

УДК 159.9(075.8) : 316.6

Р.И. Зекерьяев

*Крымский инженерно-педагогический университет,
г. Симферополь, Российская Федерация*

ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЙ СФЕРЫ ЛИЧНОСТИ НА ЕЕ ВИРТУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ: КОМПОНЕНТ БАЗОВЫХ УБЕЖДЕНИЙ

АННОТАЦИЯ. В статье осуществлен критический анализ литературы посвященной исследованиям ценностно-смысловой сферы личности и виртуальной личности в интернет-пространстве. Также в ходе исследования определено, что ценностно-смысловая сфера личности представляет собой комплексный динамический конструкт личности, который определяет ее внутренний мир и задает вектор ее деятельности. В работе также выявлено, что виртуальная личность интернет-пользователя — это сложное образование, формирующееся при переходе реальной личности в социокультурное пространство интернета, с последующей интеграцией в него и интернализацией ценностей и смыслов виртуального социума. В ходе исследования проанализирована виртуальная личность интернет-пользователя как психологический феномен; описаны такие свойства виртуальной личности как виртуальность (степень принятия виртуальной реальности как среды, в которой осуществима социальная жизнедеятельность), вовлеченность (уровень владения информационно-компьютерными технологиями и ощущение принадлежности к виртуальному социуму) и направленность (наличие или отсутствие представлений о социально-одобряемом поведении в интернет-социуме). В статье проанализированы результаты эмпирического исследования влияния компонента базовых убеждений ценностно-смысловой сферы личности на свойства ее виртуального образа. Выявлено, что существует прямая связь между показателем базового убеждения в благосклонности мира и уровнем виртуальности виртуальной личности (у людей с убеждением в благосклонности мира в интернет-пространстве развита мотивация к творческой деятельности), а также существует прямая связь между показателем базового убеждения в контролируемости мира и уровнем вовлеченности виртуальной личности (у людей с убежденностью в контролируемости мира в интернет-пространстве проявляется склонность к восприятию себя как его значимой части).

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Ценностно-смысловая сфера личности, базовые убеждения, благосклонность мира, контролируемость мира, виртуальное пространство, интернет-социализация, виртуальная личность, виртуальность, вовлеченность, направленность.

ИНФОРМАЦИЯ О СТАТЬЕ. Дата поступления 17 февраля 2021 г.; дата принятия к печати 21 июня 2021 г.; дата онлайн-размещения 13 июля 2021 г..

R.I. Zekeryaev

*Crimean Engineering and Pedagogical University,
Simferopol, Russian Federation*

AN EMPIRICAL STUDY OF PERSONALITY VALUES AND THEIR INFLUENCE ON PERSONALITY'S VIRTUAL IMAGE: COMPONENT OF BASIC BELIEFS

ABSTRACT. The article provides a critical analysis of the literature on the researches of the sphere of personality values in the Internet space. Also, in the course of the study, it was determined that the sphere of personality values is a complex dynamic construct of the personality, which determines its inner world and outlines the vector of its activity. It was also revealed that the virtual personality of an Internet user is a complex formation that is formed during the transition of a real person to the socio-cultural space of the Internet, with subsequent integration into

© Зекерьяев Р.И., 2021

Baikal Research Journal

электронный научный журнал Байкальского государственного университета

it and the internalization of the values and meanings of the virtual society. The virtual personality of an Internet user as a psychological phenomenon was analyzed; such properties of a virtual personality as virtuality (the degree of acceptance of virtual reality as a social environment), involvement (the level of information and computer technologies awareness and a sense of belonging to a virtual society) and orientation (the presence or absence of ideas about socially approved behavior in Internet society) are described. The article analyzes the results of an empirical study of the influence of the component of basic beliefs in the value-semantic sphere of a person on the properties of their virtual image. It was revealed that there is a correlation between the indicator of the basic belief in the benevolence of the world and the level of virtual personality (people with the belief in the benevolence of the world in the Internet space have developed motivation for creative activity), as well as a correlation between the indicator of the basic belief in the controllability of the world and the level of involvement of the virtual personality (people with a conviction of the controllability of the world in the Internet space tend to perceive themselves as a significant part of it).

KEYWORDS. Value-semantic sphere of personality, basic beliefs, benevolence of the world, controllability of the world, virtual space, Internet socialization, virtual personality, virtuality, involvement, orientation.

ARTICLE INFO. Received February 17, 2021; accepted June 21, 2021; available online July 13, 2021.

На данном этапе своего развития современное общество все больше подвергается виртуализации, при этом ключевой площадкой для данного процесса становится гиперреальность сети Интернет. Будучи принципиально новым информационно-коммуникативным пространством, виртуальная среда открывает широкий спектр возможной деятельности, в том числе и социального взаимодействия как для отдельных индивидов, так и целых групп. В процессе виртуализации и перехода из реального мира в гиперреальность сети Интернет с личностью происходит ряд трансформаций, проявляющихся в модификации и расширении ее системы ценностей и смыслов, что приводит к формированию новых поведенческих и мировоззренческих паттернов. Несмотря на большое количество научных работ, посвященных процессу интернет-социализации, остается открытым вопрос о факторах, провоцирующих подобные трансформации, и в частности о влиянии ценностно-смысловой сферы реальной личности на ее виртуальный образ в сети Интернет.

Целью статьи является представление результатов исследования психологических особенностей компонента базовых убеждений в структуре ценностно-смысловой сферы личности на ее виртуальный образ.

Гипотезой исследования является предположение о том, что существует достоверная связь между психологическими особенностями базовых убеждений личности и ее виртуальным образом в интернет-пространстве.

Ценностно-смысловая сфера личности представляет собой комплексный динамический конструкт личности, который определяет ее внутренний мир и задает вектор ее деятельности. Система смыслов и ценностей детерминирует такие психологические особенности социальной активности человека, как основное содержание, вектор направленности, смысловое наполнение. Они в свою очередь регулируют поведенческие паттерны личности, а также выступают в роли цензора для оценки событий и явлений, с которыми она сталкивается.

Н.Ф. Наумова, исследуя смыслы и ценности личности отмечала, что они являются ведущей детерминантой целеполагания. Также, по мнению ученой, ценностно-смысловая сфера выполняет ориентационную функцию в социальных процессах, в которых участвует личность, конструируя при этом ее мировоззренческую

картину, обладающую свойствами целостности, осмысленности, непротиворечивости и систематизированности. Н.Ф. Наумова также говорила о том, что система смыслов и ценностей детерминирует базис для принятия решений на основе существующих субъективно значимых альтернативных вариантов, а также конструирования поведенческих границ и самого процесса активности [1].

Ряд ученых определял ценностно-смысловую сферу как перманентную, носящую социальный характер направленность личности на цели, которые представляют для нее субъективную значимость и наделяются определенными смыслами. По их мнению, система смыслов и ценностей не только формирует цели человека, но также определяет способы для их реализации, подкрепляемые психологическими свойствами личности и ее поведения, являющихся резистентными по отношению к внешним социальным влияниям. Ученые отмечали, что, несмотря на свою устойчивость, ценностно-смысловая сфера личности является динамичным конструктом, который позволяет проявляться своим свойствам с учетом потребностей в каждой конкретной ситуации, модифицируя и выстраивая поведенческие паттерны для достижения актуальной цели [2–4].

Д.А. Леонтьев, исследуя ценностно-смысловую сферу личности, отмечал, что она является образованием на пересечении мировоззренческих установок личности и ее мотивационных ориентаций. По мнению исследователя смыслы и ценности представляют собой регуляторы социальной активности личности, а также конструируют у нее образ восприятия себя как совокупности субъективно значимых черт и особенностей. Д.А. Леонтьев также говорил о том, что индивидуальные ценности формируются на основе субъективно пережитого жизненного опыта и представляют собой систему выборочно интернализированных из общесоциальных смыслов и ценностей элементов [5].

Ряд ученых отмечал, что ценностно-смысловая сфера личности обладает иерархической динамичной структурой, проявляющейся в двух направлениях: горизонтальном (определяющем степень значимости и принятия тех или иных ценностей и смыслов) и вертикальном (взаимосвязь индивидуальных ценностей и смыслов с конструктом ценностей и смыслов социума, в котором функционирует человек). При этом учеными отмечается, что ценностно-смысловая сфера сформирована в виде трехуровневого конструкта: на первом уровне находятся абстрактные и обобщенные ценности, относящиеся к материальному и духовному миру; второй уровень включает в себя ценности, которые представляют собой психологические особенности личности, закрепленные в ее активности и деятельности; на третьем уровне находятся наиболее предпочитаемые поведенческие паттерны человека, с помощью которых он реализует свои потребности и цели [6; 7].

Ч.Х. Кули, описывая феномен «Зеркального Я», говорил о том, что формирование ценностей происходит в ходе социализации личности в обществе. При этом осознание человеком себя происходит в ходе интериоризации социальных ценностей и норм. По мнению исследователя представления личности о себе формируются на основе представлений о ней других людей, представлений самой личности о взглядах окружающих и собственных чувств человека. Таким образом, конструирование самосознания личности происходит в ходе социального взаимодействия и коммуникации, которые находят свое отражение в сознании человека [8].

Виртуальная личность интернет-пользователя — это сложное образование, формирующееся при переходе реальной личности в социокультурное пространство интернета, с последующей интеграцией в него и интернализацией ценностей и смыслов виртуального социума.

И.Н. Блохин в процессе исследования феномена виртуальной личности выделил их типы в зависимости от предпочитаемого стиля поведения в сети Интернет:

потребители, авторы, коммуникаторы и потребители. По мнению исследователя, основной деятельностью потребителя является накопление социокультурного опыта виртуального пространства через процесс интернализации его ценностей и смыслов. И.Н. Блохин определял тип коммуникатора как человека, считающего наиболее значимой ценностью виртуального пространства возможность социального взаимодействия с другими интернет-пользователями. Под авторами исследователь понимал тип поведения в сети Интернет, заключающийся в создании уникального контента и размещения его на соответствующих ресурсах. Ученый также определял тип навигатора как личность, предпочитающую деятельность в виртуальном пространстве, связанную с оперированием информационными потоками, а также аналитикой деятельности прочих вышеописанных типов [9].

Ряд ученых отмечал, что гиперреальность виртуального пространства создает новые нормы, что детерминирует формирование принципиально новой культуры. В ходе интернет-социализации, ценностно-смысловая сфера личности становится диффузной и включает в себя ценности и смыслы, приобретенные в реальном пространстве и интернализированные в виртуальной среде. Сеть Интернет предоставляет возможность войти в социальную среду, идентичную реальному миру, создавать в ней новые образы для реализации потребности в самопрезентации. Процесс интернет-социализации, выступая в роли части процесса социализации в глобальном понимании, позволяет личности создавать новые социальные связи, отыгрывать новые социальные роли и интегрироваться в референтные группы, недоступные ей в реальном пространстве. Вхождение в виртуальный социум амбивалентно: с одной стороны, оно формирует у личности осознание о неполноте социального опыта и нереализованности потенциала креативности, но с другой стороны предоставляет требуемые ресурсы для компенсации этой неполноты [5; 10–13].

З.С. Завьялова, описывая процесс конструирования виртуального образа, отмечала схожесть его этапов с процессом самоидентификации личности в реальном пространстве, выделяя ряд его этапов. По мнению ученой, на первом этапе личность интегрируется в виртуальную реальность и находится в ситуации противопоставления себя ей. На следующем этапе, как отмечала З.С. Завьялова, человек выбирает себе имя в сети Интернет, что детерминирует процесс виртуальной самоидентификации личности. Последний этап, по мнению исследовательницы, начинается, когда человек начинает проявлять коммуникативную активность в виртуальном социуме, который выбирает самостоятельно, опираясь на свои субъективные предпочтения и ценностно-смысловую сферу [14].

Ряд исследователей феномена виртуальной реальности отмечали ее специфику и ряд отличительных признаков от реального пространства: анонимность, физическая непредставленность, одновременность разных видов деятельности, отсутствие регламентированности взаимодействия и поведения и т.д. Вступая в социальное взаимодействие, виртуальная личность не присутствует физически в данном процессе, а также в любой момент может его завершить. Данные особенности процесса коммуникации в сети Интернет детерминируют стремление личности экспериментировать со своим виртуальным образом, приближая его к «Я-идеальному». Данное явление может также возникать как способ компенсации психологических проблем реального пространства, а также как стремление к самовыражению через отыгрывание различных социальных ролей [15–19].

А.И. Лучинкина, исследуя виртуальную личность как психологический феномен, выделяла три ее свойства, такие как виртуальность, вовлеченность и направленность. Под виртуальностью исследовательница понимала степень принятия виртуальной реальности как среды, в которой осуществима социальная жизне-

деятельность. Так, по ее мнению, чем выше уровень виртуальности, тем больше мотивация человека к пребыванию в сети Интернет, которая воспринимается как более предпочитаемая среда для времяпровождения, чем реальное пространство. А.И. Лучинкина определяла вовлеченность как уровень владения информационно-компьютерными технологиями и ощущение принадлежности к виртуальному социуму. Чем выше, по мнению ученой, уровень вовлеченности, тем больше человек считает себя частью социокультурного пространства сети Интернет и тем больше он мотивирован к пребыванию в виртуальной среде. А.И. Лучинкина под направленностью понимала наличие или отсутствие представлений о социально-одобряемом поведении в интернет-социуме. По мнению исследовательницы, чем выше уровень направленности, тем больше стремление личности следовать правилам и нормам, выдвигаемым по отношению к нему виртуальной социокультурной средой, в которой она находится [20].

Эмпирическую базу пилотного исследования составили 300 чел., с разными уровнями интернет-активности. Возрастное и гендерное распределение респондентов: 150 мужчин и 150 женщин; в возрасте от 18 до 35 лет. Респонденты привлекались благодаря рассылке приглашений к участию в исследовании и были выбраны методом случайных чисел.

В ходе исследования использовался ряд методик:

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

2. Методика «Шкала базисных убеждений» Р. Янов-Бульман.

На первом этапе исследования с помощью методики «Личность в интернет-пространстве» А.И. Лучинкиной было определено процентное распределение респондентов по уровням их виртуальности, вовлеченности и направленности (рис. 1–3).

На следующем этапе для обоснования существования достоверной связи между психологическими особенностями базовых убеждений личности и компонентами ее виртуального образа в виртуальном пространстве был проведен корреляционный анализ.

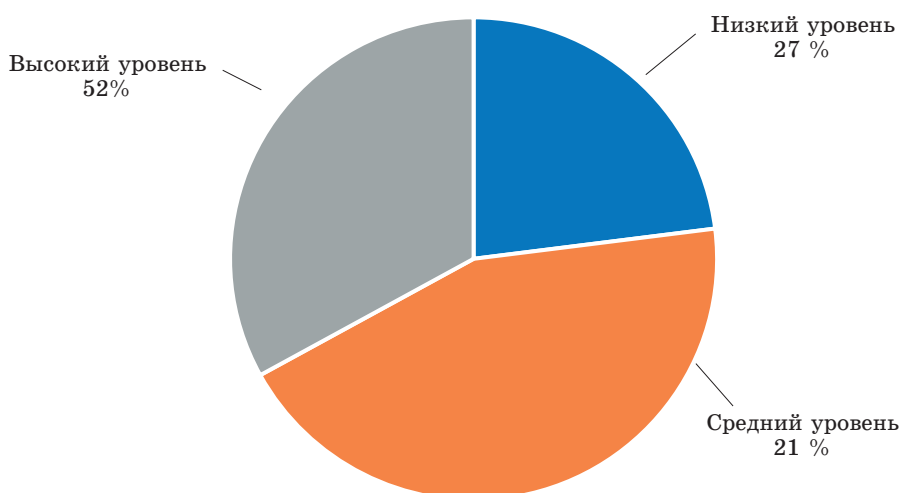


Рис. 1. Процентное распределение респондентов по уровню виртуальности

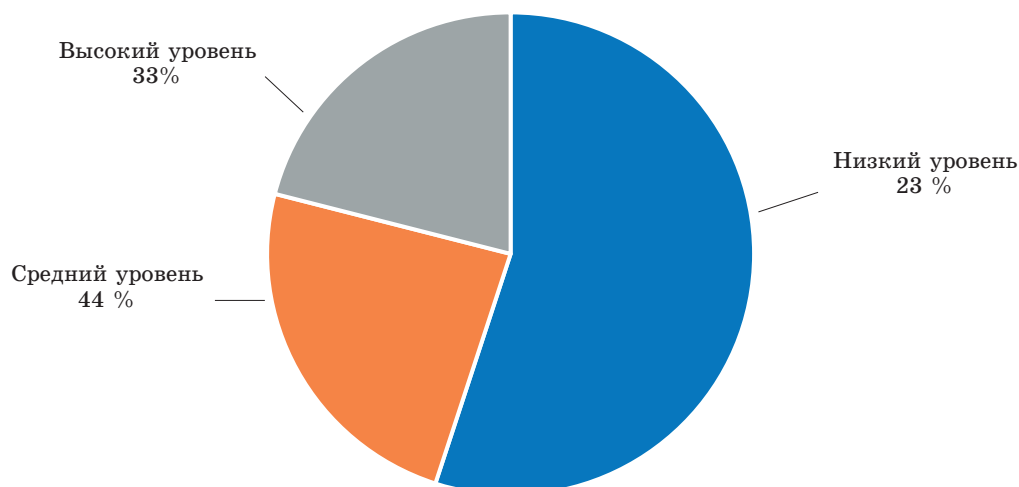


Рис. 2. Процентное распределение респондентов по уровню вовлеченности

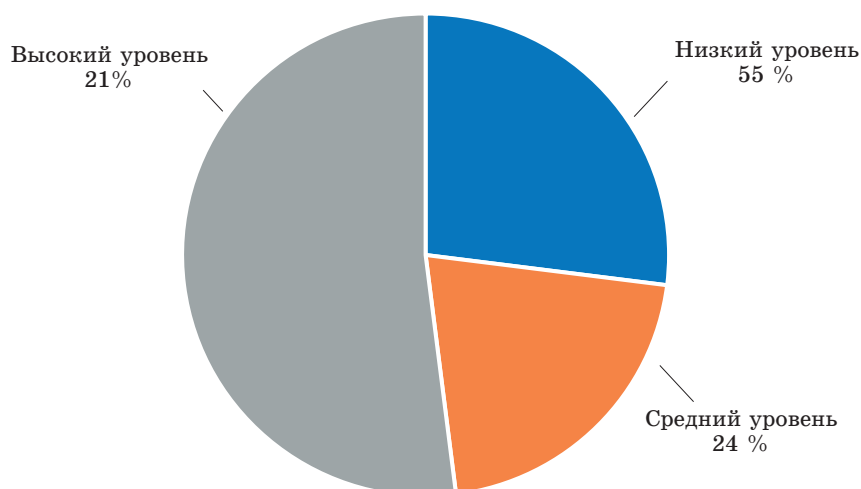


Рис. 3. Процентное распределение респондентов по уровню направленности

Часть таблицы с значимыми корреляционными связями представлена на рис. 4.

Из рисунка 4 видно, что существует прямая связь между показателем базового убеждения в благосклонности мира и уровнем виртуальности виртуальной личности (коэффициент r -Пирсона = 0,727). Данная связь проявляется в том, что у людей с убеждением в благосклонности мира в интернет-пространстве развита мотивация к творческой деятельности. Они воспринимают сеть Интернет как доброжелательную среду, в которой личные можно осуществлять виртуальную коммуникацию. Для данной группы респондентов характерно восприятие сетевых сообществ — как площадки дружелюбного взаимодействия с другими виртуаль-

Корреляции

		Виртуальность	Вовлеченность	Благосклонность мира	Контролируемость мира
Виртуальность	Корреляция Пирсона	1	0,052	0,727**	0,262**
	Знач. (двухсторонняя)		0,373	0,000	0,000
	N	300	300	300	300
Вовлеченность	Корреляция Пирсона	0,052	1	0,114*	0,769**
	Знач. (двухсторонняя)	0,373		0,048	0,000
	N	300	300	300	300
Благосклонность мира	Корреляция Пирсона	0,727**	0,114*	1	0,162**
	Знач. (двухсторонняя)	0,000	0,048		0,005
	N	300	300	300	300
Контролируемость мира	Корреляция Пирсона	0,262**	0,769**	0,162**	1
	Знач. (двухсторонняя)	0,000	0,000	0,005	
	N	300	300	300	300

** Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

* Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).

Рис. 4. Значимые корреляционные связи между свойствами виртуальной личности и ее базовыми убеждениями

ными личностями. И наоборот, респонденты с низкой выраженностью базового убеждения в благосклонности мира воспринимают виртуальную реальность как враждебную среду, нахождение в которой является опасным.

Для обоснования достоверных различий в проявлении убежденности в благосклонности мира у респондентов с различными уровнями виртуальности был использован непараметрический критерий Краскелла-Уоллиса. Исследуемая выборка была разбита на 3 группы, согласно уровню выраженности у них виртуальности, которые затем сравнивались между собой (рис. 5).

Из рисунка 5 видно, что существуют достоверные различия в проявлении базового убеждения о благосклонности мира у респондентов с различными уровнями виртуальности ($\chi^2_{\text{эмп}} = 152,011$; $p < 0,005$). Исходя из этого можно сделать вывод о том, что у групп с ростом убежденности в благосклонности мира личности повышается также уровень ее виртуальности в интернет-пространстве. Это выражается в том, что человек принимает виртуальную реальность как среду, в которой можно осуществлять социальную жизнедеятельность, являет-

Статистические критерии^{a,b}

	Благосклонность мира
Хи-квадрат	152,011
ст.св.	2
Асимптотическая значимость	0,000

a. Критерий Краскела-Уоллиса

b. Группирующая переменная: Уровень виртуальности

Рис. 5. Результат применения критерия Краскелла-Уоллиса для показателей базового убеждения в благосклонности мира и уровня виртуальности в виртуальном пространстве (составлено автором)

ся высоко мотивированным к пребыванию в сети Интернет и считает ее более предпочтительным пространством для времяпровождения по сравнению с реальным. В то же время, при низких показателях убеждения в благосклонности мира личность склонна не принимать интернет-пространство как среду для жизнедеятельности.

Для обоснования достоверных различий в проявлении убежденности в контролируемости мира у респондентов с различными уровнями вовлеченности был использован непараметрический критерий Краскелла-Уоллиса. Исследуемая выборка была разбита на 3 группы, согласно уровню выраженности у них вовлеченности, которые затем сравнивались между собой (рис. 6).

Статистические критерии^{а,б}

	Контролируемость мира
Хи-квадрат	115,804
ст.св.	2
Асимптотическая значимость	0,000

а. Критерий Краскела-Уоллиса

б. Группирующая переменная: Уровень вовлеченности

Рис. 6. Результат применения критерия Краскелла-Уоллиса для показателей установки на власть и уровня направленности в виртуальном пространстве

Из рисунка 6 видно, что существуют достоверные различия в проявлении базового убеждения о контролируемости мира у респондентов с различными уровнями вовлеченности ($\chi^2_{\text{эмп}} = 115,804$; $p < 0,005$). Исходя из этого можно сделать вывод о том, что у группы с ростом убежденности в контролируемости мира личности повышается также уровень ее вовлеченности в интернет-пространство. Это выражается в том, что человек считает себя частью социокультурного пространства сети Интернет, мотивирован к пребыванию в нем, а также социальному взаимодействию с другими интернет-пользователями. В то же время при низких показателях убежденности в благосклонности мира у личности слабо выражено стремление к нахождению в виртуальной среде и деятельности в ней.

Ценностно-смысловая сфера личности представляет собой комплексный динамический конструкт личности, который определяет ее внутренний мир и задает вектор ее деятельности. Система смыслов и ценностей детерминирует такие психологические особенности социальной активности человека, как основное содержание, вектор направленности, смысловое наполнение. Они в свою очередь регулируют поведенческие паттерны личности, а также выступают в роли цензора для оценки событий и явлений, с которыми она сталкивается.

Существует прямая связь между показателем базового убеждения в благосклонности мира и уровнем виртуальности виртуальной личности. Данная связь проявляется в том, что у людей с убеждением в благосклонности мира в интернет-пространстве развита мотивация к творческой деятельности. Существует прямая связь между показателем базового убеждения в контролируемости мира и уровнем вовлеченности виртуальной личности. Данная связь проявляется в том, что у людей с убежденностью в контролируемости мира в интернет-пространстве проявляется склонность к восприятию себя как его значимой части.

Список использованной литературы

1. Наумова Н.Ф. Социологические и психологические аспекты целенаправленного поведения / Н.Ф. Наумова. — Москва : Наука, 1988. — 200 с.
2. Алексеева О.С. Ценности и их связь с базовыми чертами личности. Психологические исследования / О.С. Алексеева, И.Е. Ржанова // Психологические исследования. — 2019. — № 12. — С. 10. — URL: <http://psystudy.ru>.
3. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в условиях социально-экономических изменений : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Н.А. Журавлева. — Москва, 2002. — 228 с.
4. Каширский Д.В. Психология личностных ценностей : дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.01 / Д.В. Каширский. — Москва, 2014. — 551 с.
5. Зекерьяев Р.И. Психологические особенности виртуальной личности пользователя и ее типы / Р.И. Зекерьяев // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия. Познание. — 2019. — № 1. — С. 31–37.
6. Алишев Б.С. Психологическая теория ценности: Системно-функциональный подход : дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.01 / Б.С. Алишев. — Казань, 2002. — 367 с.
7. Бубнова С.С. Методика диагностики индивидуальной структуры ценностных ориентаций / С.С. Бубнова // Методы психологической диагностики. — 1994. — Т. 2. — С. 144–157.
8. Кули Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок / Ч.Х. Кули. — Москва : Идея Пресс, 2000. — 320 с.
9. Блохин И.Н. Политическое поведение личности в медиасреде / И.Н. Блохин // Гуманитарный вектор. — 2013. — № 3. — С. 125–134.
10. Солодовник В.А. Влияние Интернет-коммуникаций на личность пользователя / В.А. Солодовник // Научный потенциал студенчества в XXI веке : материалы IV междунар. науч. конф. — Ставрополь, 2010. — URL: http://ru-cyberpsy.blogspot.com/2011/01/blog-post_03.html.
11. Лучинкина А.И. Специфика интернета как института социализации / А.И. Лучинкина // Научный результат. Педагогика и психология образования. — 2019. — № 1. — С. 59–69.
12. Северина Е.А. Жанры коммуникации в Интернет-среде / Е.А. Северина // Вестник Московского государственного лингвистического университета. — 2013. — № 15. — С. 206–215.
13. Тарханова И.Ю. Социализация молодежи средствами интернет-коммуникаций / И.Ю. Тарханова // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. — 2017. — № 4. — С. 169–171.
14. Завьялова З.С. Идентификация личности в условиях сетевых коммуникаций: постановка проблемы / З.С. Завьялова // Гуманитарная информатика. — 2008. — Вып. 4. — С. 38–50.
15. Белинская Е.П. Идентичность личности в условиях социальных изменений : дис. ... д-ра психол. наук : спец. 19.00.05 / Е.П. Белинская. — Москва, 2006. — 479 с.
16. Зекерьяев Р.И. Типы виртуальной личности интернет-пользователя / Р.И. Зекерьяев // Ученые записки. — 2019. — № 1. — С. 255–263.
17. Чванова М.С. Влияние Интернета на социализацию молодежи / М.С. Чванова, М.С. Анурьева, И.А. Киселева // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2017. — Т. 22, вып. 5. — С. 23–35.
18. Исследование влияния Интернета на социальные потребности пользователей / М.С. Чванова, М.В. Храмова, И.А. Слетков [и др.] // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2016. — Т. 21, вып. 12. — С. 7–25.
19. Янковская Л.В. Виртуальная социализация личности / Л.В. Янковская // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е: Педагогические науки. — 2012. — № 7. — С. 169–176.
20. Лучинкина А.И. Информационно-психологическая безопасность личности в интернет-пространстве / А.И. Лучинкина, Т.В. Юдеева, В.Р. Ушакова. — Симферополь : ДИАЙ-ПИ, 2015. — 151 с.

Информация об авторе

Зекерьяев Руслан Ильвисович — преподаватель, кафедра психологии, Крымский инженерно-педагогический университет, г. Симферополь, Российская Федерация, e-mail: rzekeryayev@inbox.ru.

Author

Ruslan I. Zekeryaev — Lecturer, Department of Psychology, Crimean Engineering and Pedagogical University, Simferopol, Russian Federation, e-mail: rzekeryayev@inbox.ru.

Для цитирования

Зекерьяев Р.И. Эмпирическое исследование влияния ценностно-смысловой сферы личности на ее виртуальный образ: компонент базовых убеждений / Р.И. Зекерьяев. — DOI 10.17150/2411-6262.2021.12(2).26 // *Baikal Research Journal*. — 2021. — Т. 12, № 2.

For Citation

Zekeryaev R.I. An Empirical Study of Personality Values and Their Influence on Personality's Virtual Image: Component of Basic Beliefs. *Baikal Research Journal*, 2021, vol. 12, no. 2. DOI: 10.17150/2411-6262.2021.12(2).26. (In Russian).