

Взаимосвязь индивидуальных ценностей и просоциального поведения в онлайн- и офлайн-контекстах

Ефремова М.В.

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5327-1451>, e-mail: mefremova@hse.ru*

Бульцева М.А.

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5899-9916>, e-mail: mbultseva@hse.ru*

Цель исследования состоит в изучении взаимосвязи индивидуальных ценностей и просоциального поведения в онлайн- и офлайн-контекстах (реальной жизни).

Контекст и актуальность исследования. Просоциальное поведение способствует как благополучию отдельных людей, так и процветанию общества в целом. Его детерминированность разными факторами, в числе которых особое значение имеют индивидуальные ценности, является контекстуально обусловленной. С распространением информационно-коммуникационных технологий доля людей, активно вовлеченных в разного рода взаимодействия в интернете, становится все выше. При этом специфические особенности онлайн-контекста в отношении просоциального поведения и взаимосвязи ценностей с просоциальным поведением в онлайн-контексте изучены не были.

Дизайн и методология исследования. Исследование проводилось с помощью социально-психологического опроса и имело кросс-секционный одновыборочный корреляционный дизайн. Для измерения просоциального поведения в онлайн- и офлайн-контекстах был разработан и апробирован специальный инструментарий. Ценности рассматривались в подходе Ш. Шварца и измерялись при помощи сокращенной версии опросника индивидуальных ценностей, включенного в анкету Европейского социального исследования (ESS).

Выборка исследования является достаточно разнородной и включает в себя 187 респондентов из разных регионов Российской Федерации (средний возраст 35,4 года, 66% – женщины). Метод построения выборки – невероятностный, выборка согласных (convenience sampling).

*Методы. Исследование построено на основании количественных методов. Для обработки и анализа данных использовались анализ описательных статистик, *t*-тест для парных выборок и регрессионный анализ методом одновременного ввода переменных, реализованные в программе SPSS 22.0.*

Результаты. Было обнаружено, что просоциальное поведение российских респондентов в большей мере выражено в офлайн-контексте, в сравнении с онлайн. При этом

с просоциальным поведением в офлайн-контексте значимо позитивно связаны только ценности Самопреодоления, в то время как с просоциальным поведением в онлайн-контексте позитивно связаны как ценности Самопреодоления, так и Самоутверждения.

Основные выводы. Полученные в исследовании результаты позволяют сделать вывод о том, что интернет все еще является неосвоенным в полной мере полем для осуществления просоциального поведения, по крайней мере, для россиян. Примечателен тот факт, что связь ценностей и просоциального поведения зависит от контекста, в котором просоциальное поведение может реализовываться. Была установлена универсальность позитивной связи ценностей Самопреодоления и просоциального поведения. Однако результат относительно позитивной связи ценностей Самоутверждения и просоциального поведения в онлайн-контексте является принципиально новым.

Ключевые слова: просоциальное поведение, индивидуальные ценности, онлайн-контекст, офлайн-контекст, киберпсихология.

Финансирование: Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках научного проекта № 19-18-00169.

Для цитаты: Ефремова М.В., Бульцева М.А. Взаимосвязь индивидуальных ценностей и просоциального поведения в онлайн- и офлайн-контекстах // Социальная психология и общество. 2020. Т. 11. № 1. С. 107–126. DOI:<https://doi.org/10.17759/sps.2020110107>

The relationship between individual values and prosocial behavior in an online and offline contexts

Maria V. Efremova

*National Research University Higher School of Economics,
Moscow, Russia,*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5327-1451>, e-mail: mefremova@hse.ru

Maria A. Bultseva

*National Research University Higher School of Economics,
Moscow, Russia,*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5899-9916>, e-mail: mbultseva@hse.ru

The objective of the study is to investigate the relationship of individual values and prosocial behavior in online and offline contexts.

Background. Prosocial behavior contributes to both the well-being of individuals and the prosperity of a society. Its relationship with different factors, among which individual values have the strongest predictive power, is contextually dependent. With the development and dissemination of information and communication technologies, number of people actively involved in various kinds of interactions on the Internet is constantly growing. However, specific features of the online context regarding prosocial behavior and how they can influence the relationship between values and prosocial behavior in this context have not been studied yet.

Study design. The study is a socio-psychological survey which was conducted within the framework of a cross-sectional one-sample design. The authors developed and adopted spe-

cial questionnaires to measure prosocial behavior in online and offline contexts. Values were considered in the Schwartz approach and measured using a short version of the individual values questionnaire included in the European Social Survey methodology (ESS).

Participants. *The sample of the study is quite heterogeneous and includes 187 respondents from different regions of the Russian Federation (average age 35,4 years, 66% women). Search of respondents was done using non-probabilistic, convenience sampling method.*

Methods of data analysis. *The study is based on quantitative methods. Such methods of data processing and analysis were applied as analysis of descriptive statistics, t-test for paired samples, multiple linear regression analysis (Enter method) in the SPSS 22.0 program.*

Results. *The respondents were more involved in prosocial behavior in an offline context than in an online context. Values of Self-Transcendence only are positively related with prosocial behavior in an offline context, while both Self-Transcendence and Self-Enhancement values are related with prosocial behavior in an online context.*

Conclusions. *The results obtained in the study allow authors to conclude that the Internet is still an undeveloped field for the implementation of prosocial behavior, at least for Russians. Noteworthy is the fact that the relationship between values and prosocial behavior depends on the context in which prosocial behavior can be realized. The universality of the positive relationship of Self-Transcendence values and prosocial behavior was established. However, the finding about positive relationship of Self-Enhancement values and prosocial behavior in an online context is fundamentally new.*

Keywords: *prosocial behavior, individual values, online context, offline context, cyber-psychology.*

Funding: The reported study was funded by RSF, project number 19-18-00169.

For citation: Efremova M.V., Bultseva M.A. The relationship between individual values and prosocial behavior in an online and offline contexts. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2020. Vol. 11, no. 1, pp. 107–126. DOI:<https://doi.org/10.17759/sps.2020110107>. (In Russ.).

Введение

Просоциальное поведение определяется как действия, которые приносят пользу другим и способствуют процветанию общества [21]. Иными словами, это добровольное и преднамеренное поведение, приносящее пользу другим [30]. Так, просоциальное поведение привносит вклад в физическое и психологическое благополучие других людей [63] и вместе с тем также позитивно сказывается на состоянии того, кто эту помощь оказывает [29]. На групповом уровне просоциальное поведение является «социальным

клеем», который скрепляет людей и способствует их мирному сосуществованию и благополучию [41], приводит к увеличению производительности труда в организациях [48], повышает благосостояние общества в целом [37].

Наряду с этим в соответствии с отчетом Благотворительного фонда развития филантропии (международной некоммерческой организации CAF) Россия находится на 117 месте из 126 стран по уровню вовлеченности населения в просоциальное поведение. Так, только 35% опрошенных оказывали какую-либо помощь незнакомцам, 16% делали пожертвования, 12%

участвовали в волонтерской деятельности [22]. Поэтому обращение к тематике факторов, способствующих просоциальному поведению россиян, является актуальным для российского контекста.

Многочисленные зарубежные исследования выявили, что на просоциальное поведение влияют количество людей, способных откликнуться на запрос о помощи, размывание ответственности [40], особенности того, на чье благополучие нацелено просоциальное поведение [47], эмпатия и связанные с ней конструкты [18; 46], доброжелательность [33; 59], просоциальные ценностные ориентации [45]. В отечественных исследованиях изучаются личностные диспозиции различных видов социально направленного поведения [3], просоциальность в различных помогающих профессиях [6], типы «альтернативного альтруизма» [11], кросс-культурные особенности просоциального поведения.

Одним из наиболее мощных факторов, определяющих просоциальное поведение, являются индивидуальные ценности [55]. Индивидуальные ценности определяются как устойчивые представления и желаемые цели, которые мотивируют поведение человека и таким образом выступают руководящими принципами в жизни [56; 57]. В теории базовых ценностей Ш. Шварца ценности представлены динамичной системой взаимодействий, отражающей, как ценности могут конфликтовать или быть совместимыми друг с другом. Система ценностей организована в виде двухмерной структуры, состоящей из четырех измерений, так называемых ценностей высшего порядка, которые, в свою очередь, делятся на десять ценностей в классической теории и девятнадцать в обновленной. Первый тип ценностей высшего порядка — ценности Сохранения — опи-

сывает мотивацию, направленную на сохранение текущего социального порядка и стабильности (ценности: Безопасность, Традиция, Конформность). На противоположном ему полюсе представлены ценности Открытости изменениям, описывающие мотивацию независимости, поиска новизны и следования своим интересам в новых направлениях (ценности: Самостоятельность, Стимуляция, Гедонизм). Ценности Самопреодоления включают в себя заботу о благополучии других, не сопровождаемую эгоистичными целями и мотивами (ценности: Доброжелательность, Универсализм). На противоположном полюсе представлены ценности Самоутверждения, которые описывают стремление к личному успеху и доминированию, иногда за счет других (ценности: Власть, Достижение) [56].

Анализ литературы демонстрирует наличие устойчивой связи между ценностями и различными видами поведения [17]. Так, эмпирически выявлено, что ценности связаны с креативностью [28], проэкологическим поведением [61], агрессивным поведением [16], политической активностью [55]. Механизм, который объясняет эту связь, состоит в стремлении поддерживать согласованность между своими убеждениями и поведением [19; 49], а также в стремлении достигать своих целей [17; 52], которые являются во многом выражением и объективизацией индивидуальных ценностей.

Несмотря на разные способы операционализации и измерения просоциального поведения, в большинстве исследований подтверждается наличие положительной связи просоциального поведения с ценностями Самопреодоления и отрицательной связи с ценностями Самоутверждения [17; 24; 27]. При этом взаимосвязь индивидуальных ценностей и просоциаль-

ного поведения в российском контексте изучена не в полной мере. Одной из немногих работ в этом поле является кросс-культурное исследование ценностей и просоциального поведения русских и белорусских студентов [2]. Выраженность ценностей блока Самопреодоления увеличивает вероятность просоциального поведения, в основе которого лежит чувство справедливого распределения благ, в то время как выраженность ценностей блока Самоутверждения способствует проявлению публичных просоциальных поступков, в основе которых лежат нормы взаимности. Вместе с тем обнаружены культурно-специфические результаты в группе русских студентов: ценности Универсализма снижают вероятность оказания помощи на публике, а выраженность ценностей Конформности повышает вероятность данного вида помощи [2]. Взаимосвязь ценностей и просоциального поведения (как поведения социально желательного и одобряемого) может быть контекстуально детерминированной и может зависеть, например, от выраженности и содержаний социальных норм, преобладающих в обществе [17].

Ключевым моментом данного исследования является рассмотрение не только ценностной, но еще и контекстуальной детерминации просоциального поведения. Дополнительным контекстом, в который оказывается включено в настоящее время большинство населения еще с детского возраста, является интернет. Все чаще научные исследования так или иначе затрагивают социально-психологические последствия цифровизации [1; 4; 12; 62]. Однако проблематика просоциального поведения в интернете разработана достаточно фрагментарно. Учитывая активную цифровизацию современного общества, а так-

же рост коммуникаций в онлайн-среде, становится актуальным исследование просоциального поведения, которое, будучи социально значимой формой поведения, на сегодняшний день реализуется как в онлайн-контексте, так и в реальной жизни. Новизна исследования заключается в том, что впервые рассматриваются ценности как факторы просоциального поведения с учетом контекстуальных различий между интернет-средой и реальной жизнью.

Чем же онлайн-контекст отличается от офлайн-контекста (реальной жизни), и как эти различия могут сказываться на просоциальном поведении и его факторах? Во-первых, в интернете появляются и активно развиваются новые типы деятельности — так, тематике просоциального поведения могут быть релевантны наполнение сайтов общего доступа информацией (например, Википедия), размещение в свободном доступе программ [60]. Во-вторых, остро встает вопрос социальных норм в интернете и их влияния на интернет-пользователей. С одной стороны, интернет ориентирует человека на следование трендам ради социального одобрения [50]. С другой стороны, такие факторы, как анонимность, разобщенность и разнообразие, свободное распространение информации делают процесс создания и трансмиссии норм в интернете плохо управляемым и малопредсказуемым [42], а складывающиеся тренды не всегда отражают преобладающие в офлайн-контексте нормы [8]. В-третьих, просоциальное поведение в Сети имеет свои специфические характеристики, такие как публичность запросов о помощи и большой охват потенциальных помощников при их относительной «невидимости»; демонстративность поведения и выраженные репутационные выгоды;

относительная легкость реализации просоциального поведения даже на систематической основе [60], анонимность, физическая непредставленность [15]. При взаимодействиях онлайн значительно снижается важность границ, барьеров как для общения, так и для оказания помощи, связанных с полом, возрастом, статусом и привлекательностью, что может способствовать большей просоциальности поведения в онлайн-контексте. С другой стороны, анонимность и массовость обращения могут приводить к некоему размытию ответственности. На наш взгляд, описанные выше особенности онлайн-контекста могут приводить как к изменению факторов просоциального поведения в целом, так и к ослаблению нормативного давления, опосредующего связь ценностей и просоциального поведения.

На основании анализа прошлых исследований можно сделать несколько основных выводов. Индивидуальные ценности являются мощным фактором просоциального поведения. Интернет-контекст представляет собой особую среду со специфическими нормами, качественно новыми формами, условиями и последствиями социального взаимодействия. Перечисленные особенности могут сказываться как на выраженности просоциального поведения в онлайн- и офлайн-контекстах, так и его взаимосвязи с ценностями. Поэтому, принимая во внимание особенности норм и контекста в онлайн-среде, можно ожидать, что просоциальное поведение в онлайн-среде будет мультимотивированным, а детерминация ценностями Самопреодоления будет менее сильной, чем в офлайн-среде.

В данной работе ставятся исследовательские вопросы о том, какой вид просоциального поведения является более выраженным у россиян, а также о том,

есть ли какие-либо различия во взаимосвязи индивидуальных ценностей и просоциального поведения в онлайн- и офлайн-контекстах. **Целью** настоящего исследования является изучение взаимосвязи индивидуальных ценностей и просоциального поведения в онлайн- и офлайн-контекстах.

Эмпирическое исследование

Дизайн исследования. Исследование проводилось с помощью социально-психологического опроса. Метод построения выборки — вероятностный, выборка согласных (convenience sampling). С целью минимизации возможных различий, связанных с отбором исключительно в интернете, часть выборки была собрана посредством распространения опросника онлайн, часть заполняла бумажную версию; различий между ними обнаружено не было.

Выборка. В итоговую выборку исследования вошли 187 респондентов из более чем 60 городов разных регионов Российской Федерации после того, как 11 человек были исключены из-за ошибок заполнения. Возраст респондентов варьировался от 15 до 62 лет (средний возраст $M=35,4$ года, $\sigma=10,5$ лет). В выборке больше представлены русские (85%), женщины (66% респондентов), люди с высшим образованием (70% респондентов), трудоустроенные (81,5% респондентов), не исповедующие никакой религии (67,1% респондентов). Выборка обладает достаточной разнородностью, а ее структура условно отражает тренды как общей структуры населения Российской Федерации [13], так и структуры аудитории интернет-пользователей [7], что важно для целей данного исследования, обращаемого как к онлайн-, так и офлайн-контекстам.

Процедура исследования. Сначала респондентам был представлен блок вопросов относительно их опыта просоциального поведения в офлайн- и онлайн-контекстах, далее следовали вопросы для оценки значимости для респондентов индивидуальных ценностей, последними шли вопросы о социально-демографических характеристиках респондентов. Опросник заполнялся индивидуально, без ограничений по времени и контроля со стороны исследователя. Среднее время заполнения опросника занимало 15 минут.

Инструментарий. Был разработан инструментарий для оценки просоциального поведения в онлайн- и офлайн-контекстах. Опросник, направленный на измерение просоциального поведения в офлайн-контексте, был составлен на основании двух шкал, активно используемых в отечественных и зарубежных исследованиях: 1) шкала самооценки альтруизма (ШСА) (альтруистичной личности) [51], 2) шкала просоциальности [23], а также включал дополнительно разработанные вопросы. Проведенная серия когнитивных интервью (3 интервью) позволила отобрать наиболее релевантные для нашего исследования вопросы и адаптировать формулировки под российский контекст. В итоговую версию опросника вошел 21 пункт, которые были организованы по типу Лайкерта, в соответствии с 5-балльной шкалой, где нужно указать частоту, с которой индивиды совершали описанные действия — от «никогда» до «очень часто», например, «Я объяснял(а) дорогу заблудившемуся человеку». Получившаяся шкала имела высокую внутреннюю согласованность ($\alpha=0,88$).

Также был разработан опросник, направленный на измерение просоциального поведения в онлайн-контексте.

Опросник был составлен на основании шкал, использованных в зарубежных исследованиях и показавших высокую степень внутренней согласованности: 1) Просоциальное поведение онлайн [20], 2) Шкала онлайн-просоциальности [36]. Проведенная серия когнитивных интервью (3 интервью) позволила отобрать наиболее релевантные для нашего исследования вопросы. С помощью экспертных интервью (4 интервью) с сотрудниками организаций, занимающихся оказанием помощи разным группам населения, были выявлены виды деятельности, которые существуют в сфере помогающего поведения в сети Интернет (например, размещение информации о помощи другому человеку, подписание петиций и т.п.). Итоговая версия опросника включала 12 пунктов, организованных по типу Лайкерта, в соответствии с 5-балльной шкалой, где индивидам нужно указать частоту, с которой совершались описанные действия — от «никогда» до «очень часто», например, «Я бесплатно консультировал(а) кого-то в интернете по вопросам, в которых я разбираюсь». Получившаяся шкала имела высокую внутреннюю согласованность ($\alpha=0,89$).

Для измерения индивидуальных ценностей была использована сокращенная версия опросника Ш. Шварца, включенного в анкету Европейского социального исследования. Шкала включает в себя 21 пункт (ESS-21) и позволяет оценить 10 базовых ценностей: Самостоятельность, Стимуляция, Гедонизм, Достижение, Власть, Безопасность, Конформность, Традиция, Благожелательность, Универсализм. По каждой из четырех субшкал ценностей высшего порядка показатели внутренней согласованности были приемлемыми (ценности Открытости изменениям — $\alpha=0,74$, ценности

Сохранения – $\alpha=0,66$, ценности Самоутверждения – $\alpha=0,8$, ценности Самопреодоления – $\alpha=0,7$).

Обработка данных. Для обработки и анализа данных использовались анализ описательных статистик, тест для парных выборок и регрессионный анализ методом одновременного ввода переменных (Enter). В регрессионном анализе зависимой переменной являлось просоциальное поведение в онлайн- и офлайн-контекстах, а независимыми переменными – индивидуальные ценности. Статистический анализ проводился с помощью программы SPSS 22.0.

Результаты исследования

На первом этапе статистического анализа нами был произведен расчет дескриптивной статистики по изучаемым

переменным. Результаты приведены в табл. 1.

Сравнение выраженности просоциального поведения в разных контекстах методом t-теста для парных выборок показало, что существуют значимые различия между просоциальным поведением в онлайн- и офлайн-контекстах (см. табл. 2). Средние значения по просоциальному поведению в офлайн-контексте значимо выше средних значений просоциального поведения в онлайн-контексте.

Чтобы ответить на поставленный исследовательский вопрос о взаимосвязи индивидуальных ценностей с просоциальным поведением в онлайн- и офлайн-контекстах, были построены регрессионные модели. Полученные результаты представлены в табл. 3.

Результаты регрессионного анализа взаимосвязи ценностей и просоциального поведения в офлайн-контексте по-

Таблица 1

Дескриптивные статистики по изучаемым переменным

Переменная	M	SD
Просоциальное поведение офлайн	2,84	0,61
Просоциальное поведение онлайн	2,39	0,78
Открытость изменениям	4,12	0,86
Самоутверждение	3,86	1,09
Сохранение	3,84	0,85
Самопреодоление	4,35	0,87

Таблица 2

Сравнение выраженности просоциального поведения в разных контекстах методом t-теста для парных выборок

Различия между выраженностью просоциального поведения офлайн и просоциального поведения онлайн	Парные разности				t-статистика
	Среднее значение разности	Станд. откл.	95% доверительный интервал для разности		
			Нижняя	Верхняя	
	0,45	0,7	0,35	0,55	8,71**

Условные обозначения: ** $p < 0,01$.

казывают, что ценностные мотивации объясняют 16% вариации просоциального поведения в офлайн-контексте. При этом была обнаружена статистически значимая довольно сильная связь ценностей Самопреодоления и просоциального поведения в офлайн-контексте. В онлайн-контексте модель объясняет чуть меньший процент вариации просоциального поведения – 12%. Однако при этом два вида ценностей (ценности Самопреодоления и ценности Самоутверждения) оказались позитивно и значимо связаны с просоциальным поведением онлайн.

Обсуждение результатов

В ходе исследования было выявлено, что респонденты в большей степени проявляют просоциальное поведение в офлайн-контексте, то есть оказание помощи в онлайн-контексте выражено в меньшей степени. Этот результат может иметь не-

сколько объяснений. Во-первых, просоциальное поведение в Сети имеет свою специфику, которая, возможно, оказывает влияние на распространенность данного типа поведения. Социальные нормы, которые имеют значительное влияние на просоциальность, в онлайн-пространстве плохо управляемы и малопредсказуемы [42], что может снижать просоциальные действия в Сети. Также, несмотря на то, что прошлые исследования предполагают, что онлайн-контекст позволяет инициировать просоциальное поведение с меньшими затратами [38], некоторые авторы предполагают, что в целом интернет оказывает негативное влияние на нравственность общества, в связи с чем падает значимость для россиян моральных ценностей, к которым относится в том числе и альтруизм [14]. Также мы не можем исключать, что просоциальное поведение в онлайн-среде зависит от степени вовлеченности в информационно-коммуникационные технологии, а также

Таблица 3

Регрессионные модели взаимосвязи индивидуальных ценностей и просоциального поведения в онлайн- и офлайн-контекстах

Независимые переменные Зависимая переменная	Открытость изменениям	Самоутверждение	Сохранение	Самопреодоление
	β	β	β	β
Офлайн просоциальное поведение	-0,04	0,01	0,07	0,4**
R^2	0,16			
F	10,14**			
Cohen's f^2	0,22			
Онлайн просоциальное поведение	0,05	0,18*	0,04	0,19*
R^2	0,12			
F	5,97**			
Cohen's f^2	0,14			

Условные обозначения: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

от посещения конкретных интернет-площадок. Однако данный аспект не контролировался в исследовании.

Анализ результатов показал, что ценности Самопреодоления связаны с просоциальным поведением в офлайн-контексте. В недавнем исследовании факторов просоциального поведения продемонстрировано существование устойчивых паттернов взаимосвязи ценностей и просоциального поведения. Так, более выраженные предпочтения ценностей Самопреодоления и Сохранения перед ценностями Самоутверждения и Открытости изменениям соответствуют большей готовности помогать [53]. Данная связь подтвердилась в нескольких изучаемых культурах, что говорит о ее универсальности. Другое исследование, посвященное изучению типов беспокойства, выявило, что ценности Самоутверждения связаны с микробеспокойством (то есть волнениями, связанными с личным благополучием), в отличие от ценностей Самопреодоления, связь которых с микробеспокойством негативная. То есть люди, для которых важны ценности Самопреодоления, не испытывают такого высокого уровня тревоги и имеют свободные ресурсы для вовлечения в просоциальное поведение [55]. Таким образом, выраженность ценностей Универсализм и Доброжелательность, входящих в блок Самопреодоления, способствует просоциальному поведению.

Инициация конгруэнтного поведения основывается на активизации ценностей, важным элементом которой является возникновение чувства личной ответственности. И хотя роль выраженности определенных ценностей в возникновении чувства личной ответственности не была проверена эмпирически, в научном сообществе существует мнение

о том, что ценности Самопреодоления будут связаны с чувством ответственности и поведением, направленным на благо других людей, в то время как ценности Самоутверждения могут иметь обратный эффект и приводить к избеганию людей, нуждающихся в помощи [55]. Это предположение тесно связано с другими исследованиями, указывающими, что в основе просоциального поведения лежит чувство ответственности [9; 10; 25].

Анализ взаимосвязи индивидуальных ценностей и просоциального поведения в онлайн-контексте показал, что ценности Самопреодоления и Самоутверждения связаны с просоциальным поведением онлайн. Рассмотрим каждую из выявленных взаимосвязей.

Судя по результатам данного исследования, связь ценностей блока Самопреодоления с просоциальным поведением является универсальной и проявляется как в офлайн-, так и онлайн-контекстах. Относительно онлайн-контекста необходимо добавить, что данный результат соотносится с итогами исследования Е.А. Припоровой и Е.Р. Агадуллиной [12]. Авторы обнаружили, что можно выделить несколько профилей пользователей социальных сетей в зависимости от социальных мотивов их использования. При этом именно респонденты профиля «высокой социальной мотивации» были склонны больше реагировать на чужую активность в интернете и, например, «репостить» на свою страницу чужие записи, что может рассматриваться в разрезе просоциального поведения в онлайн-контексте.

Ценности блока Самоутверждения выражают внешнюю мотивацию. Так, достижение ценностей, входящих в данный блок (Власть, Достижение), направлено на получение социального одобрения и

материального вознаграждения [55; 56]. Полученный в нашем исследовании результат противоречит прошлым теоретическим и эмпирическим результатам, указывающим, что ценности Самоутверждения, ставя в приоритет в большей степени заботу о личных интересах, снижают восприятие потребностей других людей, сопереживание, участие и, как следствие, помощь [24; 27; 43]. Однако важно принимать во внимание мотивы оказания помощи в онлайн-контексте. Наряду с альтруистическими мотивами, лежащими в основе просоциального поведения, эгоистические побуждения выделяются как одна из мотивирующих причин для оказания помощи [31; 54]. Таким образом, можно предположить, что особенности онлайн-контекста, например, такие как демонстративность и видимость поведения в Сети, актуализируют мотивацию получить признание и одобрение, лежащие в основе эгоистичных мотивов. Разнообразие возможностей в онлайн-контексте может приводить к формированию эффекта культурного нарциссизма, когда у пользователей интернета в силу контекстуальных особенностей этой среды создается иллюзорное ощущение собственных неограниченных возможностей [5].

При этом, если рассматривать самоутверждение в более широком понимании, то самоутверждение как тенденция оценивать себя более благоприятно, чем других, позитивно связано с просоциальным поведением, в частности с участием в волонтерской деятельности и внесением пожертвований [58].

Сравнивая между собой модели взаимосвязи ценностей и просоциального поведения в разных контекстах, нельзя проигнорировать то, что в офлайн-контексте ценности обладают большей пред-

сказательной силой. Так, связь ценностей Самопреодоления с просоциальным поведением почти в два раза сильнее в офлайн-контексте, чем в онлайн-контексте. Помимо уже упомянутых ранее особенностей интернет-среды, это может быть связано с динамичным взаимодействием самих ценностей. Ценности Самопреодоления и Самоутверждения находятся на противоположных полюсах континуума ценностей [56], и весьма вероятно, что одновременная активизация конфликтующих ценностей будет ослаблять их связь с поведением.

Ограничения данного исследования.

По итогам проведенного исследования необходимо также учитывать ряд методологических и теоретических ограничений, демонстрирующих, что результаты данного исследования нуждаются в уточнении и дополнительном объяснении.

Во-первых, в данном исследовании учитывались теоретически, но не измерялись эмпирически социальные нормы, которые могли бы расширить объяснение связи между ценностями и просоциальным поведением. Во-вторых, не принимались во внимание такие показатели, как: степень интенсивности использования интернета респондентами и тип интернет-активности, которые как индивидуально, так и в интеракции с индивидуальными ценностями могут быть связаны с просоциальным поведением в онлайн-контексте [см. 32; 34]. В-третьих, в данном исследовании не учитывались культурные особенности России. Например, влияние одного и того же вида деятельности в онлайн-контексте на просоциальное поведение может быть различным. Было обнаружено, что взаимосвязь размещения постов в интернете (как монологичной формы коммуникации) и склонности к просоциальному поведению онлайн в одних странах негативная,

а в других — позитивная [26; 35]. В связи с этим встает вопрос об универсальности и специфичности связи просоциального поведения и ценностей, конгруэнтных определенным видам деятельности.

Направления будущих исследований. Учитывая выводы и ограничения данного исследования, перспективными направлениями могут быть анализ факторов просоциального поведения в онлайн-контексте: выявление специфических типов социальных норм, формирующихся в интернете, и их влияния на просоциальное поведение и его детерминанты, изучение взаимосвязи видов деятельности в онлайн-контексте, вовлеченности в использование ИКТ-технологий с просоциальным поведением и его факторами. Интересным представляется также изучение влияния просоциального поведения в онлайн-контексте на просоциальное поведение в офлайн-контексте. Цель и дизайн данного исследования не предполагали выявления подобной связи, однако несколько зарубежных работ показывают возможную амбивалентность связи просоциального поведения в интернете и реальной жизни. С одной стороны, существует «гипотеза позитивной ассоциации» о том, что имеется позитивная связь между поведением в интернете и повседневным социальным поведением [44]. В пользу данной гипотезы говорят также предположения Р.М. Айсиной и А.А. Нестеровой [1] о том, что позитивная киберсоциализация будет способствовать трансляции позитивного опыта, полученного онлайн, на деятельность в офлайн-контексте, то есть повседневной жизни вне Сети. С другой стороны, киберсоциализация может быть негативной. И более того, не исключено возникновение «эффекта кликтивизма», который состоит в том, что после выполнения каких-либо относительно простых

действий в интернете (например, репост чьей-то просьбы о помощи) люди менее склонны вовлекаться в деятельность, направленную на реализацию тех же мотивов (например, просоциальное поведение) в офлайн-контексте [39].

Заключение

В данном исследовании было рассмотрено просоциальное поведение в двух различных контекстах. Изучалось просоциальное поведение преимущественно по отношению к незнакомцу. В ходе исследования был разработан и апробирован методический инструментарий, направленный на изучение просоциального поведения в онлайн-контексте и офлайн-контексте. Было выявлено, что российские респонденты в большей степени вовлечены в просоциальное поведение в реальной жизни, а не в интернет-среде. Исследование позволило изучить связь индивидуальных ценностей личности с просоциальным поведением в двух обозначенных контекстах. Выявлено, что ценности блока Самоутверждения связаны с просоциальным поведением как в онлайн-, так и в офлайн-контекстах. Вместе с тем ценность Самоутверждения связана с просоциальным поведением в онлайн-контексте.

Таким образом, полученные результаты способствуют лучшему пониманию контекстуальной обусловленности связи ценностей и поведения и могут послужить основой для будущих исследований просоциального поведения в онлайн- и офлайн-контекстах. Также результаты возможно учитывать на практике, например, организациям, специализирующимся на оказании помощи, для выстраивания более эффективной коммуникации с интернет-аудиторией.

Литература

1. *Айсина Р.М., Нестерова А.А.* Киберсоциализация молодежи в информационно-коммуникационном пространстве современного мира: эффекты и риски // Социальная психология и общество. 2019. Том 10. № 4. С. 42–57. doi:10.17759/sps.2019100404
2. *Гриценко В.В., Ковалева Ю.В.* Связь ценностей культуры с нормами и типами просоциального поведения русских и белорусов // Психологический журнал. 2014. № 35 (4). С. 56–67.
3. *Гришунина Е.В., Пятакова Е.Н.* Особенности личности волонтеров // Вопросы психологии. 2014. № 5. С. 71–78.
4. *Емелин В.А., Рассказова Е.И., Тхостов А.Ш.* Психологические последствия развития информационных технологий // Национальный психологический журнал. № 1. С. 81–87.
5. *Жеребин В.М., Алексеева О.А., Вершинская О.Н.* Социально-психологические особенности пользователей Интернета // Народонаселение. 2017. № 1 (75). С. 116–124.
6. *Кухтова Н.В., Доморацкая Н.В.* Просоциальное поведение специалистов, ориентированных на оказание помощи: теоретические основы и методики изучения. Витебск: УО «ВГУ им. П.М. Машерова», 2011. 49 с.
7. Медиаскоп (Mediascope). Рейтинги. Интернет 2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://mediascope.net/data/> (дата обращения: 25.02.2020).
8. *Мишанкина Н.А.* Социальные нормы в интернет-коммуникации: социолингвистический аспект // Гуманитарная информатика. 2013. № 7. С. 72–78.
9. *Молчанов С.В.* Морально-ценностные ориентации как функция социальной ситуации развития // Культурно-историческая психология. 2007. Том 3. № 1. С. 73–79.
10. *Муздыбаев К.* Психология ответственности. Л.: Наука, 1983. С. 125.
11. *Поддьяков А.Н.* Альтер-альтруизм // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2007. № 4 (3). С. 98–107.
12. *Придорова Е.А., Агадуллина Е.Р.* Социальные мотивы использования социальных сетей: анализ групп пользователей // Социальная психология и общество. 2019. Том 10. № 4. С. 96–111. doi:10.17759/sps.2019100407
13. Статдата.ру (Statdata.ru). Население России: численность, динамика, статистика. 2020 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.statdata.ru/russia> (дата обращения: 25.02.2020).
14. *Сулакшин С.С.* Нравственность российского общества и факторы влияния (интернет, телевидение) // Политика и общество. 2014. № 9. С. 1065–1081.
15. *Усачева А.В.* Психологические особенности интернет-коммуникаций // Вестник университета. 2014. № 1. С. 277–281.
16. *Vacchini D., Affuso G., Aquilar S.* Multiple forms and settings of exposure to violence and values unique and interactive relationships with antisocial behavior in adolescence // Journal of interpersonal violence. 2015. Vol. 30 (17). P. 3065–3088.
17. *Bardi A., Schwartz S.H.* Values and behavior: Strength and structure of relations // Personality and Social Psychology Bulletin. 2003. Vol. 29 (10). P. 1207–1220.

18. *Batson C.D., Ahmad N., Lishner D.A.* Empathy and Altruism // *The Oxford Handbook of Positive Psychology* / In Lopez S., Snyder C. (eds.). Oxford, New York: Oxford University Press, 2009. P. 417–426.
19. *Bem D.J.* Self-perception: An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena // *Psychological review*. 1967. Vol. 74 (3). P. 183–200.
20. *Bosancianu C.M., Powell S., Bratović E.* Social Capital and Pro-Social Behavior Online and Offline // *International Journal of Internet Science*. 2013. Vol. 8 (1). P. 49–68.
21. *Brief A.P., Motowidlo S.J.* Prosocial organizational behaviors // *Academy of management Review*. 1986. Vol. 11 (4). P. 710–725.
22. CAF World Giving Index. 2019. [Electronic source]. URL: https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_wgi_10th_edition_report_2712a_web_101019.pdf (Accessed 25.02.2019).
23. *Caprara G.V., Steca P., Zelli A., Capanna C.* A new scale for measuring adults' prosocialness // *European Journal of psychological assessment*. 2005. Vol. 21 (2). P. 77–89.
24. *Caprara G.V., Steca P.* Prosocial Agency: The Contribution of Values and Self-Efficacy Beliefs to Prosocial Behavior Across Ages // *Journal of Social and Clinical Psychology*. 2007. Vol. 26 (2). P. 218–239.
25. *Cemalçular Z.* Understanding individual characteristics of adolescents who volunteer // *Personality and Individual Differences*. 2009. № 46. P. 432–436.
26. *Chiou W.B., Chen S.W., Liao D.C.* Does Facebook promote self-interest? Enactment of indiscriminate one-to-many communication on online social networking sites decreases prosocial behavior // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2014. Vol. 17 (2). P. 68–73.
27. *Daniel E., Bilgin A.S., Brezina I., Strohmeier C.E., Vainre M.* Values and helping behavior: A study in four cultures // *International Journal of Psychology*. 2015. Vol. 50 (3). P. 186–192.
28. *Dollinger S.J., Burke P.A., Gump N.W.* Creativity and values // *Creativity Research Journal*. 2007. Vol. 19 (2/3). P. 91–103.
29. *Dunn E.W., Aknin L.B., Norton M.I.* Spending money on others promotes happiness // *Science*. 2008. Vol. 319 (5870). P. 1687–1688.
30. *Eisenberg N., Miller P.A.* The relation of empathy to prosocial and related behaviors // *Psychological bulletin*. 1987. Vol. 101 (1). P. 91–119.
31. *Feigin S., Owens G., Goodyear-Smith F.* Theories of human altruism: A systematic review // *Annals of Neuroscience and Psychology*. 2014. Vol. 1 (1). P. 1–9.
32. *Gentile D.A., Anderson C.A., Yukawa S., Ihori N., Saleem M., Ming L.K., Rowell Huesmann L.* The effects of prosocial video games on prosocial behaviors: International evidence from correlational, longitudinal, and experimental studies // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2009. Vol. 35 (6). P. 752–763.
33. *Graziano W.G., Habashi M.M., Sheese B.E., Tobin R.M.* Agreeableness, empathy, and helping: A person × situation perspective // *Journal of personality and social psychology*. 2007. Vol. 93 (4). P. 583–599.
34. *Greitemeyer T.* Effects of prosocial media on social behavior: When and why does media exposure affect helping and aggression? // *Current Directions in Psychological Science*. 2011. Vol. 20 (4). P. 251–255.

35. *Khang H., Jeong I.* Perceived self and behavioral traits as antecedents of an online empathic experience and prosocial behavior: Evidence from South Korea // *Computers in Human Behavior*. 2016. № 64. P. 888–897.
36. *Kinnunen S.P., Lindeman M., Verkasalo M.* Help-giving and moral courage on the Internet // *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 2016. Vol. 10 (4). Article 6.
37. *Knack S., Keefer P.* Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation // *The Quarterly journal of economics*. 1997. Vol. 112 (4). P. 1251–1288.
38. *Kogen L., Dilliplane S.* How media portrayals of suffering influence willingness to help: The role of solvability frames // *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*. 2019. Vol. 31 (2). P. 92–102.
39. *Lane D.S., Dal Cin S.* Sharing beyond Slacktivism: the effect of socially observable prosocial media sharing on subsequent offline helping behavior // *Information, Communication & Society*. 2018. Vol. 21 (11). P. 1523–1540.
40. *Latané B., Rodin J.* A lady in distress: Inhibiting effects of friends and strangers on bystander intervention // *Journal of Experimental Social Psychology*. 1969. Vol. 5 (2). P. 189–202.
41. *Lay J.C., Hoppmann C.A.* Altruism and Prosocial Behavior // *Encyclopedia of Geropsychology*. 2015. P. 1–9.
42. *Levin D.B.* Building social norms on the Internet // *Yale Journal of Law and Technology*. 2002. Vol. 4 (1). Article 2.
43. *Lonnqvist J.E., Leikas S., Paunonen S., Nissinen V., Verkasalo M.* Conformism moderates the relations between values, anticipated regret, and behavior // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2006. Vol. 32 (11). P. 1469–1481.
44. *Ma H.K., Li S.C., Pow J.W.* The relation of Internet use to prosocial and antisocial behavior in Chinese adolescents // *Cyberpsychology, behavior and social networking*. 2011. Vol. 14 (3). P. 123–130.
45. *McClintock C.G., Allison S.T.* Social value orientation and helping behavior 1 // *Journal of Applied Social Psychology*. 1989. Vol. 19 (4). P. 353–362.
46. *Penner L.A.* Dispositional and organizational influences on sustained volunteerism: An interactionist perspective // *Journal of social issues*. 2002. Vol. 58 (3). P. 447–467.
47. *Piliavin I.M., Rodin J., Piliavin J.A.* Good samaritanism: an underground phenomenon? // *Journal of personality and social psychology*. 1969. Vol. 13 (4). P. 289–299.
48. *Podsakoff P.M., Ahearne M., MacKenzie S.B.* Organizational citizenship behavior and the quantity and quality of work group performance // *Journal of applied psychology*. 1997. Vol. 82 (2). P. 262–270.
49. *Rokeach M.* The nature of human values. New York: Free press, 1973. 438 p.
50. *Runco M.* The Real Creativity Crisis [Electronic source] // *Creativity & Human Development*. 2015. URL: <https://creativityjournal.net/component/k2/item/286-the-real-creativity-crisis#.XjVsi2gzbIU>. (Accessed 25.02.2020).
51. *Rushton J.P., Chrisjohn R.D., Fekken G.C.* The altruistic personality and the self-report altruism scale // *Personality and individual differences*. 1981. Vol. 2 (4). P. 293–302.
52. *Sagiv L., Schwartz S.H.* Value priorities and subjective well-being: Direct relations and congruity effects // *European journal of social psychology*. 2000 Vol. 30 (2). P. 177–198.

53. Sanderson R., McQuilkin J. Many kinds of kindness: the relationship between values and prosocial behaviour // Values and Behavior. Springer, Cham. 2017. P. 75–96.
54. Schaller M., Cialdini R.B. The economics of empathic helping: Support for a mood management motive // Journal of Experimental Social Psychology. 1988. Vol. 24 (2). P. 163–181.
55. Schwartz S.H. Basic values: How they motivate and inhibit prosocial behavior. // Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature / In M. Mikulincer, P.R. Shaver (eds.). 2010. P. 221–241.
56. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries // Advances in experimental social psychology. 1992. № 25. P. 1–65.
57. Schwartz S.H., Cieciuch J., Vecchione M., Davidov E., Fischer R., Beierlein C., Ramos A., Verkasalo M., Lönnqvist J.-E., Demirutku K., Dirilen-Gumus O., Konty M. Refining the theory of basic individual values // Journal of Personality and Social Psychology. 2012. Vol. 103 (4). P. 663–688.
58. Seo Y.J., Scammon D.L. Does feeling holier than others predict good deeds? Self-construal, self-enhancement and helping behavior // Journal of Consumer Marketing. 2014. Vol. 31 (6/7). P. 441–451.
59. Smith B.M.M., Nelson L.D. Personality correlates of helping behavior // Psychological reports. 1975. Vol. 37 (1). P. 307–310.
60. Sproull L. Prosocial behavior on the net // Daedalus. 2011. Vol. 140 (4). P. 140–153.
61. Stern P.C., Dietz T. The value basis of environmental concern // Journal of Social Issues. 1994. № 50. P. 65–84.
62. Subrahmanyam K., Greenfield P., Kraut R., Gross E. The impact of computer use on children's and adolescents' development // Applied Developmental Psychology. 2001. № 22. P. 7–30.
63. Wispe L.G. Positive forms of social behavior: An overview // Journal of social issues. 1972. Vol. 28 (3). P. 1–19.

References

1. Aysina R.M., Nesterova A.A. Cyber socialization of youth in the information and communication space of the modern world: effects and risks. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 2019. Vol. 10, no. 4, pp. 42–57. doi:10.17759/sps.2019100404. (In Russ., abstr. in Engl.)
2. Gritsenko V.V., Kovaleva YU.V. Svyaz' tseinnostey kul'tury s normami i tipami prosotsial'nogo povedeniya russkikh i belorusov [Connection of cultural values with the norms and types of prosocial behavior of Russians and Belarusians]. *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological journal], 2014, no. 35 (4), pp. 56–67.
3. Grishunina Ye.V., Pyatakova Ye.N. Osobennosti lichnosti volonterov [Features of the personality of volunteers]. *Voprosy psikhologii* [Psychology issues], 2014, no. 5, pp. 71–78.
4. Emelin V.A., Rasskazova E.I., Tkhostov A.Sh. Psikhologicheskiye posledstviya razvitiya informatsionnykh tekhnologiy [The psychological consequences of the

- development of information technology]. *Natsional'nyy psikhologicheskii zhurnal* [*National Psychological Journal*], 2012, no. 1, pp. 81–87.
5. Zherebin V.M., Alekseyeva O.A., Vershinskaya O.N. Sotsial'no-psikhologicheskiye osobennosti pol'zovateley Interneta [Socio-psychological characteristics of Internet users]. *Narodonaseleniye* [*Population*], 2017, no. 1 (75), pp. 116–124.
 6. Kukhtova N.V., Domoratskaya N.V. Prosotsial'noye povedeniye spetsialistov, oriyentirovannykh na okazaniye pomoshchi: teoreticheskiye osnovy i metodiki izucheniya [Prosocial behavior of assistance-oriented specialists: theoretical foundations and study methods]. Vitebsk: UO “VGU im. P. M. Masherova”, 2011. 49 p.
 7. Mediaskop. Reytingi. Internet [Electronic resource] [Mediascope. Ratings. Internet.]. 2019. URL: <https://mediascope.net/data/> (Accessed 25.02.2020).
 8. Mishankina N.A. Sotsial'nyye normy v internet-kommunikatsii: sotsiolingvisticheskiy aspekt [Social norms in Internet communication: sociolinguistic aspect]. *Gumanitarnaya informatika* [*Humanitarian informatics*], 2013, no. 7, pp. 72–78.
 9. Molchanov S.V. Moral and Value Orientations as Functions of Social Situation of Development in Early and Late Adolescence. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya* [*Cultural-Historical Psychology*], 2007. Vol. 3, no. 1, pp. 73–79. (In Russ., abstr. in Engl.)
 10. Muzdybayev K. Psikhologiya otvetstvennosti [Psychology of responsibility]. L.: Nauka, 1983. 125 p.
 11. Podd'yakov A.N. Al'ter-al'truizm [Alt-altruism]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki* [*Psychology. Journal of the Higher School of Economics*], 2007, no. 4 (3), pp. 98–107.
 12. Priporova E.A., Agadullina E.R. Social Motives for Using Social Networks: Analysis of User Groups. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [*Social Psychology and Society*], 2019. Vol. 10, no. 4, pp. 96–111. doi:10.17759/sps.2019100407. (In Russ., abstr. in Engl.)
 13. Statdata.ru (Statdata.ru). Naseleniye Rossii: chislennost', dinamika, statistika [Electronic resource] [Russian population: size, dynamics, statistics]. 2020. URL: <http://www.statdata.ru/russia> (Accessed 25.02.2020).
 14. Sulakshin S.S. Nравstvennost' rossiyskogo obshchestva i faktory vliyaniya (internet, televideniye) [Morality of Russian society and factors of influence (Internet, television)]. *Politika i obshchestvo* [*Politics and society*], 2014, no. 9, pp. 1065–1081.
 15. Usacheva A.V. Psikhologicheskiye osobennosti internet-kommunikatsiy [Psychological features of Internet communications]. *Vestnik universiteta* [*University Bulletin*], 2014, no. 1, pp. 277–281.
 16. Bacchini D., Affuso G., Aquilar S. Multiple forms and settings of exposure to violence and values unique and interactive relationships with antisocial behavior in adolescence. *Journal of interpersonal violence*, 2015, no. 30 (17), pp. 3065–3088.
 17. Bardi A., Schwartz S.H. Values and behavior: Strength and structure of relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2003, no. 29 (10), pp. 1207–1220.
 18. Batson C.D., Ahmad N., Lishner D.A. Empathy and Altruism. In Be Lopez S., Snyder C. (eds.). *The Oxford Handbook of Positive Psychology*. Oxford University Press, Oxford, New York, 2009, pp. 417–426.
 19. Bem D.J. Self-perception: An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena. *Psychological review*, 1967, no. 74 (3), pp. 183–200.

20. Bosancianu C.M., Powell S., Bratović E. Social Capital and Pro-Social Behavior Online and Offline. *International Journal of Internet Science*, 2013, no. 8 (1), pp. 49–68.
21. Brief A.P., Motowidlo S.J. Prosocial organizational behaviors. *Academy of management Review*, 1986, no. 11 (4), pp. 710–725.
22. CAF World Giving Index. 2019. [Electronic source]. URL: https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_wgi_10th_edition_report_2712a_web_101019.pdf (Accessed 25.02.2020).
23. Caprara G.V., Steca P., Zelli A., Capanna C. A new scale for measuring adults' prosocialness. *European Journal of psychological assessment*, 2005, no. 21(2), 77–89.
24. Caprara G.V., Steca P. Prosocial Agency: The Contribution of Values and Self–Efficacy Beliefs to Prosocial Behavior Across Ages. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 2007, no. 26(2), pp. 218–239.
25. Cemalcilar Z. Understanding individual characteristics of adolescents who volunteer. *Personality and Individual Differences*, 2009, no. 46, pp. 432–436.
26. Chiou W. B., Chen S. W., Liao D. C. Does Facebook promote self-interest? Enactment of indiscriminate one-to-many communication on online social networking sites decreases prosocial behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2014, no. 17 (2), pp. 68–73.
27. Daniel E., Bilgin A.S., Brezina I., Strohmeier C.E., Vainre M. Values and helping behavior: A study in four cultures. *International Journal of Psychology*, 2015, no. 50 (3), pp. 186–192.
28. Dollinger S.J., Burke P.A., Gump N.W. Creativity and values. *Creativity Research Journal*, 2007, no. 19(2/3), pp. 91–103.
29. Dunn E.W., Aknin L.B., Norton M.I. Spending money on others promotes happiness. *Science*, 2008, no. 319 (5870), pp. 1687–1688.
30. Eisenberg N., Miller P.A. The relation of empathy to prosocial and related behaviors. *Psychological bulletin*, 1987, no. 101 (1), pp. 91–119.
31. Feigin S., Owens G., Goodyear-Smith F. Theories of human altruism: A systematic review. *Annals of Neuroscience and Psychology*, 2014, no. 1 (1), pp. 1–9.
32. Gentile D.A., Anderson C.A., Yukawa S., Ihori N., Saleem M., Ming L.K., Rowell Huesmann L. The effects of prosocial video games on prosocial behaviors: International evidence from correlational, longitudinal, and experimental studies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2009, no. 35 (6), pp. 752–763.
33. Graziano W.G., Habashi M.M., Sheese B.E., Tobin R.M. Agreeableness, empathy, and helping: A person× situation perspective. *Journal of personality and social psychology*, 2007, no. 93 (4), pp. 583–599.
34. Greitemeyer T. Effects of prosocial media on social behavior: When and why does media exposure affect helping and aggression? *Current Directions in Psychological Science*, 2011, no. 20 (4), pp. 251–255.
35. Khang H., Jeong I. Perceived self and behavioral traits as antecedents of an online empathic experience and prosocial behavior: Evidence from South Korea. *Computers in Human Behavior*, 2016, no. 64, pp. 888–897.

36. Kinnunen S.P., Lindeman M., Verkasalo M. Help-giving and moral courage on the Internet. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2016, no. 10 (4), article 6.
37. Knack S., Keefer P. Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. *The Quarterly journal of economics*, 1997, no. 112 (4), pp. 1251–1288.
38. Kogen L., Dilliplane S. How media portrayals of suffering influence willingness to help: The role of solvability frames. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 2019, no. 31(2), pp. 92–102.
39. Lane D.S., Dal Cin S. Sharing beyond Slacktivism: the effect of socially observable prosocial media sharing on subsequent offline helping behavior. *Information, Communication & Society*, 2018, no. 21(11), pp. 1523–1540.
40. Latané B., Rodin J. A lady in distress: Inhibiting effects of friends and strangers on bystander intervention. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1969, no. 5 (2), pp. 189–202.
41. Lay J.C., Hoppmann C.A. Altruism and Prosocial Behavior. *Encyclopedia of Geropsychology*, 2015, pp. 1–9.
42. Levin D.B. Building social norms on the Internet. *Yale Journal of Law and Technology*, 2002, no. 4 (1), article 2.
43. Lonqvist J.E., Leikas S., Paunonen S., Nissinen V., Verkasalo M. Conformism moderates the relations between values, anticipated regret, and behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2006, no. 32 (11), pp. 1469–1481.
44. Ma H.K., Li S.C., Pow J.W. The relation of Internet use to prosocial and antisocial behavior in Chinese adolescents. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 2011, no. 14 (3), pp. 123–130.
45. McClintock C.G., Allison S.T. Social value orientation and helping behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 1989, no. 19 (4), pp. 353–362.
46. Penner L.A. Dispositional and organizational influences on sustained volunteerism: An interactionist perspective. *Journal of social issues*, 2002, no. 58 (3), pp. 447–467.
47. Piliavin I.M., Rodin J., Piliavin J.A. Good samaritanism: an underground phenomenon? *Journal of personality and social psychology*, 1969, no. 13 (4), pp. 289–299.
48. Podsakoff P.M., Ahearne M., MacKenzie S.B. Organizational citizenship behavior and the quantity and quality of work group performance. *Journal of applied psychology*, 1997, no. 82 (2), pp. 262–270.
49. Rokeach M. The nature of human values. New York: Free press. 1973. 438 p.
50. Runco M. The Real Creativity Crisis [Electronic source]. *Creativity & Human Development*, 2015. URL: <https://creativityjournal.net/component/k2/item/286-the-real-creativity-crisis#.XjVsi2gzbIU> (Accessed 25.02.2020).
51. Rushton J.P., Chrisjohn R.D., Fekken G.C. The altruistic personality and the self-report altruism scale. *Personality and individual differences*, 1981, no. 2 (4), pp. 293–302.
52. Sagiv L., Schwartz S.H. Value priorities and subjective well-being: Direct relations and congruity effects. *European journal of social psychology*, 2000, no. 30 (2), pp. 177–198.
53. Sanderson R., McQuilkin J. Many kinds of kindness: the relationship between values and prosocial behaviour. *Values and Behavior, Springer, Cham*, 2017, pp. 75–96.

54. Schaller M., Cialdini R.B. The economics of empathic helping: Support for a mood management motive. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1988, no. 24 (2), pp. 163–181.
55. Schwartz S.H. Basic values: How they motivate and inhibit prosocial behavior. In M. Mikulincer, P.R. Shaver (eds.). *Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature*, 2010, pp. 221–241.
56. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 1992, no. 25, pp. 1–65.
57. Schwartz S.H., Cieciuch J., Vecchione M., Davidov E., Fischer R., Beierlein C., Ramos A., Verkasalo M., Lönnqvist J.-E., Demirutku K., Dirilen-Gumus O., Konty M. Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2012, no. 103 (4), pp. 663–688.
58. Seo Y.J., Scammon D.L. Does feeling holier than others predict good deeds? Self-construal, self-enhancement and helping behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 2014, no. 31 (6/7), pp. 441–451.
59. Smith B.M.M., Nelson L.D. Personality correlates of helping behavior. *Psychological reports*, 1975, no. 37 (1), pp. 307–310.
60. Sproull L. Prosocial behavior on the net. *Daedalus*, 2011, no. 140 (4), pp. 140–153.
61. Stern P.C., Dietz T. The value basis of environmental concern. *Journal of Social Issues*, 1994, no. 50, pp. 65–84.
62. Subrahmanyam K., Greenfield P., Kraut R., Gross E. The impact of computer use on children's and adolescents' development. *Applied Developmental Psychology*, 2001, no. 22, pp. 7–30.
63. Wispe L.G. Positive forms of social behavior: An overview. *Journal of social issues*, 1972, no. 28 (3), pp. 1–19.

Информация об авторах

Ефремова Мария Викторовна, кандидат психологических наук, ведущий научный сотрудник, Центр социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГБОУ ВО «НИУ ВШЭ»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5327-1451>, e-mail: mefremova@hse.ru

Бульцева Мария Александровна, младший научный сотрудник, Центр социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГБОУ ВО «НИУ ВШЭ»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5899-9916>, e-mail: mbultseva@hse.ru

Information about the authors

Maria V. Efremova, PhD in Psychology, Leading Research Fellow, Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5327-1451>, e-mail: mefremova@hse.ru

Maria A. Bultseva, Junior research fellow, Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5899-9916>, e-mail: mbultseva@hse.ru

Получена 02.02.2020

Принята в печать 21.02.2020

Received 02.02.2020

Accepted 21.02.2020