность на определенном предмете мыслей, вызывающая стремление ближе ознакомиться с ним, глубже в него проникнуть, не упускать его из поля зрения.
4. Идеалы – образы, которые служат образцом[2]

Не смотря на достаточную очевидность существования явления направленности, в психологии эта структура личности почти не рассматривалась в целом. Но в современной психологии существуют теории, посвященные отдельным элементам этой структуры. Поэтому для того, чтобы понять природу направленности, придется проанализировать каждый элемент в отдельности и синтезировать все их свойства в единую картину.

**1.2 Потребности и их социальная обусловленность**

Начать стоит с потребностей, так как это базовый элемент направленности, на его основе развиваются все остальные элементы, и так же обуславливаются ими.

Потребность – это форма связи организма с внешним миром, источник его активности[1].

Потребность есть у всех живых существ. И этим живая природа отличается от неживой. Другим её отличием, также связанным с потребностями, является избирательность реагирования живого именно на то, что составляет предмет потребностей, то есть на то, чего организму в данный момент времени не хватает. Потребность активизирует организм, стимулирует поведение, направленное на поиск того, что требуется. Она как бы ведет за собой организм, приводит в состояние повышенной возбудимости отдельные психические процессы и органы, поддерживает активность организма до тех пор, пока соответствующее состояние нужды не будет полностью удовлетворено.

Количество и качество потребностей, которые имеют живые существа, зависит от уровня их организации, от образа и условий жизни, от места, занимаемого соответствующим организмом на эволюционной лестнице. Больше всего разнообразных потребностей у человека, у которого, кроме физических и органических потребностей, есть еще материальные, духовные, социальные (последние представляют собой специфические потребности, связанные с общением и взаимодействием людей друг с другом). Как личности, люди отличаются друг от друга разнообразием имеющихся у них потребностей и особым сочетанием этих потребностей[1]

Потребности человека имеют много особенностей, но три из них будут наиболее важны для этой работы.

Во-первых, круг потребностей у человека очень широк и не ограничивается только жизненно-необходимыми предметами[2]

Во-вторых, потребности имеют более сложную природу, возникновение потребности, благодаря наличию сознания, сложный процесс[2]

В-третьих, существует иерархия потребностей, проявляющаяся в порядке возникновения потребности в различных предметах[3]

Рассмотрим каждую особенность подробнее.

Развитие цивилизации, увеличение числа материальных и духовных благ, доступных человеку обуславливает возникновение новых общественных потребностей. То есть, чем более развито общество, тем более широким кругом потребностей обладают его представители[3]. Но, опираясь на теорию мотивации Маслоу нужно указать, что под более развитым обществом в данной ситуации подразумевается то, что смогло удовлетворить базовые потребности и открыло дорогу для возникновения потребностей социальных.

Не смотря на практическое предназначение многих материальных благ, большинством людей они воспринимаются не как средство облегчения их жизни, а, например, как средство достижения уважения или признания[3] Это явление Маслоу назвал скрытой мотивацией, когда предмет, необходимый для удовлетворения одной потребности, воспринимается как средство достижения совсем иной цели. Такое смещение мотивов часто не обусловлено какими-то новыми свойствами, которые индивид заметил в этом предмете и которые могут помочь ему достичь своей цели, а лишь общественным отношением к предмету. Машина может стать для человека не средством увеличения мобильности, но способом завоевать уважение окружающих[7]. Способность стать средством достижения уважения автомобиль получил благодаря тому, что воспринимается порой как «роскошь». А сама по себе потребность человека в уважении имеет чисто социальное происхождение и удовлетворение ее необходимо для интеграции в общество, коллектив и работы в нем. Итак, общество изменяет имеющиеся потребности человека и формирует новые, ранее не возникавшие.

Вторая особенность – сложность протекания процесса возникновения потребности у человека.

Рубинштейн в своих работах выделял несколько этапов развития единичной потребности

1. Влечение
2. Желание
3. Хотение

Органические потребности представлены в психике прежде всего в органических ощущениях. Поскольку в органические потребности включен момент динамического напряжения или более или менее острый аффективный тон, они выступают в виде влечений. Влечение – это органическая потребность, представленная в органической (интероцептивной) чувствительности. Влечение не осознается человеком как конкретная нужда в чем то, а лишь вызывает дискомфорт, ощущается как чувство неудовольствия[2]. Часто интенсивность влечения не превышает порог сознания, и, поэтому, не осознается. По мере того как осознается служащий для удовлетворения потребности предмет, на который направляется влечение, а не только ощущается то органическое состояние, из которого оно исходит, влечение необходимо переходит в желание – новую форму переживания потребности, в которой представлен предмет потребности[2]. То есть желание начинается с появлением мотива – предмета, обладающего свойством удовлетворить возникшую потребность. И наконец, хотение – этап, непосредственно предшествующий деятельности и выражающийся уже в осознании и нахождении не только мотива, но и средств, необходимых для достижения предмета потребности, уже включает в себя не только эмоциональный, но и волевой компонент. Итак, потребность, как процесс, сложное явление, и основная особенность здесь – работа сознания, предваряющая деятельность по удовлетворению потребности. И сознание может прервать путь реализации удовлетворения потребности на любом этапе с помощью воли, если удовлетворение невозможно в силу различных причин.

Третья особенность – иерархичность потребностей.

Маслоу в 1954 г. создал иерархическую модель мотивации, предложив следующую классификацию человеческих потребностей:

1. Потребности физиологические (органические) - голод, жажда, половое влечение и др.
2. Потребности в безопасности – чувствовать себя защищенным, избавиться от страха, от агрессивности.
3. Потребности в принадлежности и любви - принадлежать к общности, находиться рядом с людьми, быть принятым ими.
4. Потребности уважения (почитания) - компетентность, одобрение, признание, авторитет, достижение успехов.
5. Познавательные потребности – знать, уметь, понимать, исследовать.
6. Эстетические потребности – гармония, симметрия, порядок, красота.
7. Потребности в самоактуализации - реализация своих целей, способностей, развитие собственной личности.

Основой концепции является утверждение о строгой иерархичности возникновения потребностей, то есть, пока не удовлетворена низшая, не появляется высшая потребность.

«Когда у человека появляются высшие потребности, именно они скорее доминируют в организме, нежели физиологические стремления, и когда эти потребности удовлетворены, вновь появляются новые, еще более высокие, потребности»

Но все же следует указать, что человек способен усилием воли подавлять одни потребности и удовлетворять другие. Виктор Франкл в своей книге «человек в поисках смысла» критикует позицию Маслоу относительно иерархичности потребностей и постулата – «сначала хлеб, потом мораль». Он, на своем примере и примере других узников, демонстрирует, что даже в нечеловеческих условиях нацистских концентрационных лагерей люди не просто сохраняли человеческий облик, но и пытались как-то самореализовываться, искать уважение и любовь и не думать только о хлебе насущном[8]. Но эти примеры нельзя расценивать как опровергающие концепцию Маслоу, так как движущим фактором здесь становилась личность и сознание, что, с помощью воли, подавляла неудовлетворенные базовые потребности, переходя на более высокий уровень.

Необходимо сгруппировать выводы, что были сделаны при характеристике особенностей потребностей.

Во-первых, потребности социально детерминированы, с одной стороны уровнем развития общества и доступными благами, и нормами поведения в данном обществе, как ограничивающим проявление потребности факторами с другой.

Во-вторых, проявление потребностей, способы и пути их удовлетворения подвластны сознанию, и сознание способно управлять потребностной сферой в определенных границах. Человек избирателен в удовлетворении своих потребностей. А это уже форма проявления направленности.

В третьих, появление новых потребностей обусловлено степенью удовлетворения других, более низших желаний, одна потребность не появляется без удовлетворения другой.

Вернемся еще раз к определению направленности, из него видно, что потребностная сфера не полностью входит в структуру направленности. Это объясняется самой природой направленности, как явления избирательности.

Потребности – это фундамент направленности. Вышеперечисленные особенности потребностной сферы человека – это основа и предпосылка для появления направленности.

На этапе становления направленности, потребности и их удовлетворение играют решающую роль при определении дальнейшего развития личности в целом и направленности в частности.

Например, фрустрация какой-либо потребности в детстве приводит к фиксации человека на ней на протяжении всей жизни. Предмет потребности приобретает особую важность для индивида и становится его главным мотивом деятельности[3]. Маслоу отмечает, что это правило относиться к любым эмоциональным потребностям.

Итак, потребности – фундамент направленности. Факторы, формирующие потребности так же и формируют направленность. Этими факторами будут являться: уровень развития общества, нормы поведения внутри этого общества, и степень удовлетворенности потребностей.

**1.3 Интересы**

Единого и полноценного определения интересов в психологии нет, поэтому определение будет подобрано такое, какое максимально бы соответствовало тематике работы.

Интерес – Интерес – это мотив, который действует в силу своей осознанной значимости и эмоциональной привлекательности[2].

Если исходить из теории мотивации Маслоу, то интересы относятся к пятому уровню пирамиды потребностей – к когнитивным потребностям. Но у явления интереса есть свои особенности.

Потребность в познании порождают познавательную деятельность, часто не имеющую четкого вектора и цели. Классический пример такой деятельности – ребенок от года до трех лет[2]. Он изучает и познает решительно все, что его окружает, у него не возникает необходимости выбора между предметами своего познания, а всякая вещь для него одинаково интересна.

Интерес же всегда предметен и имеет цель. Будучи обусловлен эмоциональной привлекательностью и осознанной значимостью, интерес проявляется, прежде всего, во внимании. Являясь выражением общей направленности личности, интерес охватывает все психические процессы – восприятия, памяти, мышления. Направляя их по определенному руслу, интерес вместе с тем и активизирует деятельность личности. Когда человек работает с интересом, он, как известно, легче и продуктивнее работает[2].

В ходе индивидуального развития интересы формируются по мере того как дети вступают во все более сознательный контакт с окружающим миром и в процессе обучения и воспитания осваивают исторически сложившуюся и развивающуюся культуру. Интересы являются и предпосылкою обучения, и его результатом. Обучение опирается на интересы детей, и оно же формирует их. Интересы служат поэтому, с одной стороны, средством, которым педагог пользуется, чтобы сделать обучение более эффективным, с другой стороны, интересы, их формирование являются целью педагогической работы; формирование полноценных интересов – существеннейшая задача обучения[2].

Размытая и неустойчивая направленность интересов ребенка в значительной мере отражает интересы социального окружения.

Но, по мере взросления, интересы становятся все более устойчивыми, у человека появляется одна или несколько сфер, что интересны для него. У взрослого человека, наоборот, интересы определяют социальное окружение и характер взаимодействия с людьми. Интересы могут обуславливать содержание деятельности общения. Часто причиной неформального взаимодействия становится общность интересов.

Интерес, как и любая потребность, содержит в себе эмоциональный компонент в качестве мотивации. Но важность этого компонента не одинакова в разных ситуациях. У ребенка эмоции при появлении интересов играют ключевую роль. У взрослого большую значимость получает волевой компонент, так как именно он направляет и поддерживает деятельность, направленную на удовлетворение интереса. Но это утверждение относиться только к долговременным интересам. Появление кратковременной фиксации внимания на предмете по-прежнему во многом обусловлено эмоциями, если это не произвольная фиксация[2].

Итак, интерес – особый вид потребности, проявляющийся в желании познать что либо. Тесно связан с деятельностью. В деятельности формируется и ее же определяет.

**1.4 Идеалы. Культурная обусловленность идеалов**

Высшим уровнем направленности являются идеалы. Идеал можно обозначить как образец для подражания[2].

Идеал – это некая схема, совокупность определенных свойств и качеств дающая целостный образ, культивируемый в культуре[5].

Идеал может выступать в качестве совокупности норм поведения; иногда это образ, воплощающий наиболее ценные и в этом смысле привлекательные человеческие черты, – образ, который служит образцом. Идеал человека далеко не всегда представляет собой его идеализированное отображение; идеал может находиться даже в компенсаторно-антагонистическом отношении к реальному облику человека; в нем может быть подчеркнуто то, что человек особенно ценит и чего ему как раз недостает[2].

Идеалы формируются под непосредственным общественным влиянием. Они в значительной мере определяются идеологией, миросозерцанием. Каждая историческая эпоха имеет свои идеалы – свой идеальный образ человека, в котором время и среда, дух эпохи воплощают наиболее значимые черты[2].

В идеалах человека ярко проявляется его общая направленность. Проявляясь в них, она через них и формируется. Идеалы формируются под определяющим воздействием общественных оценок. Воплощаясь в идеале, через его посредство эти общественные оценки формируют общую направленность личности.

Идеал имеет много общего с социальной ролью, но это более общее явление, проявляющиеся в любой деятельности, в отличие от социальных ролей, которые проявляются в строго определенных ситуациях.

Идеалы формируются не только под непосредственным воздействием социального окружения, но и через потребляемую индивидом информацию.

Но, индивид не просто принимает тот образ, что навязывается ему извне. В любом случае, информация проходит через структуру личности, преобразуясь в соответствии с ее особенностями. Индивид интериоризирует информацию, соотносит ее с предыдущим опытом, а так же со своими потребностями и интересами[6]. Этот процесс будет рассмотрен несколько ниже, после рассмотрения установок и ценностей.

Таким образом идеал – высшая форма направленности, наиболее социально обусловленная. Идеал формируется под влиянием общественного мнения, культуры общества и продуктов этой культуры.

Ценности и установки

Направленность, как результат и форма взаимодействия человека с внешним миром, имеет тесные связи с предметами окружающей действительности. Связи эти выражаются в ценностях и установках.

Под ценностью будет пониматься все, что имеет определенное значение для человека, все что для него важно. Ценности можно определить как цели, к которым будет стремиться личность или как некие маячки, на которые она будет ориентироваться

Установка — психологическое состояние предрасположенности субъекта к определенной активности в определенной ситуации.

Различаются два вида установок: общая и дифференцированная. Общая установка возникает в отношении больших классов явлений, дифференцированная — по отношению к отдельным объектам. Установка лежит в основе целостности и последовательности поведения человека, определяет норму его реакции. Установки могут быть связаны с различными компонентами деятельности. Смысловые установки определяют личностный смысл конкретных объектов, явлений, готовность действовать по отношению к значимому объекту определенным образом. Целевые установки обеспечивают устойчивую направленность действий, они выражаются в тенденции к завершению действия при любых обстоятельствах, что иногда может привести к негибкости поведения. Операционные установки обеспечивают психофизиологическую преднастройку индивида на совершение действия определенными способами, последовательной системой привычных операций с использованием привычных для человека средств[1].

Установка, как отношение к определенным предметам материальной и идеальной действительности, тесно связанно с ценностями. Все, что важно для человека формирует к себе определенное отношение, выражающееся в готовности как воспринимать все, что имеет ценность определенным образом, так и действовать по определенной, готовой схеме.

Установки, как предрассудки, во многом обуславливают межличностное общение

Ценности и установки формируются на основе, как и индивидуального, так и общественного опыта.

Заключение по главе.

несомненно, направленность имеет в себе биологическую основу, в виде потребностей, но с ростом возможностей человека и числа благ, что становились доступны, возникала необходимость выбора из всех возможностей, что предоставляло человеку общество.

направленность – это избирательность человека в удовлетворении своих потребностей, выбор целей и ценностей в жизни.

Но выбор этот обуславливается не только личностью, но и обществом, которое окружает человека, через различные санкции, личные примеры, и культуру.

**Глава 2. Направленность и культура**

Хотя культура и представляет собой порождение коллективной жизнедеятельности людей, ее практическими творцами и исполнителями являются отдельные личности. Традиционно всякий индивид выступает по отношению к культуре одновременно в нескольких ипостасях.

Во-первых, как «продукт» культуры, введенный в ее нормы и ценности, обученный технологиям деятельности и этике взаимодействия с другими людьми в процессе своей инкультурации и социализации, осуществляемой в ходе детского воспитания, при получении общего и специального обрания, посредством контактов со своим социальным окружением (семьей, друзьями, коллегами и пр.). Получая повседневную информацию обыденного и специализированного характера, осмысливая художественные образы и нравственные коллизии в произведениях литературы и искусства и т. п., человек, прямо или опосредствованно, формируется как личность, социально и культурно адекватная обществу

Во-вторых, как «потребитель» культуры, использующий нормы и правила усвоенной им культуры в своей социальной практике и особенно во взаимодействии с другими людьми, пользующийся языками и символами коммуникации, знаниями, оценочными стандартами, типовыми этическими формами и пр. как данными ему уже в готовом виде инструментами и способами личностной самоидентификации и социальной самореализации в данном сообществе.

В-третьих, как «производитель» культуры, творчески порождающий новые культурные формы, либо интерпретативно воспроизводящий или оценивающий в суждениях имеющиеся формы, что уже по самому факту индивидуального интерпретирования может быть квалифицировано как акт творчества. И, в-четвертых, как «транслятор» культуры, ибо, воспроизводя какие-либо культурные образцы в практических действиях и суждениях, человек тем самым передает информацию о них другим людям[4].

Итак, если выше мы говорили о направленности, как о явлении, порожденном социальным окружением, то теперь несколько конкретизируем эту связь, а именно – направленность, как общая устремленность личности, во многом зависит от культуры общества и от того, что транслируют продукты этой культуры. Необходимо указать, что любой предмет, принадлежащий какой либо культуре, является одновременно продуктом и транслятором этой культуры. Например, любое художественное произведение с одной стороны, опирается на достижения, нормы и принципы той культуры, в рамках которой была создана, а с другой стороны, это самое художественное произведение транслирует культуру читателю, в некотором смысле формируя его мировоззрение.

Исходя из Культурно-исторической теории Выготского, можно предположить, что культура, прямо или косвенно влияет на направленность человека.

Влиять культура может через потребности. Так или иначе, но направленность в основном не предметна, а устремлена в какую либо жизненную сферу. Человек стремится не к конкретной материальному или духовному благу, а к некой общности ценностей, и при этом, группа ценностей не является целью, а скорее некой областью, в которой человек стремится совершенствоваться[2]. Например, если человек испытывает потребность в уважении, то он просто физически не способен достичь его во всех социальных сферах и группах. Но есть наиболее приоритетная для него сфера – например его рабочий коллектив. И человек будет стремиться удовлетворить потребность в уважении именно в внутри этого коллектива[3]а вот средства достижения уважения целиком и полностью обусловлены культурой. Например, если в одной культуре слово уважаемый синоним слову обеспеченный, то и добиваться уважения человек будет улучшая свое материальное благосостояние. А в другой культуре слово уважаемый синоним слову – сильный. И пути достижения уважения тоже будет соответствующие[5].

Но наибольшее воздействие культура оказывает на идеалы. Идеалы формируются под воздействием транслируемых из различных источников представлений о человеке, о том, каким он должен быть.

Но в современном мире плюрализма мнений разные трансляторы культуры транслируют разные образы. Ко всему прочему наблюдаются возникновение разных ценностей у людей, потребляющих информацию из разных источников[6]. Возникает вопрос – есть ли связь между тем, какую информацию потребляет человек и тем, чего он желает в жизни добиться и что будет для него важно.

**Глава 3. Эмпирическое исследование влияния приоритетного источника информации на ценностную сферу личности**

В результате теоретического исследования направленности мы пришли к выводу, что направленность, а в особенности идеалы, ценности и установки во многом зависят от того, какую культуру человек потребляет. Но необходимо теоретический вывод подтвердить эмпирическими данными.

Для этого было проведено исследование, целью которого и было выявить зависимость жизненных ценностей личности от того, из какого источника личность преимущественно потребляет информацию.

Испытуемыми в данном исследовании стали студенты первого курса специальности клинической психологии.

Выборка составила 30 человек.

В исследовании использовались: анкета, составленная специально для этого исследования, и морфологический тест жизненных ценностей (В. Ф. Сопов, Л. В. Карпушина) (МТЖЦ)

Анкета использовалась для выявления наиболее приоритетного источника информации. Состояла она из четырех блоков, в каждом блоке по три вопроса. Каждый блок относился к какому либо источнику информации (транслятор культуры) – интернет, телевиденье, книги, кино. Первые два вопроса в блоке выявляли приоритетность данного источника, а третий выявлял предпочитаемый жанр внутри блока.

МТЖЦ использовалась для выявления терминальных жизненных ценностей у испытуемых.

Основным диагностическим конструктом МТЖЦ являются терминальные ценности. Под термином «ценность» мы понимаем отношение субъекта к явлению, жизненному факту, объекту и субъекту, и признание его как важного, имеющего жизненную важность.

Перечень жизненных ценностей включает:

1. Развитие себя. Т.е. познание своих индивидуальных особенностей, постоянное развитие своих способностей и других личностных характеристик.

2. Духовное удовлетворение, т.е. руководство морально-нравственными принципами, преобладание духовных потребностей над материальными.

3. Креативность, т.е. реализация своих творческих возможностей, стремление изменять окружающую действительность.

4. Активные социальные контакты, т.е. установление благоприятных отношений в различных сферах социального взаимодействия, расширение своих межличностных связей, реализация своей социальной роли.

5. Собственный престиж, т. е. завоевание своего признания в обществе путем следования определенным социальным требованиям.

6. Высокое материальное положение, т.е. обращение к факторам материального благополучия как главному смыслу существования.

7. Достижение, т. е. постановка и решение определенных жизненных задач как главных жизненных факторов.

8. Сохранение собственной индивидуальности, т.е. преобладание собственных мнений, взглядов, убеждений над общепринятыми, защита своей неповторимости и независимости.

Терминальные ценности реализуются по-разному, в различных жизненных сферах. Под жизненной сферой понимается социальная сфера, где осуществляется деятельность человека. Значимость той или иной жизненной сферы для разных людей неодинакова.

Перечень жизненных сфер:

1. Сфера профессиональной жизни.

2. Сфера образования.

3. Сфера семейной жизни.

4. Сфера общественной активности.

5. Сфера увлечений.

6. Сфера физической активности.

Опросник направлен на изучение индивидуальной системы ценностей человека с целью лучшего понимания смысла его действия или поступка. Самобытность человека вырабатывается относительно основных ценностей, признаваемых в обществе. Но личностные ценности могут и не воспроизводить точную копию ценностей общественных.

В конструкцию опросника входит шкала достоверности степени желания у человека социального одобрения его поступков. Чем выше результат, тем больше поведение испытуемого (на вербальном уровне) соответствует одобряемому образцу. Критический порог - 42 балла, после которого результаты можно признать недостоверными.

Опрос необходимо проводить при соблюдении благоприятного эмоционального климата. Экспериментатор должен быть доброжелательным, должен уметь ответить на возникающие вопросы, но не провоцировать определенный ответ испытуемого на утверждение. При групповом проведении опроса каждый испытуемый должен иметь свой текст опросника. Допускается зачитывание утверждений экспериментатором вслух для всей группы. Каждый должен ответить индивидуально.

Инструкция: Вам предлагается опросник, в котором описаны различные желания и стремления человека. Просим Вас оценить каждое утверждение по 5-балльной шкале следующим образом:

- если для Вас смысл утверждения не имеет никакого значения, то в соответствующей клетке бланка поставьте цифру 1;

- если для Вас имеет небольшое значение, то поставьте цифру 2;

- если для Вас имеет определенное значение - поставьте цифру 3;

- если для Вас это ВАЖНО - поставьте цифру 4;

- если для Вас это ОЧЕНЬ ВАЖНО - поставьте цифру 5.

Просим Вас помнить, что здесь не может быть правильных и неправильных ответов и что самым правильным будет правдивый ответ. Старайтесь не использовать для оценки утверждения цифру «3».

Объектом исследования стали терминальные жизненные ценности студентов первого курса.

Предмет – культурная обусловленность жизненных ценностей

Этапы работы

1. Опросить испытуемых
2. Разделить полученные данные на основании наиболее приоритетного источника
3. Выявить наиболее значимые ценности потребителей различных источников информации
4. Сравнить полученные с помощью МТЖЦ данные у потребителей различных источников информации.

**Ход работы**

Опрос проходил в общей группе, каждому из испытуемых был предложен свой бланк с вопросами и бланк для ответов.

Для контроля за скоростью работы испытуемых, вопросы МТЖЦ зачитывались вслух.

**Результаты.**

В процессе обработки результатов полученные данные были разделены на пять групп на основании наиболее приоритетного источника информации (транслятора культуры) 1)интернет; 2) телевиденье; 3) книги; 4) кино; 5) нет приоритетного источника.

На данном этапе были получены следующие результаты

|  |  |
| --- | --- |
| Транслятор культуры | Количество потребителей |
| Интернет | 9 |
| Телевиденье | 7 |
| Книги | 5 |
| Кино | 6 |
| Нет приоритетного источника | 3 |

В результате анализа данных, полученных с помощью МТЖЦ в каждой группе, были выявлены такие тенденции

Во всех группах испытуемых наблюдаются высокие результаты по всем видам ценностей, что говорит о конфликте ценностей. Средний балл по шкалам в общей выборке таков

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Шкала | Развитие себя | Духовное удовлетворение | креативность | Социальные контакты | престиж | достижения | Высокое материальное положение | Сохранение индивидуальности |
| Баллы(ср/макс отклон.) | 51.3/3 | 56.7/5 | 49.1/5 | 49.7/4 | 52.7/3 | 47.9/7 | 55.4/2 | 42.3/6 |

В группе Интернет наблюдаются высокие показатели по следующим шкалам жизненных ценностей – саморазвитие (1), сохранение индивидуальности (8), активные социальные контакты (4). Наиболее приоритетной сферой самореализации является сфера образования

В группе Телевиденье наблюдается общая эгоистически престижная направленность. Наиболее высокие показатели получились по шкалам – материальное положение (7), достижения (6), престиж (6). Наиболее приоритетная сфера – сфера общественной жизни.

В группах Кино и Книги не наблюдается каких-либо общих тенденций, показатель корреляции не достоверен в обеих группах. Сильный разброс результатов. Хотя испытуемые из группы книги достоверно сходятся в высоких показателях шкал «духовное удовлетворение» и лжи. Возможно, сильный разброс результатов связан с недостаточным числом испытуемых в группе, что обуславливает низкую валидность выборки. Возможно, при большем количестве данных, можно было проследить какие либо общие ценности внутри каждой из этих двух групп. Высокие показатели по шкале лжи говорят о стремлении подражать общественно приемлемому образцу поведения. Трое в группе книги и четверо в группе кино перешагнули критический порог по шкале достоверности и их данные можно считать не достоверными. Но, при более углубленном изучении данного явления можно получить важные данные. Но это тема для отдельного исследования.

В группе Без приоритетного источника так же нет какого либо выделяющегося показателя, но общее количество баллов по шкалам низко, приоритетной жизненной сферы так же не наблюдается, везде значения на уровне «троечки».

Для большей наглядности необходимо сравнить показатели групп интернет и телевиденье, так как в этих группах средние показатели достоверны. Так же следует заметить, что для большей достоверности из группы интернет были убраны две анкеты, чтобы число исследуемых в обеих группах было одинаково. Анкеты убирались на основании основного предпочитаемого ресурса – социальные сети, так как данный вид интернет сервиса не имеет черт отдельного культурного явления, а транслирует ту же массовую культуру, что и телевиденье.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Шкалы. № шкалы в опроснике (ср балл) макс балл 60группы | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Интернет | 56.3 | 49.2 | 50.3 | 52.3 | 50.2 | 47.6 | 51.5 | 53.4 |
| телевиденье | 51.2 | 48.5 | 46.4 | 53.6 | 54.7 | 55.7 | 57.1 | 47.6 |
| Кино (не валиден) | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ |
| Книги (не валиден) | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ |
| Нет предпочтений (не валиден) | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ | \_\_\_ |

Комментарии: как видно из таблицы, все показатели находятся на высоком уровне, что можно объяснить возрастом испытуемых, - 18 лет, юношеский возраст, который характеризуется общей неопределенностью и высокой активностью поисков своего места в жизни и своего жизненного пути. Но, в то же время, 100% испытуемых в группе интернет показали высокие баллы в шкалах саморазвитие (1) и сохранение индивидуальности (8). А в группе телевиденье для 100% испытуемых наиважнейшей ценностью является их материальное положение (7). Это вполне себе четкие тенденции внутри групп и можно утверждать, что эти ценности были сформированы тем транслятором культуры, что в основном потребляли исследуемые в каждой группе.

Отсюда можно сделать вывод, что ценностные ориентации личности напрямую зависят от того, что ей навязывают извне, через трансляторы культуры. Есть смысл углубить исследование и попытаться изучить, что именно каждый из источников информации навязывает своим потребителям.

Возможно, что будут разрушены некоторые стереотипы. Они и были разрушены в данном исследовании. Например, бытует мнение, что активные пользователи интернета – асоциальные личности. Но, как показал данный опрос, одной из главных ценностей пользователя интернет – активные социальные контакты.

Так же в дальнейшем необходимо связать полученные данные с особенностями личности, чтобы понять принцип преображения транслируемой информации в ценностные ориентации.

Нельзя с уверенностью сказать, подтвердилась ли гипотеза, так как больше трети данных оказалась недостоверна. Хотя, если полагаться на статистические данные по оставшемуся материалу - зависимость между источником информации и ценностями вполне явная и тогда можно говорить, что гипотеза подтвердилась.

**Заключение**

В процессе работы над теоретическим исследованием направленности личности, анализируя различные источники информации, было показанно, что направленность всегда социально и культурно обусловлена и формируется в онтогенезе в процессе обучения и воспитания, выступает как свойство личности, проявляющееся в мировоззренческой, профессиональной направленности, в деятельности, связанной с личным увлечением, занятием чем-либо в свободное время от основной деятельности.

В ходе эмпирического исследования была доказана зависимость жизненных ценностей личности от наиболее приоритетного для нее источника информации. Так же было выяснено, что пользователи сети интернет характеризуются стремлением к саморазвитию и сожранению индивидуальности. Люди же, проводящие свободное время у телевизора, эгоистично направлены, для них наиболее важно получить как можно больше выгоды от своих действий. Люди, читающие книги, как и любители кино, не показали каких либо общих тенденций, кроме стремления походить на общественно одобряемый образ.

Практическая значимость этого исследования может заключаться в возможном применении его результатов в деятельности психолога и педагога, а так же стать опорой для дальнейших научных изысканий, посвященных развитию и становлению личности.

**Список литературы**

1. Большой психологический словарь / Сост и общ ред Б. Г. Мерящеков, В. П. Зинченко. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 1997. – 672 с.
2. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. – СПб.: Питер, 2002.- 705с
3. Маслоу Абрахам Гарольд. Мотивация и личность. - СПб.: Евразия, 1999. – 351с
4. Культура и личность http://www.countries.ru/library/terms/lc.htm (18.12.10)
5. Выготский: культурно-исторический и естественно-научный подходы к понятию интериоризации http://www.childpsy.ru/lib/articles/id/10450.php (10.12.10)
6. В.Е. Лёвкин. Категории интериоризации, экстериоризации, отождествления, разотождествления, интроекции, проекции, переноса http://www.orgpsiholog.ru/kat.int.htm (29.11.10)
7. Иванчик Т. Ф. К вопросу о формировании значимой направленности личности// Актуальные проблемы социальной психологии: Материалы всесоюзного симпозиума. Кострома, 1986. – с. 46 – 48.
8. В. Франкл. Человек в поисках смысла http://lib.ru/PSIHO/JUNG/psytypes.txt (19.12.10)