

Е.П. Белинская



ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ



Московский психолого-социальный университет

Е. П. Белинская

Психология Интернет-коммуникации

Учебное пособие

*Рекомендовано редакционно-издательским советом
Российской академии образования к использованию
в качестве учебного пособия*

(на основании Приказа Министерства образования
и науки РФ от 15 января 2007 г. № 10)

Москва — Воронеж
2013

УДК 159.923.2

ББК 88.53

Б43

Главный редактор

Д. И. Фельдштейн

Заместитель главного редактора

С. К. Бондырева

Члены редакционной коллегии:

Ш. А. Амонашвили	Ю. П. Зинченко	Н. Д. Никандров
В. А. Болотов	В. Г. Костомаров	В. В. Рубцов
А. А. Деркач	Н. Н. Малофеев	М. В. Рыжаков
И. В. Дубровина	В. Л. Матросов	Э. В. Сайко

Белинская Е. П.

Б43 Психология Интернет-коммуникации : учеб. пособие /
Е. П. Белинская. — М. : МПСУ ; Воронеж : МОДЭК, 2013. —
192 с. — (Серия «Социальная психология»).

ISBN 978-5-9770-0672-9 (МПСУ)

ISBN 978-5-9936-0076-5 (НПО «МОДЭК»)

Учебное пособие посвящено одной из актуальных проблем современности — анализу закономерностей коммуникации в эпоху новых информационных технологий.

В пособии последовательно рассматриваются существующие в современной психологии и социологии концепции информационного общества, особенности коммуникации и взаимодействия в сети Интернет, специфика сетевых сообществ как социальных групп, пространство Интернет-коммуникации как место реализации различных социальных практик, а также влияние компьютерно-опосредованной коммуникации на личность пользователя. Пособие снабжено приложениями, в которых представлена рабочая программа учебного курса по данной дисциплине, включающая в себя все необходимые пункты (темы занятий, вопросы и литературу к ним, темы рефератов и контрольные вопросы) и ряд методик для определения уровня Интернет-зависимости.

Учебное пособие рекомендовано студентам при изучении одноименного спецкурса, а также таких учебных дисциплин, как «Социальная психология» и «Возрастная психология».

УДК 159.923.2

ББК 88.53

ISBN 978-5-9770-0672-9 (МПСУ)

ISBN 978-5-9936-0076-5 (НПО «МОДЭК»)

© Московский психолого-социальный университет, 2013

© Издательский дом

Российской академии образования
(РАО), 2013

© Оформление. НПО «МОДЭК», 2013

Концепции информационного общества: футурологические прогнозы и современность

1.1. Характеристики информационного общества: теория и реальность

Гуманитарный анализ современности становится все более неотделим от доминанты очевидно нового подхода к пониманию социальной динамики — последняя все чаще связывается исследователями с таким отличительным признаком современного мира, как информация. Более того, в социально-философских, социологических, социально-экономических теоретических моделях о природе общества и человека информация начинает трактоваться не только как специфический, но и как главный, смыслообразующий признак современности. Эти научные воззрения активно внедряются в широкое общественное сознание — с экранов телевизоров, страниц газет и журналов нас убеждают, что человечество входит в информационную эру, что мы живем в «электронном обществе», что современные экономические процессы виртуализируются, что глобализация мира, основанная во многом на формировании и развитии коммуникации в электронных сетях, уже задает новые векторы развития человека будущего. Столь активная апелляция к признаку «информационности» со стороны тех, кто определяет политику и развитие бизнес-структур, конечно, имеет свои причины и, заметим, не всегда связанные с процессами реальной информатизации. Однако подчеркнем — слово «информационный» сегодня суть одна из доминант публичного дискурса, являющаяся своеобразным маркером «подлинной» современности, обращенности говорящего «в будущее», его принадлежности «к прогрессу».

Между тем (и этим можно объяснить поставленные выше кавычки) сама недолгая история становления представлений об информационном мире была достаточно противоречива, чтобы не сказать драматична, по крайней мере если смотреть на нее под углом возникших достаточно быстро теоретических метаморфоз. Интересно, что последние сопровождались практически мгновенной популяризацией и — в определенной степени — вульгаризацией провозглашенных теоретиками социальных наук принципов бытия нового, информационного мира, а заодно и использования «информационности» как конечного объяснительного принципа. Благодаря этому в общественном сознании активно формировалось и продолжает формироваться предельно оценочное отношение к данному предмету: сегодня в нем основной акцент однозначно сместился с аналитики самих реалий информационной эпохи на определение отношения к тем переменам, которые они знаменуют.

Оценки эти сегодня максимально полярны: для приверженцев одних позиций становление и развитие века информации означает факт тотального контроля над сознанием людей, для других — максимальные свободы; утверждение преимуществ высокообразованных и интеллектуализированных слоев соседствует с прогнозами затруднений когнитивного развития человечества; приветствие принципиальных преобразований традиционных социальных практик (возникновение электронных СМИ, дистанционного принципа в обучении, «виртуальной» экономики и т. п.) — с сомнениями в их эффективности. По сути, есть только одна «точка совпадения»: эти оценки сходятся (впрочем, как и существующие теоретические позиции) в том, что информация играет особую роль в современном мире. Однако, как справедливо отмечает Ф. Уэбстер, один из известных аналитиков социальных теорий информационной эпохи, подобная оценочность неизбежно грешит поверхностностью, особенно если речь идет о «позитивном полюсе» отношения. «Слишком многие практики, вдохновленные информаци-

онной технологической революцией, пришедшие в восторг от Интернета, не представляющие своей жизни без электронной почты, проживающие в виртуальной реальности, превосходящей реальность земную, решили, что могут быстро осознать социальные и экономические последствия, которые, судя по всему, неизбежно наступят: труд будет трансформирован, в сфере образования произойдет переворот, корпоративные структуры переживут новое рождение, демократия подвергнется переоценке — и все это благодаря информационной революции», — с определенной долей горькой иронии замечает он (Уэбстер, 2004. С. 9).

С нашей точки зрения, это предостережение в значительной степени может быть обращено и к социальным психологам в их умножающихся попытках включиться в анализ реалий информационного общества. Стремление «быстренько осознать» — в данном случае психологические последствия информатизации для человека и групп может провоцировать использование в качестве объяснения исключительно «технологического» принципа: выведение социально-психологических и/или общепсихологических закономерностей непосредственно из «внешних», «объектных» реалий информационной среды без обращения к собственно гуманитарному, человеческому ее содержанию, без погруженности анализа в социокультурное поле. Заметим, что для психологов дополнительную притягательность «технологическим» объяснениям может придавать иллюзия их объективности, поддерживающая внутреннюю приверженность профессиональному принципу безоценочного суждения, характерному для психологической среды. Определенной «страховкой» от подобных упрощений и предвзятостей, во всяком случае для социально-психологического анализа, может служить хотя бы краткое обращение к теоретическим моделям более высокого методологического уровня.

Прежде всего, подчеркнем, что на сегодняшний день при анализе текущих макросоциальных изменений в равной степени используются термины «информационное общество», «постиндустриальное общество» и «постмодернистское об-

щество». Вопрос об истории их возникновения, смещения и современного соотношения выходит далеко за рамки данного пособия. Заметим лишь, что при всем разнообразии мнений подобная неопределенность терминов свидетельствует прежде всего о принципиальной множественности реальности, отражаемой ими (Гидденс, 1999; Masuda, 1983; Poster, 1990).

Доказательства этому можно видеть, например, в том, что в определениях понятия «информационное общество» различные исследователи апеллируют не просто к разным, а разнопорядковым критериям его идентификации, которые к тому же не обязательно являются взаимоисключающими и вполне могут «сосуществовать» во взглядах того или иного автора. Таковых критериев обычно (см., напр., Уэбстер, 2004) выделяют пять:

- 1) технологический;
- 2) экономический;
- 3) связанный со сферой занятости;
- 4) пространственный;
- 5) культурный.

Преимущественное использование первого, технологического, критерия означает приверженность точке зрения, согласно которой нарастающий объем технологических инноваций должен привести (и приводит) к социальным трансформациям. Например, именно он в свое время был в значительной степени использован крупнейшим футурологом Элвином Тоффлером (Тоффлер, 2003). Еще задолго до реального торжества новых информационных технологий, в 70-е гг. прошлого века, он предложил метафору «третья волна», под которой подразумевается волна информационной революции, накрывающая мир, которая, по аналогии с сельскохозяйственной и промышленной революциями, кардинально изменит сам образ жизни людей.

Заметим, что научная рефлексия гуманитарных реалий информационного общества является сегодня одним из центральных сюжетов всех социальных наук. Какова «человеческая составляющая» нового мира — мира массовых коммуникаций,

наукоемких технологий, электронных средств связи? Как меняются деятельность, общение и сознание человека в обществе, основным капиталом, средством производства и ресурсом развития которого становится информация? Иными словами, как отражается формирующаяся «сумма технологии» на человеческом «слагаемом», составляющем ее необходимую часть?

Подобное генеральное смещение исследовательского интереса от анализа информационного общества в целом к анализу проблемы человека в нем фактически было предсказано в футурологических работах рубежа 50—60-х гг. Например, еще Ст. Лем в известной «Сумме технологии» (1968) отмечал, что основной проблемой будущего, информационного, века станет не решение тех или иных технократических задач, а психологическая профилактика возможного аксиологического коллапса, потенциального разрушения самих мотивационных основ человеческого поведения. Причиной подобной ситуации может стать недооценка агрессивности новой информационной среды по отношению к человеку, ибо вторжение технологии «в психику, проблемы, связанные с синтезом и метаморфозами личности... лишь в настоящее время относятся к пустому множеству явлений. Это множество заполнит дальнейший прогресс. Тогда исчезнет масса моральных императивов, рассматриваемых сегодня как нерушимые...» (Там же. С. 55).

Таким образом, очевидно, что решение проблемы человека в информационном социуме необходимо имеет и социально-психологическую компоненту. Но, прежде чем обратиться к ее анализу на материале современных прикладных исследований, сделаем значительное отступление, и вот почему.

С нашей точки зрения, на практику сегодняшних работ в этой области оказали и оказывают существенное влияние чисто теоретические концепции информационного общества. Это влияние не столь конкретно-проблемное (ибо действительность жизнедеятельности человека в пространстве электронных коммуникаций оказалась значительно многообразнее, чем это представлялось до момента массового распространения последних), сколь общеметодологическое, чтобы не сказать идеологическое. Динамика общих ори-

ентиров, задаваемых теоретиками информационного социума, определила для прикладных его исследований и основные концептуальные «рамки» анализа, и «знак» ценностного отношения исследователей к изучаемым реалиям. В этом смысле связь фундаментального и прикладного знания в этой области неожиданно оказалась гораздо теснее, чем это обычно случалось для психологии вообще и для социальной психологии в частности.

Итак, как соотносятся *теоретические прогнозы и реальность информационного мира?*

Прежде всего, отметим, что согласно целому ряду работ, специально посвященных анализу современных макросоциальных процессов (Иванов, 1999; Луман, 1999; Иноземцев, 2001), реальность информационного мира оказалась весьма отлична от тех изначальных футурологических прогнозов, которые строились еще на заре его возникновения. Напомним, что за онтологическое основание своих концепций классики теорий информационного социума, такие как Д. Белл, Э. Тоффлер, А. Турен, брали не объективную реальность, а отношения человека с ней, иными словами, субъективную переработку информации об этой реальности. В итоге классическая характеристика информационного общества, оформившаяся на рубеже 60—70-х гг. XX в., включала в себя следующие основные параметры:

1. *Переход экономических и социальных функций от капитала к информации.*

Более детально это раскрывалось по целому ряду оснований, таких как соединение науки, техники и экономики; увеличение информоемкости производимых продуктов, сопровождающееся увеличением доли инноваций, маркетинга и рекламы в их стоимости; высокий уровень автоматизации производства, освобождающий человека от рутинной работы, и т. п. — короче, как то общество, в котором «производство информационного продукта, а не продукта материального станет движущей силой образования и развития новых структур» (Masuda, 1983. P. 29).

2. *Не собственность, а уровень знаний как фактор социальной дифференциации.*

В основе этого процесса, по утверждению Д. Белла, лежит рост сферы услуг за счет сферы материального производства, вызывающий, в свою очередь, преобладание в высших социальных эшелонах людей, специализирующихся на выработке кодифицированного (т. е. систематически организованного) знания. Подобный тип профессионального труда неотделим от большого удельного веса в нем всевозможных инноваций, что опять же предъявляет повышенные требования к уровню знаний работника: «Современное общество живет за счет инноваций и социального контроля за изменениями, оно пытается предвидеть будущее и осуществить планирование. Именно изменение в осознании природы инноваций делает решающим теоретическое знание» (Белл, 1988. С. 20). Закономерным следствием этого становится, по мнению Белла, формирование новых социальных элит, основанное на уровне полученного образования.

3. *Симбиоз социальных организаций и информационных технологий.*

Согласно тому же Д. Беллу, возможность внедрения новых информационных технологий не только в промышленное производство, но и в социальную сферу определяется, прежде всего, через создание тех ли иных алгоритмов действия — принятия управленческих решений, выбора в неопределенной ситуации или в ситуации риска и т. п. Результатом этого должна стать новая рациональность грядущего информационного века, основанная не на классической идее «общественного договора» или «социального согласия», а на идее рациональности интеллектуальных технологий, позволяющая наконец-то осуществиться весьма почтенной по своему возрасту мечте об упорядочении социальной жизни: «Любой единичный социальный выбор может быть непредсказуем... в то время как поведение совокупности может быть очерчено столь же четко, как треугольники в геометрии» (Там же. С. 33).

Однако уже на период последующего десятилетия (а в дальнейшем тем более) стало очевидным, что действительность, как всегда, оказывается значительно разнообразней ее предварительных прогнозов. К чему же привела реальная практика воздействия новых информационных технологий на социальную структуру общества?¹

Так, во-первых, оказалось, что формирующееся информационное общество характеризуется не только и не столько расширяющимися возможностями накопления и переработки информации (как это представлялось классикам), сколько новыми формами коммуникации. Данные принципиальные изменения процесса коммуникации в современном мире рассматриваются по самым разным основаниям.

Прежде всего, в качестве наиболее общего изменения отмечают глобализацию средств массовой информации и коммуникации. Именно она задает, по выражению Э. Гидденса (1999), «мировой информационный порядок», сущностью которого становится насильственное распространение западной культуры по всему миру.

В качестве другого специфического изменения, хотя и менее очевидного, выступает трансформация самой структуры коммуникативного опыта человека. Так в среде новых информационных технологий характерной особенностью коммуникации становится постоянная необходимость «достраивания», конструирования как образа партнера по коммуникации, так и правил взаимодействия с ним (Turkle, 1996; Postmes, Spears, 1998).

Другие изменения коммуникации внешне носят менее принципиальный характер, и исследователи значительно расходятся в оценках их возможного отсроченного эффекта. Например, отмечается возможная потеря научным дискурсом своего привилегированного положения (Poster, 1990), своеобразное обострение традиционных проблем коммуни-

¹ В данном случае мы имеем в виду, естественно, развитые страны западной культуры. На особенностях России с этой точки зрения мы остановимся ниже.

кации, таких, например, как проблема доверия/недоверия к передаваемой информации.

В итоге все эти изменения привели к тому, что сегодня теоретики информационного общества фактически отождествляют процессы коммуникации и развития социальных структур: яркими примерами подобного подхода могут служить концепции Н. Лумана и М. Кастельса. Таким образом, *существенно изменился первый параметр оценки информационного социума: не информация, а коммуникация оказывается его «смыслообразующим стержнем».*

Во-вторых, значительные уточнения претерпела и вторая из классически выделяемых характеристик информационного общества, а именно определение роли знания как основы социальной стратификации. Эти уточнения и возражения группируются опять же по самым разным основаниям.

Наиболее радикальная точка зрения состоит в том, что в свое время Д. Белл отождествил понятия *знания* и *информации*, задав на будущее определенный социальный стереотип. Между тем очевидна необоснованность подобного отождествления, и сегодня скорее приходится говорить о степени доступа к информационным кодам как основания социальной стратификации, чем о степени овладения тем или иным теоретическим знанием.

Похожая, но менее радикальная позиция исходит из того, что сегодня уровень знания вообще не является основанием социального неравенства, а доступность информационных кодов как критерий стратификации в ряде случаев также становится избыточным: достаточно учесть объективную доступность источников информации как таковых. В силу неравномерности их распространения (особенно очевидной в условиях нашей страны) как отдельные социальные группы, так и отдельные индивиды имеют разные информационные возможности.

Ряд возражений классической позиции Д. Белла состоит в том, что процесс коммуникации в мире электронных технологий сильно модифицируется. Последний с его преобладанием готового программного обеспечения и соответствующим требованием все менее специализированных знаний возносит на

лидирующие социальные позиции определенный тип людей, обладающих разнообразием и гибкостью когнитивных стилей (Turkle, 1997). В этой связи интересна также точка зрения известного отечественного теоретика постиндустриального общества, согласно которой формирование технократических элит связано не только и не столько с их «близостью к информации», сколько с объективными изменениями социальной коммуникации. Так, само возрастание скорости информационных потоков требует большей быстроты принятия решений во всех областях социальной практики, что может быть достигнуто только за счет их меньшей коллегиальности и большей конфиденциальности (Иноземцев, 2001).

Таким образом, *изменился и второй параметр оценки информационного социума: не уровень знания, а характер отношения к информации становится основанием нового социального неравенства.*

В-третьих, что касается последней выделяемой классиками характеристики информационного общества, состоящей в возможности алгоритмизации и программирования социальных процессов, то ее судьба оказалась, пожалуй, наиболее печальной. Ее несоответствие реальности доказывается опять-таки достаточно разнообразно.

Например, отмечается, что становление сетевых форм организации производства и, особенно, связанное с этим распространение сетевого принципа коммуникации существенно затрудняет любую алгоритмизацию, ибо опирается на идею постоянного «доставивания» и собственно производственного и коммуникативного процесса (Castells, 1998).

Если же обратиться к практике деятельности виртуальных производственных форм и виртуальных сообществ (как максимально выраженному воплощению идеи сетевых форм организации), то можно увидеть, что перенос значительной части информационных потоков во Всемирную паутину затрудняет контроль над ними со стороны тех или иных социальных институтов. Во многом это связано с известным фактом «размывания» статусных позиций в виртуальных сетевых организациях, с исчезновением при-

вычных «ответственных лиц», на которых можно было бы оказать то или иное социальное давление. Вместо них формируются новые центры влияния, так называемые «информационные брокеры» — люди или группы людей, играющие ключевую роль в организации коммуникации в основном через распространение ее новых норм и правил (Pickering, King, 1995).

Наконец, заметим, что децентрализация и «умножение» субъекта электронной коммуникации (в силу новых возможностей «коллективного авторства» и «игр с идентичностью») определенно ставит под сомнение возможность какого-либо управления им, и уж тем более «программирования».

Таким образом, кардинально изменился и последний, третий, параметр исходной характеристики информационного общества: *на смену идее о грядущей интеллектуальной рациональности человека информационного века пришло утверждение его принципиальной иррациональности, незавершенности, неопределенности и пр.* (Белинская, Тихомандрицкая, 2001).

В итоге получается, что от классических концепций информационного общества на сегодняшний день остались фактически лишь два опорных тезиса (значение которых, однако, фундаментально):

1. *Любые технологические изменения требуют адекватного ответа со стороны человека и общества* (т. е. новая технология всегда провоцирует новое социокультурное содержание).
2. *Неотделимое от современного этапа социального развития накопление объемов информации предъявляет повышенные требования к их смысловой интерпретации субъектом* (т. е. новая технология провоцирует новое психологическое содержание).

Именно эти выводы определяют сегодня основные интерпретационные «векторы» прикладных социально-психологических исследований информационных реалий и практико-ориентированных работ в этой области.

1.2. Особенности российского информационного пространства

Возникает, однако, закономерный вопрос: а насколько отмеченные тенденции характерны для нашей страны? Как может быть оценена социальная роль новых информационных технологий в обществе глобальных социальных перемен? Какова специфика «информационных вызовов» в ситуации социального кризиса?

Очевидно, что Россия сегодня никоим образом не относится к числу ведущих компьютерных держав. По данным опросов, в которых определялось число людей, имеющих доступ к Интернету с домашнего компьютера, Россия по этому показателю отстает от подавляющего большинства стран Европы, приблизительно соответствуя уровню Южной Африки, но опережая Мексику, Китай, Египет и Индию. По общему числу пользователей в процентах от населения страны соотношение еще более пугающее. В то же время адекватных методик сравнительного анализа в этой области пока нет и быть не может, поэтому большинство исследователей обходятся косвенными данными. Например, если говорить о возможных сравнениях распространения новых информационных технологий в России и США, то, по оценкам основных исследовательских центров (Фонд «Общественное мнение» (ФОМ), Региональный общественный центр Интернет-технологий (РОЦИТ), агентства Cs-monitoring.ru, Gallup Media), на конец 2000 г. максимальная аудитория¹ Интернета в России составляла от 7 до 9,2 млн чел.² В США же на тот же временной период максимальная аудитория Интернета достигала 100 млн чел., т. е. более трети населения. В Великобритании тогда же количество пользователей превысило 23 млн чел., что составляло более половины взрослого населения страны. Иными словами, налицо принципиальное от-

¹ То есть люди, использовавшие Интернет хотя бы один раз в жизни.

² Более подробные данные приведены в исследовании «Интернет в России. Россия в Интернете», выполненном Национальной информационной службой (НИС) «Страна.RU» и ФОМ в ноябре — декабре 2000 г.

ставание России от ведущих стран Запада. Однако если с этим тезисом согласны большинство исследователей, то дальше начинаются принципиальные расхождения в оценках перспектив развития Интернета в России¹.

С одной стороны, в России развитие Интернета происходит за счет крупных городов, доля малых городов и сельской местности предельно мала. Фактически Москва и частично Санкт-Петербург образуют «Интернет-государство» внутри государства. На их долю приходится более половины числа всех пользователей и абсолютное большинство всех Интернет-услуг, связанных с реальной жизнью, в частности систем платежей и онлайн-магазинов. За Москвой и Санкт-Петербургом следуют Новосибирск, Екатеринбург, Краснодар, Владивосток, Иркутск, Челябинск, Самара, Нижний Новгород².

С другой стороны, по данным Комкон-2, аудитория Интернета в России за тот же период увеличилась в 2,5 раза, иными словами, темп роста был самым высоким из всех европейских стран. В нашей стране потенциальная аудитория желающих стать пользователями Сети оценивается от 12 до 36 млн чел., что приближается к магическому рубежу в 10 % населения, после которого во всех странах мира происходил взрывной рост Интернет-услуг, что становилось значимым фактором полити-

¹ См.: <http://www.csr.ru/conferences/stenogram.13.04.00.html>

² Данные большинства исследовательских центров не дают столь мрачной картины, однако автор предпочитает опираться на данные системы SpyLOG, которая дает на порядок более релевантную информацию, нежели все российские социологические службы, вместе взятые. SpyLOG собирает данные, полученные на основе трекинга, т. е. каждому пользователю, посетившему сайт с установленным кодом системы SpyLOG, в браузер вставляется небольшой код (Cookies), который помогает собирать различную статистику. Более 80 тыс. сайтов в российском сегменте Интернета разместили счетчик SpyLOG. Благодаря широкому распространению и популярности системы каждый пользователь Рунета гарантированно попадает в поле деятельности SpyLOG уже при просмотре более двух сайтов в Рунете (российской части Интернета). Это определяет высокую надежность данных и полный охват аудитории российских пользователей Интернета. По данным SpyLOG, активная недельная аудитория Москвы составляет более 50 %, а Санкт-Петербурга около 10 % от общего числа пользователей (Статистика пользователей Рунета ... 2001).

ки и экономики¹. По данным ФОМ, как минимум 15 % россиян имеют материальную возможность пользоваться Интернетом, но не делают этого. В то же время объем продаж средств вычислительной техники превышает 5 млрд долл. в год. Если учесть, что Россия по-прежнему сильно экономит на лицензионном программном обеспечении, то эта цифра в основном отображает покупку новейшей техники. Таким образом, как только Интернет начнет предоставлять услуги, интересные основной массе населения, его аудитория может резко возрасти, приближаясь к экспоненте². Сегодня в этом утверждении можно опираться не только на опыт других стран. Одним из примеров существования прямой зависимости количества пользователей от количества и качества услуг может быть опыт Новосибирска, где после внедрения автоматизированной системы коммунальных платежей резко увеличилось количество подключенных к Сети персональных компьютеров. Отметим также, что в последнее время наметилась тенденция к преобладанию среди пользователей российского Интернета людей со средним достатком. По данным РОЦИТ, в третьем квартале 2000 г. лишь 32,3 % пользователей составляли состоятельные люди, 26,6 % относились к категории малообеспеченных и около 40 % обладали средним достатком³.

¹ После преодоления этого барьера начинает работать так называемый «эффект факса», когда количество пользователей технологии делает более значимой саму технологию. Москва уже подошла к этому барьеру вплотную, в городе около 9 % жителей активно пользуются Интернетом, причем эта цифра постоянно возрастает. Учитывая, что в городе более 20 % населения пользуются мобильными телефонами, можно предположить, что число пользователей Интернета может возрасти как минимум до этого предела. В марте 2001 г. в Москве было подписано распоряжение Ю. М. Лужкова о создании электронной торговой площадки для проведения тендеров по закупке товаров для нужд мегаполиса.

² Так, в европейских странах со средним пороговым значением пользователей в 20–30 % населения 55 % оборота средств информационной индустрии приходится на производство услуг и менее 45 % — на создание продуктов и технологий.

³ Все основные сегменты пользователей Интернета в России представлены в исследовании «Интернет в России. Россия в Интернете», выполненном НИС «Страна.RU» и ФОМ в ноябре — декабре 2000 г.

Другим существенным показателем быстрого приближения российского Интернета к параметрам развития электронных коммуникаций в развитых странах являются показатели эффективности применения новых информационных технологий. В максимальной степени это касается сферы экономики. Например, в бизнес-секторе сфера информационных технологий является одной из наиболее динамично развивающихся. По данным экспертов, именно в этой сфере достигнут самый высокий процент производительности труда в российской экономике, вполне сопоставимый, например, с производительностью аналогичных секторов экономики США¹.

Итак, подчеркнем, что проблема вхождения России в глобальный информационный мир сегодня активно дискутируется. В дискуссии принимают участие представители общественных наук, специалисты в области самих информационных технологий, социальные практики, и все находят в ней «свой сюжет». Но при всем разнообразии позиций принципиально важным является то, что они существуют, и существуют достаточно активно. Представляется, что причин тому несколько.

Во-первых, новые информационные технологии — в силу того что они именно «новые», а потому более «выпуклые» для общественного сознания — довольно часто выступают как «лакмусовая бумажка» при оценке положения России в целом. Соответственно, в зависимости от личной позиции исследователей развитие данных технологий оценивается либо как одно из направлений текущих глобальных трансформаций современной России, либо как залог ее «оставания навсегда» от развитых стран мира.

¹ В сегменте проектных услуг показатели достигают 72 % уровня США. В производстве программного обеспечения в целом — 38 %. Для сравнения: наиболее близкий показатель в 28 % достигнут в черной металлургии. См. данные исследования McKinsey Global Institute «Экономика России: рост возможен. Исследование производительности ключевых отраслей».

Во-вторых, внедрение новых информационных технологий (пусть еще очень и очень скромное) в действительность посттоталитарного общества актуализирует внимание к проблеме социального влияния. Соответственно, например, Интернет-среда оценивается либо как пространство свободы личности, либо как ресурс практически неограниченного контроля за человеком со стороны государства.

В-третьих, (и это представляется нам наиболее важным), в условиях радикальных социальных изменений новые информационные технологии, как нигде более, обостряют целый ряд объективных противоречий. Так, в России сегодня повсеместное разрушение производства высокотехнологической продукции сосуществует с наличием весьма динамичного рынка ее потребления; быстрыми темпами увеличивается разрыв между небольшой, но быстрорастущей группой пользователей электронных коммуникаций и огромным количеством людей, не имеющих к ним доступа; растут социокультурные противоречия между образованной, англоговорящей, космополитически настроенной частью общества и остальным населением. Соответственно, в общественном сознании факт достаточно динамического развития новых информационных технологий может быть оценен как еще один фактор социальной дестабилизации.

Но, так или иначе, реалии информационного века все более становятся социальной реальностью современной России, определяя и новые направления прикладных социально-психологических исследований. Поскольку влияние современных информационных технологий на социальные процессы и человека связывается скорее с заметными изменениями характера коммуникации, нежели с информацией как таковой, в центре таких исследований оказываются как минимум следующие вопросы:

1. Каковы специфические особенности этой коммуникации?

2. Как строится групповое взаимодействие в Сети, каковы возможные закономерности формирования сетевых сообществ?
3. Каковы новые возможности Интернет-среды как пространства традиционных социальных практик (СМИ, образование, политика, наука)?
4. Влияют ли специфические особенности электронной коммуникации (и если влияют, то как именно) на субъекта коммуникации?

Попытки последовательных ответов на эти вопросы и составят содержание последующего изложения.

Особенности коммуникации и межличностного взаимодействия в сети Интернет

2.1. Общая характеристика Интернет-коммуникации

Интернет — сравнительно новое, динамично развивающееся средство массовой коммуникации. Стандарт *WWW (World Wide Web)*, включающий в себя возможность просматривать сайты и обмениваться сообщениями электронной почты, был утвержден консорциумом разработчиков 17 мая 1991 г. Именно эту дату можно считать днем рождения Интернета в нашем привычном понимании. До этого момента существовала только возможность обмениваться сообщениями по электронной почте.

В Советском Союзе создание Глобальной компьютерной сети датируется 1 августа 1990 г., когда компания «Редком» объединила несколько своих сетей на территории СССР в одну. В том же месяце состоялись первые сеансы связи компьютерной советской сети с международной по телефонному каналу, а 19 сентября 1990 г. был зарегистрирован домен *SU* для советских пользователей операционной системы *UNIX*. Эту дату можно считать датой рождения советского Интернета. Несмотря на то что он был только «почтовым», научное сообщество поражала скорость передачи данных: письмо в США доходило всего за час, в отличие от обычной авиационной или морской почты, на которую уходило от нескольких дней до нескольких недель.

Далее последовал распад СССР. Однако советский Интернет существовал, и поскольку сосредоточен он был главным образом на территории России и даже Москвы, постольку постепен-

но стал российским. Датой рождения российского Интернета можно считать 7 апреля 1994 г. — в этот день Международный информационный центр *InterNIC* официально зарегистрировал национальный домен RU для Российской Федерации¹.

В наши дни Интернет представляет собой «сеть сетей», в состав которой входит более 100 000 сетей из 100 стран. Мировая статистика такова: число пользователей Интернета составляет около 700 млн чел.; число почтовых ящиков e-mail в мире примерно 1 млрд единиц; общее число отправленных по e-mail писем превышает 40 млрд в день (Шабшин, 2005).

По прогнозу канадской фирмы *Angus Reid Group*, число пользователей Интернета в мире еще к 2005 г. должно было возрасти до 1 млрд, но сегодня понятно, что эта цифра увеличилась как минимум на 20 % от прогнозируемой.

В России доступ к Сети имеют более 14 млн чел. Ожидалось, что в 2004 г. Россия сможет преодолеть 10 %-ный барьер в пользовании Всемирной сетью, т. е. доступ к Сети будут иметь не менее 10 % населения страны. Этот прогноз оправдался. Количество российских пользователей Интернета ежегодно возрастает на 35—40 %. К 2011 г. количество пользователей Интернета в России достигло более 50 млн чел.

Интернет от других средств массовой коммуникации многое отличает:

- 1) отсутствие централизованной организационной структуры. Интернетом как целым никто не владеет и никто не управляет. В нем нет организованной цензуры;
- 2) высокая скорость распространения информации. Появившееся на сайте информационного агентства сообщение может быть мгновенно растиражировано другими Интернет-изданиями, а затем электронными (радио, ТВ) и печатными (газеты, журналы) СМИ;
- 3) информация в Интернете распространяется сетевым образом, подобно тому как расходятся анекдоты и слухи. Интернет обладает сходными свойствами с механизмом действия толпы: и в том и в другом случае име-

¹ По материалам портала «Российскому Интернету 10 лет!» (<http://www.10ru.ru>).

ется реализующийся по-разному технически феномен не управляемой никем структуры и «случайной среды» (Герасимюк, Соломович, 2002);

- 4) высокая интерактивность коммуникации в Интернете, что означает возможность (Шабшин, 2005):
 - а) вступления в прямой диалог с аудиторией и получения от нее обратной связи в режиме реального времени;
 - б) общения представителей данной аудитории между собой (например, на новостном сайте появляется сообщение, которое потом обсуждается на форуме).

В настоящее время наибольшее распространение получили следующие системы, использующие Интернет в качестве «транспортного средства»:

1. WWW (также World Wide Web, W3, Всемирная паутина) — глобальная гипертекстовая система, дающая доступ к информации, на характер которой пользователь Сети (user) может интерактивно влиять с помощью гипертекстовых ссылок, позволяющих переходить от одного документа к другому независимо от их удаленности и по мере необходимости. Документы в WWW могут быть не только текстовыми, графическими, но и программными, в которые пользователь может вводить свои данные, что делает эту систему интересной не только в качестве источника информации.
2. Chat — текстовый или разговорный диалог двух и более пользователей в реальном времени. Позволяет проводить не только индивидуальное, но и групповое обсуждение проблем любого содержания.
3. E-mail — электронная почта, система быстрой (по сравнению с обычной почтой) передачи текстовых и звуковых сообщений между компьютерами. В качестве обратной связи может быть использована не только субъективная информация респондента, но и результаты ее семантического анализа. Кроме высокого уровня анонимности дает партнерам по коммуникации время на обдумывание, редактирование, а значит, для дополнительной когнитивной работы над проблемой по сравнению с общением в реальном времени.

4. Usenet — система так называемых «телеконференций», или «группы новостей». Своего рода групповая переписка, растянутая во времени (сообщения задерживаются в каталоге от 5 до 30 дней) с доступом всех пользователей. Каталог представляет собой очень широкий, постоянно пополняемый тематический список. Пользователь, выбравший интересующую его тему (подписавшись на группу новостей), приобретает доступ к другому списку названий сообщений, упорядоченных по времени и взаимосвязям (иерархии); выбрав название, он получает текст сообщения или может добавить свое.

Очевидные особенности Интернет-коммуникации привели не только к фактически лавинообразному росту исследований различной дисциплинарной направленности в этой области, но и к тому, что в последние десятилетия компьютерное общение выделяется как особый вид дискурса и дискурсивной практики (Войскунский, 2000а). Функционирование компьютерного языка технически ограничено письменной формой речи, которая при этом стилистически неизбежно максимально приближена к неформальному устному разговорному стилю. Компьютерный дискурс интерпретируется как система, характеризующаяся следующими общедискурсивными признаками:

- динамичностью и процессуальностью;
- коммуникативностью;
- персонифицированностью;
- ситуативной обусловленностью;
- коннотативностью;
- социальной и культурологической маркированностью.

В различных типах дискурса эти свойства проявляются по-разному, определяя его как речеповеденческую систему. Кроме того, отмечено такое явление, как коммуникативная близость собеседников, где реальное физическое пространство не имеет значения.

Еще раз повторим, что существует целый ряд терминов, обозначающих коммуникацию посредством Интернет-технологий: виртуальная коммуникация, компьютерное общение, сетевая коммуникация, online-коммуникация и т. п. К наиболее распространенным способам общения через Интернет относятся электронная почта (e-mail), чат, ICQ, форум или конференция.

По мнению А. Е. Войскунского (2000б; 2010), Интернет-коммуникация представляет собой единство четырех процессов: в нем создается новая реальность, которая отражает объективную действительность, выражает субъективно-личный мир и передает свое духовное содержание всем участникам. Большой интерес представляет попытка исследовать перечисленные выше процессы, понять, благодаря чему они становятся возможными, как протекают, какие закономерности при этом проявляются, т. е. разобраться в том, как при online-общении создается новая реальность, как она отражает объективную действительность, каким образом выражает субъективно-личный мир собеседников.

Во многих исследованиях (Жичкина, 1999, 2001; Белинская, 2002; Войскунский, 2010) отмечаются общие особенности, которые имеет общение, опосредствованное Интернетом, и которые тесно связаны друг с другом:

1. *Анонимность*. Заключается в отсутствии достоверной информации о собеседнике или в неполноте информации о нем. Анонимность психологически освобождает пользователя от необходимости подлинной самопрезентации, т. е. соответствия в процессе коммуникации своему «реальному Я», и тем самым открывает возможность для конструирования альтернативных самопрезентаций. Отметим, что реализуется такая возможность не столько в деловой, сколько в неформально-развлекательной сфере, где люди нередко скрывают истинную информацию о себе или даже предоставляют ложную.

Физическая непредставленность. В сочетании с анонимностью открывает простор, с одной стороны, для представления о себе недостоверной информации, с другой — для фантазирования по поводу собеседника (опять же, прежде всего, при неформальном общении). В Интернете в результате физической непредставленности друг другу партнеров по коммуникации устраняется целый ряд существующих в общении барьеров, обусловленных, к примеру, полом, возрастом, социальным статусом, привлекательностью или непривлекательностью участников общения, а также степенью коммуникативной компетентности человека, точнее, ее невербальной частью (Жичкина, 2001). Нейтрализация в условиях сетевого общения ряда барьеров, которые реально возникают в *offline*-коммуникации (т. е. в «обычном» общении), по нашему мнению, составляет его важнейшую психологическую особенность, которая содержит в себе потенцию психотерапевтических возможностей. *Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях фактического отсутствия невербальной информации.* Как правило, сильное влияние на представление о собеседнике имеют механизмы стереотипизации и идентификации, а также установка как ожидание желаемых качеств в партнере.

Нерегламентированность поведения. Заключается в отсутствии четких правил *online*-коммуникации, особенно, разумеется, неформальной, что выражается в полной свободе выбора относительно завязывания и разрыва контактов, стиля коммуникации и т. д. Некоторые пользователи презентуют себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают нереализуемые в деятельности вне сети роли, сценарии ненормативного поведения.

Снижение психологического и социального риска в процессе общения. Появляется вследствие его анонимности и полной безнаказанности. Проявляется в виде аффективной раскрепощенности, ненормативности и некоторой безответственности участников общения. Человек в

Сети может проявлять и проявляет большую свободу высказываний и поступков (вплоть до оскорблений, нецензурных выражений, сексуальных домогательств), т. к. риск разоблачения и личной отрицательной оценки окружающими минимален.

6. *Компенсаторная виртуальная эмоциональность.* Подобным образом обозначается феномен, который выражается в том, что все те ограничения, которые в виртуальном пространстве сопутствуют эмоциональному компоненту общения, компенсируются возможностью активного использования разного рода значков, созданных специально для обозначения эмоций («смайликов»), или описания эмоций словами.
7. *Использование разнообразных способов сетевой коммуникации* («аська» — ICQ, e-mail, чат, форум и др.) и разнообразных способов самопрезентации (самоописание, анкеты, электронные визитки (Cell Of Personal Information, COPI), собственные Интернет-странички и т. д.).

2.2. Характеристика активных участников Интернет-коммуникации

Заметим, что изучение различных — социально-демографических, социально-психологических, личностных — характеристик активных пользователей сегодня составляет, пожалуй, наиболее объемный массив гуманитарных исследований в области новых информационных технологий. Множественность собранных эмпирических данных заставляет обратиться при их изложении к уже существующим в социально-психологической литературе обзорам.

Так, в учебном пособии по психологии коммуникаций (Гулевич, 2008) специфике общения в компьютерных сетях посвящена отдельная глава. Имеющиеся на сегодняшний день данные о *социально-демографических характеристиках пользователей* и их информационных предпочтениях автор сводит в следующие таблицы (табл. 1, 2):

Социодемографические особенности пользователей Интернета

Характеристика	Кто использует?
Пол	Мужчины чаще, чем женщины
Возраст	Молодые (до 35—40 лет) чаще, чем пожилые
Образование	Люди с высшим образованием чаще, чем со средним
Профессия	Представители технических профессий, преподаватели вузов чаще, чем другие
Должность	Менеджеры низшего и среднего звена чаще, чем менеджеры высшего звена
Уровень дохода	Люди с высоким уровнем дохода чаще, чем с низким
Место жительства	В России — жители Центрального региона и крупных городов чаще, чем остальное население; в мире — жители стран, хорошо представленных на международном рынке, чаще, чем население иных государств

Информационные предпочтения пользователей Интернета

Содержание информации	Кто использует?
Информация о научных достижениях	Мужчины чаще, чем женщины
Коммерческая информация	Мужчины чаще, чем женщины
Сведения об информатике и вычислительной технике	Мужчины чаще, чем женщины
Информация по образованию	Женщины чаще, чем мужчины
Информация по культуре, искусству, литературе	Женщины чаще, чем мужчины
Информация по религии	Женщины чаще, чем мужчины

Очевидно, что подобная среда коммуникации, с одной стороны, в большей степени привлекает людей с определенным типом личности, а с другой — не может не оказывать влияния на *психологические особенности* своих участников, которые оказывают двойственное влияние. Они определяют, с одной стороны, вероятность использования Интернета, а с другой — направление использования.

К характеристикам, оказывающим влияние на вероятность использования Интернета, относятся следующие:

1. Особенности, связанные с оценкой компьютера и электронных сетей:

- *компьютерная тревожность* затрудняет работу человека на компьютере и, как следствие, в электронных сетях. Выделяют несколько видов компьютерной тревожности. Она может быть связана со страхом испортить что-либо; ощущением незнания, неумения; боязнью техники, математики; страхом за свое здоровье; боязнью нового, незнакомого; ощущением угрозы самооценке в интеллектуальной сфере; ощущением дефицита времени;
- *компьютерная самооффективность* — оценка человеком своей способности работать на компьютере. Люди с низкой самооффективностью испытывают большую тревогу и меньше используют Интернет, чем люди с высокой (Johnson, 2005);
- *оценка полезности и безопасности работы в Глобальной сети*: чем выше оценка полезности, легкости ее использования, доверия к ней и чем ниже оценка риска, тем активнее человек работает в Интернете (Faculty 1999).

2. Личностные характеристики:

- *открытость новому опыту*: чем сильнее выражена эта черта, тем активнее человек пользуется Интернетом (Marcus, Machilek, Schiitz, 2006);
- *интроверсия, застенчивость, одиночество*: чем сильнее выражены эти особенности, тем больше времени человек проводит в Интернете (Birnie, Horvath, 2002; Marcus, Machilek, Schiitz, 2006; Matsuba, 2006), хотя это заключение подтверждается не во всех исследованиях (Жичкина, 2001). По-видимому, можно говорить о двух типах пользователей: одни используют Интернет для того, чтобы компенсировать недостаток непосредственного общения с людьми, а для других это

лишь одно из средств общения, которое они используют так же активно, как и другие;

- *уровень самооценки*: активные пользователи Интернета имеют более высокую самооценку, чем те, кто использует его от случая к случаю. Они полностью принимают и доверяют себе. Это происходит, поскольку, во-первых, электронные сети предоставляют пользователям возможность компенсации и нейтрализации действительных либо мнимых недостатков собственной внешности, дефектов речи (например, заикания), некоторых свойств характера (например, застенчивости) или психических заболеваний (например, аутизма) (Губенко, 2002); во-вторых, достигнув определенной цели, например победив в компьютерной игре, человек получает социальное вознаграждение — высокую оценку со стороны других пользователей (Сокольская, 2003). Однако в ряде случаев самопринятие не является результатом оценки своих достижений (Кузнецова, Чудова, 2007);
- *представление о себе*: например, опытные игроки в компьютерные игры отличаются от неопытных более дифференцированными представлениями о себе, а локус их субъективного контроля сдвинут в интернальную область: это означает, в частности, что они готовы нести ответственность за предпринимаемые действия. Изменения в структуре личности игроков могут происходить за счет того, что компьютерная игра обеспечивает интенсивный опыт анализа собственных успехов и неудач, а это приводит к изменению «Я-образа» и локуса контроля (Сокольская, 2003). Аналогично подростков с высоким индексом компьютерной ориентации отличают большая осмысленность жизни, внутренний локус контроля, более выраженная ориентация на будущее, мотивация самореализации и достижения успеха (Сакбаев, 2001);

- *выбор направлений самопрезентации*: пользователи Интернета различаются особенностями, которые они приписывают себе при самопрезентации. Некоторые исследования позволяют выделить следующие стратегии самопрезентации в Сети:
 - демонстрацию компетентности (способностей, профессиональных навыков);
 - просьбу о помощи (демонстрацию своих «слабых» мест);
 - пояснение с помощью примера (указание на свои социально желательные особенности, проявляющиеся в межличностном общении, например дисциплинированность, стремление помочь другим и т. д.);
 - попытку заслужить доверие (демонстрацию чувства юмора, дружеского расположения к партнеру).Кроме того, при самопрезентации люди могут описывать как свои психологические характеристики, так и внешний вид. Существует половая специфика демонстрации подобных особенностей. Например, чем большее внимание женщины уделяют описанию своего привлекательного внешнего вида, тем меньше они описывают свои личностные особенности. Мужчины демонстрируют аналогичную тенденцию: чем лучшую внешность и более высокий социальный статус они имеют, тем меньше внимание они уделяют описанию своих личностных черт (Dawson, McIntosh, 2006);
- *характер новой идентичности*: люди, которые долгое время работают в Интернете, сильно идентифицируются с группой пользователей Интернета, а также с большими социальными группами (жителями своего города, страны, Европы) (Amaral, Monteiro, 2002). Кроме того, сайты учебных заведений и коммерческих организаций способствуют идентификации студентов и сотрудников с этими заведениями. Интернет-коммуникация особенно сильно влияет на идентификацию в организациях, сотрудники которых редко встречаются друг с другом (Wiesenfeld, Raghuram, Garud, 1998);

- *возможность смены идентичности/самопрезентации.* Причинами смены идентичности/самопрезентации являются (Войскунский, 1999; Donath, 1996):
 - компенсация: неудовлетворенность пользователя определенными сторонами реальной идентичности. В этом случае виртуальная идентичность может быть осуществлением мечты о силе и могуществе или о принадлежности и понимании;
 - самоактуализация: люди не имеют возможности выразить все стороны своего многогранного «Я» в реальной коммуникации, в то время как сетевая коммуникация им такую возможность предоставляет;
 - получение нового опыта, любопытство: люди изменяют идентичность ради того, чтобы узнать что-либо новое о себе и других;
 - формирование определенного «образа Я»: смена идентичности позволяет пользователям оценить себя с разных сторон;
 - стремление пошутить и повеселиться;
- *общая тревожность:* сильно тревожные люди чаще используют Интернет, чем слабо тревожные (Carlan, 2007);
- *склонность к риску, предприимчивость:* люди с сильно выраженной склонностью к риску чаще используют Интернет и испытывают меньшее ощущение дезориентации при работе в нем;
- *определенная структура идентичности:* идентичность оказывает двойственное влияние на вероятность использования Интернета. Во-первых, чем сильнее человек идентифицируется с группой пользователей Интернета, тем чаще пользуется им (Internet identification ... 2006). Сила идентификации частично определяется представлением о типичном пользователе Интернета: те люди, которые представляют типичного пользователя как человека иного пола, меньше идентифицируются с пользователями Сети и реже пользуются ее возможностями (Drawing the Net, 2007). Во-вторых, чем больше в

идентичности пользователей выражена социально-ролевая составляющая (семейные и гендерные роли), тем ниже их активность в Интернет-коммуникации. Это происходит, поскольку требования социальных ролей не включают предписаний относительно активности в неопределенной среде, каковой является Интернет;

— *мотивация пользователей*. Существуют разные классификации мотивации пользователей Интернета. Они различаются по степени общности: некоторые описывают структуру мотивации в целом, а другие — мотивацию использования сообщений определенного вида.

Согласно одной из общих классификаций существует восемь типов мотивации использования Интернета (Арестова, Бабанин, Войскунский, 2000):

- деловая мотивация — получение информации, необходимой для профессиональной деятельности;
- познавательная мотивация — желание узнать или испытать что-либо новое, связанное с профессиональной деятельностью или межличностным общением;
- мотивация сотрудничества — стремление помочь другим пользователям;
- мотивация самореализации — восприятие Интернета как способа проявления и развития собственных способностей и возможностей;
- рекреационная мотивация — расслабление, отдых;
- мотивация аффилиации — стремление найти в Интернете референтную группу, принять ее ценности, найти в ней свое место;
- мотивация самоутверждения — увеличение собственного авторитета, достижение признания;
- коммуникативная мотивация — стремление преодолеть дефицит общения, возникающий в обыденной жизни.

Кроме мотивации использования Интернета в целом, интерес представляют и мотивы, побуждающие людей играть в сетевые компьютерные игры, от которых зависит стиль игры. Например, выделяют четыре типа мотивации игроков

в многопользовательских играх (Multi Uzer Dimension, MUD) (Войскунский, 1999):

- «победители»: ориентированы на достижения — преодоление в рамках своей роли большого числа препятствий, накопление множества виртуальных сокровищ и т. п.;
- «исследователи»: их интересуется познание пространства MUD и перемещение в нем;
- «коллективисты»: ориентированы на групповую игру, рассматривают ее как средство завязывания и поддержания межличностных контактов;
- «убийцы»: они испытывают радость, препятствуя достижениям других игроков, вплоть до применения против них допустимого правилами игры оружия.

Наличие у пользователей мотивов коммуникации и аффилиации вызывает следующий вопрос: не приводит ли интенсивное использование компьютера, в том числе электронных сетей, к отказу людей от межличностного общения?

Результаты проведенных исследований не дают однозначного ответа. Некоторые из них показывают, что более интенсивное использование Интернета связано с уменьшением межличностных контактов. В этом случае Интернет-коммуникация выступает как средство компенсации. Однако другие исследования показывают, что чем чаще люди используют Интернет, тем чаще они вступают в межличностные контакты, особенно с друзьями, чаще разговаривают по телефону. Кроме того, ощущение близости с другими в Интернет-коммуникации позитивно связано с ощущением близости в межличностном общении. В данном случае люди рассматривают Интернет как один из каналов коммуникации (Birnie, Horvath, 2002).

По ряду эмпирических данных, сетевое общение имеет половую и статусную специфику (Witmer, Katzman, 1997; Huffaker, Calvert 2005). Половые различия в электронном общении частично определяются темой дискуссии. При обсуждении тем, соответствующих гендерным стереотипам («типично мужским» или «типично женским»), половые различия в

стилях речи проявляются ярче, чем при обсуждении тем, не связанных со стереотипами. Для простоты обратимся снова к соответствующей таблице (по кн.: Гулевич, 2008) (табл. 3):

Таблица 3

Половая и статусная специфика коммуникации в электронных сетях

Пол пользователя		
	Мужчины	Женщины
Количество сообщений	Больше	Меньше
Длина сообщений	Больше	Меньше
Начинают обсуждение новых тем	Чаще	Реже
Затрагивают личные и домашние темы	Реже	Чаще
Не соглашаются с другими	Чаще	Реже
Делают критические замечания	Чаще	Реже
Проявляют настойчивость в защите своей позиции	Чаще	Реже
Ссылаются на мнение других людей	Реже	Чаще
Используют неформальные обращения к другим людям	Реже	Чаще
Статус пользователя		
	Высоко-статусные	Низко-статусные
Количество сообщений	Больше	Меньше
Длина сообщений	Больше	Меньше
Начинают обсуждение новых тем	Чаще	Реже
Не соглашаются с другими	Чаще	Реже

Отдельный интересный вопрос при анализе виртуально-го общения представляет собой проблема **формирования впечатления о партнере по общению**, проблема межличностной перцепции. Очевидно, что в силу практического отсутствия в Сети привычных невербальных маркеров пола, возраста, социального статуса, которые в определенной степени служат «маркерами» для формирования «образа Другого», оно также имеет сетевую специфику. Как отмечается по ряду работ в этой области, она касается таких параметров, как:

1. *Социальная категоризация при восприятии реципиента.* На формирование образа партнера в Сети наиболее существенное влияние оказывает прошлый опыт пользователя, существующие у него представления о других людях и группах. В процессе «достраивания» образа виртуального партнера, о котором пользователь часто имеет мало информации, он использует стереотипы (представление о типичном члене определенной социальной группы), прототипы (представление о наиболее «ярком» члене социальной группы), примеры знакомых ему людей и представления об идеальном человеке (Impression formation 1999). Таким образом, представление о партнере по общению в Сети строится на основе приписывания ему некоторых черт, которыми он не обладает. Идеализация партнера или приписывание ему собственных черт порождает симпатию к нему. Например, люди, которые общаются по Сети, не имея визуального изображения партнера, считают его заслуживающим большего доверия и более привлекательным, чем те, кто во время общения видит его. Кроме того, благодаря идеализации пользователи оценивают как более достойного доверия и привлекательного того партнера, который выбрал в качестве своего представителя образ, не похожий на человека, по сравнению с теми партнерами, которые выбрали человекоподобный образ. С одной стороны, выбор человекоподобного образа снижает неопределенность, характерную для сетевой коммуникации, но, с другой стороны, такой образ приводит к росту ожиданий относительно партнера, несоответствие которым понижает его оценку (Nowak, 2003).
2. *Активный сбор информации о партнере.* В Интернет-общении люди стараются сделать ситуацию более определенной и поэтому активно используют стратегии, позволяющие получить подробную информацию о партнере. Например, они чаще используют активные не-прямые стратегии: задают вопросы о партнере другим

знающим его людям или рассказывают о себе (Tidwell, Walther, 2002).

3. *Предпочтение партнера по общению.* Люди, которые не общаются по Сети, видят идеального партнера по общению похожим на себя, независимо от их собственного типа поведения. Вместе с тем пользователи Сети предпочитают дружелюбных партнеров (Tidwell, Walther, 2002).
4. *Противоречивость образа партнера.* Каким бы успешным ни казалось общение с виртуальным собеседником, пользователи не могут создать интегрированный образ партнера. Они успевают только проанализировать имеющиеся доступные данные и составляют достаточно противоречивый портрет, включая туда черты, которые не могут присутствовать у одного человека (Жичкина, 2001).
5. *Интенсивные чувства.* Благодаря исчезновению многих коммуникативных барьеров пользователи быстро сближаются, а партнеры по общению испытывают интенсивные эмоции. Ярким примером является виртуальный роман. Для него характерны спрессованность эмоций во времени (роман быстро развивается и так же быстро угасает) и состояние крайнего эмоционального возбуждения, граничащего с эйфорией (Нестеров, 2004; Whitty, 2003). Готовность завязать виртуальный роман при наличии реального партнера или супруга определяется как личностными особенностями пользователя (выраженные тенденции к манипуляции и эксгибиционизму, слабое стремление к самораскрытию), так и отношениями с реальным партнером (плохо налаженная коммуникация в семье, различие в стилях воспитания детей, финансовые проблемы, недавний уход из семьи) (Avigam, Amichai-Hamburger, 2005).

Как отмечается по ряду работ, *взаимодействие между пользователями* в Сети отличаются следующие особенности:

1. *Уравнивание статусов партнеров по общению:* анонимность сетевой коммуникации не позволяет определить социальный статус партнера, если он сам не расскажет о нем. Для некоторых пользователей это является достоин-

- ством такого общения, а для других — недостатком. Дискомфорт, вызванный отсутствием подобной информации, чаще возникает у пользователей, которые ценят собственный социальный статус.
2. *Изменение давления социальных норм* и неформальности общения. Согласно одной точке зрения, при сетевой коммуникации люди обращают меньшее внимание на соблюдение социальных норм, что делает такое общение менее формальным. В соответствии с другой позицией, стремясь уменьшить неопределенность, пользователи активно выступают за соблюдение социальных норм и требуют применения к нарушителям строгих санкций.
 3. *Дружелюбие и взаимопомощь* (Кузнецова, Чудова, 2007; Rafaeli, Sudweeks, 1997). Пользователи доброжелательны друг к другу. Общение носит скорее кооперативный, а не конкурентный характер. В электронных сообщениях часто встречаются шутки, демонстрация согласия. Пользователи стремятся оказать друг другу помощь. В основе помощи лежит как альтруистическая (приносить пользу другим), так и эгоистическая (развитие своих навыков, повышение статуса в сообществе) мотивация. Однако дружелюбность общения частично определяется полом участников: женщины чаще, чем мужчины, стараются избежать конфликта, чаще благодарят и извиняются, т. е. ведут себя более вежливо.
 4. *Агрессия*. Агрессия в Сети является скорее исключением, чем правилом. Частые пользователи Интернета отличаются низким уровнем физической агрессии; низким уровнем обвинительно-агрессивных реакций; меньшим одобрением агрессии в ряде сфер общественной жизни. Интернет-агрессия возникает либо в структуре поисковой активности, либо как результат неопределенности границ «Я» и импульсивности и в большинстве случаев носит инструментальный, а не враждебный характер (Специфика агрессии ... 2006; Кузнецова, Чудова, 2007).

Сетевые сообщества как социальные группы

3.1. Социально-психологическая специфика сетевых сообществ

Современные исследования сетевых сообществ носят преимущественно феноменологический характер. Во многом это связано с начальной стадией изучения, практически совпадающей по времени с моментом их становления как самостоятельного элемента Сети. Закономерно, что и сам термин при этом «собирает» в себе достаточно разную с психологической точки зрения реальность. Под сетевыми сообществами понимаются и совокупности пользователей, объединенных вокруг тех или иных временных и/или постоянных тематических содержаний Сети (например, участники тематических телеконференций или постоянные посетители тематических форумов), и приверженцы каких-то определенных виртуальных «мест досуговой коммуникации» (например, тех или иных чатов), и виртуально коммуницирующие члены реальных социальных сообществ и/или организаций («виртуальные фирмы»). И в этом смысле феноменологический этап их изучения как время «свободы выражения многообразия», скорее всего, неизбежен. Вопрос в том, что дальше.

С социально-психологической точки зрения принципиальным представляется решение следующего ряда проблем:

1. *Что может быть принято как системообразующий признак сетевого сообщества?*

В социальной психологии существует сегодня около сотни определений малой группы — через самые разные критерии или их сумму: взаимодействие, коммуникацию, разделение целей, общность норм и ценностей, распределение ро-

лей, идентификацию с одними и теми же объектами и идеалами, восприятие себя как некоторого единства, взаимное удовлетворение личных целей. Как известно, для отечественной теоретической традиции все это разнообразие «накрывается» критерием совместной деятельности, которую, заметим, довольно трудно операционализировать в конкретном эмпирическом исследовании.

Как отнестись ко всему этому разнообразию при переносе исследований группы в виртуальную реальность? Как они меняются (и меняются ли?) при этом «переносе»? И один из главных вопросов: что есть продукт (результат) совместной деятельности в виртуальности, принципиально наполненной симуляторами?

2. *Как соотносятся сетевые сообщества с привычными для социальной психологии дихотомиями в классификациях групп?*

Иными словами, это большие или малые группы? Естественно возникшие или искусственно созданные? Или вообще эти классификации к ним неприменимы, например, в силу отсутствия топологических и временных характеристик целостности?

Если придерживаться отрицательного ответа на последний вопрос, то на каких основаниях должна строиться классификация сетевых сообществ? Или же они в общем и целом сильно похожи друг на друга и в этом смысле не нуждаются в типологизации? Иными словами, сетевые сообщества суть инаковые по отношению к реальным сообществам (и тогда для понимания их специфики необходимо их изучение в сравнении с реальными сообществами) или же они в общем такие же (и тогда возможен простой перенос в виртуальность тех знаний, например, о динамических характеристиках групп, которые уже накопила социальная психология при изучении реальности)?

3. *Как переживается членами сетевого сообщества факт одновременного наличия в нем структурных характеристик целостности (например, целей, норм, иерархии статусов) и отсутствия топологических характеристик?*

Иначе каков пространственно-временной образ «своих»? Есть ли он вообще? В какой степени отсутствие объективных оснований для его формирования компенсируется и чем именно? Какую психологическую роль для человека играет подобная пространственно-временная «размытость» этих «своих», которые «везде и нигде», — максимально защищающую или какую-то иную?

4. *Какова объективная социальная роль сетевых сообществ?*

В какой степени они могут быть рассмотрены как группы социализации личности? Насколько они востребованы сегодня и кем именно? Иными словами, кто агенты и актеры этих социальных образований?

5. *Каковы особенности развития (групповой динамики) сетевых сообществ?*

Отметим, что данный вопрос может касаться и собственно стадийности развития, и трансформаций группового давления, и факторов лидерства, и особенностей групповых дискуссий.

И наконец, подчеркнем, почему ответы на все эти вопросы представляются важными: потому что если сетевые сообщества суть некоторые «социально-психологические ячейки» Сети, то возникает возможность исследования их динамических взаимоотношений и взаимосвязи друг с другом, что, по сути, будет демонстрацией психологических оснований сетевой организации.

Представляется, что современный этап исследований сетевых сообществ еще не позволяет однозначно ответить на эти вопросы. Хотя сегодня различные Интернет-комьюнити являются предметом научной рефлексии специалистов самой разной дисциплинарной принадлежности, однако и психологических, и социально-психологических исследований в этой области проводится крайне мало: с одной стороны, в силу новизны самого объекта исследования, с другой — по причине понятных ограничений использования традиционного методического инструментария в ситуации его «переноса» в виртуальное пространство.

Мы позволим себе остановиться далее кратко на собственном исследовании, прежде всего, в силу того, что в ходе его проведения мы пытались применить традиционную социально-психологическую методологию. Задав в качестве основного предмета исследования анализ процессов групповой динамики сетевого сообщества, мы посчитали интересным сделать это через анализ основного продукта деятельности, а именно через исследование текстов методом контент-анализа. При выделении категорий контент-анализа мы исходили из тех основных «линий напряжения», которые можно выделить в современных исследованиях сетевых сообществ, а именно:

- 1) с одной стороны, выявлен факт спонтанного возникновения сетевых сообществ и их способность к постоянному воспроизводству, реконструированию себя, с другой — необходимость предпринимать специальные усилия для их создания и структурирования деятельности («самостоятельное воспроизводство — организованное производство»);
- 2) с одной стороны, постулируются их самые широкие возможности, с другой — сложности, связанные с малой реальной востребованностью сегодня («потенциальность — актуальность»);
- 3) с одной стороны, утверждается, что сетевые сообщества имеют все атрибуты социальной организации (цели, нормы, иерархия статусов), с другой — их открытость, «отсутствие границ», «свобода» («целостность — размытость»).

Нам показалось интересным также посмотреть, как отражаются в текстах характеристики атрибутивного стиля участников сетевого сообщества.

Итак, основными категориями контент-анализа были выбраны оппозиции: «потенциальность — актуальность», «целостность — размытость», «самостоятельное воспроизводство — организованное производство». Атрибутивные суждения анализировались традиционно, как внешние — внутренние, стабильные — нестабильные, глобальные — конкретные. В качестве объекта исследования был выбран текстовый массив, принадлежащий сетевому сообществу

«Российское информационное общество» и созданный за все время его существования (6 месяцев на момент исследования). Тексты разных участников рассматривались как единый текстовый массив. Общий объем — 885 Кбт.

В качестве подкатегорий использовались следующие: потенциальность — планы, возможности реализации в будущем, описание ресурсов; актуальность — апелляция к настоящему времени, пересказ опыта, результаты проведенных исследований; целостность — описание топологических признаков (количество участников, время существования, символы границ и пространства), описание структурных признаков (нормы, роли, иерархия, правила коммуникации), описание динамических признаков (содержание деятельности, цели и средства деятельности, функциональные соответствия участников); размытость — отсутствие признаков целостности; самостоятельное воспроизводство — указания на спонтанность, способность к реконструированию; организованное производство — указания на моделированное воздействие, организационные усилия.

Не имея возможности детального освещения полученных результатов, отметим лишь общие тенденции. С точки зрения частотности:

- 1) характеристики потенциальности — актуальности соотносились как 3 : 1, т. е. налицо была ориентация на будущее в ущерб анализу настоящего;
- 2) характеристики целостности — размытости соотносились как 2 : 1, т. е., несмотря на идеологему «открытость», реальное сетевое сообщество было ориентировано на аспекты целостности (в основном структурной);
- 3) характеристики самостоятельного воспроизводства — организованного производства соотносились как 1 : 3, т. е., несмотря на идеологему «спонтанность», данное реальное сетевое сообщество было ориентировано на анализ организованных усилий по поддержанию своей структуры и деятельности.

С точки зрения доминирующего атрибутивного стиля причины сегодняшних трудностей в жизни сетевых сообществ видятся самими участниками как внешние, нестабильные и глобальные, а причины возможных успехов — как внутренние, стабильные и конкретные. Представляется, что подобные особенности текстов отражают определенный этап в развитии сетевого сообщества, а именно: жесткую фиксацию на этапе сепарации-индивидуализации, о чем свидетельствуют декларация ценностей свободы и спонтанности, попытки контроля объекта (как возможность контроля виртуальной среды над социальной), тревога отделения (как актуализация внимания к структурным характеристикам целостности).

3.2. Исследования групподинамических процессов в сетевых сообществах

Хотя на сегодняшний день изучение сетевых сообществ порождает больше вопросов, нежели способно дать однозначных ответов, уже все-таки накоплен некоторый массив эмпирических данных, который позволяет соотнести закономерности формирования виртуальных групп с аналогичными групподинамическими особенностями групп реальных. Структурированный обзор этих исследований представлен в работе О. А. Гулевич «Психология коммуникации» (2008).

Развитие группы. В ряде исследований сделаны попытки рассмотреть последовательность формирования и развития сетевого сообщества как малой группы (Anderson, 1997; Benbunan-Fich, Hiltz, 1999; The expression 2002; Graham, 2003; Getting to know you ... 2004). В целом отмечают следующие этапы данного процесса:

1. Формируются групповые нормы и статусно-ролевая структура, основанная на знаниях и навыках участников.
2. Коммуникация между участниками становится все более интенсивной и эмоциональной. В первые дни существования в сетевых сообществах царит более деловая обстановка, а

- в группах непосредственного общения — более эмоциональная и дружелюбная. В виртуальных группах эмоциональная составляющая тоже присутствует, но она появляется медленнее: по мере развития люди привыкают к подобной коммуникации и начинают использовать ее не только для решения задачи, но и для удовлетворения потребности в общении.
3. Формируется общий язык и список тем для обсуждения.
 4. Растет уровень кооперации: в первые дни в сетевых группах кооперация ниже, чем в группах непосредственного общения, но к концу двух недель различия исчезают.
 5. Уменьшается количество конфликтов между членами группы. В первый день существования в виртуальных группах наблюдается больше конфликтов, связанных с процедурой принятия решения и отношениями с другими участниками, чем в группах непосредственного общения, но ко 2—3-му дню их количество снижается и достигает уровня групп непосредственного общения.
 6. У членов группы возникает чувство ответственности за общее дело.
 7. Усиливается идентификация с группой.
 8. Растет групповая сплоченность: в «электронных группах» люди поначалу менее сплочены, чем в группах непосредственного общения, но со временем различия почти исчезают. В основе этой сплоченности лежит как взаимная привлекательность партнеров и коммуникации в целом, ощущение близости между участниками, так и принятие целей группы.
 9. Растет удовлетворенность групповой деятельностью: в сетевых сообществах люди поначалу менее удовлетворены работой, чем в группах непосредственного общения, но со временем различия почти исчезают.
 10. Увеличивается самооценка участников и степень их самораскрытия.
 11. Групповые границы становятся более определенными.
 12. Начинается отвержение «чужих».

По данным Bordia, Difonzo, Chang (1999), можно провести аналогию между многими динамическими процессами в реальной малой группе и в сетевом сообществе, а именно:

- зависимость и включенность: поиск поддержки у других членов группы, появление лидера, возникновение групповых норм;
- независимость и борьба: конфликт между членами группы;
- возникновение доверия и формирование структуры: окончательное формирование статусно-ролевой структуры группы, групповых норм, активизация деловой коммуникации, возникновение доверия между членами группы;
- окончание — внутренний конфликт или реинтеграция и повышение сплоченности.

Впечатление о партнере: в «электронных группах» формируется менее детальное, но более экстремальное впечатление о партнерах, чем в группах непосредственного общения.

Разрешение конфликтов: члены сетевых сообществ чаще, чем члены групп непосредственного общения, стараются предотвратить открытое противостояние (реже выражают негативные эмоции, при разрешении конфликтов используют стратегию избегания).

Конформизм: работа (например, групповая дискуссия) в «электронных группах» оказывает влияние на степень проявляемого конформизма. В целом члены «электронных групп» испытывают меньшее давление со стороны одноклассников и реже выражают согласие с ними, чем члены групп непосредственного общения (Becker-Beck, Wintermantel, Borg, 2005). Однако выраженность этой тенденции зависит от ряда факторов:

- содержания точки зрения: члены сетевых сообществ чаще, чем члены обычных, выражают мнение, которое поддерживается членами интруппы, но наказываются членами аутгруппы (Computer-mediated communication ... 2002);
- актуализированной идентичности: члены «электронных групп» сильнее, чем члены групп непосредственного общения, следуют групповым нормам при актуализации социальной идентичности, но предпочитают руководствоваться собственными потребностями при актуализации персональной идентичности (Lee E.-J., 2004).

Удовлетворенность лидером группы: члены таких групп меньше удовлетворены лидером, чем члены групп непосредственного общения (Hoут, Blascovich, 2003).

Процесс принятия решения и его эффективность. Вопрос об эффективности групповых дискуссий в виртуальных сообществах является максимально дискуссионным. В одних случаях члены «электронных групп» предлагают более качественные решения, чем члены групп непосредственного общения, а в других — наоборот (Benbunan-Fich, Hiltz, 1999). Отмечается (по кн.: Гулевич, 2008), что эффективность деятельности таких групп зависит от ряда факторов:

- наличия ролевой структуры: чем лучше сформирована ролевая структура «электронной группы», тем эффективнее ее деятельность;
- формы взаимодействия между членами;
- содержания групповой задачи: «электронные группы», которые должны вынести правильное решение, а не оценить какое-либо явление, принимают более точные решения;
- сложности групповой задачи: чем сложнее задача, тем менее эффективность;
- важности групповой задачи: чем важнее групповая задача, тем активнее члены виртуальных групп ищут решение;
- количества времени, отведенного на принятие решения: «электронные группы», которые обладают неограниченным временем на обсуждение, принимают более точные решения. Это происходит, поскольку люди, имеющие неограниченное время, чаще вспоминают и анализируют информацию, известную только некоторым членам группы, а также испытывают меньшую тревогу, чем те, кто работает в условиях ограничения времени;
- наличия обратной связи: «электронные группы», которые получают обратную связь о своей мотивации, особенностях деловых и эмоциональных отношений, работают лучше, чем те, кто не получает обратной связи. Эта связь оказывает позитивное влияние на мотивацию и удовлетворенность наименее мотивированных членов

- группы. Под воздействием обратной связи они начинают больше доверять одноклассникам, что повышает мотивацию и удовлетворенность;
- состава группы: женщины работают в «электронных группах» хуже, чем мужчины, поскольку они больше ориентируются на отсутствующую в них невербальную коммуникацию.

3.3. Онлайн-дневниковые порталы (блоги)

Особую реальность представляют собой такие Интернет-сообщества, как дневниковые порталы. Данные порталы предоставляют пользователям возможность завести собственный онлайн-дневник (блог, «Живой журнал», или ЖЖ). Этот блог может быть как в открытом доступе для аудитории, так и открытым только для друзей или полностью закрытым. Также на таких порталах существует возможность комментариев к записям ведущего дневник. Список различных опций на сайтах, посвященных онлайн-дневникам, разнообразен и иногда позволяет скрывать часть сообщений от глаз других пользователей или отключать возможность комментирования своих записей, а также оформлять дневник (цвет фона, цвет шрифта и т. д.). Таким образом, каждый пользователь (блогер) может настроить блог по своему усмотрению и в определенной степени использовать его как пространство для самовыражения. С 1995 г. онлайн-дневники находятся в широком доступе, и сейчас есть миллионы людей, ведущих онлайн-дневник, которые делятся своими мыслями, чувствами и мнениями с миром, а также взаимодействуют с другими пользователями через эти онлайн-дневники.

Французский исследователь Филипп Лежен (Lejeune, 2006), анализируя обычные, бумажные дневники людей, посвятивших себя их написанию на протяжении десятилетий, выделил несколько их функций:

1. Функция самовыражения — мысли и эмоции, переданные бумаге, живут как бы в отдельном мире, так что ведущий дневник может открыть или, наоборот, скрыть их так, как он пожелает. Эта функция усложняется, когда мы обращаемся к авторам дневников в Интернете. В киберпространстве постоянно присутствует гипертекст сетевого журнала, слова всегда, 24 часа в сутки, доступны потенциально миллионам читателей в Интернете (правда, при условии, что блогер по умолчанию оставил дневник открытым).
2. Вторая функция дневника — «отражение». Эта функция отличается от первой. Вместо того чтобы выплескивать эмоции и мысли на бумагу, ведущий дневник фактически тратит время на то, чтобы размышлять над тем, что означают эти эмоции и события.
3. Третья функция дневника, как полагает Лежен, «заморозка времени». Эта функция не является настолько неотъемлемо личной, как первые две. Замораживать время — значит строить память на бумаге, создавая архивы из жизненного опыта, находить пути, предотвращающие ошибки, чтоб задать жизни последовательность и непрерывность.
4. Последняя, четвертая, функция — это «нахождение удовольствия в письме». Эта функция довольно очевидна и включает в себя письмо, для того чтобы придать вербальную форму своей жизни, создать себе возможности для самовыражения.

Эти четыре функции позволяют поставить интересные вопросы о том, как они преобразуются посредством дневников, существующих в Интернете. Первые две функции, «самовыражение» и «отражение», являются настолько личными, что каждый задается вопросом, почему автор дневника держит такие вещи в такой вроде бы неподходящей среде, где почти каждый может прочитать то, что пишет этот человек, и любой может наткнуться на дневник, занимаясь поиском. Ясно, что функции для пишущих дневник вне Сети изменяются для авторов онлайн-дневников. Отражение и самовыражение в такой открытой среде должны для них работать по-другому.

Американский исследователь Мак-Нейл выдвинул парадоксальную идею относительно личного самораскрытия в Интернет-среде, исследуя онлайн-дневники и их отношения с внесетевыми копиями в контексте личных отношений между автором онлайн-дневника и аудиторией. Мак-Нейл цитирует исследование Лежена, который заявляет, что личная природа дневника противоречит факту его публикации в таком общественном месте, как Интернет. Публичная и в то же время частная личная природа дневника разрушает традиционные разграничения между личными и общественными записями. Анализируя онлайн-дневник, мы не можем уже склоняться к стереотипу о том, что дневник является частным и секретным. Мак-Нейл проанализировал влияние присутствия аудитории в онлайн-дневнике. Согласно его данным, автор онлайн-дневника постоянно осведомлен об аудитории. Аудитория, в свою очередь, привлечена к онлайн-дневнику, потому что он является личным. Онлайн-дневник может напоминать исповедь, а читателей привлекают тайны и скрытая, личная информация. Именно анонимность Интернета позволяет самораскрыться автору дневника для аудитории, которую Мак-Нейл в интервью назвал парадоксальной комбинацией, полной анонимности и потрясающей своим уровнем близости.

М. Сорапьюр (см.: Личность 2006; Войскунский, 2010), проанализировав онлайн-дневники с сайта Diarist.net, утверждает, что определенные особенности онлайн-дневника влияют на его создание. Одна из особенностей, которую она выделила, — это интерфейс онлайн-дневника. Онлайн-дневники существуют как «последовательность единиц и нолей... электрические импульсы, посланные через кругообороты компьютера или сети». Автор отделен от своего текста, поскольку он существует в электронной форме. Сорапьюр также утверждает, что формат онлайн-дневников, подобный базе данных, влияет на производительность письма онлайн-дневника: онлайн-дневник позволяет анализировать ощущение идентичности по фрагментам и частям, каждая из которых является отдельно значимой и

одинаково существенной. Также она подчеркивает тот факт, что читатели онлайн-дневника часто перескакивают от дневника к дневнику, читая части и кусочки жизней людей, что стимулирует «получение доступа к мыслям и событиям другого человека, и принятию решений, которые наполняют значением и позволяют читателям открывать их собственные интересы».

Сорапьюр также исследовала влияние на создание онлайн-дневников присутствия читателей. Аудитория, по ее мнению, является стимулом для создания онлайн-дневника, а само слово «онлайн» и есть внутренняя общественность. Таким образом, ведущие онлайн-дневник используют свои дневники, чтобы создать связи с другими людьми. В одном примере, заслуживающем особого внимания, ведущая онлайн-дневник спросила, нашел ли кто-нибудь из «внесетевой жизни» ее онлайн-дневник, и попросила дать ей знать по электронной почте, что они его читают. Проверка аудитории сетевых и внесетевых читателей показывает, что акт ведения дневника в Сети базируется на ежедневной жизни и одновременно отделен от нее. В целом Сорапьюр считает, что ведение онлайн-дневника — это не попытка уединения, а способ связи с другими, и эти «другие» влияют на создание онлайн-дневника.

Взяв интервью у ведущих онлайн-дневник и изучив их, В. Кицманн (см.: Личность ... 2006; Войскунский, 2010) наблюдал происходившие определенные явления, которые впоследствии влияли на жизнь авторов онлайн-дневника. Кицманн утверждает, что онлайн-дневник позволяет автору «существовать» в другом месте помимо физического тела — месте, установленном идентичностью, секретностью, действительностью и временем. Идентичность — это то, что первое измерил Кицманн, предполагая, что именно эта максимально «внутренняя» структура нашего «Я» является центром всего ведения онлайн-дневника. Кицманн утверждает, что ведение онлайн- и традиционных дневников не очень различается, т. к. центр записей, вне зависимости от их формы, всегда сам автор. Однако степень приватности онлайн-дневника значительно затрагивает самовыражение, потому что онлайн-дневник — это инструмент общения и средство для связи с другими. Иными словами, при

ведении такого дневника неизбежно возникает конфликт между самовыражением и самопрезентацией для других. Кицманн предполагает, что аудитория всегда находится в ожидании, и это влияет на личность пишущего. Интерактивность также влияет на онлайн-дневник и его автора. Аргумент Кицманна поддерживает более раннее заключение, предложенное Леженом, о том, что одна из главных функций ведения дневника — архивирование опыта и жизненных событий.

С. Серфэти (см.: Личность 2006; Войскунский, 2010) исследовал общие структурные свойства 12 различных онлайн-дневников. Он также придерживается мнения, что «онлайн-дневники пересматривают разделение на общественное и частное». Один из элементов, выделенных Серфэти, — это накопление, когда ведущий онлайн-дневник прибегает к онлайн-СМИ (картины, аудио, видео) и гипертексту как к средствам для создания более завершенного характера. Также автор указывает на то, что онлайн-дневники имеют открытый конец, в противоположность автобиографии к примеру. Серфэти выяснил, что происходит самоанализ сетевых журналов, т. е. ведущие онлайн-дневники анализируют и оправдывают ведение онлайн-дневника. Это означает, что для них важно не только отражение своей жизни в дневнике, но и сам специфический опыт ведения онлайн-дневника. Серфэти также объясняет, что онлайн-дневники привлекают к «совместному творчеству», потому что читатели могут изменить и добавить что-то к тексту с помощью комментариев, гостевых книг и дискуссий, приложенных к сетевому журналу. Для данного автора характерно утверждение и социокультурного характера, которое не было свойственно вышеперечисленным авторам. Серфэти доказывает, что онлайн-дневники — «американское явление»: в поиске французских и английских онлайн-дневников в Google.com он неожиданно обнаружил, что франкофонное и англофонное соотношение онлайн-дневников составляет 1 : 36. Серфэти объясняет данный факт тем, что онлайн-дневники восхваляют мирские события и жизни людей, которые являются «американскими поисками уверенности в себе».

Известное эмпирическое исследование онлайн-дневников проводилось также в Японии в 1998 г. Это исследование стремилось определить некоторые из функций ведения онлайн-дневника путем определения мотивов его автора. Авторы исследования полагали, что дневник — это рассказ, написанный в прозе рассказчиком о «каждодневных» действиях человека, где он — центральная фигура. Это главное определение дневника, выделяемое японскими исследователями, кажется, только отражает функцию «заморозки времени» по Лежену. Однако японские исследователи утверждают, что все онлайн-дневники в определенной степени имеют дело с каждодневными действиями каждого отдельно взятого человека, но все же некоторые дневники содержат в себе еще кое-что. Они выделили четыре различных вида дневников: мемуары, журналы, дневники и открытые дневники на основе доминирующей функции:

мемуары — «записи фактов, ориентированных на себя»;
журнал — «записи фактов, ориентированных на читателя»;
дневник — «выражение чувств, ориентированных на себя»;
открытый дневник — «выражение чувств, ориентированных на читателя».

Однако авторы не утверждают, что эти категории взаимно исключают друг друга. Таким образом, окончательная цель исследования состояла в том, чтобы определить, какие функции ведения дневника являются самыми важными и существенными для авторов онлайн-дневников. Для этого авторам онлайн-дневников был выслан по электронной почте специальный опросник (всего в исследовании приняли участие 377 блогера). В анализе ответов авторы обнаружили, что некоторые авторы дневников определенно больше ориентировались или на общественное, или на личное самосознание, указывая, что существуют различные мотивы и функции для того, чтобы вести сетевой дневник. Большинство ведущих онлайн-дневник ориентировались на публику. Эти участники процесса исследования предполагали, что читатели заинтересованы в них как в людях и чтение журналов основано на том, что им интересен пи-

сатель как отдельная личность. Те, чьи дневники имеют склонность быть направленными на личное самосознание, имеют тенденцию вести журналы и дневники и искренне верить, что их читателям больше интересна информация и детали личной жизни, которые отражаются в их сетевых дневниках.

Эти различные исследования предполагают, что онлайн-дневники служат их авторам для разных целей. Лежен выяснил, что ведущие дневник используют его для того, чтобы осмыслить, выразить эмоции, архивировать, записывать опыт и наслаждаться процессом писания. Мак-Нейл, Кицманн и Сорапьюр, исследуя онлайн-дневники, обнаружили, что присутствие аудитории значительно влияет на ведущего онлайн-дневник. Серфэти также определил, что онлайн-дневник подвержен влиянию присутствия аудитории. Каваура и др. выяснили, что авторы онлайн-дневников имеют тенденцию быть нацеленными либо на публичную самопрезентацию, либо на самопознание.

Интернет как пространство социальных практик

4.1. Возможности Интернета как средства массовой информации

«СМИ стали аудиовизуальной окружающей средой, с которой мы непрестанно и автоматически взаимодействуем... Это почти постоянно присутствующий фон, ткань нашей жизни» — это заявление М. Кастельса отражает современное расширение системы СМИ вследствие бурного развития СМИ нового типа — Интернет-СМИ. Появление этого феномена стало возможным благодаря прогрессу в сфере информационно-коммуникационных технологий, состояние которых оказывает влияние одновременно на изменения в системе СМИ и на развитие современного общества, находящегося под влиянием новейших технологий в процессе превращения в информационное общество.

Развитие нового высокотехнологичного оборудования, в частности компьютерной техники, отличающейся высокой эффективностью работы с информацией, привело к появлению принципиально новой информационно-коммуникационной среды — Интернета. Современная глобальная компьютерная сеть является важнейшей частью инфраструктуры современного общества. Основанная на технологиях компьютерной передачи данных, сеть Интернет стала эффективной средой для осуществления массовой коммуникации, отличающейся от прежних информационно-коммуникационных сред важными особенностями, в первую очередь расширенными возможностями в представлении информации за счет мультимедийности, интерактивности и гипертекстуальности.

Интернет появился в рамках развития информационного общества и имеет с контекстом своего возникновения во

многим схожую сущность: в его основе заложена сетевая структура, информационный обмен открыт для всех его участников и является трансграничным. Особенности новой информационно-коммуникационной среды способствуют осуществлению массовой коммуникации в современных условиях. При этом инфраструктура Интернета может восприниматься как важная составляющая часть инфраструктуры нового информационного общества.

Прогресс в этой информационно-коммуникационной среде является катализатором возникновения СМИ нового типа — Интернет-СМИ. Новый элемент, появившийся в рамках системы СМИ, стал в ней важным звеном. Благодаря присутствию в динамично развивающейся информационно-коммуникационной среде онлайн-СМИ получили мощный импульс к развитию в количественном и качественном отношении и с течением времени начинают играть все более заметную роль в информационных процессах, протекающих в обществе. Являясь следствием совершенствования технологий информационного обмена, новые Интернет-СМИ сами превращаются в «проводников» новых знаний и выступают в качестве «испытательного полигона» для наиболее передовых технологий, все более широко внедряемых в различные сферы деятельности человека.

При непосредственном влиянии онлайн-СМИ проходят процессы трансформации социума. Сетевые структуры возникают не только в информационной сфере, но и в экономике и в самом обществе. СМИ становятся катализатором изменений в обществе, но и общественные тенденции оказывают огромное влияние на развитие сферы СМИ. Характер этой связи может быть определен как реципрокность.

Новые динамичные Интернет-СМИ функционируют в постоянно изменяющейся коммуникационной среде. С учетом этого замечания традиционные подходы к оценке системы СМИ явно нуждаются в корректировке. В ряде научных работ последних лет поднимались вопросы о том, какую роль в общественных процессах играют новые сетевые СМИ, распространяющие свою информацию в режиме онлайн, и какое место

они занимают в системе СМИ. Однако эта проблема далека от окончательного решения. Лишь недавно появилась тенденция различать среди многочисленных информационных ресурсов, функционирующих в Интернете, СМИ. При этом четких, удовлетворяющих всех исследователей критериев, по которым отдельно взятый сетевой информационный ресурс может быть отнесен к сфере СМИ, не существует до сих пор.

Недостаточная разработанность данной тематики прослеживается и в правовой сфере. Хотя сегодня существуют множественные формы Интернет-СМИ (сетевые агентства информации, сетевые издания, электронные версии традиционных изданий), до сих пор не существует четкого определения, какой информационный ресурс, функционирующий в сети Интернет, можно считать СМИ. В нашей стране понятие «Интернет-СМИ» до сих пор не определено законодательно. В условиях такого правового вакуума появляются различные интерпретации онлайн-СМИ, многие из которых не способствуют прояснению сущности этого явления. Более того, несмотря на уже более чем десятилетнюю историю развития Интернета в России, пока еще не выработано общепринятого подхода к этому феномену: различные исследователи рассматривают Интернет и как канал распространения информации, и как новую коммуникационную среду, и как поле, в котором СМИ осуществляют свою деятельность, и как самостоятельное СМИ.

Также отсутствуют общепризнанные исследовательским сообществом современные методики исследования Интернет-изданий, что затрудняет дальнейшую классификацию онлайн-СМИ.

Между тем все более активное включение Интернет-СМИ в общее информационное пространство нашего общества не нуждается в развернутых доказательствах (например, в 2008 г. объем рекламы в Интернет-изданиях догнал аналогичный показатель в традиционных СМИ).

Несомненно, что роль Интернет-СМИ будет расти все больше. К ним будут перетекать рекламные деньги от традиционных

СМИ. При этом Интернет-издания будут взаимодействовать и сливаться с телевизионными, радио- и «бумажными» СМИ.

Аудитория Интернет-СМИ в России своеобразна. Средний читатель Интернет-СМИ молод, хорошо образован (больше половины пользователей имеют высшее образование), живет в крупном городе. По данным опросов, не более трех из ста граждан в возрасте за 55—60 лет посещали хотя бы однажды Интернет за последние полгода. Зато молодежь — от школьников до начинающих менеджеров — проводит время в Сети регулярно.

Сам по себе Интернет лишь средство коммуникации, а не СМИ. Но его существование многое изменило, каждый сайт или блог фактически являются средством распространения информации. В России 37 % руководителей и менеджеров среднего звена ведут Интернет-блоги, в них ежедневно публикуется 1,5 млн сообщений. Люди редко знают имена соседей по лестничной клетке, но знакомятся и узнают много нового из форумов и блогов. Кстати, легкость, с которой можно учредить СМИ, не говоря уже об открытии аккаунта в блоге, порождает снижение качества материалов. Журналисты федеральных газет черпают отсюда материалы для публикаций, и иногда это приводит к курьезам — слишком много некорректной информации.

По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, уровень доверия к сетевой информации порой больше, чем к официальным источникам, например органам госвласти, а также бумажным газетам и ТВ. Ниша Интернет-СМИ уникальна и специфична, ее высоко оценивают издатели традиционных СМИ, не случайно большинство газет и журналов имеют сайты с Интернет-версиями. Между традиционными СМИ и Интернет-изданиями идет экономическая конкуренция: бумажные газеты получают около 70 % доходов от рекламы, но сейчас эти поступления замедляются, т. к. бурными темпами растет рекламная выручка Интернет-изданий. Проблема в естественных ограничениях, которые в Интернете не преодолеть. Например, продажи услуг в Сети эффективны, а продажи недвижимости невозможны. Впрочем, возможна реклама риелторских услуг.

По оценкам различных специалистов (журналисты, политологи, социологи и т. п.), будущее Интернет-СМИ в России одновременно радужно и непредсказуемо. Никто не знает точно, какую роль информация в Сети будет играть через несколько лет.

4.2. Интернет как пространство политической социализации

К 1998—1999 гг. Интернет становится заметным фактором российской политики. Отмечается, что это было связано, прежде всего, со стремительным распространением многофункциональных информационных ресурсов, в частности включающих онлайн-ленты новостей. Фактически к этому же времени относят активное конструирование в Сети сайтов политических партий, общественных движений и организаций. На их основе практически сразу возникают виртуальные сообщества той или иной социально-политической направленности, которые служат источником активного политического рекрутмента молодежи. Чуть позже происходит организация Интернет-трансляций общенациональных радиостанций и телеканалов, после чего в Сети окончательно оформляется фактически альтернативная массмедийная среда с гораздо большими возможностями влияния и иными способами организации, нежели традиционные СМИ.

Закономерно, что данная среда практически с момента своего возникновения стала объектом оценки ее возможностей с точки зрения реального политического процесса. Данные оценки были и остаются резко полярными. Так, точке зрения о том, что особенности Сети увеличивают капитал общественного доверия к политическим субъектам в силу возможностей широкого и практически неотсроченного информирования об их деятельности, противостоит позиция, согласно которой те же особенности открывают столь же неограниченное поле для любой политической дезинформации. Акцент на создании технологических предпосылок, уменьшающих неравенство

политических возможностей граждан, сталкивается с сомнениями в легитимности электронного голосования. Утверждению о новых возможностях обратной связи для властных структур, без которой в современном мире трудно прогнозировать их эффективность, противостоит указание на новые возможности контроля со стороны той же власти за политической активностью граждан.

Однако, с каким бы «знаком» ни оценивались политические возможности Интернет-коммуникации, факт концентрации внимания на них самых разных субъектов общественно-политического процесса налицо. Одной из немаловажных причин тому является высокая электоральная активность пользователей Сети, которая, конечно, в первую очередь определяется их социально-демографическими характеристиками, однако, представляется, может иметь в качестве своей причины и наличие опыта специфической коммуникации в ходе политической социализации.

Задачей эмпирического исследования, проведенного весной 2003 г., было определение социализационного значения Интернет-коммуникации в процессе политического самоопределения. Выборку составили активные пользователи — выходящие в Сеть несколько раз в день, имеющие опыт пользования не менее трех лет, хорошо знакомые со всеми сервисами, в структуре информационных предпочтений которых преобладали новостные и политические ресурсы. С ними очно и индивидуально проводились полуструктурированные интервью, построенные таким образом, чтобы провоцировать высказывания по следующим вопросам:

- оценка собственной политической позиции и активности;
- оценка известных респонденту объектов и процессов политического Интернета;
- конструирование портрета типичного пользователя политического Интернета.

Большинство опрошенных (более 75 %) имели явные политические предпочтения — считали себя сторонниками той или иной политической партии, их электоральная активность соот-

ветствовала политическим убеждениям, они были хорошо знакомы с программными документами «своей» политической партии. Среди них отмечалось достаточное разнообразие форм политической активности, причем «реальные» формы (участие в митингах, работа в штабах партий в момент выборов) сочетались с «виртуальными» (повседневное участие в дискуссиях на форумах «своих» партий, случаи их моделирования). Меньшая часть опрошенных (не имеющая сложившихся политических взглядов) отмечала у себя только «виртуальные» формы политической активности, причем указывала на регулярное посещение только дискуссионных площадок сайтов и демонстрировала незнание их остальных разделов. Именно они в максимальной степени использовали такой ресурс некоторых сайтов, как возможность «задать вопрос лидеру». Иными словами, данная часть респондентов очевидно находилась в стадии активного политического самоопределения. Это подтверждалось их оценками возможности влияния Интернет-коммуникации на формирование и изменение своих политических взглядов: «...до активного хождения по Сети я просто не задумывалась об этом, у меня были политические взгляды моего папы»; «...случайное попадание на форум... заставило меня читать про политику»; «...после дискуссий на форуме (название партии), я изменил свои убеждения и теперь поддерживаю (название партии)».

При оценке отношения респондентов к объектам и процессам политического пространства Сети выяснилось следующее:

практически для всех респондентов возможность пользования многофункциональными ресурсами Интернета фактически вытесняет остальные (традиционные) информационные источники — к ним прибегают менее 20 % опрошенных; в качестве причин подобной стратегии поиска политической информации респонденты отмечают: удобство («не надо покупать газету, которая пачкает руки типографской краской», «эта информация всегда под рукой», «там можно сразу увидеть весь спектр политических мнений»), оперативность («в Сети статьи появляют-

ся быстрее»), возможность получения эксклюзивной информации («В Интернете есть то, чего нет нигде»), большую информационную насыщенность («...много новостей, много разных мнений»); возможность информационного выбора («Преимущество состоит в том, что можно выбирать, в отличие от газет и ТВ»); вместе с тем большая часть опрошенных (более 80 %) критически относится к получаемой посредством Интернета политической информации («Каждый сайт имеет своего владельца и отражает позицию этого владельца, так что перекос информации есть всегда») и критически оценивает большую часть известных им политических ресурсов Сети, причем эта оценка не зависит от степени их включенности в реальный политический процесс («Посещаю практически все сайты известных политических партий, но все они очень банально сделаны, как профессионалу мне это малоинтересно», «Большая часть сайтов плохо устроены и малосодержательны — на них нет серьезной аналитики», «Хожу регулярно и вижу, как мало он обновляется» и т. п.); наиболее часто посещаемыми респондентами разделами политических сайтов являются «новости» и «форумы»; реже посещаются разделы «статьи, интервью, комментарии лидеров партии»; минимальной популярностью пользуются разделы «состав руководящих органов» и «программные документы»; в качестве основных причин подобных предпочтений выделяются дискуссионность интерактивных разделов («Там есть обсуждение, можно познакомиться с разными точками зрения», «Интересен живой отклик людей на происходящие события», «Можно познакомиться с критикой генеральной линии партии») и возможности как пассивной, так и активной политической коммуникации («Интересно общение с интересными людьми», «Я посещаю форумы с целью пропаганды своих политических взглядов и дискредитации политических противников»); при оценке целесообразности проведения голосования среди посетителей политических сайтов по текущим по-

литическим вопросам мнения респондентов разделились: треть опрошенных считают их организацию целесообразной (наиболее часто встречающийся аргумент: *«выявляет некоторый срез общественного мнения»*), остальные считают их проведение нецелесообразным (основные аргументы — *«выборка не репрезентативна»*, *«оно всегда контролируется и регулируется владельцами сайта»*); при описании идеального политического сайта наибольшее внимание респонденты уделяют не информационному наполнению, а его техническим характеристикам (*«хороший дизайн»*, *«удобный интерфейс»*, *«регулярное обновление»*, *«хорошо продуманная создателями навигация»* и т. п.). Информационное содержание политического сайта оценивается респондентами практически исключительно с точки зрения возможностей интерактивности: на «идеальном сайте» обязательно должны быть форумы и виртуальные встречи с лидерами партии, указаны точные координаты отделений партии и наличие раздела «Как вступить?».

Характеристики типичного посетителя политических сайтов, данные респондентами, неоднородны. Так, большинство респондентов полагают, что типичный посетитель политических сайтов — это мужчина *«молодого или среднего»* возраста, который имеет активную политическую позицию (*«радеет за идею»*). Вместе с тем он *«не может реализовать свою политическую активность в жизни»* и *«ему необходимо хоть как-то убить время»*, он может быть членом партии или не иметь выраженных политических предпочтений. Такая противоречивость может быть объяснена тем, что образ типичного посетителя политических сайтов складывается у респондентов в результате взаимодействия в виртуальном пространстве, одной из главных характеристик которого является анонимность участников коммуникации, что дает возможность активного «додумывания» образа партнера по общению.

Таким образом, респонденты, имевшие четкую политическую позицию до начала опыта активного пользования и

практикующие на момент интервью разнообразные формы политической активности, в результате опыта Интернет-коммуникации не поменяли своих политических взглядов, а, напротив, использовали возможности Сети для укрепления своей позиции, в основном через участие в виртуальных сообществах, существующих вокруг форумов «своей» партии. Респонденты, не имевшие четкой политической позиции и не включенные в реальные политические процессы, используют ресурсы пространства Интернета для политического самоопределения, причем для них также характерен акцент на интерактивных возможностях Сети.

4.3. Интернет как пространство научных психологических исследований и профессиональной психологической помощи

Сеть Интернет как среда проведения исследований стала осваиваться психологами недавно. Проводимые сейчас разработки в сети Интернет относятся к достаточно широкому кругу предметных областей, однако большинство касаются преимущественно познавательных процессов. Список предметных областей исследований включает в себя: познание, мышление, психолингвистику, восприятие и ощущение, память, принятие решений, внимание, личность, социальные группы, социальное познание, социальные установки.

Как пространство научных исследований Интернет привлекателен для психологов, т. к. имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционными способами проведения исследований, а именно:

1. Экономия времени, средств, человеческих и других ресурсов. Фактор экономии ресурсов обычно является ключевым при принятии решения о проведении научного исследования в сети Интернет.

2. Возможность набрать большее число испытуемых, что обеспечивает и большую точность статистических выводов.
3. Расширение выборки по сравнению с традиционными формами, что позволяет снизить влияние культурно-специфических факторов и дает возможность с большей уверенностью обобщать результаты исследования. Иногда проведение исследования в Сети — единственный способ набрать необходимое количество испытуемых из целевой совокупности. Здесь проще найти специфическую группу испытуемых, труднодоступную в обычных условиях, в частности, исследовать маргинальные социальные группы.
4. Легкость изменения методического инструментария на этапе его разработки и апробации.
5. Приближенность экспериментальной ситуации к условиям, в которых находится испытуемый, что обеспечивает большую экологическую валидность.
6. Снижение влияния экспериментатора.
7. Возможность предоставления индивидуальной обратной связи непосредственно после прохождения тестирования, что служит дополнительным фактором привлечения респондентов.
8. Респонденты, отвечающие на те или иные психологические методики в режиме онлайн, более откровенны, что снижает искажения данных под воздействием фактора социальной желательности. Например, при опросах с использованием электронной почты выявлена меньшая потребность в одобрении, чем в традиционных исследованиях. При ответах на открытые вопросы по электронной почте испытуемые дают более подробную и развернутую информацию.
9. Появление дополнительных возможностей программного контроля за выполнением заданий. Это позволяет решить проблему неполных ответов, их формата и последовательности выполнения заданий.

Вместе с тем у психологических исследований, проводимых в сети Интернет, есть и очевидные ограничения. Они связаны, прежде всего, с такой особенностью Интернета,

как анонимность пользователя, что может привести к снижению контроля за поведением испытуемого. В связи с этим возникают две плохо контролируемые со стороны исследователя методические проблемы:

- 1) респондент может давать случайные ответы на вопросы;
- 2) есть вероятность искажения информации о себе, особенно социально-демографической.

Эти факторы создают условия для искажения всех результатов исследования. Для преодоления этого рекомендуется использовать следующие процедуры:

1. *Одновременное проведение исследований традиционными способами и в сети Интернет с последующим сравнением их результатов.*
2. *Сравнение результатов, полученных в Интернете, с теоретическими представлениями и данными других исследований.* Однако, как отмечает, например, А. Е. Жичкина, как правило, валидность Интернет-исследований оказывается высокой — большинство результатов совпадают с результатами аналогичных работ, проведенных традиционным способом. Исключение могут составить случаи исследования особенностей восприятия, когда размещение стимульного материала в Интернете сказывается на его видимых размерах. Иногда отмечается, что при проведении опроса в сети Интернет регистрируется большее количество крайних и нелогичных суждений (что, однако, не нарушает сходства результатов сетевого и традиционного тестирования). В остальных случаях результаты исследований в Интернете почти или полностью совпадают с данными, полученными традиционными способами. Иными словами, вероятность фальсификации ответов некоторыми респондентами недостаточно высока для того, чтобы значимо исказить результаты работы в целом.
3. *Неоднократное участие некоторых респондентов в одном исследовании.*

Это возможно в тех случаях, если за участие в нем полагается материальное вознаграждение или если по его данным непосредственно после выполнения заданий испытуемому предлагается дополнительная индивидуальная интерпретация результатов. Первое мотивирует человека принять повторное участие в опросе, чтобы повысить вероятность выигрыша; второе позволяет улучшить результаты тестирования, приведя их в соответствие с представлением о себе.

Чтобы избежать повторных прохождений тестирования одними и теми же испытуемыми, применяется идентификация IP-адреса компьютера, на котором работает пользователь. Однако при неадекватном применении этой идентификации в исследовании не смогут принять участие другие пользователи того же самого компьютера. Поэтому в дополнение к идентификации IP-адреса часто организуется вход в тестирующую систему по паролям. И хотя ничто не ограничивает испытуемого пройти повторную регистрацию под другим именем с использованием другого пароля, эти меры существенно снижают вероятность повторных прохождений тестирования.

Другим способом снижения вероятности повторного прохождения тестирования одним испытуемым является правильное составление инструкций. Просьбы не участвовать в исследовании больше одного раза и пожелания отнестись к исследованию серьезно существенно снижают вероятность злоупотреблений.

Недостатком проведения исследований через Интернет является также *влияние особенностей пользовательской аппаратно-программной базы* (монитор, браузер) на восприятие стимульного материала. Учитывать это особенно необходимо в тех случаях, когда сама форма предъявления материала (цвет, яркость, конфигурация, время) играет важную роль при проведении исследования.

Еще один минус исследований, которые проводятся через Интернет, — это *отсутствие возможности у испытуемого при проведении исследования в Интернете задать экспериментатору вопрос о выполнении задания*. Это может приводить к неверному

пониманию заданий и, следовательно, искажению результатов. Поэтому инструкции должны быть наиболее полными и ясными; необходимо заранее информировать испытуемого о том, сколько времени займет у него участие в исследовании.

На результаты исследований в сети Интернет могут влиять и *характеристики выборки*:

- а) выборка пользователей Интернета на данный момент четко определена, что несколько ограничивает возможности генерализации результатов исследования. Пользователи российского Интернета (по данным опроса, проведенного в марте 1999 г. Gallup Media) преимущественно люди в возрасте от 16 до 34 лет, в основном мужчины, с высшим и незаконченным высшим образованием, со средним или выше среднего уровнем дохода, жители больших городов. В выборке практически не представлены рабочие, безработные и пенсионеры;
- б) в идеальном случае размещения опроса на различных по своей аудитории сайтах в Интернете появляется возможность получения разнородной и тем самым максимально репрезентивной выборки. В случае же проведения опроса только на одном сайте без анонсирования его в других службах сети Интернет существует опасность смещения выборки, т. е. сужения ее до аудитории одного сайта. В качестве примера можно привести результаты исследования уверенности в себе, проведенного на сайте В. Ромека «Психология уверенности в себе»: средние значения по всем трем шкалам методики были значимо ниже аналогичных значений при традиционном тестировании. Это позволило предположить, что посетители данного сайта испытывают некоторые затруднения, связанные с чувством уверенности в себе. В качестве способов контроля за подобными смещениями выборки можно предложить: проведение исследования на сайте с достаточно широкой аудиторией; помещение опросника на разные сайты с разными аудиториями; баннерную рекламу (а также анонсирование исследования в других средах) про-

водящегося опроса, которая позволяет привлечь к участию в исследовании более широкий контингент испытуемых;

- в) недостатком выборки исследования в сети Интернет является и то, что в нем участвуют добровольцы, и, следовательно, она может быть нерепрезентативна по отношению к генеральной совокупности, поскольку из выборки выпадают не захотевшие безвозмездно принять участие в исследовании. Привлечение других испытуемых возможно при обещании дополнительной обратной связи (непосредственно после прохождения тестирования или через некоторое время) или материального вознаграждения (оно может выдаваться всем принявшим участие в исследовании или разыгрываться среди участников в лотерею).

Итак, характер набора испытуемых для исследования может порождать те или иные смещения выборки. Где и как лучше формировать выборку испытуемых?

К эффективным способам формирования выборки можно отнести:

- 1) помещение опросника на одном из популярных сайтов с достаточно разнородной аудиторией;
- 2) регистрацию исследования в поисковых машинах;
- 3) анонсирование исследования в телеконференциях. Оно должно быть непременно персонализированным, и если исследование проводится организацией, то от ее имени желательно выступить представителю, которому могут быть адресованы вопросы по ходу исследования;
- 4) анонсирование исследования через списки рассылки соответствующей тематики;
- 5) рассылка приглашений на участке в психологическом исследовании по электронной почте. Однако отклик на такие предложения может быть низким, поскольку в последнее время участилось количество присылаемых по электронной почте бесполезных рекламных сообщений (так называемого спама), и приглашение принять участие в исследовании может быть проигнорировано, если будет расценено как коммерческое предложение.

Ошибки, допускаемые при формировании выборки и способствующие ее низкой эффективности:

- 1) анонсирование в каналах, т. к. от пользователя требуются действия по копированию ссылки, запуску браузера, вызову web-страницы исследования. Для совершения этих действий у испытуемого должна быть достаточно высокая мотивация;
- 2) прямая рассылка приглашений принять участие в исследовании по электронной почте, которая может быть расценена как спам;
- 3) анонс в телеконференциях, тематика которых не соответствует теме опроса. Прежде чем посылать анонс об исследовании, необходимо оценить то, как он будет воспринят пользователями конкретной телеконференции;
- 4) анонс исследования в радиопередаче или телевизионной программе (с упоминанием сайта, на котором проводится исследование).

Учет вышеназванных условий позволяет представить, какой должна быть сетевая коммуникационная среда для наиболее эффективного анонсирования опроса. Средство и форму нужно выбирать такими, чтобы для испытуемого было естественным увидеть ссылку на информацию, на которую у него не было запроса, и активизировать ее.

Вопреки всем упомянутым выше ограничениям, психологические исследования в сети Интернет привлекают и будут привлекать исследователей своим удобством. В настоящее время число таких исследований невелико, однако оно очень быстро растет. Увеличение числа психологических лабораторий в Сети позволяет надеяться, что проведение психологических исследований в сети Интернет в будущем станет широко распространенным явлением.

Отдельной проблемой является *оказание психологических услуг (консультирование, психотерапия) посредством Интернет-коммуникации*. Хотя этот вопрос в максимальной степени является дискуссионным (прежде всего потому, что проведение заочных и анонимных психологических воздействий нарушает основные принципы построения психо-

терапевтических отношений в системе «психолог — клиент»), на сегодняшний день оказание подобного рода услуг через Интернет становится все более и более популярным. Свидетельством не только возрастающей популярности, но и реальной эффективности подобного рода психологической помощи является создание большой сетевой комьюнити психологов-консультантов и психотерапевтов — Международного общества психологического здоровья, чей основной программный документ приводится в прил. 5.

Образование международного общества психологического здоровья онлайн (International Society for Mental Health Online, ISMHO)¹ было одним из этапов развития «е-терапии». ISMHO — некоммерческое общество, созданное в 1997 г., чтобы осуществлять пропаганду использования и развития онлайн-связи, информационную поддержку для участников Международного общества психологического (психического) здоровья. Оно стало неофициальной профессиональной организацией для е-терапевтов, которая служит для обеспечения и организации дискуссий, где профессиональные психологи пытаются найти пути использования Интернета, чтобы организовать профессиональную психологическую помощь. ISMHO администрирует общественный форум (доступный на web-сайте) и, что наиболее важно, субсидирует группу анализа клинических случаев, которая обеспечивает новый взгляд на клинические вопросы и формы вмешательства, работающие в Интернете. ISMHO не является рекомендуемой (официальной) организацией, однако выпустила «Принципы организации психотерапии онлайн», чтобы помочь в работе и стать гидом и для клиентов, и для психотерапевтов в этой новой сфере услуг. ISMHO имеет более чем 200 активных участников во многих странах мира. Члены организации — это главным образом профессионалы, вовлеченные в психотерапевтический процесс. Но в рядах организации также присутствуют исследователи, студенты и обычные люди, которые заинтересовались психотерапией.

По материалам ISMHO отмечается, что возможно существование разных вариантов психотерапии в Интернете.

¹ См.: <http://www.ismho.org>

Это может быть онлайн-терапия, когда это общение в реальном времени. В этом случае сеанс сохраняется в привычном смысле — сеанс связи. В то же время это консультации по электронной почте, наиболее удобный на сегодняшний день способ общения. Он позволяет использовать модель коротких терапий, когда решение, как правило, достигается достаточно быстро.

Все профессиональные психотерапевты отмечают в сетевом общении редуциацию невербального компонента, без которого терапевт ограничен как в диагностике состояния пациента, так и в оказании на него влияния. Второе, может, даже существеннее — голос терапевта, его интонации, его реакции на те или иные действия клиента. Отмечается также, что консультирование, проводимое в Сети, должно быть скорее кратким, чем длительным.

К достоинствам сети Интернет как средства осуществления консультирования или психотерапии часто относят то, что общение изначально проходит в письменной форме, и уже одно это ставит клиента перед необходимостью вербализовать свою проблему. Однако очевидно, что запрос клиента, как правило, прямо не соотнесен с его проблемой. В итоге консультант или психотерапевт, лишенный возможности оценить невербальные компоненты предъявления проблемы клиентом, служащие своеобразным ее «индикатором», оказывается в неблагоприятной ситуации и может начать реагировать неэффективно. К тому же в случае возникновения негативных реакций клиента их трудно скорректировать в Интернет-коммуникации, и клиент может просто отказаться от дальнейшего взаимодействия. Возможно, в силу чисто технологических особенностей сетевого взаимодействия большинство консультантов и психотерапевтов, работающих в Интернете, придерживаются когнитивно-поведенческого варианта работы, который предполагает активную позицию терапевта в смысле ведения клиента к решаемой задаче.

К тем возможностям, которые дает Интернет для психотерапии, люди относят и групповое общение, например форум. В Сети запускаются групповые психотерапевтические процессы, чтобы группа как-то поддержала человека с запросом. Это

модель групп самопомощи, когда в основном идет информационная и эмоциональная поддержка. Этот метод терапевтичен, т. к. собираются разнообразные мнения, из которых человек может что-то выбрать. И другие эффекты, реализуемые в групповом консультировании, имеют место в сетевом групповом общении: инсталляция надежды, развенчание собственной уникальности и т. д. Другое дело, что эта модель все равно будет работать не в психотерапевтическом смысле, а в рамках самоподдержки. Определенную эффективность добавит присутствие ведущего, который будет управлять общением. К значимости Интернет-терапии, Интернет-консультирования относят также факт наличия в России низкой культуры психотерапевтической помощи, имея в виду отношение населения к подобным услугам и просто малое количество психологических центров, особенно в регионах. Возможность обратиться к удаленному специалисту позволяет преодолеть это.

Отдельным видом психологической работы в Сети является *проведение онлайн-опросов*. Укажем три важнейших тематических направления, охватываемых онлайн-опросами.

Первое — это изучение сетевого поведения и отношения пользователей Интернета к технологическим и социокультурным аспектам развития Электронной паутины, например: оценка дизайна сайтов и качества провайдерских услуг, предпочтение сайтов, время, затрачиваемое на их просмотр, регулярность и продолжительность выходов в Сеть и т. д.

Второе направление включает в себя исследование потребительских установок и поведения на различных рынках товаров и услуг. Пожалуй, опросы этой тематической ориентации образуют основной массив онлайн-опросов. Главным образом можно говорить о выявлении потребительских установок общего вида: отношения к различным видам обслуживания, представления о том, что в товарах прежде всего привлекает потенциальных потребителей, восприятия рекламы, предпочтительности брендов и т. д. Еще большее количество опросов этого тематического направления ориентировано на измерение отношения к новым видам товаров и услуг массового потребления, которые в ближай-

шее время будут предложены рынку или только что появились на нем. Это может быть новая форма страхования или новая марка стирального порошка, оборудование для стрижки травы и новая телефонная справочная линия, средство по уходу за кожей и новые принтеры. На голосование ставится все: внешний вид изделия, его упаковка и цена, качество обслуживания (время ожидания, вежливость клерков или продавцов, возможность получения необходимой информации, загрузка паркинга) в той или иной системе магазинов или банков. Особо следует сказать об изучении потребительских интересов специальных групп. Это могут быть территориальные, демографические и социокультурные группы, например молодые женщины, подростки, пенсионеры — любители путешествий, коллекционеры географических атласов, ценители курительных трубок, поклонники определенного музыкального направления, выпускники тех или иных учебных заведений и т. д. Интернет настолько мощно вошел в жизнь населения и настолько серьезно трансформировал все составляющие процесса изучения рынка и продвижения новых товаров, что специалисты уже задаются вопросом: «Не умер ли тот маркетинг, который мы знаем?»

И третье направление — изучение социальных и политических установок, в том числе электоральных предпочтений, отношения к региональным проблемам, международной политике и пр.

Организаторы опросов не только предупреждают потенциальных респондентов о конфиденциальности получаемой информации, но и стремятся выбором тем web-опросов и формулировками вопросов не породить возникновение подобных подозрений.

Создание панелей. В общем случае web-опрос базируется на двухступенчатой выборке: сначала комплектуется респондентская панель, а затем из нее случайным образом извлекается квотная выборка, репрезентирующая генеральную совокупность по контролируемым исследователями параметрам. Эта технология, естественно, не распространяется на изучение специальных групп: скажем, людей, принимаю-

щих определенное лекарство, или членов различных ассоциаций и клубов. Здесь используется одноступенчатая выборка из списков членов соответствующих структур или узкоспециализированной панели, например экспертной панели.

Относительно небольшие и маломощные исследовательские структуры используют пассивные приемы построения Сети. Они просят зарегистрироваться для участия в опросах случайных посетителей сайтов этих исследовательских компаний и сайтов их клиентов. Они также обращаются к этим волонтерам с просьбой порекомендовать (за символическую плату) своим знакомым тоже поучаствовать в опросах. Используются и другие недорогие приемы рекрутирования панели.

Более богатые и известные фирмы рекрутируют участников панели в процессе проведения личных, почтовых и телефонных интервью, а также звонят потенциальным участникам панели, используя случайные выборки телефонов. Помимо панелей общего типа, включающих в себя представителей всех групп населения, скажем, старше 16 или 18 лет, имеющих доступ к Интернету, есть панели специализированные. Респондентская панель *Music Research* ориентируется на любителей музыки, компания *Greenfield Online*, помимо 500 000-ной панели общего типа и наличия еженедельного сетевого «омнибуса» (1 000 пользователей), поддерживает панель «Мамы и дети» для изучения потребительских интересов и поведения беременных женщин и матерей маленьких детей. Исследовательская фирма *GolfTesting.com* изучает мнения о качестве оборудования для игры в гольф; их панель — это любители данного вида спорта. Международная сеть волонтеров (*IntelliQuest Technology Panel*) включает специалистов в области компьютеров и сопутствующих приборов.

Обычно перед регистрацией человеку рекомендуют ознакомиться с деятельностью исследовательской структуры и ее политикой в отношении членов панели, а затем ему предлагается «представить» себя: пол, возраст, место жительства, электронный адрес. Зарегистрировавшемуся человеку, как правило, высылается сразу или через какое-то время подтверждение, благодарность и его идентификационный код, который надо будет

указывать при опросе. Обычно код не надо запоминать, он указывается в электронном сообщении о каждом новом опросе.

Множество факторов определяют текущую численность или объем панели, а потому это величина переменная. Одни покидают панель, другие в нее входят. Численность небольших панелей, в частности специализированных или ориентирующих прежде всего на проведение онлайн-фокус-групп, — это тысячи участников. Но есть десятки и сотни тысяч человек.

Опросные документы включают в себя самые разные типы вопросов и разные типы шкал. Активность участия членов панели в каждом конкретном опросе зависит от фирмы, темы и времени проведения опроса.

Приемы повышения активности участия панелистов в опросах. Во-первых, все фирмы объясняют, что только через участие в опросе мнение человека будет услышано и учтено соответствующими институциями. Во-вторых, используются различные формы материального, в том числе денежного, стимулирования респондентов. Наиболее общим приемом является занесение имени респондента в число участников регулярных лотерей, проводимых организаторами панели. Это также могут быть сертификаты на путешествие, компьютеры и другие дорогостоящие вещи.

Не все опросы оплачиваются, но обычно онлайн-респондент знает, будет ли его участие вознаграждено и в каком размере. Чаще всего выплата денег производится через две-три недели после заполнения анкеты. Используются и другие формы материального вознаграждения: купоны, дающие скидку при приобретении товаров, фирменные майки, канцелярские принадлежности, конфеты, детские игрушки, брелоки и др.

Становление дистанционных форм психологической работы в Интернете находится в самом начале. Первые полученные результаты позволяют сделать оптимистические прогнозы по развитию различных видов психологической работы в сетевой коммуникации. Однако в связи с этим перед психологами возникает проблема теоретического осмысления и интеграции различных направлений психологии и новых технических решений для развития дистанционных форм психологической помощи.

4.4. Использование возможностей Интернета в образовании

Под использованием Интернета в образовании понимается применение различных Интернет-технологий для решения многообразных образовательных задач: обучения, изучения и управления образовательным процессом.

За последние годы в англоязычной литературе были предложены различные типологии приложений Интернета в образовании. При этом следует отметить, что с накоплением опыта использования телекоммуникационных технологий обозначились две позиции в выборе оснований для деления данной предметной области.

Весьма распространенным является технологически ориентированный подход. Так, в проведенном UNESCO в 1995 г. статистическом исследовании опыта применения электронных средств коммуникации в открытом и дистанционном образовании (по кн.: Гулевич, 2008) для сбора информации об интерактивных технологиях образовательных программ была использована следующая классификация, основанная на видах применяемых телекоммуникационных средств:

- 1) телефон;
- 2) факс;
- 3) аудиоконференция;
- 4) видеоконференция;
- 5) электронная почта;
- 6) доступ к базам данных.

При таком подходе превалирует анализ технической оснащенности образовательных учреждений и подготовленности участников образовательного процесса к использованию соответствующих технологий. Возможна и модификация такого подхода, примером чего можно считать типологии, построенные на основании уровня оснащенности образовательных учреждений или уровня навыков использования компьютерных и телекоммуникационных инструментов преподавателями и

обучающимися. Например, такова классификация Р. Groves с соавторами (Lee E.-J., 2004), что отражено в табл. 4:

Таблица 4

Средства Интернет для онлайн-обучения

Степень виртуальности (уровень навыков)	Средства Интернета
Слабая степень	Использование электронной почты или дискуссионных листов
Средняя степень	Дискуссионные листы и онлайн-материалы лекций, доставляемые через web
Сильная степень	Указанное выше плюс интерактивные web-пособия, специально созданные для онлайн-курса и взаимодействия с обучаемым (например, производство обучаемыми собственных web-страниц)
Экспертный уровень	Указанное выше плюс полностью виртуальная среда, предоставляющая участникам возможности совместной деятельности (типа MUD)

В то же время, можно выделить группу типологий приложений Интернета в образовании, в основание деления которых положены принципы, свободные от привязки к конкретным (и к тому же постоянно развивающимся) компьютерным и телекоммуникационным технологиям. Эти типологии ориентированы на анализ показателей, характеризующих решение собственно образовательных задач.

Так, иногда предлагается разделять средства Интернета по типам взаимодействия участников образовательного процесса в решении различных задач:

- 1) взаимодействие студентов и преподавателей в процессе обучения;
- 2) взаимодействие студентов и преподавателей в процессе поиска информации в Сети;
- 3) профессиональная совместная деятельность преподавателей и администрации;
- 4) студенческие совместные исследовательские проекты.

Известный исследователь приложений Интернета в области образования Р. Харрис (2003), анализируя опыт успеш-

ного конструирования и воплощения онлайн-образовательных курсов и программ, вводит понятие «деятельностная структура», под которым подразумевается модель активности участников образовательного процесса в Сети. Разделенные на три больших раздела в соответствии с видами взаимодействия, деятельностные структуры по Харрису образуют следующую типологию (табл. 5):

Таблица 5

Виды активности участников образовательного процесса в Сети

Виды взаимодействия	Деятельностные структуры
Межличностное взаимодействие	Переписка с одноклассниками; «глобальные классы»; электронные выступления; электронное наставничество (mentorship); имперсонации (impersonations)
Сбор информации	Обмен информацией; создание баз данных; электронные публикации; телеэкскурсии; совместный анализ данных
Проекты, направленные на разрешение конкретных проблем	Информационный поиск; параллельное разрешение проблем; совместное написание электронных текстов; создание сериалов; симуляторы; социальные акции

Еще один из возможных подходов к построению типологии был предложен L. Harasim, M. Raporot и развит M. Paulsen. В качестве оснований для выделения различных приложений Интернета в образовании Paulsen считает целесообразным рассматривать четыре типа коммуникации (методов коммуникации) и виды «педагогических техник», под которыми он понимает «способы достижения целей обучения». При этом каждый тип коммуникации, согласно Paulsen, поддерживается определенным классом Интернет-технологий (или CMC-devices). В сводном виде у Paulsen эта типология выглядит следующим образом (табл. 6):

Типология педагогических техник для достижения образовательных задач в учебных системах, основанных на компьютерно-опосредованных коммуникациях

Способы коммуникации	Одиночная	Один на один	Один — множество	Множество — множество
Педагогические техники	Онлайновые базы данных. Онлайновые журналы. Онлайновые приложения. Программные библиотеки. Онлайновые группы по интересам. Интернетью	Образовательные контракты. Подготовительные курсы. Интернаттура. Обучение по переписке	Лекции. Симпозиумы. Публикации	Дебаты. Симуляции, или игры. Ролевые игры. Case-studies. Дискуссионные группы. Transcript-based assignments. Мозговые штурмы. Дельфи-техника. Техника номинальных групп. Форумы. Проектные группы
Типы СМС-devices	Средства для работы с онлайновыми ресурсами	Электронная почта	Listserve, BBS и WWW	Usenet, BBS и компьютерные телеконференции

Нетрудно заметить, что последние четыре из описанных выше типологий являются совместимыми, поскольку они основываются на предпосылке о первичности образовательных задач в использовании новых компьютерных и телекоммуникационных технологий. Подобный подход и стал преобладающим в последние годы, что понятно: все-таки цели и задачи обучения должны определяться первыми, и только затем выбирать конкретные технологии для их достижения, технологически ресурсы должны соответствовать учебному плану, но не наоборот, технология должна быть слугой содержания обучения и его методических приемов, ибо очевидно, что одна и та же технология может быть использована для разных видов образовательной деятельности.

Каковы же основные формы использования новых информационных технологий в образовательном пространстве современной России?

Прежде всего, это дистанционное самообучение. Для него характерен мультимедийный подход, при котором в качестве образовательных ресурсов используются печатные материалы, аудио- и видеоматериалы, компьютерные обучающие программы, электронные журналы, интерактивные базы данных и другие учебные материалы, доставляемые по компьютерным сетям.

Так, в интерактивных базах данных систематизируются массивы данных, которые могут быть доступны через опосредованные компьютером коммуникации. Все возрастающее число таких баз данных сейчас доступно через компьютерные сети. Предоставление доступа к таким внешним базам данных с целью самообучения является наиболее простым и часто применяемым, но не единственным способом их использования в учебном процессе. На основе этих внешних баз данных могут разрабатываться локальные базы данных, ориентированные на их использование как студентами, так и преподавателями.

Все чаще в качестве источников информации при самообучении используются интерактивные журналы, которые представляют собой периодические издания, распространяющиеся среди подписчиков через компьютерные сети. Компьютерные обучающие программы представляют собой программное обеспечение, которое играет особую роль в современном образовании, поскольку может использоваться для самообучения на удаленном компьютере через компьютерную сеть. Студенты могут получить также доступ к прикладным программам в удаленных библиотеках программных продуктов. Такие прикладные программы доступны на целом ряде главных компьютеров.

Таким образом, методы самообучения получили значительное развитие на базе современных информационных технологий. Новые технологии привели к развитию множества таких методов, при которых обучаемый взаимодействует с образова-

тельными ресурсами при минимальном участии преподавателя и других обучаемых. В результате при предоставлении дистанционных образовательных услуг вузами России существенное место занимает самообучение на базе развитых с помощью разнообразных средств образовательных ресурсов.

Новые информационные технологии активно используются и при необходимости индивидуализированного дистанционного преподавания.

Педагогические методы индивидуализированного преподавания и обучения, для которых характерны взаимоотношения одного обучаемого с преподавателем или с другим обучаемым, развиваются в дистанционном образовании посредством таких технологий, как телефон, голосовая почта, электронная почта. Особенно важным является развитие теленаставничества, опосредованного компьютерными сетями.

Развитие методов индивидуализированного преподавания в дистанционном образовании позволяет существенно повысить степень интерактивности обучения, а следовательно, улучшить качество дистанционных образовательных услуг в целом. Развитие теленаставничества позволяет тем, кто обучается дистанционно, разрабатывать гибкие индивидуальные образовательные траектории, что имеет важное значение в таких секторах рынка образовательных продуктов и услуг, как корпоративное обучение, дополнительное профессиональное образование.

Поскольку для методов индивидуализированного преподавания характерна высокая трудоемкость, что не позволяет достигать эффекта масштаба предоставления дистанционных образовательных услуг, постольку эти методы играют в настоящее время, как правило, вспомогательную роль, они практически не бывают доминирующими педагогическими методами. Улучшение качества дистанционных услуг в будущем отчасти связано с потенциальным ростом доли индивидуализированных методов обучения.

Но, пожалуй, наиболее распространенным вариантом дистанционного образования в высшей школе являются лекции в режиме онлайн. Лекционное преподавание, в основе которого лежит представление преподавателем учебного материала пе-

ред обучаемыми, не играющими активной роли в коммуникации, свойственно традиционной образовательной системе, но оно получает новое развитие на базе современных информационных технологий в дистанционном образовании.

Так, лекции, записанные на аудио- или видеокассеты, читаемые по радио или телевидению, дополняются в современном образовательном процессе так называемыми «е-лекциями» (электронными лекциями), т. е. лекционным материалом, распространяемым по компьютерным сетям. Подобная лекция может представлять собой не традиционный лекционный текст, а подборку статей или выдержек из них, а также учебных материалов, которые готовят обучающихся к будущим дискуссиям.

Значение учебных теледискуссий и интенсивность их использования существенно возрастают с развитием обучающих телекоммуникационных технологий. Интерактивные взаимодействия между самими обучающимися, а не только между преподавателем и обучающимися, становятся важным источником получения знаний.

Развитие этих методов связано с проведением учебных коллективных дискуссий и конференций. Технологии аудио-, аудиографических и видеоконференций позволяют активно развивать такие методы в современном дистанционном образовании. Особую роль в учебном процессе играют компьютерные конференции, которые позволяют всем участникам дискуссии обмениваться письменными сообщениями как в синхронном, так и в асинхронном режиме, что имеет большую дидактическую ценность.

Компьютерно-опосредованные коммуникации позволяют активнее использовать такие методы обучения, как дебаты, имитационное моделирование, ролевые игры, дискуссионные группы, мозговые атаки, проектные группы и др.

Влияние компьютерно-опосредованной коммуникации на личность

5.1. Влияние Интернет-коммуникации на особенности самосознания и самопрезентации пользователя

Практически с самого начала своей недолгой истории исследования Интернет-коммуникации, осуществляясь представителями самых разных областей гуманитарного знания, в значительной степени оказались обращены к личностной проблематике, и в частности проблеме идентичности. Хотя эмпирическое освоение проблем, связанных с влиянием новых информационных технологий на процессы социального развития личности, еще только начинается (Арестова, Бабанин, Войскунский, 1996; Войскунский, 2000а; Хлебникова, 2000; Собкин, Евстигнеева, 2001; Белинская, 2002; Войскунский, Смыслова, 2003; Собкин, Войскунский, 2004 и др.), однако уже сегодня очевидны «выгоды» подобных исследований. Так, помимо опыта анализа специфической феноменологии, они определяются возможностью дополнения имеющихся данных о закономерностях протекания процессов социализации. Представляется, что в максимальной степени это касается таких вопросов, как формирование моделей поведения в неопределенных социальных ситуациях, конструирование элементов образа социального мира, закономерности формирования идентичности и стратегий самопрезентации.

Исследовательский интерес к данной проблематике имеет причины, выходящие далеко за рамки собственно пред-

метного содержания той или иной науки. С нашей точки зрения, он обусловлен характеристиками той *макрокультурной ситуации*, в которой эти исследования разворачиваются, а именно «созвучностью» самой феноменологии виртуальной реальности тому соционормативному канону человека и мира, который утверждается современной эпохой.

Так, во-первых, многократно отмечаемая анонимность «виртуального бытия» соответствует общему современному кризису рационализма, утверждению иррациональности социального бытия, утрате социальной реальностью своей определенности и устойчивости.

Во-вторых, построенное по принципу гипертекста виртуальное пространство, возможность «игры» с ролями и построения множественного «Я» во многом напоминают принципиально множественную реальность постмодерна, требующую от человека постоянных ролевых и поведенческих переключений в различных социальных ситуациях.

В-третьих, единственная реальность личности в виртуальности есть реальность самопрезентации — сегодня же в социальной реальности, как отмечается многими исследователями, «Я» как регулирующая и смыслообразующая структура нередко становится избыточным: социально необходимой остается лишь инсценировка своей индивидуальности, в результате чего личность проявляет себя лишь через «фасады Я».

В-четвертых, виртуальная реальность предлагает человеку максимум возможностей для любого рода конструирования: как СМИ — в конструировании новостей, как средство коммуникации — в конструировании образа партнера по коммуникации, как сообщество — в конструировании норм взаимодействия. В социальной реальности современное состояние неопределенности также вызывает к жизни креативного субъекта: в силу актуальной потери социальных ориентиров возрастает необходимость конструирования социальных отношений и собственной идентичности.

Подытоживая вышесказанное, можно предположить, что сегодня ситуация перехода к информационному обществу субъективно представлена в определенной «разорванности» двух разных миров: реального социального бытия и бытия виртуального. Первый, социальный, мир — несмотря на всю его постмодернистскую неопределенность — остается относительно структурированным, задавая человеку хоть какие-то рамки для самокатегоризации, ограничивая его как социальный объект (границами пола, возраста, национальности, профессиональной принадлежности и пр.). Второй же — информационный — принципиально безграничен, и, следовательно, необходимым условием существования в нем является решение задачи самоопределения, поиска идентичности. Установление в нем «границ Я», формирование идентификационных структур возможно, как представляется, двумя путями: 1) через перенос в виртуальное пространство уже известных и наработанных в социальном мире символов (пол, возраст и пр.), т. е. через виртуальную реконструкцию человеком своей социальной идентичности; 2) через осмысление человеком ценностных ориентиров своей деятельности, через формирование себя в виртуальном пространстве как активного субъекта, т. е. через виртуальную реконструкцию персональной идентичности. Решение именно этой двойной задачи и позволяет современному человеку стать субъектом не только социального, но и виртуального мира.

Какой же, согласно исследованиям, оказывается виртуальная реальность как социальная среда? Какова «обыденная реальность» виртуального мира?

Прежде всего отмечается, что он субъективно воспринимается именно как пространство, что проявляется в языке самоописаний активных пользователей (Steuer, 1992; Suler, 1996). Не говоря уже о традиционных «входе» и «выходе», пространственные метафоры при описании Интернет-коммуникации более чем типичны («путешествия», «брождения», «миры»). Часто используемый термин «киберпространство», по сути, отражает восприятие пользователями Ин-

тернета именно как пространства, т. е. некоторого места, где можно находиться, причем одной из характерных его особенностей является вневременное существование — при всей своей изменчивости виртуальное пространство существует для пользователя сугубо актуально, не имея прошлого и будущего (Носов, 1994). В силу увлеченности тем или иным видом деятельности в Сети (познавательной, игровой или коммуникативной) пользователи строят свои типы виртуального пространства, формируя в результате межличностного взаимодействия в них определенные сообщества (Бондаренко, 2004). В этом смысле для новичка виртуальная реальность выступает как система некоторых «комьюнити», обладающих своими особенностями языка, норм коммуникации и социальной иерархии участников. Не случайно большая часть феноменологических исследований Интернет-коммуникации посвящена описанию языка, норм и структуры Интернет-сообществ (Donath, 1996; Reid, Deaux, 1996; Suler, 1996; Turkle, 1996; Sempsey, 1997; Turkle, 1997). Их специфика является отражением свойств Интернет-коммуникации в целом: анонимности, физической недоступности пользователей и относительной недостаточности средств коммуникации.

Так, в результате анонимности и отсутствия невербальных средств коммуникации в Интернете нет большинства характерных для реальности норм, связанных с социальными запретами, а также практически отсутствует социальный контекст взаимодействия. Редукция коммуникативных средств делает менее точным социальное познание в Сети и затрудняет взаимопонимание, что, в свою очередь, приводит к компенсаторному созданию в виртуальных сообществах собственных выразительных средств, задавая определенную специфику языка Интернет-коммуникации («смайлики», аббревиатуры, акронимы, удвоение глаголов, частые упоминания различных аспектов телесного опыта).

Анонимность и физическая удаленность пользователей определяют и один общий эффект компьютерно-опосредо-

ванного общения: раскрепощение людей, участвующих в нем, по сравнению с обычным общением. Так, в результате сравнительных исследований было установлено, что люди в Интернет-коммуникации были более свободны в самовыражении, чем в непосредственном общении лицом к лицу (Reid, Deaux, 1996). Это раскрепощение может принимать полярные формы — от большей, чем в реальности, агрессивности до большего дружелюбия, возникновения отношений привязанности. Представляется, что оно связано с размыванием в виртуальности традиционных социальных норм, а также с чувством безопасности: так, Р. Кертис описывает сниженную дистанцию межличностного взаимодействия в компьютерно-опосредованной коммуникации как вариант хронотопа «вагонный попутчик» (Reid, Deaux, 1996).

С этой точки зрения именно анонимность и ограниченный сенсорный опыт в Интернете порождают одну из его уникальных особенностей — возможность пользователей экспериментировать с собственной идентичностью, создавая «виртуальные личности» и сетевые идентичности, которые часто отличаются от их реальных идентичностей. Отмечается, что именно возможность максимального самовыражения, вплоть до неузнаваемого самоизменения, является одной из наиболее распространенных мотиваций виртуальной коммуникации у наиболее активных ее участников (Войскунский, Смыслова, 2003). В настоящее время исследования идентичности в Интернете преимущественно содержат описания того или иного вида экспериментирования (или «игры») с идентичностью (с неизменным указанием на уникальные возможности в создании виртуальной идентичности), иногда включая попытки гипотетического объяснения этого экспериментирования и определение направлений дальнейших исследований данного явления.

Наиболее часто отмечается возможность изменения внешнего облика и соответственно «физического Я». Б. Бекер называет возможность «убежать из собственного тела» одним из главных факторов, мотивирующих участие в вирту-

альной коммуникации (Becker, 1997). В свою очередь, Э. Рейд приводит три свойства виртуальной коммуникации, влияющие на виртуальную идентичность: анонимность, дистанцированность и гибкость. В результате в виртуальности идентичность становится скорее самоопределяемой, чем предопределенной. Иными словами, с ее точки зрения, сетевая идентичность — это предельно доступная для управления и видоизменения самопрезентация. Интересно, что при этом символическая функция внешнего облика сохраняется: стандарты красоты, силы и могущества привносятся в виртуальность из культуры реального мира (Reid, Deaux, 1996).

Повсеместно отмечаемым фактом является рассогласование характеристик реальных и сетевых идентичностей. Относительно причин этого явления существует несколько мнений. Так, оно может объясняться тем, что люди не имеют возможности выразить все стороны своего многогранного «Я» в реальной коммуникации, в то время как сетевая коммуникация им такую возможность предоставляет. Однако ряд авторов (Balsamo, 1995; Turkle, 1997; Sinnirella, 1998) утверждают, что множественность и изменчивость идентичности пользователя в виртуальной коммуникации отражает множественность идентичности социального субъекта в современном мире, тем более что в качестве основной специфики конструирования виртуальной идентичности отмечается феномен существования нескольких сетевых идентичностей (Donath, 1996; Suler, 1996; Turkle, 1997 и др.).

Каковы же возможные психологические причины столь активного конструирования идентичности в виртуальной коммуникации?

На основе анализа литературы можно выделить две группы причин: *компенсаторные* (удовлетворение не удовлетворенных в реальности желаний) и *поисковые* (желание испытать новый опыт как некоторая самостоятельная ценность).

Остановимся сначала на компенсаторных причинах.

С этой точки зрения виртуальная идентичность, во-первых, может являться осуществлением идеала «Я» или, наобо-

рот, реализацией деструктивных тенденций пользователя. Так, К. Янг говорит о создании «хорошей» виртуальной личности, которая представляет собой реализацию «Я-идеала» как об одной из причин Интернет-зависимости (Young, 1998). Также виртуальная личность может создаваться с целью реализации свойственных пользователю агрессивных тенденций, нереализуемых в реальности, поскольку это социально нежелательно или небезопасно (Turkle, 1996; Young, 1998).

Во-вторых, компенсаторным же будет создание виртуальной идентичности в целях большего самоконтроля. Так, Б. Бекер рассматривает создание виртуальных личностей как выражение деструктивных желаний тех людей, которые хотят достичь некоторого контроля над своим «Я» через уничтожение собственного тела, других людей и окружающего мира (Becker, 1997).

В-третьих, в некотором смысле компенсаторным является и создание виртуальной идентичности с целью произвести определенное впечатление на окружающих. В этом случае виртуальная личность может соответствовать существующим нормам или, наоборот, противоречить им. Нормативная виртуальная личность наделяется яркими позитивными характеристиками внешности, социального статуса и т. п. Так, Э. Рейд (Reid, 1994) говорит о наделении виртуальных личностей преувеличенными атрибутами силы и красоты. По мнению Дж. Сулера, виртуальная личность — это осуществление мечты, неосуществимой в реальности, мечты о силе и могуществе или о принадлежности и понимании (Suler, 1996). В то же время виртуальная личность может отражать желание власти (Serpentelli, 1992; Suler, 1996). Например, Дж. Сулер отмечает, что создание мужчинами виртуальной личности женского пола может отражать желание власти или манипуляции, поскольку под женским именем значительно легче привлечь к себе внимание (Suler, 1996).

В свою очередь, антинормативная виртуальная личность наделяется яркими негативными характеристиками.

Как уже отмечалось, любое девиантное поведение в виртуальной коммуникации чаще всего интерпретируется как проявление тех агрессивных тенденций, которые характерны для людей в принципе и которым особенности виртуальной реальности (анонимность и физическая недоступность) просто позволяют проявиться. Однако Дж. Сулер (Suler, 1996) дает несколько другую трактовку влияния анонимности на девиантное поведение. Согласно его точке зрения, никто не хочет быть полностью анонимным — абсолютно невидимым, без имени, без идентичности или лишенным межличностного взаимодействия вообще. Новичок в виртуальном сообществе часто сталкивается с тем, что его никто не знает, никто к нему не обращается и никто не хочет его замечать. С этой позиции девиантное поведение суть один из способов реакции на анонимность, отражающий стремление человека быть замеченным, хотя бы даже в негативной форме, чем остаться абсолютно анонимным, незамеченным, невидимым, т. е. никем. Иными словами, антинормативная виртуальная личность создается с целью обратить на себя внимание окружающих.

Можно предположить, что в данном случае основой конструирования виртуальной идентичности является самоопределение через агрессию, стремление противопоставить себя существующим социальным нормам и тем самым обрести социальную идентичность, хотя бы и негативную. Последнее, впрочем, имеет свои аналоги в «обычной» реальности: согласно ряду социально-психологических и возрастнo-психологических данных, конфликт является определенной групповой нормой в подростково-юношеский период, а значительную часть пользователей составляют как раз люди этого возраста.

Однако многие исследователи виртуальной коммуникации отмечают, что основной причиной создания виртуальных личностей может стать получение некоего нового опыта как самоценное стремление. Поэтому обратимся к поисковым причинам создания виртуальной идентичности.

Характерно, что если мотивационные детерминанты создания виртуальной личности могут быть проанализированы с оценочной точки зрения, то к виртуальной личности, созданной в порыве поиска, оценочность неприменима: она предстает «не-такой-как-в-реальном-социальном-окружении», т. е. не лучше и не хуже, а просто другой. Именно в этом контексте понятие «игры с идентичностью», часто используемое при описании создания виртуальных личностей, наиболее уместно. Такая виртуальная личность не только выражает нечто уже имеющееся в личности, но может быть и стремлением испытать нечто ранее не испытанное (Жичкина, 2001; Turkle, 1996; Sempsey, 1997). В некоторой степени это похоже на период «ролевого моратория» в становлении юношеской идентичности, описанный Э. Эриксоном, когда развитие самосознания происходит через опробование себя в различных ролях, которые могут быть как «просоциальными», так и «антисоциальными», но во всех случаях источником создания данного ролевого репертуара является активность самой личности, ее стремление к самореализации и самовыражению.

Как бы подытоживая все вышесказанное, К. Янг отмечает, что создание виртуальной идентичности в целом может идти по трем стратегиям (Young, 1998):

- 1) через выражение в ней «идеального Я» субъекта, что в качестве своих психологических оснований может иметь низкую самооценку, повышенную тревожность, депрессивные состояния и т. п.;
- 2) через отражение в ней бессознательных компонентов «Я», не выражающихся в реальности из-за действия механизмов психологических защит;
- 3) через создание универсального с точки зрения норм виртуального взаимодействия «персонажа», имеющего ролевое признание в любых сетевых сообществах.

¹⁶Завершая возможные интерпретации феномена множественности виртуальной идентичности, хотелось бы заме-

тить следующее. Представляется, что с социально-психологической точки зрения специфичность виртуальной реальности состоит, во-первых, в ее высокой степени «управляемости» со стороны субъекта, а во-вторых, в осознании неограниченных возможностей коммуникативной включенности и самовыражения. Взятые в сочетании, эти две особенности не могут не провоцировать у пользователя ощущение «нейссякаемости» своего личностного ресурса. (В частности, это подтверждается такими константами Интернет-культуры, как «жизнь» и «свобода»: наличие в любой компьютерной игре множества «жизней» для участника, подчеркнутая декларация ценности свободы в различных текстовых документах Интернета и т. д.) Именно принципиальная безграничность пространства «свободы» и протяженность «жизни» заставляют участников виртуальной коммуникации максимально самопрезентироваться в них, множа идентичности, подтверждая этим свое существование.

Подводя итог, остановимся еще на одной проблеме, в той или иной степени затрагиваемой в исследованиях Интернет-коммуникации и имеющей отчетливое социально-психологическое значение, а именно проблеме возможностей и ограничений «обычного» пользователя выступать подлинным субъектом в компьютерно-опосредованной коммуникации. Иными словами, субъектность человека виртуального мира — *pro* или *contra*?

Начнем с аргументов *pro*, тем более что для исследователей Интернет-коммуникации они являются преобладающими. Как уже отмечалось, исследователи, их придерживающиеся, апеллируют прежде всего к самой феноменологии Интернет-коммуникации, связанной с максимальными возможностями в самоопределении и непосредственном самоконструировании. Ее психологический анализ в основном центрирован вокруг проблемы мотивации «игр с идентичностью» и акцентирует внимание на «поисковых» причинах создания виртуальных идентичностей, что служит одним из доказательств расширяющихся возможностей субъектности участника компьютерно-опосредованной коммуникации.

Другое обоснование позиции *pro* исходит из социальных особенностей Интернет-среды: в отличие от обычной реальности она характеризуется гораздо большей социальной неопределенностью — и в силу своей повышенной динамики, и в силу принципиальной безграничности, и в силу наличия большого разнообразия возможностей коммуникации. Соответственно, она ставит необходимым условием для пользователя решение задачи самоопределения, поиска идентичности. Заметим, что последнее возможно не только через виртуальную реконструкцию персональной идентичности или создание «виртуальной личности», но и через осмысление человеком мотивационных ориентиров своей деятельности. С этой точки зрения доказательством субъектности человека информационного мира могут служить, например, следующие эмпирические факты.

В ряде прикладных исследований отмечается, что влияние Интернет-коммуникации на личность связано не с опытом виртуального общения как такового, а с характером осознания личных целей, которым удовлетворяет компьютерно-опосредованное общение (Фриндте, Келер, 2000). Результаты других исследований также позволяют подчеркнуть в общем-то очевидный факт: активность и, соответственно, субъектность поведения человека в Сети связана с определенным характером мотивации. Преимущество в данном случае закономерно отдается познавательной мотивации в противовес собственно коммуникативной и тем более игровой (Бабаева, Войскунский, Смыслова, 2000).

Однако существует ряд обоснований и позиции *contra*, ставящей под сомнение активность человека как субъекта виртуального мира.

Первое и основное из них состоит в утверждении компенсаторного характера участия в Интернет-коммуникации. Тогда даже такие внешне активные, субъектные формы поведения в ней, как создание «виртуальных личностей», оце-

ниваются скорее как репродуктивные, нежели как креативные. Иными словами, «конструирование Я» в Интернете мыслится подчиненным тем же ограничениям, что и реальный процесс развития идентификационных структур личности.

Другое обоснование позиции *contra* ряд исследователей находит в характере определенных технологических особенностей Интернет-коммуникации, в частности ее возможной анонимности. В основе этой точки зрения лежит классический социально-психологический факт деиндивидуализации поведения человека (и, следовательно, снижения его субъектности) в условиях анонимного взаимодействия: согласно традиционной модели деиндивидуализации анонимность снижает уровень самосознания, «размывает» «Я», следовательно, снижает и самоконтроль, приводя к импульсивному, произвольному поведению.

Интересной попыткой его проверки в условиях компьютерно-опосредованной коммуникации являются экспериментальные работы Р. Спирса и Т. Постмеса (Spears, Lea, 1992; Postmes, Spears, 1998). Оказалось, что в этих условиях человек не теряет чувства «Я» вообще (согласно классической точке зрения на деиндивидуализацию), а переходит от персонального уровня идентификации к социальному. На уровне поведения это проявляется в повышенном стремлении ориентироваться на групповые нормы, а при отсутствии их явного обозначения — на социальные нормы более высокого уровня общности. Очевидно, что такое конвенциональное взаимодействие значительно ограничивает возможности субъектного самовыражения его участников. На основе серии экспериментов, посвященных многим проблемам — влиянию анонимности на поляризацию мнений в процессе принятия группового решения, влиянию заранее заданных норм на социальное поведение в условиях анонимности и др., — авторами была предложена альтернативная модель феномена деиндивидуализации, во многом основанная на теории социальной идентичности А. Тэшфела и названная SIDE (Social Identity model of Deindividuation

Effect) — социально-идентификационная модель деиндивидуализации. Ее основной тезис состоит в том, что анонимность приводит не к размыванию «Я» вообще и не к потере самоконтроля, она делает более выпуклой социальную идентичность и актуализирует конвенциональное, ролевое поведение, регулируемое социальными нормами.

Проведенное нами на подростковой выборке активных пользователей эмпирическое исследование подтвердило больший вес поисковых мотиваций при формировании виртуальных самопрезентаций, нежели каких-либо других. Так, было показано, что влияние опыта Интернет-коммуникации как модельной ситуации неопределенности отражается в характеристиках персональной и социальной идентичности пользователей. Влияние на персональную идентичность связано с исходным наличием в структуре «Я-концепции» пользователей большого количества социорольевых самоописаний, высокой самооценкой и удовлетворенностью реальным общением. Виртуальные идентичности таких пользователей не являются ни попыткой реализации «идеального Я», ни компенсаторными стремлениями в отношении «Я-реального», а создаются в силу «поисковой» мотивации, стремления испытать новый опыт. Влияние на социальную идентичность связано с большей исходной выраженностью в «Я-концепции» пользователей чисто психологических самоописаний, а также с низкой удовлетворенностью общением в реальности. Создание виртуальных идентичностей в этом случае отражает попытки реализации «идеального Я» и направляется компенсаторными причинами. Также может наблюдаться отсутствие влияния опыта Интернет-коммуникации на идентификационные структуры пользователей. В этом случае характерно исходное наличие в представлениях о себе конкретных социорольевых самоописаний группового уровня относительно низкой самооценки и высокой удовлетворенности реальным общением.

5.2. Негативное влияние компьютерно-опосредованной коммуникации на личность: проблема Интернет-аддикции

Несмотря на достаточно недолгую историю своего изучения, пожалуй, не существует другого вида аддикции, которая собирала бы столь разнообразную палитру мнений. Возможно, именно благодаря этому разнообразию на сегодняшний день Интернет-аддикция повсеместно определяется как психическое расстройство, навязчивое желание подключиться к Интернету и болезненная неспособность вовремя отключиться от него. Хотя Интернет-зависимость является широко обсуждаемым вопросом в среде и психологов, и психиатров, ее статус пока находится на неофициальном уровне: данное расстройство, несмотря на множественные дебаты по данному поводу, так и не включено до сих пор в официальную классификацию психических заболеваний DSM-V. Одним из весомых оснований для отказа от этого включения выступило соображение о том, что зависимость в медицинском смысле определяется как навязчивая потребность в использовании привычного вещества, сопровождающаяся ростом толерантности к нему и выраженными физиологическими и психологическими симптомами. Но в случае с Интернет-зависимостью никакого «привычного вещества» в прямом смысле слова не существует. Поэтому характер зависимости иной: физический ее компонент полностью отсутствует, а психологический проявляется очень ярко. Таким образом, Интернет-зависимость определяют как поведенческую, нехимическую зависимость — навязчивую потребность в использовании Интернета, сопровождающуюся социальной дезадаптацией и выраженными психологическими симптомами. В ряде случаев проводятся аналогии с другими видами поведенческих нехимических зависимостей, например со склонностью к азартным играм.

Сам термин «Интернет-зависимость» предложил доктор Айвен Голдберг в 1995 г. для описания патологической, непреодолимой тяги к использованию Интернета. С его точки зрения, диагностические критерии данного расстройства в целом соответствуют критериям DSM-IV для нехимических зависимостей, а именно:

1. Использование компьютера вызывает дистресс.
2. Использование компьютера причиняет ущерб физическому, психологическому, межличностному, семейному, экономическому или социальному статусу.

Голдберг характеризует данный вид зависимости как оказывающий пагубное воздействие на бытовую, учебную, социальную, рабочую, семейную, финансовую и психологическую сферы деятельности.

Однако еще до работы Голдберга, в 1994 г., началось обсуждение данного феномена, благодаря тому что американский профессор психологии Питсбургского университета в Брэтфорде (США) Кимберли Янг (Kimberly S. Young) разработала и поместила на своем web-сайте специальный опросник. Согласно этому исследованию из 600 опрошенных мужчин и женщин в возрасте от 12 до 47 лет 78 % используют Интернет для работы, 22 % — исключительно для отдыха и развлечения. По данным К. Янг, распространенность Интернет-зависимости на тот момент времени составляла около 1—5 % от общего числа активных пользователей. В последующие годы изучение нового вида аддикции продолжилось очень активно, что выразилось как в увеличении числа публикаций по данной проблематике, так и в создании специализированных научно-исследовательских и психотерапевтических центров. Например, в 1997—1999 гг. были созданы исследовательские и консультативно-психотерапевтические web-службы по проблематике Интернет-аддикции, а в 1998—1999 гг. опубликованы первые монографии по данной проблеме (К. Янг, Д. Гринфилд, К. Сурратт). Автор известной книги «Пойманные в Сеть» («Caught in the Net»), переведенной на многие языки, Кимберли Янг сейчас считается веду-

щим специалистом в изучении Интернет-зависимости. Она также является основателем первого Центра помощи людям, страдающим Интернет-зависимостью (Center for On-Line Addiction). Центр, созданный в 1995 г., консультирует психиатрические клиники, образовательные заведения и корпорации, которые сталкиваются со злоупотреблением Интернетом. Центр свободно распространяет информацию и методики по освобождению от Интернет-зависимости.

В России данный феномен начинает изучаться примерно в то же время, что и на Западе (с опозданием всего лишь на два-три года), но в основном психологами. Отдельный интерес представляют работы психиатра В. Буровой, которая первой из российских врачей начала серьезно изучать данное явление, адаптировав опросник К. Янг на русскоязычной выборке.

Данные о степени распространенности Интернет-аддикции существенно расходятся: по различным исследованиям, Интернет-зависимыми сегодня являются от 2 до 10 % пользователей во всем мире. Российские психиатры считают, что сейчас в нашей стране таковых 4—6 %. Подобные расхождения имеют, как представляется, несколько причин: во-первых, различия в понимании самих критериев данного вида зависимости; во-вторых, соответствующие различия в характере методического инструментария для ее выявления; в-третьих, сегодня все чаще говорят о существовании достаточно различных вариантов компьютерной зависимости. К ним относят как минимум зависимость от компьютерных игр, зависимость собственно от Интернет-коммуникации, специфические формы аддикции (в частности, хакерство и склонность к виртуальному сексу). Однако, несмотря на отсутствие официального признания проблемы и существенные расхождения в содержательных ее трактовках, Интернет-зависимость уже принимается в расчет во многих странах мира. Например, в Финляндии молодым людям с этой формой аддикции предоставляют отсрочку от армии.

С точки зрения социально-демографических характеристик пользователей, склонных к Интернет-аддикции, отмечается, что более подвержены ей гуманитарии и люди, не имеющие высшего образования, нежели специалисты по компью-

терным сетям. Среди подверженных зависимости преобладают мужчины (67 %) (однако, по данным исследования, проведенного в Великобритании, пол роли не играет). Скорее всего, это связано с тем, что в Интернете пока женщин просто в принципе меньше. Также есть данные о том, что сравнительно часто среди лиц, страдающих Интернет-зависимостью, встречаются злоупотребляющие алкоголем и патологические игроки в азартные игры. Стаж пребывания в Интернете у зависимых в среднем более двух лет, однако наблюдается значительное количество опрошенных, набирающих по тесту К. Янг «пограничное» количество баллов, со стажем менее года.

В ряде исследований были предприняты попытки определить соответствие количества компьютерных аддиктов тем или иным сервисам Сети. Выяснилось, что статистика так распределяет сетевые услуги по частоте Интернет-зависимости:

- 1) чаты — 37 %;
- 2) многопользовательские игры (MUD) — 28 %;
- 3) телеконференции — 15 %;
- 4) электронная почта — 13 %;
- 5) сайты Всемирной паутины — 7 %;
- 6) иные сетевые протоколы — 2 %.

Несмотря на известные расхождения во взглядах, значительная часть исследователей солидарны в определении того, что именно делает Интернет-общение столь притягательным. Так, к объективным причинам формирования данной зависимости относят (В. Бузова, 2009):

возможность анонимных социальных интеракций (здесь особое значение имеет чувство безопасности при осуществлении интеракций, включая использование электронной почты, чатов, ICQ и т. п.);

возможность реализации представлений, фантазий с обратной связью (в том числе возможность создавать новые «образы Я»; вербализация представлений и/или фантазий, невозможных для реализации в обычном мире, например киберсекс, ролевые игры в чатах и т. д.);

чрезвычайно широкая возможность поиска нового собеседника, удовлетворяющего практически любым критериям (здесь важно отметить, что нет необходимости удерживать внимание одного собеседника, т. к. в любой момент можно найти нового);

неограниченный доступ к информации («информационный вампиризм») (занимает последнее место в списке, т. к. в основном опасность стать зависимым от Всемирной паутины подстерегает тех, для кого компьютерные сети оказываются, чуть ли не единственным, а иногда и единственным средством общения).

Интересно, что склонные к Интернет-аддикции используют возможности электронной коммуникации иначе, нежели пользователи, к зависимости не расположенные. Так, в уже упоминавшемся исследовании К. Янг было установлено, что Интернет-независимые пользуются преимущественно теми аспектами Интернета, которые позволяют им собирать информацию и поддерживать ранее установленные знакомства. Интернет-зависимые преимущественно пользуются теми аспектами Интернета, которые позволяют им встречаться и обмениваться идеями с новыми людьми в высокоинтерактивной среде. То есть большая часть Интернет-зависимых пользуются сервисами Интернета, связанными с общением. Относительно того, какие особенности Интернета являются для них наиболее привлекательными, 86 % Интернет-зависимых назвали анонимность, 63 % — доступность, 58 % — безопасность и 37 % — простоту использования.

Критерии Интернет-аддикции

Все критерии, которые используются разными исследователями для диагностики Интернет-аддикции, как правило, выделяются на основе физических и психологических симптомов. Ниже мы приводим несколько наиболее распространенных и часто используемых признаков Интернет-аддикции.

М. Орзак выделила следующие психологические и физические симптомы, характерные для патологического использования компьютера (Patological Computer Use, PCU)¹ (Maressa Hesht Orzack, Ph. D., Web Publishing, 1996—1999).

Психологические симптомы:

хорошее самочувствие или эйфория за компьютером;
невозможность остановиться;
увеличение количества времени, проводимого за компьютером;
пренебрежение семьей и друзьями;
ощущения пустоты, депрессии, раздражения не за компьютером;
ложь работодателям или членам семьи о своей деятельности;
проблемы с работой или учебой.

Физические симптомы:

синдром карпального канала (туннельное поражение нервных стволов руки, связанное с длительным перенапряжением мышц);
сухость в глазах;
головные боли по типу мигрени;
боли в спине;
нерегулярное питание, пропуск приемов пищи;
пренебрежение личной гигиеной;
расстройства сна, изменение режима сна.

Кимберли Янг приводит **четыре симптома Интернет-зависимости:**

- 1) навязчивое желание проверить e-mail;
- 2) постоянное ожидание следующего выхода в Интернет;
- 3) жалобы окружающих на то, что человек проводит слишком много времени в Интернете;
- 4) жалобы окружающих на то, что человек тратит слишком много денег на Интернет.

¹ См.: <http://www.computeraddiction.com>

Более развернутую систему критериев Интернет-аддикции приводит Голдберг (Ivan Goldberg, MD, Web Publishing, 1996—1999). По его мнению, можно констатировать **Интернет-зависимость при наличии трех пунктов из следующих:**

- 1) количество времени, которое нужно провести в Интернете, чтобы достичь удовлетворения (иногда чувство удовольствия от общения в Сети граничит с эйфорией), заметно возрастает;
- 2) если пользователь не увеличивает количество времени, которое он проводит в Интернете, то эффект заметно снижается. Голдберг считает, что первый и второй пункты отражают возникновение такого феномена, как толерантность. Похожие признаки можно наблюдать у курящих людей, алкоголиков и наркоманов, когда для получения удовольствия необходимо постоянно увеличивать дозировку;
- 3) пользователь совершает попытки отказаться от Интернета или хотя бы меньше времени проводить в нем;
- 4) прекращение или сокращение времени, проводимого в Интернете, приводит пользователя к плохому самочувствию, которое развивается от нескольких дней до месяца и выражается двумя или более факторами:
 - эмоциональным и двигательным возбуждением;
 - тревогой;
 - навязчивыми размышлениями о том, что сейчас происходит в Интернете;
 - фантазиями и мечтами об Интернете;
 - произвольными или непроизвольными движениями пальцами, напоминающими печатание на клавиатуре.

По мнению Голдберга, такие эмоциональные изменения, происходящие с человеком, пытающимся отказаться от пребывания в Сети или сократить это время, указывают на его психологическую зависимость от Интернета и на языке психиатрии называются «синдром отказа», или «абстинентный синдром». В данном случае он сильно отличается от абстинентного синдрома курильщиков, наркоманов, алкоголиков, т. к. у них развивается не только психологическая, но и физическая зависи-

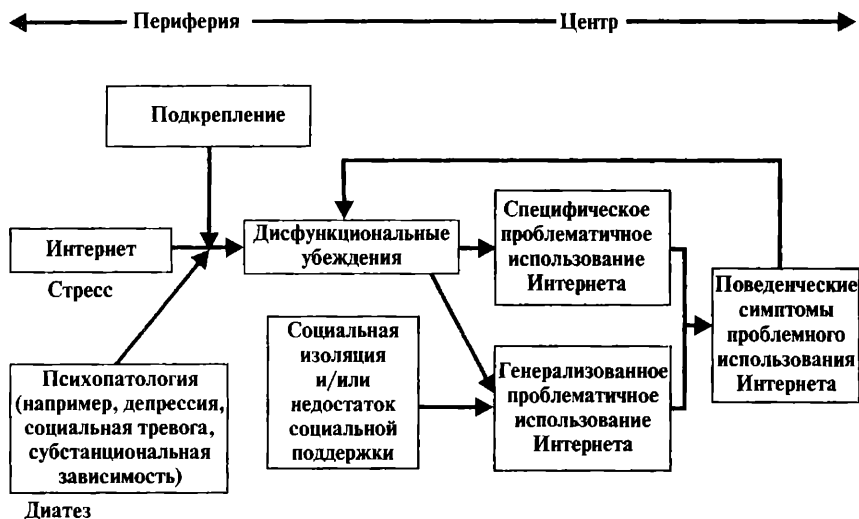
мость от вредных веществ и их отмена переживается намного тяжелее. Преимущество Интернет-аддикции — в отсутствии физиологического компонента. Синдром отмены вызывает у пользователя снижение или нарушение социальной, профессиональной или другой деятельности.

Попытки создания теоретических моделей, объясняющих механизмы формирования Интернет-аддикции, значительно более редки, нежели эмпирические исследования, констатирующие ее наличие. Наиболее интересной из них представляется «когнитивно-бихевиоральная модель феномена проблематичного использования Интернета» Р. Дэвиса и его коллег (R. A. Davis, G. L. Flett, A. Besser).

Эта теория отличается от других теорий подчеркиванием значения дисфункциональных убеждений индивидуума как главного источника патологического поведения. Принимая во внимание, что наиболее известные симптомы патологического использования Интернета (ПИИ) суть аффективные или поведенческие, Р. Дэвис обращает внимание на то, что когнитивные симптомы ПИИ могут часто предшествовать аффективным или поведенческим симптомам и являться их причиной (чаще, чем наоборот). Данная модель фокусируется на дисфункциональных убеждениях, связанных с ПИИ. Общая последовательность формирования зависимости отображена на рисунке.

В нескольких исследованиях авторов было показано, что основными видами психопатологии, связанной с Интернетом, являются депрессия, социальная тревога и субстанциональная зависимость. Когнитивно-бихевиоральная модель предполагает, что психопатология является периферическим необходимым фактором возникновения симптомов зависимости. То есть психопатология должна существовать или должна возникнуть до появления непосредственных симптомов ПИИ. Стрессор в этой модели — начало использования Интернета или других технологий, основанных на Интернете (сервисов Интернета). Пока, может быть, трудно фактически проследить за первым опытом человека в Интернете, более эмпирически доступный для проверки опыт — опыт вовлечения в использование какого-либо

сервиса Интернета. Это может быть, когда пользователь первый раз нашел порнографию в Интернете, первый раз воспользовался онлайн-аукционным сервисом, магазином или чатом. Использование этих сервисов — периферическая необходимая причина возникновения симптомов ПИИ.



Когнитивно-бихевиоральная модель ПИИ

Создатели модели отмечают, что ключевой фактор в опыте работы с Интернетом и связанными с ним сервисами — подкрепление, получаемое человеком в результате его активности. Когда он впервые пробует новые возможности Интернета, он получает подкрепление от последующей ответной реакции. Если ответная реакция позитивная, индивидуум подкрепляется на продолжение активности. Это оперантное обусловливание продолжается, пока индивидуум постоянно ищет новые сервисы для достижения сходной физиологической реакции. Также для этой модели характерно предположение о том, что ассоциативный сдвиг возникает в нормальном процессе выработки условной реакции. Согласно базовым принципам оперантного обусловливания любые стимулы, связанные с пер-

вичным обуславливающим стимулом, поддаются вторичному подкреплению. Поэтому в данной модели предполагается, что стимулы, такие как звук компьютерного соединения с онлайн-сервисами, тактильные ощущения, возникающие при печати на клавиатуре, и даже запах офиса индивидуума или того места, где он пользуется Интернетом, могут вызывать условную реакцию. Описываемая модель предполагает, что вторичное действие подкрепления действует как ситуативные указания, которые подкрепляют развитие симптомов ПИИ и способствуют поддержанию уже существующих симптомов.

Возможно, самый главный фактор когнитивно-бихевиоральной модели ПИИ — наличие дисфункциональных убеждений. Они могут быть разбиты на два подтипа: убеждения о себе и убеждения о мире. Убеждения о себе могут быть такими: «Я хорош только в Интернете», «Я ничего не стою в реальном мире, но в Интернете я что-то собой представляю» и «Вне Интернета я неудачник». Для таких пользователей характерны: неуверенность в себе, низкое саморуководство, негативная самооценка, негативный взгляд на себя самого, а Интернет используется для достижения более позитивных реакций от других безопасным способом. Когнитивные искажения о мире включают обобщение отдельных событий до мирового масштаба. Другими словами, человек может думать: «Интернет — единственное место, где меня уважают», «Никто не любит меня вне Интернета», «Интернет — мой единственный друг» или «Вне Интернета люди думают обо мне плохо». Эти искажения усиливают зависимость от Интернета и автоматически возникают всякий раз, когда появляется раздражитель, связанный с Интернетом. Поэтому сразу же после входа человека, например, в чат у него возникают автоматические мысли, связанные с подобными убеждениями. В результате может возникнуть либо специфическое ПИИ, либо генерализованное.

В своих описаниях симптомов ПИИ авторы модели практически повторяют те, которые были выделены другими исследователями, хотя в акцент ставится на когнитивных симптомах (навязчивые мысли об Интернете, сниженный контроль за им-

пульсами, неспособность прекратить пользоваться Интернетом и, особенно, чувство, что Интернет — его единственный друг). Другие симптомы ПИИ включают размышления об Интернете вне Интернета, предвкушение следующего сеанса в Интернете и трату большого количества денег как на Интернет, так и на его различные сервисы, потерю интереса к другим сторонам жизни. Дальнейшие сложности возникают, когда человек в конечном счете изолируется от реальных коммуникаций, предпочитая им виртуальное взаимодействие. Подобное поведение поддерживает замкнутый круг ПИИ, приводя в итоге к социальной изоляции и чувству вины, связанному с использованием Интернета, вызывая ложь своим друзьям и близким о количестве времени, проводимого в Сети.

5.3. Специфические виды компьютерной зависимости

Хакерство

Среди наиболее «выпуклых» вариантов влияния компьютерных технологий на личность пользователя можно назвать хакерство. Как и во многих других случаях исследования Интернет-реальности, здесь также налицо недостаток согласованности позиций исследователей и множественность используемой терминологии. Прежде всего это касается оценки хакерства как социального феномена. Заметим, что именно на примере хакерства наиболее отчетливо, на наш взгляд, можно видеть, что виртуальная реальность по многим своим параметрам является аналогом реальности социокультурной. Хакерство является не просто видом определенной чрезмерной увлеченности компьютерными технологиями, но, прежде всего, определенной субкультурой. Фактически это одно из первых виртуальных сообществ, на примере которых можно видеть спонтанное конструирование многих групповых характеристик: определенных внутригрупповых норм и правил, особого языка, своеобразной «мифологии хакерства» — иными слова-

ми, всего того, что принято называть продуктами культуры. Если добавить к этому, что деятельность хакеров имеет однозначные экономические следствия (нередко крайне разрушительного характера) для «обычной» реальности, то становится понятно, почему в отраженных оценках СМИ хакерство является одним из наиболее типичных объектов для провокации негативного отношения массового сознания к активным пользователям. Между тем в психологической литературе присутствуют гораздо менее однозначные оценки данного феномена.

Как отмечает в своей работе, специально посвященной феномену хакерства, О. М. Смыслова (2011) (заметим, что это фактически единственное серьезное психологическое исследование хакерства в нашей стране), на сегодняшний день исследователи выделяют разные аспекты этой проблемы и не существует разделяемого всеми определения хакерства. Сами хакеры в своем издании «Жаргон хакера» (в котором собрана вся история, традиции и информация о хакерах) выделяют восемь определений хакерства, которые можно расположить на своеобразном континууме — от социально одобряемых до тех, в которых четко обозначены асоциальные черты. Самое положительное определение хакера обычно включает в себя такие слова, как «энтузиаст», «специалист», «профессионал»; с самого начала и до сегодняшних дней сохранилось слово «wizard» — маг, волшебник; русские хакеры часто употребляют слово «гуру». Таким образом, в положительном аспекте хакер — это высококвалифицированный специалист, программист, энтузиаст, работающий ради самого процесса работы, стремящийся к совершенствованию своих знаний, умений (так, одним из преимуществ «хакерских» программ считается их небольшой размер — лучшей считается самая короткая и простая программа).

В то же время свои блестящие умения хакеры часто направляют на порицаемые в обществе цели — нарушение систем компьютерной безопасности, взлом программ, незаконные банковские операции и т. п. Например, по статистическим данным, банковские сети США подвергаются хакерским атакам в среднем десять раз в месяц, и при этом речь идет только о тех из

них, о которых стало известно в СМИ, т. е. существует еще неизвестный процент тех попыток взлома банковских сетей, о которых администрация предпочла умолчать. Собственно, именно этот аспект деятельности хакеров заставил ряд стран поторопиться с созданием правовой базы для оценки подобных деяний. О серьезности угрозы говорит хотя бы тот факт, что еще в 2002 г. специальный комитет ООН по организованной преступности поставил эту проблему в один ряд с терроризмом и наркобизнесом. Как отмечается, существенным фактором этой угрозы является нередко не только сам факт умножающихся хакерских атак, сколько чисто психологическая реакция на них корпоративных пользователей: анонимность, внезапность и «неуловимость» нападающих буквально парализует возможные ответные действия; так, по данным глубинных интервью, несмотря на возможную адекватность контрмер по усилению информационной безопасности, их авторы признаются в своем бессилии, потере чувства контроля за происходящим, снижении уровня целеполагания (неспособности продуцировать в ответ решения стратегического уровня) и т. д. и т. п.

Возвращаясь к тезису, что одной из ярких черт хакерства является стремление к созданию своей субкультуры, подчеркнем достаточное ценностное единство этого виртуального сообщества. Так, по оценкам О. Смысловой, среди хакеров сильны анархические убеждения, выступающие не столько политической платформой действий в реальности, сколько способом внутригрупповой солидаризации, фиксирующим позицию «мы и они», причем под «они» понимается общество в целом. Так, можно встретить следующее утверждение, что характерной чертой самосознания хакеров является принцип непринадлежности к обществу. Одним из основных общепринятых лозунгов хакеров, провозглашенных в «Жаргоне», является требование доступности любой информации для всех. А. Е. Войскунский и Ю. Д. Бабаева в этой связи отмечают, что к облику хакера добавляется что-то вроде образа Робин Гуда: хакеры возвращают «информационно обездоленным людям» информацию, делают ее общедоступной.

Заметим, что и само хакерство, и образ хакера в массовом сознании претерпели ряд изменений, которые были прямыми следствиями изменений самих компьютерных технологий. По мере того как профессия программиста превращалась во все более и более массовую, образ хакера терял известную элитарность, присущую первым поколениям хакеров, являющихся профессиональными программистами ЭВМ и работавшими до появления глобальных компьютерных сетей. Многие авторы отмечают, что раньше хакерами называли самых высоких профессионалов, своеобразных «магов» в области компьютеров, ведь до появления компьютерных сетей для совершения преступления необходимо было добраться до конкретного компьютера, получить разрешение работать за ним, найти возможность провести за ним довольно длительное время. Иными словами, можно выделить по крайней мере два периода «хакерства» — до появления персональных компьютеров и после. В литературе можно найти и более дробное разделение хакеров на группы, связанное с появлением новых технологий: больших ЭВМ, персональных компьютеров, компьютерных сетей. Как отмечает Смылова, ряд исследователей считают, что важным этапом в истории хакерства является появление так называемых фрикеров, основным занятием которых были эксперименты с телефонными сетями (в основном направленные на то, чтобы не платить за телефонные разговоры) с использованием для этого специальных устройств. В некотором смысле фриеры были предшественниками хакеров и не уступали им ни по квалификации (которая была намного выше, чем у сотрудников телефонных компаний), ни по любым другим параметрам. У фриеров были свои «средства массовой информации» (например, бюллетень ТАР (Technological Assistance Program) — программа технической помощи), — подписка на который к 1975 г. составляла более 30 тыс. чел.), специальные конференции и общества фриеров. Телефонные конференции в дальнейшем превратились в современные (электронные до-

ски объявлений — Bulletin Board System, BBS), а многие из хакеров в прошлом увлекались экспериментами с телефонными сетями. По немногочисленным свидетельствам этой эпохи хакерства, к тому же непсихологическим, а журналистским, в качестве личностных особенностей фрикеров на первый план выступали трудности в повседневном общении: «На их встречах царило угнетающее молчание: люди были слишком смущены, чтобы общаться напрямую, без телефона» (Маркоф, Хефнер, 1996. С. 18).

Нельзя не согласиться с точкой зрения, что в социально-психологическом плане важным представляется вопрос о социальной организации хакеров и об их представлении о себе как группе. Так, в различных статьях и публикациях о хакерах часто можно встретить такие слова, как «субкультура», «андерграунд» и даже «система». Некоторые авторы связывают появление субкультуры хакеров с движением хиппи, которое, «понимая свое нахождение на пороге эры мирового сообщества информатизации, видело перспективы глобального общения на основе творческой свободы выражения мыслей, идеалов, убеждений» (Войкунский, Смыслова, 2003. С. 14). В таком контексте принцип свободы информации обычно связывается с принципами именно субкультуры хиппи. Другими идеалами субкультуры хакеров являются бесплатность и доступность любой информации, недоверие к властям и осознание прогрессивной роли компьютерных технологий. Несмотря на то что сами представители «компьютерного андерграунда» в своем издании «Жаргон хакера» утверждают, что данная субкультура состоит из нескольких субкультур и не является однородной, некоторые исследователи указывают на то, что хакерство представляет собой контркультуру, противостоящую официальному обществу. Необходимо заметить, что для этого есть основания. Так, в 1996 г. в ответ на принятие в США Акта о реформе телекоммуникаций 1996 г. Дж. П. Барлоу, один из основателей организации по защите прав граждан Сети, опубликовал Декларацию Независимости Киберпространства. В ней автор

утверждает независимость социального и информационного пространства от государства и правительства и тех законов, которые они «пытаются навязать» в Киберпространстве. Автор противопоставляет материальный мир, в котором признается частная собственность, информационному пространству, которое состоит из «взаимодействий, отношений и самой мысли», в котором «мы формируем наш собственный Общественный Договор».

Как повсеместно отмечается, одним из доказательств существования хакерства как особенной субкультуры является склонность данного сообщества к саморефлексии, закрепляемой текстуально. На сегодняшний день существует достаточно обширная литература по проблемам хакерства, созданная самими хакерами.

Сами хакеры определяют себя по-разному, хотя можно отметить несколько общих определений: хакер как взломщик чужих программ, как талантливый, увлеченный программист, и т. д. Самый авторитетный источник в вопросе о хакерах — сборник «Жаргон хакера», который из года в год редактируется и дополняется самими хакерами. Авторы «Жаргона» подчеркивают, в нем собраны представления нескольких субкультур, которые, несмотря на это, осознаются как опыт и история всех хакеров. В этой культуре есть свои собственные мифы, герои, юмор, табу и представления о будущем. Хакеры как группа представляют собой творческих людей, выражающих себя через отрицание ценностей большинства. Отмечается, что эта культура очень богата традициями.

Большое внимание (что неудивительно исходя из самого названия) в «Жаргоне хакера» уделено стилю общения хакеров. Авторы приводят несколько определений хакеров, в которых представлен весь диапазон представлений о них. Хакер — это и «энтузиаст, исследователь компьютеров», и «специалист в какой-то одной программе», и взломщик, использующий чужую программу для своих личных целей. Однако акцент все же сделан на «положительных» чертах хакеров: чаще они определяются через интерес, знание компью-

терных систем. В «Жаргоне хакера» обсуждаются также и вопросы ценностей и норм. Так, одно из определений хакерства звучит как «следование хакерской этике». У этики хакеров есть два значения. Первое: декларация свободы информации; подчеркивается, что любая информация должна распространяться свободно, быть доступной всем. Второе определение касается взлома программ: в нем нет ничего аморального. Авторы признают тот факт, что большинство хакеров принимают первое определение этики, часть принимают и второе. Общепризнанным является мнение о том, что все хакеры должны свободно обмениваться информацией.

Как отмечает О. Смыслова (Войскунский, Смыслова, 2003), в других публикациях, принадлежащих перу хакеров, можно найти и указания на новые тенденции в хакерской субкультуре. Во-первых, сами хакеры обратили внимание на то, что СМИ создают в обществе стереотип хакера как асоциального субъекта, который ломает защиты на компьютерах и программных продуктах, создает вирусы, портящие информацию. Для того чтобы развесть эти явления, у хакеров существует разделение на хакеров и крэкеров. «Хакеры создают вещи, а крэкеры их ломают», — утверждают сами хакеры. Здесь же можно найти и указание на то, что в последнее время появилась своеобразная «мода на хакеров», отражающая повышение престижности принадлежности к данной социальной группе, в результате чего многие начинающие пользователи, увлеченные программированием, используют слово «хакер» как самоназвание для повышения своего виртуального статуса. Во многом это связано с тем, что сегодня хакинг становится доступным и людям, не имеющим специального образования, в силу того что часть программного обеспечения выкладывается на просторах Сети, а также существует целый ряд специализированных электронных изданий, которые могут служить своего рода пособием для начинающих хакеров.

По оценкам О. Смысловой (напомним, что ее исследование датировано 2000 г., а после этого в отечественной психо-

логической литературе фактически отсутствуют системные описания данного феномена), сегодня, наряду с тем что в субкультуру хакеров вливаются новые поколения, среди старшего поколения хакеров можно наметить различные тенденции. Часть хакеров старшего возраста работают в научных центрах и лабораториях, изредка позволяя себе вспомнить прошлое, как правило сталкиваясь с хакерскими атаками более младших коллег по виртуальному сообществу. Они, вполне успешно «вписавшись» в социальную реальность, покидая андерграунд, примыкают к ряду белых воротничков в компьютерных технологиях. Другая часть хакеров остаются «невидимками компьютерного андерграунда», фактически не имея социальной жизни. Но большая часть их сегодня, по-видимому, в значительной степени используют данное самоопределение лишь для демонстрации своим сетевым партнерам определенной компетентности в области компьютерных технологий и повышения статуса в том или ином виртуальном сообществе. Возможно, именно в силу столь неоднородного состава современного хакерства сегодня одной из оценок является мысль о том, что большинство хакеров — очень яркие люди, которые просто хотят сделать что-нибудь новое и оригинальное. О. Смылова делает вывод о том, что и в восприятии самих хакеров, и в оценках некоторых зарубежных специалистов, изучающих эту проблему, в настоящий момент утверждается мнение, что для самих хакеров особую ценность представляют взаимодействие с компьютером, программным обеспечением, постоянный процесс познания, возможность обмена опытом и информацией с такими же, как они сами, специалистами. Требование свободы информации в этой трактовке приобретает особый смысл — как требование самостоятельности, компетентности, информированности, независимости от чьего-либо мнения, возможности неподчинения указаниям со стороны государственных структур. В соответствии со своей идеологией «элитарные круги» хакеров не могут отделиться от новичков, которые приходят в это информационное сообщество

во за популярностью и признанием, однако констатируют тот факт, что в новых поколениях хакеров появляются люди, ищущие общественного признания, уважения других и самоуважения, но мало интересующиеся самими информационными технологиями.

Иными словами, нетрудно видеть, что оценки хакерства как феномена имеют тенденцию выходить далеко за рамки собственно среды активных пользователей. О. Смылова справедливо отмечает, что каждая социальная группа, которая имеет дело с хакерами (СМИ, криминалистика, обычные программисты и сами хакеры), принимает те определения и оценки данного феномена, которые так или иначе согласуются с ее собственной социальной позицией. Например, отношение или определение хакеров обычно зависит от того, приходилось ли испытывать автору публикации последствия их работы (сталкивался ли он с компьютерными вирусами, терял ли важную информацию). Таким образом, в обзоре литературы важно каждый раз обращать особое внимание на источники информации и исключительность некоторых случаев, которые авторы описывают как яркие примеры хакерства. На самом деле общеизвестные примеры хакерства не являются типичными; наоборот, типичный хакер — тот, о существовании которого неизвестно обществу.

Вызывает также некоторые сомнения и традиционный для печатных СМИ образ хакера как асоциального субъекта, а самого хакерства — как типичного андерграунда. Если не понимать асоциальность в охранительном смысле (как преступное несогласие с существующим правопорядком), хакеры вовсе не асоциальны в попытках заявить обществу о своем существовании и праве влиять на происходящие в мире события. Активное желание воздействовать на направление общественного развития характеризует многие течения андерграунда, и в этом плане хакеры не составляют исключение. Поэтому, в частности, они время от времени предпринимают громкие акции; по мнению Т. Джордана и П. Тейлора, хакерское сообщество не смогло бы состояться в

отрыве от СМИ: хакерам необходимо, чтобы о них было известно в довольно широких кругах. Например, в свое время в качестве протеста против бомбежек авиацией НАТО территории Югославии хакеры объявили «кибервойну» НАТО и web-сайтам, предположительно принадлежащим Министерству обороны США. Наступление на НАТО приняло две основные формы: нелегальный доступ на отдельные серверы и рассылка спама по американским серверам с целью добиться их перегрузки.

Отдельный вопрос и с социальной, и с социально-психологической точки зрения являет собой российское хакерство. По оценкам специалистов, хакерство в России имеет особую историю, связанную с последствиями железного занавеса и экономическим положением: как известно, довольно длительное время российские программисты не могли покупать «западные» программные продукты, им вынужденно приходилось их взламывать. Таким образом, складывалась ситуация своеобразного «поощрения» хакинга государством. Еще одна особенность — это нераспространенность фрикинга в России, что было связано с техническими особенностями отечественных телефонных сетей. Сегодня достаточно распространенным является отечественный вариант классификации хакеров — по способу деятельности. Здесь выделяются Software-хакеры (ломающие программное обеспечение), фрикеры (предпочитающие альтернативные способы оплаты коммуникационных услуг) и сетевые хакеры (работающие в компьютерных сетях). Среди фрикеров выделяется подгруппа кардеров — хакеров, которые зарабатывают тем, что используют чужие телефонные или банковские кредитные карточки. Так как эта деятельность требует профессиональных знаний в области радиоэлектроники и программирования микросхем, эта прослойка весьма немногочисленна. В то же время очевидно, что всех хакеров можно поделить на две группы: профессионалов, которые получают деньги за свою работу, и своеобразных «любителей».

Отдельную и до сих пор мало изученную проблему представляет собой вопрос о своеобразии личностных особенностей хакеров. Как и в случае психологических исследований влияния компьютерных технологий на личность пользователя вообще, данная проблема еще очень далека от своего решения. В значительной степени психологический анализ когнитивной, потребностно-мотивационной, эмоциональной сфер типичного хакера затруднен в силу труднодоступности данной выборки, поэтому исследования собственно психологических особенностей хакеров немногочисленны. Однако подобные попытки начали предприниматься практически одновременно с самыми первыми феноменологическими описаниями данного феномена.

Так, еще в одной из первых публикаций, затронувших проблему хакеров, в книге Дж. Вейценбаума «Возможности вычислительных машин и человеческий разум. От суждений к вычислениям» (1982). Хакеры (автор называет их «одержимыми программистами») описываются как отличные от обычных программистов. Это отличие касается мотивации работы обычного и «одержимого» программиста: если первый пишет программу ради того, чтобы решить какую-то определенную задачу (т. е. программа является средством ее решения), то «одержимый» программист пишет программу ради нее самой, только потому, что ему нравится сам процесс ее написания, тестирования и общения с компьютером. Другой особенностью «одержимого» программиста, по наблюдениям Вейценбаума, является его сходство с игроком в рулетку: при работе за компьютером у программиста присутствует элемент неопределенности, он может верить в существование особого характера у компьютера или программы. Часто у таких программистов существуют особые приметы, помогающие им «уговорить» машину работать, вера в любовь или антипатию компьютера к каким-то командам или клавишам. Третья особенность работы «одержимого» программиста состоит в том, что игра, которую разыгрывает вычислительная машина, определяется системами идей, диапазон которых ограничивается только предела-

ми воображения человека, физические границы для событий, происходящих внутри вычислительной машины на электронном и механическом уровнях, с точки зрения этой игры несущественны. Возможно, отмечает автор, этим и объясняется своеобразие их мотивации. Программист — творец миров, в которых он сам является единственным законодателем. Но миры практически любой сложности можно создавать в форме программ для вычислительных машин. Более того, определенные и построенные таким образом системы исполняют собственные запрограммированные сценарии (Вейценбаум, 1982). Итак, хотя в число личностных особенностей «одержимого программиста» входят негативные характеристики (уход от реального мира, пренебрежение результатом работы), однако его все-таки отличает прежде всего высокий профессионализм — подчеркнем, что в то время, когда Дж. Вейценбаум писал свою книгу, хакерами были знатоки программирования, у которых был своеобразный «культ» знаний компьютерных систем.

Значительный вклад в анализ личности хакера внесли и научно-популярные издания, созданные журналистами, знакомыми с данной реальностью. Наиболее интересной и подробной из них представляется книга Дж. Маркофа и К. Хефнер «Хакеры» (1996); основной целью авторов при написании этой книги была, по их словам, попытка воссоздать, основываясь на реальных фактах, картину особой культуры, которую создали компьютерщики 80-х. Она состоит из трех повестей, в которых проблема хакерства поворачивается каждый раз другой стороной. В своем повествовании авторы последовательно придерживаются хронологического принципа: первая повесть вводит читателя в проблему, рассказывая о телефонных фриках, первых компьютерах и первых разбирательствах по поводу их взлома. Вторая повесть посвящена громкому делу по поводу сотрудничества хакеров и КГБ: в ней затрагивается вопрос о том, как могут быть использованы добытые хакерами сведения (в данном случае речь идет о компьютерном шпионаже). Третья повесть больше всех приближена к настоящему времени, и проблема, ко-

торой она посвящена, наверное, больше всего волнует современного читателя. Это проблема вирусов, их жертв и их авторов. Автором одного такого вируса, ущерб от деятельности которого был оценен в 150 тыс. долл., был Роберт Моррис, которого авторы книги противопоставляют другим героям-хакерам.

Можно сказать, что книга представляет собой истории (или даже биографии) некоторых из самых известных хакеров — «героев нашего времени». Здесь можно найти истории о Кевине Митнике (классическом хакере, каким его считают авторы), о Роберте Моррисе (авторе первого компьютерного вируса) и др.

По мнению авторов книги, многие из хакеров были людьми с какими-либо недостатками, будь то излишняя полнота или нелегкое детство: разбитые семьи, наркотики и отсутствие полноценного общения и со сверстниками, и со взрослыми. Например, детство Сьюзен Сандер (единственной девушки-хакера) описывается авторами следующим образом: «Ей было лет восемь, когда она нашла утешение в телефонных разговорах» (Маркоф, Хефнер, 1996. С. 21). Ее дальнейшую судьбу можно охарактеризовать как своего рода гиперкомпенсацию: Сьюзен научилась проникать в компьютеры оборонного комплекса, была довольно популярна среди своих «коллег» и буквально упивалась своей властью (Там же. С. 22). Но, когда начались первые судебные разбирательства по поводу компьютерных преступлений, Сьюзен быстро переквалифицировалась в специалиста по компьютерной безопасности.

Полной противоположностью многим героям книги является главное действующее лицо третьей повести — Роберт Моррис. Его родители обеспечили своим детям «идиллическую, хотя и несколько причудливую жизнь» (Там же. С. 284): детей приучали к труду, чтению, телевизор недолго любили. Роберт был очень одаренным мальчиком: например, в 9 лет он читал подшивки журнала «Scientific American». Даже после того, как его перевели из 4-го класса в 6-й, он все равно продолжал опережать других учеников. Уже в детстве Роберт имел возможность общаться с другими детьми с помощью

компьютерных сетей и писал свои собственные компьютерные игры. Родители очень заботились о воспитании и обучении своих детей, поэтому Роберт получил хорошее образование. В результате он вырос очень образованным, всесторонне развитым человеком: кроме великолепного знания компьютерных наук, он «прочел все скандинавские саги и любил ходить в оперу» (Маркоф, Хефнер, 1996. С. 287); при этом телевидение его абсолютно не интересовало. Роберт, в отличие от многих хакеров, мог получать удовольствие от таких вещей, которые другим людям кажутся скучными: так, он мог «часами» читать руководство по UNIX (операционной системе). Одним из свидетельств его глубоких познаний может служить хотя бы то, что, учась на IV курсе университета, Роберт по просьбе своего отца прочел лекции по защите операционной системы UNIX в Агентстве национальной безопасности. Необходимо отметить, что Роберт оказался в андерграунде, сам того не желая, из-за одного случая, когда в результате неудавшейся шутки им был запущен вирус в компьютерную сеть Интернет; сам он не считал себя хакером. Таким образом, в этом случае наиболее ярко выступает роль познавательной мотивации в увлечении Роберта компьютерами и компьютерными сетями.

В портретах и историях хакеров в книге Дж. Маркофа и К. Хефнер, как и в других подобных произведениях, отмечаются общие черты, некоторые психологические характеристики. Например, не подлежит сомнению, что большинство хакеров обладают исключительно высоким уровнем интеллекта. Высокие познавательные способности просто необходимы хакерам, т. к. для успешного доступа на удаленные компьютеры нужны блестящие знания телефонного, компьютерного оборудования и систем. Другой общей чертой всех героев книги является настойчивость, упорство в достижении цели. Хакеры должны обладать высокими волевыми качествами, т. к. часто их деятельность требует длительных усилий, долгой, однообразной работы, без подкрепления «промежуточных» результатов.

Другой частый случай в истории хакерства — сравнение себя с литературными героями, проецирование ситуации на описанные в фантастической литературе события. Так, даже во время заседания суда некоторые из подсудимых-хакеров оправдывали свои действия тем, что чувствовали себя героями киберпанковской литературы (Маркоф, Хефнер, 1996).

Другая типичная картина в историях и биографиях хакеров — неудачный опыт взаимодействия с обществом в детстве: неполные семьи, несложившиеся отношения со сверстниками, одиночество. Многие авторы подчеркивают в своих публикациях значение такого опыта в жизни хакера, фактически решающего его судьбу. Так, Дж. Маркоф и К. Хефнер пишут о Кевине Митнике следующее: «Болезненные переживания, от которых он, одинокий и никому не нужный, мучился в детстве, привели к тому, что он стал издеваться над радиолюбителями, дурачить пользователей телефонной сети и взламывать компьютеры, — для него это был единственный способ ощутить свою силу и значительность» (Там же. С. 95). Таким образом, можно говорить о том, что увлечение информационными технологиями и «успехи» в этой области могут служить своего рода компенсацией недостаточного общения с близкими взрослыми и сверстниками, непринятия хакера в референтной группе, недостатка самоуважения.

Опираясь на анализ зарубежных источников, О. Смыслова (2000) утверждает, что, говоря о высоких интеллектуальных способностях хакеров, необходимо отметить и высокую познавательную мотивацию многих хакеров: часто хакинг совершается ради того, чтобы иметь возможность поработать на более мощном компьютере, посмотреть, как работает та или иная программа, узнать больше о том, как работают новые операционные системы или программы. Например, история появления компьютерных вирусов начинается с изобретения программы, которая позволяла программистам использовать ресурсы чужой машины, пока на ней никто не работает (Смыслова, 2000). Не меньшее значение имеет и мотивация доминирования: многие стремятся стать лучшими среди хакеров, показать другим, на что они способны.

В случаях проникновения в защищенные системы часто наблюдаются ситуации, когда хакер и системный администратор сети вступают в своего рода соревнование, пытаясь определить, кто же из них лучше знает систему.

Исследовательница отмечает, что образы хакеров, представленные в этих публикациях, во многом сходны с психологическим описанием полнезависимых субъектов, данным Г. Уиткиным, которые ориентируются при принятии решения на имеющиеся внутренние познавательные критерии, а не на внешние характеристики отображаемой ситуации. Принятие решения на основе собственных критериев — одна из самых характерных черт хакеров, описываемая в любых источниках, сюда входят собственные моральные принципы, увлеченность деятельностью, игнорирование требований социума в собственной работе, во-первых. Во-вторых, большинство хакеров предпочитают индивидуальную форму деятельности; даже те, кто имеет опыт хакинга в группе, предпочитают в основном действовать в одиночку. Холодность и неэмоциональность в общении, склонность к конфликтам, предпочтение большей физической дистанции в общении — все это довольно точное описание такой, например, яркой фигуры в истории хакерства, как Кевин Митник.

Сходство проявляется и в описании тех психологических защит, которые характерны для хакеров. Для полнезависимых людей свойственны аналитические формы защиты — рационализация, проекция. Проявления таких форм защит наглядно описаны в книге Дж. Маркофа и К. Хефнер: каждый раз, идя на не совсем законную сделку, хакеры «объясняют» себе ее значение с рациональной точки зрения. Например, продаже Советскому Союзу сведений о военных базах США было найдено объяснение как целому проекту «Эквалайзер», в котором хакеры делают все возможное, чтобы не допустить преимущества одной сверхдержавы над другой, и таким образом обеспечивают мир на Земле (Маркоф, Хефнер, 1996).

В то же время, несмотря на отмеченные выше сходные характеристики хакеров, в публикациях встречаются описания хакеров, содержащие противоречия. Например, некоторые

хакеры явно не претендуют на звание «интеллектуалов» и в то же время вполне удачно занимаются хакингом. В этом отношении можно предположить, что волевая и интеллектуальная сферы могут как бы «компенсировать» друг друга: высокий уровень познавательных способностей может обеспечить быстрое и эффективное достижение результата, а те, кто не обладает такими способностями, вынуждены «работать в лоб» (например, подбирать пароли наугад). Для этого необходимо огромное терпение и настойчивость. Например, один из хакеров, как пишут Дж. Маркоф и К. Хефнер, «не видел необходимости изучать программирование. Он мог прекрасно работать и без этого, лишь бы были нужные телефонные номера и пароли» (1996. С. 177).

Другую проблемную область представляют парадоксы коммуникативной сферы хакеров. С одной стороны, многие из них описаны как нелюдимые, застенчивые люди. С другой стороны, большинство компьютерных преступлений совершались при помощи феноменальных коммуникативных навыков: у читателя может возникнуть впечатление, что, общаясь по телефону, хакеры демонстрируют высокую коммуникативную компетентность: с успехом выдают себя то за высокого начальника, то за болтушку-секретаршу, выведывают у собеседника любые сведения о секретах фирмы, о его начальстве и о нем самом. Ярким примером такого несоответствия может служить Кевин Митник: «застенчивый и неуклюжий подросток» (Там же. С. 31) с легкостью «заговаривал зубы» сотрудникам спецслужб и охранникам. При этом хакерам совершенно неинтересны сами люди, они не соперничают своим собеседникам. Как отмечается, в качестве объяснения таких феноменальных коммуникативных навыков можно предложить механизм гиперкомпенсации (Смыслова, 2000).

Важным психологическим моментом, определяющим, по сути, существование самого предмета исследования, является непонимание хакерами последствий своих действий. Парадокс состоит в том, что, несмотря на свой высокий интеллектуальный уровень, хакеры плохо представляют себе последствия своих действий — простаивающие выключенные компьютеры,

людей, оторванных друг от друга и от своей работы. Эти последствия оказываются отгороженными от них временем и расстоянием. Часто хакеры просто не задумываются о том, что происходит на другом конце провода. Этот факт можно истолковать как инфантилизм некоторой подгруппы хакеров, безответственность. В некоторых случаях можно говорить о недостаточной сформированности моральной сферы личности. Хорошим примером этого может послужить случай, когда во время допроса судья спросил юного немецкого хакера, кто будет платить за время связи стоимостью в тысячи марок, Пенго ответил: «Не знаю, это не мои проблемы» (Маркоф, Хефнер, 1996. С. 235). В то же время в некоторых случаях можно говорить о том, что такого рода непонимание обусловлено самим «инструментом» — компьютером, компьютерными сетями. Например, о Роберте Моррисе, которого нельзя упрекнуть в недостатке образования и моральных представлений, Дж. Маркоф и К. Хефнер пишут, что он «даже не подозревал о существовании закона, который нарушил» (Там же. С. 306). Роберт очень переживал за людей, которые пострадали от его вируса, за всех пользователей сети Интернет, но не думал, что это происшествие коснется кого-либо за пределами информационного сообщества.

Заметим здесь же, что отношения хакеров с законом и рефлексия данных отношений нередко являются самостоятельным предметом исследований в этой области. Так, в книге Ю. М. Батурина «Право и политика в компьютерном круге» (1987) можно найти мнение ученых Стэнфордского университета, которые считают, что большинство хакеров — социальные аутсайдеры, которые всего лишь ищут признания своих математических талантов. Они довольствуются проникновением в чужие информационные банки, не разрушая и не похищая информацию, и в этом смысле их действия не являются осознанным преступлением, к каким бы следствиям они ни приводили. Другой исследователь, на которого ссылается Ю. М. Батурин, — Роберт Фарр, провел социологический опрос с целью выяснить побуждения людей, толкающие их на совершение компьютерных преступлений. Мотивы, которые он выделил, были следующими:

- рассчитаться с работодателем;
- попытаться стать кем-либо;
- выразить себя, проявить свое «Я»;
- получить от общества то, что оно им задолжало;
- выйти из финансовых затруднений;
- доказать свое превосходство над этими «чертовыми компьютерами».

Таким образом, мотивация хакеров, по мнению Ю. М. Батурина, не ограничивается «признанием математических талантов», она гораздо шире и, возможно, перечень мотивов, которые выделил Роберт Фарр, может быть дополнен в последующих исследованиях. И действительно, в книге упоминается и другой тип хакеров — энтузиасты, для которых работа с компьютером суть своеобразное хобби и которые не используют свои знания в преступных целях. Автор говорит об исследовательском подходе хакеров, который можно сравнить «с постановкой научного эксперимента»: ставя все новые и новые задачи, пытаясь выявить новые возможности и сферы применения компьютеров, эти программисты как бы проводят исследования в области компьютерной науки. Благодаря таким специалистам появилось множество новых компьютерных программ, да и более современные и мощные компьютеры появляются не без участия таких хакеров.

Интересно, что получаемые исследователями достаточно противоречивые результаты об особенностях мотивационно-потребностной сферы хакеров в определенной степени подтверждаются и спонтанными (и при этом выложенными в Сеть) признаниями самих хакеров. Согласно предлагаемым самими хакерами оценкам, их деятельность подчиняется не только познавательной мотивации. Хотя ее они называют чаще всего, существует еще целый ряд других мотивов, среди которых — корысть (в которой хакеров постоянно обвиняют), стремление к самоутверждению — в формулировке Р. Фарра «добиться признания своих способностей», «выра-

зить себя», «стать лучшим среди хакеров, добиться уважения», «проявить себя» (см.: Батурин, 1987).

Возможность посмотреть на события, описанные в книге Дж. Маркофа и К. Хефнер, как бы с другой стороны представляет книга Клиффорда Столла «Яйцо кукушки, или Преследуя шпиона в компьютерном лабиринте». Она написана системным администратором компьютерного центра обсерватории в Беркли, который, однажды обнаружив неполадки в системе, около пяти месяцев выслеживал хакера (Маркуса Гесса, описанного в книге «Хакеры»), который через его компьютер пытался пробраться в компьютеры Министерства обороны США. Несмотря на то что книга К. Столла посвящена в основном ходу слежки за хакером, она представляет особый интерес для изучения психологии хакеров как пример настойчивости, упорства, беспрецедентных волевых качеств автора.

Не менее интересной представляется «ответная характеристика» Дж. Маркофа и К. Хефнер, которую они дают К. Столлу на страницах своей книги «Хакеры». Авторы подчеркивают, что охота (Столла) чем-то была сродни попытке взлома, хотя бы потому, что установление факта проникновения требует огромного терпения и настойчивости (см.: Маркоф, Хефнер, 1996. С. 183). К. Столл следил за хакером в течение пяти месяцев, почти все свое время уделяя этому расследованию, оставляя на свою основную работу в обсерватории гораздо меньше времени и сил, чем того требовало начальство. Все друзья и коллеги автора отговаривали его от этой затеи, правительственные службы, чьей обязанностью является расследование такого рода случаев, не отвечали на его просьбы. Длительное время хакер представлял для К. Столла чуть ли не большую часть его жизни: автор подключил свой карманный пейджер к компьютерной сети, так что он подавал звуковой сигнал каждый раз, когда хакер подключался к сети. Таким образом, К. Столл буквально не имел ни минуты покоя: хакер поднимал его по ночам, заставлял его в любом месте в любое время суток. При этом, как подчеркивают Дж. Маркоф и К. Хефнер и сам К. Столл, в то время мно-

гие системные администраторы, встречая в своей сети хакеров, не ставили себе целью их выследить, а либо просто отключали их от сети, либо даже вступали с ними в общение, узнавая попутно о недостатках, обнаруженных хакерами в сетях (что само по себе оказывалось для них полезно).

В книге К. Столла отчетливо проступают некоторые психологические черты хакера — самого автора: во-первых, сам он работал ради идеи (свободы информации и конфиденциальности), в своей работе он во многом уподоблялся хакеру, которого ловил (его приемам, методичности). Об этом свидетельствует хотя бы то, что К. Столл начал свою слежку за хакером, обнаружив разницу между счетами в 75 центов (а обычно последствия компьютерных преступлений исчисляются миллионами долларов), при этом хакер не положил ни цента денег себе в карман. Важно отметить, что, вычисляя своего «шпиона», К. Столлу самому пришлось испробовать хакерские приемы для проверки своих гипотез.

В книге «Хакеры» Дж. Маркоф и К. Хефнер делают акцент на том, что основными мотивами такой деятельности К. Столла были желание не уронить своего достоинства и своеобразная идеология — несмотря на свой либерализм и нежелание сотрудничать с ЦРУ, АНБ и другими подобными организациями, Столл все же пошел на переговоры с ними ради того, чтобы добиться своей цели — восстановить справедливость и порядок в своей сети любым путем. Итак, можно видеть, что ведущей линией анализа личностных особенностей хакеров, как и просто активных пользователей Интернет-коммуникации, по целому ряду работ, как психологических, так и тех, которые можно отнести к научно-популярному жанру, является анализ мотивационно-потребностной сферы. При этом если рассмотреть приведенный выше и, наверное, заведомо неполный набор актуальных мотивов, побуждающих деятельность хакеров, то следует сделать вывод, что в плане направления психического развития они амбивалентны (кроме разве что мотивов стяжательства или мести). В самом деле, и познавательный мотив, и мотив самовыражения вполне могут способствовать и позитивной в социальном плане, и негативной трансформации

личности. Тем самым ряд исследователей приходят к выводу, что вне своих крайних проявлений (преступных действий) хакерство не является негативной личностной аномалией.

Примером подобной исследовательской позиции может служить уже неоднократно цитировавшееся отечественное исследование О. Смысловой (2000). На основании анализа психологических портретов и биографий хакеров, а также на основании выделения общих черт в развитии их личности и некоторых противоречий в историях и биографиях хакеров она строит своеобразную схему нескольких линий развития их мотивационной сферы (табл. 7):

Таблица 7

Мотивационная сфера хакеров

Сферы =>	Мотивационная сфера =>	Последствия
<i>Сфера интеллекта.</i> Высокий интеллектуальный потенциал, способности к программированию, работе с техническими устройствами	Высокая познавательная мотивация (желание в совершенстве знать работу системы, работать на более мощном компьютере)	Сужение интересов; инфантилизм как непонимание последствий своих действий
<i>Коммуникативная сфера.</i> Отсутствие полноценного общения в раннем и подростковом возрастах	Стремление компенсировать эти недостатки: большая выраженность коммуникативной потребности, потребность в доминировании, самоуважении	Высокие коммуникативные навыки при выборочном познании недостатков других людей, отсутствие эмпатии, эгоцентризм, своеобразные анархические концепции, декларирование свободы информации

На основании эмпирического исследования с привлечением ряда общепсихологических методик автор делает следующие итоговые выводы. Хакерство является своего рода эскапизмом, психологически такой «уход» может быть связан с высоким интеллектуальным потенциалом субъекта, который, в силу определенных (жизненных) обстоятельств, не может

найти себе достойного применения в другой сфере деятельности. Личностными причинами именно такого способа «ухода» могут служить те особенности, которые сближают хакеров с полнезависимыми субъектами. При этом существуют и определенные особенности субкультуры хакерства, которые позволяют принадлежащим к ней субъектам (вне зависимости от степени успешности их хакерской деятельности) реализовать свои потребности в поисках признания, уважения своих умений и в конечном счете самоуважения.

Зависимость от виртуального секса

В определенной степени частной формой удовлетворения потребности в поиске социальной поддержки можно считать такую форму зависимости от Интернет-общения, как чрезмерная увлеченность виртуальным сексом. На сегодняшний день существует множество вариантов сексуально окрашенного общения в Сети: это специализированные чаты и форумы, возможность нахождения партнера на сайтах знакомств с целью дальнейшего продолжения общения исключительно в режиме онлайн и т. п. По некоторым данным, формирование зависимости от виртуальной сексуальной деятельности имеет свою специфику по сравнению с собственно Интернет-зависимостью, по другим — в основе ее формирования лежит аналогичная симптоматика, а потому многочисленные опросники, направленные на ее диагностику, фактически исходят из общих представлений о компьютерной зависимости. Например, в общий опросник по диагностике Интернет-зависимости (в частности, в наиболее известный опросник К. Янг) просто добавляются вопросы, связанные с сексуальным поведением, типа: «Стали ли Вы все чаще прибегать к Интернету для завязывания эротических и сексуальных отношений?», «Приукрашиваете ли вы себя во время поисков идеального партнера для киберсекса?» и т. п. Иными словами, склонность к замещению реальных полоролевых отношений поиском виртуального сексуального партнера

рассматривается преимущественно как вариант поведенческой аддикции, как вариант новой формы деятельности, доминирующей в ущерб социальным взаимосвязям и естественным (так называемым) потребностям.

В последнее время для этого вида Интернет-зависимости появился отдельный термин — «Интернет-секс-зависимость» (Cybersexual Addiction, CSA), причем исследовательское внимание обращено к ней все более часто, нежели к просто Интернет-зависимости. Очевидно, что этот сюжет активно освещается и в традиционных СМИ: например, по оценкам (естественно, несколько утрированным) американских СМИ, распространение этого вида Интернет-аддикции приобрело размах национальной катастрофы.

По статистике, каждый пятый пользователь (речь идет об англоязычном секторе) так или иначе вовлечен в сексуальную онлайн-деятельность, причем мужчины предпочитают порносайты, а женщины — эротические чаты. Эти данные нередко расцениваются как проявление общей гендерной тенденции восприятия — визуальной или аудиальной. В отличие от обычной Интернет-зависимости, формирование которой, как уже отмечалось, не имеет (во всяком случае, по данным проведенных на сегодняшний день исследований) возрастной специфики, опасности CSA в наибольшей степени подвержены «переходные» возрасты: по статистическим данным, максимальное количество аддиктов этого рода находятся в том или ином кризисном периоде — подростковом, кризисе среднего возраста, менопаузе. В качестве возможных негативных следствий этого вида аддикции соответственно отмечают: в случае подростковой — формирование асоциального представления о сексе, в случае среднего возраста — возможность разрыва устойчивых межполовых отношений (брака), в случае возраста менопаузы — возможность развития и формирования склонности к девиантным формам секса. Отмечается, что в последней группе больше всего проблем, потому что речь идет уже о криминальных контактах в виде виртуальной педофилии и

гомосексуальности. Характерно, что поведенческие паттерны, характеризующие данный вид Интернет-аддикции, сравнительно легко «иррадиируют» в реальное поведение: в тех случаях, когда страдающий от CSA не перестает строить отношения с реальным партнером, он начинает требовать от него поведения, специфического для своих сексуальных контактов онлайн. Собственно, именно этот момент — возможность переноса виртуальных форм общения в реальность — являет собой один из наиболее дискуссионных моментов для психотерапевтической практики.

Как и в случае оценки общей Интернет-зависимости, мнения исследователей распределяются между двумя полюсами, воспроизводя общую тенденцию склонности к «крайним оценкам», как только речь заходит об этого рода зависимости. Одни говорят, что Интернет помогает человеку снять комплексы и решить сексуальные проблемы, и тогда партнер должен ему в этом помочь (речь идет, прежде всего, о садомазохистических склонностях). Другие считают, что когда пользователь переносит сформированные в процессе Интернет-коммуникации паттерны сексуального поведения на своего реального партнера, он не только ущемляет его права и интересы, но и тем самым разрушает реальную межполовую коммуникацию, основой которой является взаимное согласие и конструктивное взаимодействие. При этом, вне зависимости от характера интерпретаций, исследователи сходятся во мнении о том, что киберсекс-зависимый пользователь проявляет меньшую склонность к эмпатии, эмоциональной поддержке партнера, склонен к достаточно ригидным вариантам поведения и плохо дифференцирует собственные эмоции.

Как же оценивают сами пользователи, склонные к этому виду Интернет-зависимости, причины своего увлечения подобными отношениями?

Одной из отмечаемых в исследованиях мотиваций увлеченности сексуальными контактами посредством Интернет-коммуникации стал страх СПИДа и, соответственно, оценка киберсекса как наиболее безопасного. Наличие у себя подобных мотивов отмечают около 1/5 респондентов (пользовате-

лей чатов, форумов и сайтов соответствующей проблематики), причем это касается в равной степени как мужчин, так и женщин. Однако при условии достаточно высокого процента продолжения киберсекс-отношений в реальности возникают понятные сомнения в адекватности подобных оценок. Значительная часть пользователей, более $\frac{2}{5}$ (преимущественно мужчины в возрасте от 30 до 50 лет, т. е. находящиеся в наиболее активном возрасте), прибегают к киберсексу из-за того, что стесняются своего внешнего вида или каких-либо анатомических особенностей, реальных или мнимых. Специфически «женским» мотивом обращения к киберсексу является сопротивление социальному давлению в виде социокультурных норм и правил сексуального поведения, которые гораздо более жестки по отношению к женщинам, нежели к мужчинам. Иными словами, женщины предпочитают киберсекс «живому контакту» потому, что определенные социальные установки и требования не дают им реализовать в полной мере свои сексуальные фантазии. Есть данные, что часть пользовательниц только во время виртуального секса могут испытать полноценное сексуальное наслаждение. Как отмечается психотерапевтами, в этом факте самом по себе нет ничего особенного, вопрос касается дальнейшего, причем реального, сексуального поведения: будет ли данный виртуальный опыт перенесен в реальность или нет и в каком виде, станет ли он частью общего сексуального опыта или же останется некоторым «уникальным достижением», требующим для своего повторения специфических условий Интернет-коммуникации? Собственно, сегодня в Сети уже существуют попытки создания виртуальных психотерапевтических пространств для коррекции сексуальных проблем.

Но достаточно значимая часть увлеченных киберсексом действует вполне осознанно и использует Интернет-коммуникацию для удовлетворения тех своих потребностей, которые в реальности были бы названы патологическими. Тема «растления в Сети» (заметим, речь идет не обязательно только о детях) становится все более и более популярной при обсуждении негативных следствий воздействия Интернет-

коммуникации на личность пользователя. Так как данная проблема еще не нашла, по сути, своего окончательного юридического решения, то усилия по защите от сексуальных домогательств посредством Интернет-коммуникации предпринимаются волонтерами. Например, в англоязычном секторе существует специальный сайт («Педонадзор»), который уже несколько лет успешно отслеживает случаи сексуального домогательства к детям в Интернете. Автор сайта — независимый исследователь, 37-летняя Джулия Поси (Julie Posey), которая инициировала более 40 судебных разбирательств по обвинению в растлении малолетних.

Как уже отмечалось выше, на сегодняшний день существуют попытки выделения специальных симптомов формирующейся склонности к киберсексу, основанные на представлении об этом как о поведенческой аддикции. На их основе создаются опросники шкального типа, часть из которых доступна любому пользователю. Хотя часть из них создана сексологами, психологами и психиатрами, насколько нам известно, серьезных попыток их валидации не предпринималось. Возможно, в силу того что в среде специалистов еще не сформировалось однозначного мнения о более общей форме зависимости — собственно Интернет-аддикции. Тем не менее приведем ряд симптомов, которые используются в подобных опросниках наиболее часто. Во-первых, в качестве одного из ведущих признаков формирования подобной увлеченности справедливо отмечается мотивационный — стремление в любом варианте Интернет-коммуникации находить сексуальный интерес, все остальные варианты общения оцениваются подобным пользователем как «скучные» и, соответственно, отвергаются. Второй признак — время, которое затрачивается на поиск сексуального партнера (считается, что это как минимум 11 часов в неделю, иными словами, оно сопоставимо с минимальным временем «общей» Интернет-аддикции). Следующий признак — это предпочтение во время анонимных киберсексуальных контактов тех видов сексуального поведения, которые не свойственны пользователю в реаль-

ности. В качестве немалозначимых признаков киберсекс-зависимости выделяются нарастание сексуального возбуждения еще до выхода в Сеть, а также ложь реальным партнерам по межполовой или любой другой коммуникации. Очевидно, что последнее практически совпадает с одним из признаков общей Интернет-аддикции, хотя и может быть проинтерпретированно несколько иначе, а именно как проявление чувства стыда. Тем самым речь может идти скорее о норме, нежели о патологии, и данный признак справедливо подвергается некоторыми исследователями сомнению. Аналогично оценивается и еще один признак киберсекс-зависимости, а именно мастурбация при просмотре порносайтов. Условная грань здесь отмечается через, так сказать, взаимность, а именно происходит ли мастурбация во время онлайн-коммуникации или же только при просмотре. В последнем случае, очевидно, она оценивается как норма. Иными словами, можно утверждать, что определение критериев зависимости от виртуального секса, с одной стороны, во многом совпадает с общей логикой выделения критериев любых других видов Интернет-аддикции, а с другой — сталкивается с теми же методологическими проблемами.

Что же касается данных, касающихся социодемографических характеристик пользователей, более остальных склонных к данному виду компьютерной зависимости, то они, несмотря на начальный этап исследований и понятные расхождения в результатах, все же выступают более определенными — по большей части утверждается, что с точки зрения возраста это или мужчина около 30 лет, или женщина от 40 до 50 лет; преимущественно с достаточно высоким уровнем образования (впрочем, этот факт может быть связан с общими показателями уровня образования по выборке продвинутых пользователей); специфической особенностью является характер рабочей занятости: в случае мужчин это в основном люди, имеющие постоянную работу в сфере, не связанной с компьютерными технологиями, а в случае женщин — домохозяйки или безработ-

ные. Впрочем, как и в случае анализа этого параметра при всех остальных видах исследований влияния Интернет-коммуникации на личность пользователя, точность его определения обоснованно ставится под сомнение.

В заключение этого параграфа отметим, что, с нашей точки зрения, достаточно обоснованной представляется и позиция, согласно которой увлеченность виртуальным сексом может быть интерпретирована и как прямое следствие технологических особенностей компьютерно-опосредованной коммуникации. Мы имеем в виду такой уже не раз отмечавшийся параметр данного вида общения, как его анонимность. С этой позиции киберсекс-аддикция может быть рассмотрена как чрезмерная реакция пользователя на данный параметр коммуникации, во многом им спровоцированная. Дело в том, что, по данным известного эксперимента К. Гергена и У. Бартона, проведенного еще задолго до возникновения глобальной сети Интернет, сама ситуация анонимности имеет своим следствием увеличение числа эмоционально окрашенных коммуникаций между людьми, включающих при этом повышенное число тактильных контактов. В ходе эксперимента 1973 г. исследователи пригласили 8 незнакомых человек разного пола провести 1 час в абсолютно темной комнате. Участникам эксперимента было заявлено, что нет никаких правил, регулирующих их поведение по отношению к другим в течение этого времени, а по истечении часа их поодиночке выведут из комнаты, и никакой возможности встретиться в будущем у них не будет. Контрольная группа, сбалансированная по количеству, полу и возрасту с экспериментальной, то же количество времени находилась в освещенной комнате. Оказалось, что участники контрольной группы просто сидели и беседовали на достаточно нейтральные в эмоциональном плане темы, а в экспериментальной группе достаточно быстро возникло стремление к некоторой интимности и нежности. С точки зрения количественных параметров коммуникации они «проигрывали» контрольной группе (меньше разговаривали), но зато затрагивали гораздо больше личностно значимых тем. При этом подавляющее большинство членов экспериментальной группы (90 % участ-

ников) в ходе бесед намеренно прикасались к кому-нибудь, а половина обнимали соседей. Отмечалась также значимо большая степень удовлетворенности участников экспериментальной группы ходом исследования — по его окончании большинство отмечали свою готовность принять повторное участие в чем-либо подобном, причем бесплатно.

Исследователи интерпретировали полученные результаты, фактически апеллируя к известному в социальной психологии феномену «вагонный попугач», — ситуация анонимности (в данном случае темноты, умноженной на четкую временно-пространственную локализацию коммуникации) задавала участникам некоторый хронотоп, вызывающий к жизни определенные поведенческие паттерны. В случае компьютерно-опосредованной коммуникации ситуация, по сути, аналогичная, за исключением своих пространственно-временных характеристик (понятие пространственно-временного континуума — и в этом смысле и хронотопа — практически к ней неприменимо, но при этом наличествует другой технологический параметр: ее участники сталкиваются с известным дефицитом невербальных средств общения). Взятые вместе, они вполне могут провоцировать участников подобного взаимодействия на более эмоционально окрашенные и раскрепощенные виды коммуникации.

Например, по данным А. Е. Войскунского, согласно проведенному подсчету вербальной структуры сообщений, которыми обменивались участники сетевых многопользовательских игр (MUD) в течение 250 дней, в среднем каждые 30 секунд они продуцировали «эмоциональные» слова («улыбаться», «вздыхать», «хихикать», «целовать», «грустно», «страстно», «злобно» и т. д.), в то время как норма невербальной экспрессии в «обычной» коммуникации гораздо ниже. И хотя, как уже отмечалось ранее, повышенная эмоциональность Интернет-коммуникации вполне может не отражать реальных чувств ее участников, выполняя совсем другие функции, эти эмпирические факты вполне могут служить одним из объяснений возникновения зависимости от виртуального секса.

**Приложение 1. Рабочая программа
учебной дисциплины
«Психология
Интернет-
коммуникации»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ»
ПО ВЫБОРУ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ	«ПСИХОЛОГИЯ»
КВАЛИФИКАЦИЯ ВЫПУСКНИКА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ	«СПЕЦИАЛИСТ» «ПСИХОЛОГИЯ СЛУЖЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ	«СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ СЛУЖЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
ТРУДОЕМКОСТЬ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	2 ЗАЧЕТНЫЕ ЕДИНИЦЫ

Автор и составитель программы — доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры социальной психологии факультета психологии Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова Е. П. Белинская
Общее количество часов по дисциплине — 32 часа
Количество часов в неделю — 2 часа

I. Организационно-методический раздел

Место дисциплины в учебном плане:

- дисциплина проводится в рамках реализации программы специалитета;
- дисциплина является дисциплиной по выбору;
- дисциплина базируется на теоретических и практических знаниях, полученных студентами в процессе изучения таких предметов, как социальная психология, возрастная психология, педагогическая психология, психология общения, социальная психология личности и т. д.

Аннотация дисциплины

- 1. Целью курса** является формирование у студентов систематических представлений об основных концепциях и понятиях социально-психологического подхода к анализу информационного общества.
- 2. Задачи курса:**
 - Дать систематические знания о логике формирования социально-философских, социологических и социально-психологических подходов к анализу информационного общества; сформировать у студентов представления о принципиально междисциплинарном характере подобного анализа.
Ознакомить студентов с ведущими направлениями теоретических и эмпирических исследований в данной области знания.
Способствовать конкретизации полученных знаний в контексте современной российской ментальности.
Сформировать навыки применения полученных знаний в прикладных областях социальной и возрастной психологии.
- 3. Методическая новизна курса (новые методики, формы работы, авторские приемы в преподавании курса)**
Курс является авторской разработкой, в значительной степени основанной на научных трудах автора программы. В методическом плане предусмотрены групповые формы работы и дискуссионные методы.

4. Место курса в системе формируемых инновационных квалификаций

Профессиональное становление будущего психолога невозможно без расширения его знаний в области современных теоретических и эмпирических исследований новых общественных реалий, формирующих актуальное предметное поле социальной психологии. Курс «Психология Интернет-коммуникации» способствует формированию профессионального мышления будущего психолога, знакомит его с новейшими тенденциями в области социальной психологии, снабжает арсеналом методов научного анализа и приемами практического применения полученных знаний.

II. Содержание курса

Новизна курса

Новизна курса «Психология Интернет-коммуникации» обусловлена, прежде всего, его содержанием — на сегодняшний день в отечественной практике профессиональной подготовки психологов он не имеет аналогов. Также его научная новизна обусловлена широким использованием в нем научных разработок автора программы, отраженных в рекомендуемой литературе. Кроме того, в курсе основной акцент сделан на современных социально-философских, социологических, общепсихологических и социально-психологических исследованиях и подходах, что задает его междисциплинарность. Преимущественный упор сделан при этом на работы зарубежных авторов, известные в России лишь узкому кругу специалистов. По сравнению с немногочисленными зарубежными аналогами, ориентированными, как правило, только на освещение специфических проблем компьютерно-опосредованной коммуникации, данный курс претендует на наличие более широкой методологической рамки анализа, каковой выступает культурно-исторический подход. При этом значительный акцент делается на социально-психологических феноменах, механизмах и законо-

мерностях компьютерно-опосредованной коммуникации как содержательного психологического воплощения эпохи быстрых общественных трансформаций, что придает изучаемой области социально-психологических знаний дополнительную социальную релевантность.

Распределение часов спецкурса по темам и видам работ

№ п/п	Наименование тем и разделов	Всего часов	Аудиторные занятия (в часах)	
			лекции	практические
1	Цель, задачи курса. Представления об информационном обществе в рамках основных футурологических концепций	2	2	—
2	Современные подходы к анализу информационного общества	4	4	—
3	Технологические и психологические характеристики электронной коммуникации	2	2	—
4	Основные направления прикладных исследований Интернет-коммуникации	4	2	2
5	Интернет как новое средство традиционных социальных практик	2		2
6	Социально-психологические характеристики сетевых сообществ	4	2	2
7	Виды сетевых сообществ	2	—	2
8	Исследования различных видов деятельности человека в новой информационной среде	2	2	—
9	Личностные особенности активного участника электронной коммуникации	2	2	—
10	Особенности «Я-концепции» и социальной идентичности участников компьютерно-опосредованной коммуникации	4	2	2
11	Проблема Интернет-аддикции: подходы к анализу и практика эмпирических исследований	4	2	2
	ИТОГО:	32	20	12

Содержание программы

Тема 1. Цель, задачи курса. Представления об информационном обществе в рамках основных футурологических концепций (лекция — 2 часа)

Междисциплинарный характер современных теоретических подходов к анализу информационного общества. Специфика социально-психологического ракурса анализа проблем информационного общества. Цель, задачи и место спецкурса «Психология Интернет-коммуникации» в системе подготовки студентов-психологов.

Социально-исторические и гносеологические предпосылки актуализации исследовательского интереса к проблемам информационного общества. Общая характеристика основных футурологических концепций информационного общества. Онтологические основания теоретических представлений Д. Белла, О. Тоффлера и А. Турена.

Характеристики информационного общества: переход экономических и социальных функций от капитала к информации; уровень знаний как фактор социальной дифференциации; симбиоз социальных организаций и информационных технологий.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы по теме 1:

1. В чем состоят причины актуализации исследовательского интереса к проблемам информационного общества?
2. Охарактеризуйте предметное поле исследований информационного общества как междисциплинарное.
3. Определите сходства и различия концептуальных оснований основных футурологических подходов к анализу информационного общества.
4. Проанализируйте динамику интереса от феноменологических к функциональным моделям информационного общества.

**Тема 2. Современные подходы
к анализу информационного общества**
(лекция — 4 часа)

Изменения коммуникативных процессов как основная характеристика информационного общества. Специфика отношения к информации в современном мире. Рациональность и иррациональность человека информационной эпохи.

Социокультурный подход к анализу виртуальной реальности: возможные основания выделения и теоретические следствия. Изучение виртуальной реальности как нового ресурса социального развития личности. Изучение трансформаций социализационного процесса в информационном обществе. Изучение социальных норм и идентификационных структур в электронных сетях как основные задачи социально-психологического анализа информационного общества.

Роль новых информационных технологий в обществе радикальных социальных перемен. Особенности становления информационного общества в России. Основные направления отечественных исследований информационного общества.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы по теме 2:

1. В чем вы видите специфику отношения человека к информации в современном мире?
2. Докажите взаимосвязь особенностей информационных и коммуникативных процессов в современную эпоху.
3. Объясните основания социокультурного подхода к анализу виртуальной реальности.
4. Какие еще, с вашей точки зрения, могли быть выделены методологические подходы?
5. Каковы основные направления изменений процесса социализации в информационную эпоху?
6. В чем состоят особенности становления информационного общества в нашей стране?

**Тема 3. Технологические и психологические характеристики
электронной коммуникации**
(лекция — 2 часа)

Интернет-коммуникация как основной вид коммуникации информационного общества. Дистанцированность, анонимность и редуцирование невербальных средств коммуникации как основные технологические особенности Интернет-среды. Психологические следствия технологических особенностей компьютерно-опосредованной коммуникации.

Отношение к информации как основание социальной стратификации. Социологические и социально-психологические данные о характеристиках активных пользователей. Понятия «ядро» и «периферия» пользователей. Субъектность человека в мире информационных технологий: за и против. Компенсаторный и конструкционный характер Интернет-коммуникации.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы по теме 3:

1. Почему коммуникация в компьютерных сетях может быть рассмотрена как основной вид коммуникации информационного общества?
2. Дайте краткую характеристику основным технологическим особенностям Интернет-среды, имеющим максимальные психологические следствия для коммуникации.
3. Опишите социально-демографические характеристики «ядра» и «периферии» пользователей.
4. В чем вы видите доказательства компенсаторного и конструкционного характера Интернет-коммуникации?

**Тема 4. Основные направления прикладных исследований
Интернет-коммуникации**
(лекция — 2 часа, семинар — 2 часа)

Особенности современного этапа прикладных исследований компьютерно-опосредованной коммуникации. Меж-

дисциплинарный характер исследований Интернет-коммуникации: возможности и ограничения. Возможные основания классификации данных исследований.

Исследования основных видов деятельности человека и групп в условиях электронной коммуникации и изучение влияния новых информационных технологий на личность пользователя как основные направления прикладных социально-психологических исследований Интернет-коммуникации.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы по теме 4:

1. В чем состоят причины междисциплинарного характера современных исследований Интернет-коммуникации?
2. В чем возможности и ограничения современного этапа изучения компьютерно-опосредованной коммуникации?
3. Какие, кроме представленных в литературе к курсу, направления исследований Интернет-коммуникации вам представляется необходимым выделить? Обоснуйте свою точку зрения.
4. В чем специфика социально-психологического подхода к анализу виртуальной коммуникации?

Тема 5. Интернет как новое средство традиционных социальных практик (семинар — 2 часа)

Интернет-среда как СМИ. Трансформация основных социально-психологических особенностей СМИ в электронном виде.

Интернет как пространство политической социализации. Новые информационные технологии в процессе образования. Специфика дистанционного обучения посредством компьютерных технологий. Интернет как пространство экономической деятельности. Специфика потребления, рекламы и маркетинга в компьютерно-опосредованной коммуникации.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы по теме 5:

1. Может ли Интернет-среда рассматриваться как СМИ? Почему?
2. В чем специфика электронных СМИ по сравнению с традиционными средствами массовой коммуникации?
3. Как преобразуются традиционные способы воздействия и убеждающей коммуникации в случае электронных СМИ?
4. Охарактеризуйте основные направления компьютерно-опосредованных социальных практик с точки зрения их современного состояния и будущих возможностей.

Тема 6. Социально-психологические характеристики сетевых сообществ

(лекция — 2 часа, семинар — 2 часа)

Сетевые сообщества как виртуальная социальная сеть пользователя. Основные социально-психологические особенности сетевых сообществ.

Основные направления методологического поиска при постановке проблемы групповой динамики сетевых сообществ. Закономерности групповой динамики виртуальных сообществ. Сетевые сообщества как носители «мифологии виртуальности».

Контрольные вопросы для самостоятельной работы по теме 6:

1. Могут ли сетевые сообщества служить доказательством социальной стратификации Сети? Почему?
2. В какой степени, на ваш взгляд, существование сетевых сообществ может поддерживаться различными традиционными средствами (мифами, обычаями, ритуалами)?
3. В чем сходство и различие сетевых сообществ по сравнению с большими и малыми социальными группами?

Тема 7. Виды сетевых сообществ

(семинар — 2 часа)

Сетевые сообщества различной деятельностной ориентации: досуговой, экономической, политической, религиоз-

ной. Особенности подростково-молодежных виртуальных сообществ.

Сетевые сообщества как фактор социализации в информационном мире. Основные структурные и динамические характеристики сетевых сообществ. Трансформации традиционных критериев групповой динамики по отношению к виртуальным сообществам. Личностные особенности активного участника сетевых сообществ.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы по теме 7:

1. Охарактеризуйте возможные основания понимания сетевых сообществ как специфических малых групп.
2. В чем состоят основные методологические проблемы социально-психологического исследования сетевых сообществ?
3. Как преобразуются традиционные процессы групповой динамики при условии их протекания в виртуальных сообществах?
4. Опишите основные характеристики подростковых сетевых сообществ как агентов социализации.

***Тема 8. Исследования различных видов деятельности человека в новой информационной среде
(лекция — 2 часа)***

Познание, игра и общение как основные виды деятельности человека в компьютерно-опосредованной коммуникации. Особенности познавательных процессов активного пользователя. Хакерство как социальный феномен.

Виды игровой деятельности в Интернет-коммуникации. Особенности виртуального игрового взаимодействия. Социализационное влияние компьютерных игр.

Компьютерно-опосредованное общение: феноменология, специфика средств, возможные барьеры взаимопонимания. Содержание социального познания в компьютерно-опосредованной коммуникации.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы по теме 8:

1. Каковы возможности и ограничения деятельностного подхода в анализе виртуальной коммуникации?
2. Как могла бы быть охарактеризована роль социального контекста компьютерно-опосредованной коммуникации?
3. Опишите основные особенности познавательных процессов в условиях хакерской деятельности.
4. В чем именно может состоять социализационное влияние компьютерных многопользовательских игр?
5. Опишите по данным эмпирических исследований основные личностные особенности активных участников игрового взаимодействия в Интернете.

**Тема 9. Личностные особенности активного участника
электронной коммуникации
(лекция — 2 часа)**

Особенности мотивационно-потребностной сферы активного пользователя. Возможные теоретические подходы к изучению мотивации в компьютерно-опосредованной коммуникации. Современные эмпирические исследования мотивации пользования Интернетом.

Особенности эмоциональной и познавательной сферы активного пользователя электронной коммуникации. Зарубежные и отечественные эмпирические исследования личности активного пользователя.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы по теме 9:

1. Какие существуют специфические мотивы использования компьютерно-опосредованной коммуникации?
2. Приведите доказательства в пользу точки зрения компенсаторного подхода в анализе мотивационно-потребностной сферы активных пользователей. Какие могли бы быть возражения данному подходу?
3. Охарактеризуйте специфику эмоциональной и когнитивной сферы активного пользователя Интернет-коммуникации.

4. Каковы основные закономерности построения образа Другого в компьютерно-опосредованной коммуникации?

**Тема 10. Особенности «Я-концепции»
и социальной идентичности участников
компьютерно-опосредованной коммуникации**
(лекция — 2 часа, семинар — 2 часа)

Влияние новой информационной среды на процессы формирования и развития самосознания. Особенности конструирования человеком персональной и социальной идентичности в Интернет-коммуникации. Феномен «игр с идентичностью». Современные эмпирические исследования особенностей персональной и социальной идентичности в электронной коммуникации.

Проблема «множественной идентичности» и Интернет-коммуникация. Взаимосвязь структурно-динамических особенностей социальной идентичности личности, актуализируемых в реальности, и стилей самопрезентации в компьютерно-опосредованной коммуникации. Поддержание позитивной социальной идентичности через конструирование «виртуальной личности».

Контрольные вопросы для самостоятельной работы по теме 10:

1. В чем состоит схожесть феноменологии Интернет-самопрезентации и особенностей самокатегоризации в эпоху постмодерна?
2. Каковы, с вашей точки зрения, возможные объяснения феномена «игр с идентичностью» у активных пользователей?
3. Какие возможности создает виртуальная среда коммуникации для социально-психологических исследований идентичности?
4. Как в современных социально-психологических концепциях формирования и динамики идентификационных структур личности учитывается феноменология конструирования идентичности в Интернет-коммуникации?

Тема 11. Проблема Интернет-аддикции: подходы к анализу и практика эмпирических исследований

(лекция — 2 часа, семинар с элементами самодиагностики и групповой дискуссии — 2 часа)

Понятие Интернет-зависимости. Феноменология Интернет-зависимого поведения. Сходство и различия Интернет-аддикции с другими формами поведенческих зависимостей.

Проблема определения критериев Интернет-аддикции. Факторы и механизмы формирования данного вида поведенческой зависимости. Формы Интернет-аддикции.

Современные эмпирические исследования Интернет-зависимого поведения. Методы изучения Интернет-аддикции.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы по теме 11:

1. Охарактеризуйте возможные основания определения критериев Интернет-аддикции.
2. Определите сходства и различия Интернет-аддикции с другими формами поведенческих зависимостей.
3. Возможно ли в принципе, на ваш взгляд, выделение единых критериев для различных форм компьютерной зависимости? Обоснуйте свою точку зрения.
4. Как бы мог быть построен социально-психологический эксперимент, направленный на определение взаимосвязи Интернет-зависимости и особенностей когнитивных стилей личности?
5. Проведите диагностику уровня Интернет-аддикции с помощью различных известных вам методик на доступной выборке и объясните различия в полученных результатах.

Темы рефератов и курсовых работ

1. Влияние новых информационных технологий на личность пользователя

Литература

Бабаева, Ю. Д. Интернет: воздействие на личность / Ю. Д. Бабаева, А. Е. Войскунский, О. В. Смылова // Гуманитарные ис-

следования в Интернете / под ред. А. Е. Войскунского. — М., 2000. — С. 11—39.

Белинская, Е. П. Человек в информационном мире / Е. П. Белинская // Социальная психология в современном мире. — М., 2002. — С. 203—220.

Жичкина, А. Е. Самопрезентация в виртуальной реальности и особенности идентичности подростка — пользователя Интернета / А. Е. Жичкина, Е. П. Белинская // Образование и информационная культура. — М., 2000. — С. 431—446.

Тхостов, А. Ш. Влияние современных технологий на развитие личности и формирование патологических форм адаптации: обратная сторона социализации / А. Ш. Тхостов, К. Г. Сурнов // Психол. журн. — 2005. — Т. 26, № 6. — С. 16—24.

2. Социально-психологические проблемы Интернет-коммуникации

Литература

Арестова, О. Н. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия / О. Н. Арестова, Л. Н. Бабанин, А. Е. Войскунский // Вестн. МГУ. Сер. 14, Психология. — 1996. — № 4. — С. 14—20.

Белинская, Е. П. Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина // Образование и информационная культура. — М., 2000. — С. 395—430.

Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А. Е. Войскунского. — М., 2000.

Жичкина, А. Е. Социально-психологические аспекты виртуальной коммуникации [Электронный ресурс] / А. Е. Жичкина // Флогистон : [сайт]. — [2003]. — Режим доступа: <http://flogiston.ru>

Нестеров, В. К. вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете [Электронный ресурс] / В. Нестеров // Флогистон [сайт]. — [2004]. — Режим доступа: <http://www.flogiston.ru>

Семпси, Дж. Психонетическая психология: обзор литературы по психологическим и социальным аспектам многопользовательских сред (MUD) в киберпространстве / Дж. Семпси // Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А. Е. Войскунского. — М., 2000. — С. 77—99.

3. Сетевые сообщества: феноменология, факторы образования, механизмы групповой динамики

Литература

- Арестова, О. Н.* Региональная специфика сообщества российских пользователей сети Интернет, характеристики пользователей [Электронный ресурс] / О. Н. Арестова, Л. Н. Бабанин, А. Е. Войскунский // FOLLOW.RU : [сайт]. — [2000]. — Режим доступа: <http://www.follow.ru>
- Бондаренко, С. В.* Модель социализации пользователей в киберпространстве [Электронный ресурс] / С. В. Бондаренко. — СПб., 2003. — Режим доступа: <http://psynet.carfax.ru/texts/bondarenko7/htm>
- Кремлева, С. О.* Сетевые сообщества [Электронный ресурс] / С. О. Кремлева // PORTALUS.RU всерос. виртуал. энцикл. — М., 2005. — Режим доступа: <http://www.library.by/portalus/modules/psychology>
- Якушина, Е. В.* Подростки в Интернете: специфика информационного взаимодействия / Е. В. Якушина // Педагогика. — 2001. — № 4. — С. 55—62.

4. Деструктивное влияние новых информационных технологий на личность: проблема Интернет-зависимости

Литература

- Асмолов, А. Г.* Психологическая модель Интернет-зависимости личности / А. Г. Асмолов, Н. А. Цветкова // Мир психологии. — 2004. — № 1. — С. 179—192.
- Войскунский, А. Е.* Актуальные проблемы психологии зависимости от Интернета / А. Е. Войскунский // Психол. журн. — 2004. — Т. 25, № 1. — С. 90—100.
- Губенко, Э. В.* Психологические аспекты Интернет-аддикции : Интернет-аддикция и трудности межличностного общения [Электронный ресурс] / Э. В. Губенко. — М., 2002. — Режим доступа: <http://banderus2.nerod.ru/85181.html>
- Янг, К.* Диагноз — Интернет-зависимость / К. Янг // Мир Internet. — 2000. — № 2. — С. 24—29.

Вопросы к зачету

1. Проблема человека в футурологических работах второй половины XX столетия.

2. Характеристики информационного общества в социально-философских, социологических и социально-психологических работах 70—80-х гг.
3. Современные теоретические концепции информационного общества.
4. Основные характеристики информационного общества.
5. Изменения коммуникативного опыта человека в современном мире.
6. Проблема вхождения России в новый информационный мир.
7. Роль новых информационных технологий в обществе радикальных социальных перемен.
8. Отношение к информации как основание социальной стратификации.
9. Социализационное влияние новых информационных технологий.
10. Сетевые сообщества как социальные группы.
11. Особенности групповой динамики виртуальных сообществ.
12. Особенности статусных позиций в сетевых сообществах.
13. Особенности эмпирических исследований коммуникации в электронных сетях.
14. Технологические и психологические характеристики компьютерно-опосредованной коммуникации.
15. Виды деятельности человека в Интернет-среде: познание, общение, игра.
16. Мотивация пользования новыми информационными технологиями.
17. Влияние Интернет-коммуникации на личность пользователя.
18. Связь личностных черт с особенностями пользования Интернет-технологиями.
19. Особенности «Я-концепции» и идентичности активного пользователя.
20. Исследования социальной идентичности в среде электронной коммуникации.
21. Особенности самопрезентации в Интернет-коммуникации.

22. Негативные аспекты влияния компьютерно-опосредованной коммуникации на личность пользователя.
23. Проблема Интернет-зависимости.
24. Современные эмпирические подходы к определению критериев Интернет-зависимости.
25. Методы исследования Интернет-зависимости.

Формы промежуточного, рубежного и итогового контроля по дисциплине

Текущий контроль осуществляется в ходе оценки выполнения студентами заданий в процессе текущих аудиторных и самостоятельных занятий (ответы на вопросы, участие в групповых дискуссиях, подготовка и выполнение индивидуальных докладов и рефератов).

Рубежный контроль осуществляется четыре раза в течение освоения студентами учебной дисциплины на основании проверки выполнения ими самостоятельных работ. Студент выполняет работу, а затем защищает ее в процессе обсуждения с преподавателем и другими студентами. Качество выполнения самостоятельной работы оценивается по таким показателям, как:

- а) полнота анализа проблемы;
- б) освоение основной и дополнительной литературы по вопросу;
- в) самостоятельность мышления.

Итоговая форма контроля — зачет. Итоговая оценка складывается из оценок текущего и рубежного контроля, а также из оценки зачета.

Информационное обеспечение дисциплины

Литература

Основная

Арестова, О. Н. Исследование половых различий при работе с Интернетом на примере российских пользователей [Электронный ресурс] / О. Н. Арестова, А. Е. Войскунский // *Флогистон* [сайт]. — Режим доступа: <http://www.flogiston.ru>

- Арестова, О. Н.* Психологическое исследование мотивации пользователей Интернета / О. Н. Арестова, Л. Н. Бабанин, А. Е. Войскунский // 2-я рос. конф. по экол. психологии : тезисы. — М., 2000. — С. 245—246.
- Арестова, О. Н.* Региональная специфика сообщества российских пользователей сети Интернет, характеристики пользователей [Электронный ресурс] / О. Н. Арестова, Л. Н. Бабанин, А. Е. Войскунский // FOLLOW.RU : [сайт]. — [2000]. — Режим доступа: <http://www.follow.ru>
- Асмолов, А. Г.* Психологическая модель Интернет-зависимости личности / А. Г. Асмолов, Н. А. Цветкова // Мир психологии. — 2004. — № 1. — С. 179—192.
- Бабанин, Л. Н.* Интернет в психологическом исследовании / Л. Н. Бабанин, А. Е. Войскунский, О. В. Смылова // Вестн. МГУ. Сер. 14, Психология. — 2003. — № 3. — С. 79—95.
- Белинская, Е. П.* Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина // Образование и информационная культура. — М., 2000. — С. 395—430.
- Белинская, Е. П.* К обоснованию социокультурного подхода в анализе виртуальной реальности [Электронный ресурс] / Е. П. Белинская // Киберпсихология : [сайт]. — [2002]. — Режим доступа: <http://cyberpsy.ru/2011/02/belinskaya-e-p-k-obosnovaniyu-socioculturnogo-podxoda-v-analize-virtualnoy-realnosti/>
- Белинская, Е. П.* Человек в информационном мире / Е. П. Белинская // Социальная психология в современном мире. — М., 2002. — С. 203—220.
- Белинская, Е. П.* Человек в изменяющемся мире — социально-психологическая перспектива / Е. П. Белинская. — М. Прометей, 2005.
- Белинская, Е. П.* Социальная психология личности : учеб. пособие для вузов / Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. — М. Академия, 2009.
- Бондаренко, С. В.* Модель социализации пользователей в киберпространстве [Электронный ресурс] / С. В. Бондаренко. — СПб., 2003. — Режим доступа: <http://psynet.carfax.ru/texts/bondarenko7/htm>

- Войскунский, А. Е.* Актуальные проблемы психологии зависимости от Интернета / А. Е. Войскунский // Психол. журнал. — 2004. — Т. 25, № 1. — С. 90—100.
- Войскунский, А. Е.* Феномен переживания опыта потока в групповых ролевых играх, опосредованных Интернетом / А. Е. Войскунский, О. В. Митина, А. А. Аветисова // Когнитивные исследования. — М., 2006. — С. 207—224.
- Войскунский, А. Е.* Психология и Интернет / А. Е. Войскунский. — М. : Акрополь, 2010.
- Губенко, Э. В.* Психологические аспекты Интернет-аддикции : Интернет-аддикция и трудности межличностного общения [Электронный ресурс] / Э. В. Губенко. — М., 2002. — Режим доступа: <http://banderus2.nerod.ru/85181.html>
- Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А. Е. Войскунского. — М., 2000.
- Жичкина, А. Е.* Особенности социальной перцепции в Интернете / А. Е. Жичкина // Мир психологии. — 1999. — № 3. — С. 72—80.
- Жичкина, А. Е.* О возможностях психологических исследований в сети Интернет / А. Е. Жичкина // Психол. журн. — 2000. — Т. 21, № 2. — С. 75—78.
- Жичкина, А. Е.* Самопрезентация в виртуальной реальности и особенности идентичности подростка-пользователя Интернета / А. Е. Жичкина, Е. П. Белинская // Образование и информационная культура. — М., 2000. — С. 431—446.
- Жичкина, А. Е.* Социально-психологические аспекты виртуальной коммуникации [Электронный ресурс] / А. Е. Жичкина // MyTests.ru [сайт]. — [2003]. — Режим доступа: <http://www.mytests.ru>
- Жичкина, А. Е.* Социально-психологические аспекты общения в Интернете [Электронный ресурс] / А. Е. Жичкина // Флогистон : [сайт]. — [2003]. — Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>
- Жичкина, А. Е.* Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / А. Е. Жичкина, Е. П. Белинская // Флогистон : [сайт]. — [2004]. — Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy/print>
- Иванов, М. С.* Формирование зависимости от ролевых компьютерных игр [Электронный ресурс] / М. С. Иванов // Флогистон : [сайт]. — [2002]. — Режим доступа: <http://www.flogiston.ru>

- Кленова, Ю.* Экспериментальное исследование взаимосвязи интроверсии и коммуникативной установки с Интернет-зависимостью [Электронный ресурс] / Ю. Кленова // Флогистон [сайт]. — [2002]. — Режим доступа: <http://www.flogiston.ru>
- Кремлева, С. О.* Сетевые сообщества [Электронный ресурс] / С. О. Кремлева // PORTALUS.RU : всерос. виртуал. энцикл. — М., 2005. — Режим доступа: <http://www.library.by/portalus/modules/psychology>
- Маховская, О. И.* Российские ученые и Интернет / О. И. Маховская // Pro et Contra : flashback and look forward. — 2000. — Т. 5, № 4, осень.
- Нестеров, В. К.* вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете [Электронный ресурс] / В. Нестеров // Флогистон [сайт]. — [2004]. — Режим доступа: <http://www.flogiston.ru>
- Раевская, Е.* Черты личности Интернет-зависимых и Интернет-независимых пользователей [Электронный ресурс] / Е. Раевская // Флогистон [сайт]. — [2002]. — Режим доступа: <http://www.flogiston.ru>
- Ромек, В. Г.* Сохранение надежности многофакторных тестов при их использовании в сети Интернет / В. Г. Ромек, Д. К. Сатин // Психол. журн. — 2000. — Т. 21, № 2. — С. 70—75.
- Семпси, Дж.* Психонетическая психология: обзор литературы по психологическим и социальным аспектам многопользовательских сред (MUD) в киберпространстве / Дж. Семпси // Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А. Е. Войсунского. — М., 2000. — С. 77—99.
- Скородумова, О. Б.* Виртуальная личность и свобода (к проблеме социокультурных истоков понимания свободы в Интернете) / О. Б. Скородумова // Вестн. МГУ. Сер. 7, Философия. — 2004. — № 2. — С. 75—96.
- Смылова, О.* Эмпирическое исследование психологических последствий применения информационных технологий [Электронный ресурс] / О. Смылова // Флогистон [сайт]. — [2000]. — Режим доступа: <http://www.flogiston.ru>
- Сулер, Дж.* Совмещение реальной и виртуальной жизни [Электронный ресурс] / Дж. Сулер. — Режим доступа: <http://www.gorcom.ru>
- Тхостов, А. Ш.* Влияние современных технологий на развитие личности и формирование патологических форм адаптации: обратная

- сторона социализации / А. Ш. Тхостов, К. Г. Сурнов // Психол. журн. — 2005. — Т. 26, № 6. — С. 16—24.
- Фриндте, В.* Публичное конструирование «Я» в опосредованном компьютером общении / В. Фриндте, Т. Келер // Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А. Е. Войскунского. — М., 2000. — С. 40—54.
- Цымбаленко, С. Б.* Информационное пространство российского подростка в постсоветский период / С. Б. Цымбаленко, А. В. Шариков, С. Н. Щеглова. — М., 2006.
- Чугунов, А. В.* Перспективы развития в России информационного общества. Социальный портрет российской Интернет-аудитории / А. В. Чугунов // Полис. — 2002. — № 5. — С. 146—157.
- Якушина, Е. В.* Подростки в Интернете: специфика информационного взаимодействия / Е. В. Якушина // Педагогика. — 2001. — № 4. — С. 55—62.

Дополнительная

- Amaral, M. J.* To be without being seen. Computer-mediated communication and social identity management / M. J. Amaral, M. B. Monteiro // Small Group Research. — 2002. — Vol. 33. — P. 575—589.
- An empirical study of the effects of interactivity on web user attitude / H.-H. Teo [et al.] // International J. Human-Computer Studies. — 2003. — Vol. 58. — P. 281—305.
- Barak, A.* Degree and reciprocity of self-disclosure in online forums / A. Barak, O. Gluck-Ofri // Cyberpsychology & Behavior. — 2007. — Vol. 10, № 3. — P. 407—417.
- Becker-Beck, U.* Principles of regulating interaction in teams practicing face-to-face communication versus teams practicing computer-mediated communication / U. Becker-Beck, M. Wintermantel, A. Borg // Small Group Research. — 2005. — Vol. 36. — P. 499—536.
- Birnie, S. A.* Psychological predictors of Internet social communication / S. A. Birnie, P. Horvath // J. of Computer-Mediated Communication. — 2002. — Vol. 7, № 4.
- Caplan, S. E.* Relations among loneliness, social anxiety, and problematic Internet use / S. E. Caplan // Cyberpsychology & Behavior. — 2007. — Vol. 10. — P. 234—242.
- Cho, S. H.* Effects of motivations and gender on adolescents' self-disclosure in online chatting / S. H. Cho // Cyberpsychology & Behavior. — 2007. — Vol. 10. — P. 339—345.

- Computer-mediated communication as a channel for social resistance. The strategic side of SIDE / R. Spears [et al.] // *Small Group Research*. — 2002. — Vol. 33. — P. 555—574.
- Cyber-disorders: the mental health concern for the new Millennium/ K. Young [et al.] // *Cyberpsychology & Behavior*. — 2000. — Vol. 3. — P. 475—479.
- Dawson, B. L.* Sexual strategies theory and Internet personal advertisements / B. L. Dawson, W. D. McIntosh // *Cyberpsychology & Behavior*. — 2006. — Vol. 9. — P. 614—617.
- Drawing the Net : Internet identification, Internet use, and the image of Internet users / J. Gavin [et al.] // *Cyberpsychology & Behavior*. — 2007. — Vol. 10. — P. 478—481.
- Geister, S.* Effects of process feedback on motivation, satisfaction, and performance in virtual teams / S. Geister, U. Konradt, G. Hertel // *Small Group Research*. — 2006. — Vol. 37. — P. 459—489.
- Graham, C. R.* A model of norm development for computer-mediated team-work / C. R. Graham // *Small Group Research*. — 2003. — Vol. 34. — P. 322—352.
- Hardie, E.* Excessive Internet use: the role of personality, loneliness and social support networks in Internet addiction / E. Hardie, M. Y. Tee // *Australian J. of Emerging Technologies and Society*. — 2007. — Vol. 5. — P. 34—47.
- Hoyt, C. L.* Transformational and transactional leadership in virtual and physical environments / C. L. Hoyt, J. Blascovich // *Small Group Research*. — 2003. — Vol. 34. — P. 678—715.
- Huang, Y.-R.* Identity and intimacy crises and their relationship to Internet dependence among college students / Y.-R. Huang // *Cyberpsychology & Behavior*. — 2006. — Vol. 9. — P. 571—576.
- Huffaker, D. A.* Gender, identity, and language use in teenage blogs / D. A. Huffaker, S. L. Calvert // *J. of Computer-Mediated Communication*. — 2005. — Vol. 10, № 2.
- Johnson, R. D.* An empirical investigation of sources of application-specific computer-self-efficacy and mediators of the efficacy — performance relationship / R. D. Johnson // *International J. of Human-Computer Studies*. — 2005. — Vol. 62. — P. 737—758.
- Lee, E.-J.* Effects of visual representation on social influence in computer-mediated communication. Experimental tests of the social identity model of deindividuation effects / E.-J. Lee // *Human Communication Research*. — 2004. — Vol. 30. — P. 234—259.

- Leung, L.* Stressful life events, motives for Internet use, and social support among digital kids / L. Leung // *Cyberpsychology & Behavior*. — 2007. — Vol. 10. — P. 205—214.
- Marcus, B.* Personality in cyberspace: personal Web sites as media for personality expressions and impressions / B. Marcus, F. Machilek, A. Schiitz // *J. of Personal. and Soc. Psychol.* — 2006. — Vol. 90. — P. 1014—1031.
- Matsuba, M. K.* Searching for self and relationships online / M. K. Matsuba // *Cyberpsychology & Behavior*. — 2006. — Vol. 9. — P. 275—284.
- Potter, R. E.* Virtual team interaction styles: assessment and effects / R. E. Potter, P. A. Balthazard // *International J. Human-Computer Studies*. — 2002. — Vol. 56. — P. 423—443.
- Ridings, C. M.* Virtual community attraction: why people hang out online / C. M. Ridings, D. Gefen // *J. of Computer-Mediated Communication*. — 2004. — Vol. 10, № 1.
- Sassenberg, K.* Attitude change in face-to-face and computer-mediated communication: private self-awareness as mediator and moderator / K. Sassenberg, M. Boos, S. Rabung // *Europ. J. of Soc. Psychology*. — 2005. — Vol. 35. — P. 361—374.
- Slater, M. D.* Alienation, aggression and sensation seeking as predictors of adolescent use of violent film, computed and website content / M. D. Slater // *J. of Communication*. — 2003. — Vol. 53. — P. 105—121.
- Social influence in computer-mediated communication: the effects of anonymity on group behavior / T. Postmes [et al.] // *Personal. and Soc. Psychol. Bull.* — 2001. — Vol. 27. — P. 1243—1254.
- Sundar, S. S.* Explicating Web Site interactivity impression formation effects in political campaign sites / S. S. Sundar, S. Kalyanaraman, J. Brown // *Communication Research*. — 2003. — Vol. 30. — P. 30—59.
- Tidwell, L. C.* Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions and interpersonal evaluation / L. C. Tidwell, J. B. Walther // *Human Communication Research*. — 2002. — Vol. 28. — P. 317—348.
- The expression of conflict in computer-mediated and face-to-face groups / E. V. Hobman [et al.] // *Small Group Research*. — 2002. — Vol. 33. — P. 439—465.

- Valkenburg, P. M.* Preadolescents' and adolescents' online communication and their closeness to friends / P. M. Valkenburg, J. Peter // *Dev. Psychology*. — 2007. — Vol. 43. — P. 267—277.
- Whitty, M. T.* Cyber-flirting. Playing at love on the Internet / M. T. Whitty // *Theory & Psychology*. — 2003. — Vol. 13. — P. 339—357.
- Whitworth, B.* Generating agreement in computer-mediated groups / B. Whitworth, B. Gallupe, R. Mcqueen // *Small Group Research*. — 2001. — Vol. 32. — P. 625—665.

Приложение 2. Шкала Интернет-зависимости

А. Е. Жичкиной

Инструкция

«Выберите, пожалуйста, один из двух вариантов ответов (А или Б), тот, который лучше всего подходит для описания Вашего поведения в Интернете, и отметьте его галочкой. В этой анкете нет правильных или неправильных ответов, нам важно знать именно Ваше мнение».

1. А. Когда мне грустно или одиноко, я обычно выхожу в Интернет.
Б. Я не чувствую необходимости выйти в Интернет тогда, когда у меня плохое настроение.
2. А. Когда я провожу в Интернете меньше времени, чем обычно, я чувствую себя подавленно.
Б. Мое эмоциональное состояние не зависит от того, сколько времени я провожу в Интернете.
3. А. Я чувствую, что мое увлечение Интернетом мешает моей учебе, работе или отношениям с людьми вне Интернета.
Б. Использование Интернета не мешает моим отношениям с людьми, учебе или работе.
4. А. Многие мои знакомые не знают, сколько времени я на самом деле провожу в Интернете.
Б. Большинство моих знакомых знает, сколько времени я провожу в Интернете.
5. А. Я часто пытаюсь уменьшить количество времени, которое я провожу в Интернете.
Б. Я не пытаюсь уменьшить количество времени, которое я провожу в Интернете.

6. А. Когда я не в Интернете, я часто думаю о том, что там происходит.
 Б. Когда я не в Интернете, я редко думаю о нем.
7. А. Я предпочитаю общаться с людьми или искать информацию через Интернет, а не в реальной жизни.
 Б. Я далеко не всегда прибегаю к помощи Интернета, когда мне нужно найти информацию или пообщаться.

Ключи

Выбор варианта «А» оценивается в 1 балл, выбор варианта «Б» — 0 баллов. Нормы (на выборке в 175 человек в возрасте от 15 до 21 года): склонными к Интернет-зависимости считаются испытуемые с баллами по шкале Интернет-зависимости 3 и выше, не склонными к Интернет-зависимости — с баллом 0 по этой шкале. Интернет-зависимыми в строгом смысле слова считаются те, кто набирает 6—7 баллов по этой шкале.

Данные психометрической проверки

	Номер вопроса						
	1	2	3	4	5	6	7
Бисериальный коэффициент корреляции пункта с суммарным баллом по шкале	0,564	0,465	0,578	0,455	0,420	0,553	0,612

Гомогенность шкалы

	Гомогенность шкалы	Нормальность распределения суммарного балла (по критерию Колмогорова — Смирнова)	Среднее (M)	Стандартное отклонение (σ)
Интернет-зависимость	0,511	Распределение нормально ($z = 3,011; p = 0$)	1,56	1,43

Тест-ретестовая надежность:

Ретест через 2 месяца, выборка — 155 человек.

Коэффициент корреляции Пирсона (между баллами, полученными при первом и втором тестировании) — 0,948 ($p < 0,0001$)¹.

¹ По материалам сайта «Флогистон» (www.flogiston.ru).

Приложение 3. Опросник на Интернет- зависимость К. Янг в адаптации В. Буровой

Инструкция

«При ответе на каждый вопрос выберите вариант ответа по шкале “никогда или крайне редко — иногда — всегда или довольно часто”».

1. Часто ли Вы замечаете, что проводите онлайн больше времени, чем намеревались?
2. Часто ли Вы пренебрегаете домашними делами, чтобы провести больше времени в Сети?
3. Часто ли Вы предпочитаете пребывание в Сети интимному общению с партнером?
4. Часто ли Вы заводите новые знакомства с пользователями Интернета, находясь онлайн?
5. Часто ли окружающие интересуются количеством времени, проводимого Вами в Сети?
6. Часто ли страдают Ваши успехи в учебе или работе, т. к. Вы слишком много времени проводите в Сети?
7. Часто ли Вы проверяете электронную почту раньше, чем сделать что-то другое, более необходимое?
8. Часто ли страдает Ваша производительность труда из-за увлечения Интернетом?
9. Часто ли Вы занимаете оборонительную позицию и скрываетесь, когда Вас спрашивают, чем Вы занимаетесь в Сети?
10. Часто ли Вы блокируете беспокоящие мысли о Вашей реальной жизни утешительными мыслями об Интернете?
11. Часто ли Вы обнаруживаете себя предвкушающим, как вновь окажетесь в Интернете?

12. Часто ли Вы ощущаете, что жизнь без Интернета скучна, пуста и безрадостна?
13. Часто ли Вы ругаетесь, кричите или иным образом выражаете свою досаду, когда кто-то пытается отвлечь Вас от пребывания в Сети?
14. Часто ли Вы пренебрегаете сном, засиживаясь в Интернете допоздна?
15. Часто ли Вы предвкушаете, чем займетесь в Интернете, находясь офлайн, или фантазируете о пребывании онлайн?
16. Часто ли Вы говорите себе «еще минутку», находясь онлайн?
17. Часто ли терпите поражение в попытках сократить время, проводимое в Сети?
18. Часто ли Вы пытаетесь скрыть количество времени, проводимого Вами в Сети?
19. Часто ли Вы выбираете провести время в Интернете, вместо того чтобы выбраться куда-либо с друзьями?
20. Часто ли Вы испытываете депрессию, подавленность или нервозность, будучи вне Сети, и отмечаете, что это состояние проходит, как только Вы оказываетесь онлайн?

Приложение 4. Опросник проблематичного использования Интернета Р. Дэвиса в адаптации Э. Губенко

Опросник был создан в 2002 г. в Канаде, включает в себя 36 вопросов. Вопросы составлены на основе уже описанных поведенческих симптомов зависимости от Интернета, а также связанных с Интернет-зависимостью феноменом промедления, депрессией, импульсивностью и патологическим увлечением азартными играми. Стандартизация и валидизация опросника проводилась на выборке студентов-психологов, специализирующихся в организационной психологии ($n = 211$). Средний возраст составил 21,73 лет. Для проверки валидности были использованы следующие методики: Barratt Impulsiveness Scale 11 (BIS-11), Center for Epidemiological Studies Depression Scale (CES-D), UCLA Loneliness Scale (version 3), Procrastinatory Cognitions Inventory (PCI), Internet Behavior and Attitude Scale (IBAS), Rejection Sensitivity Questionnaire (RSQ).

Опросник содержит четыре шкалы:

1. «Социальный комфорт».
2. «Одиночество/депрессия».
3. «Сниженный самоконтроль».
4. «Отвлечение».

Шкала «Социальный комфорт» включает в себя вопросы о том, как испытуемый себя чувствует в Интернете (например, «В Сети я часто чувствую успокоение», «В Сети я могу быть самим собой» и др.), устанавливает ли в Интернете социальные связи (например, «Человека легче близко узнать через Интернет, чем при непосредственном общении» или «В Сети отношения с людьми бывают более глубокими, чем в жизни»).

Шкала «Одиночество/депрессия» включает в себя вопросы о чувстве одиночества в реальной жизни и невозможности существовать без Интернета (например, «Меня любят лишь немногие помимо моих сетевых знакомых», «Не могу себе представить, что смог бы когда-либо обходиться без Интернета более или менее долго»).

Шкала «Сниженный самоконтроль» содержит вопросы о наличии навязчивых мыслей об Интернете, неспособности сократить время пользования Интернетом (например, «Я часто продолжаю думать о чем-то пережитом в Интернете еще долгое время после выхода из него», «Иногда мне хочется начать меньше пользоваться Интернетом, но я не могу этого сделать»).

Шкала «Отвлечение» включает в себя вопросы о том, использует ли испытуемый Интернет как средство для избегания выполнения более важных и ответственных дел (например, «Я часто использую Интернет как предлог, чтобы уйти от неприятных занятий»).

Инструкция

«Определите степень своего согласия или несогласия со следующими утверждениями по шкале от “совершенно согласен” (7 баллов) до “абсолютно не согласен” (-7 баллов)».

1. В Сети мне лучше всего.
2. Меня любят лишь немногие помимо моих сетевых знакомых.
3. В Интернете я чувствую себя в наибольшей безопасности.
4. Я часто продолжаю думать о чем-то пережитом в Интернете еще долгое время после выхода из него.
5. Находясь в Интернете, я часто испытываю своего рода возбуждение или эмоциональный подъем.
6. Человека легче близко узнать через Интернет, чем при непосредственном общении.
7. В Сети я часто чувствую успокоение.

8. В Сети я могу быть самим собой.
9. В Сети ко мне относятся с большим уважением, чем в реальной жизни.
10. Я провожу в Интернете больше времени, чем следовало бы.
11. Окружающие жалуются, что я слишком много пользуюсь Интернетом.
12. Я никогда не бываю в Сети дольше, чем планирую.
13. В Сети меня принимают таким, какой я есть.
14. В Сети отношения с людьми бывают более глубокими, чем в жизни.
15. Вне Интернета я часто о нем думаю.
16. В Сети я раскрываюсь с самой лучшей стороны.
17. Мир вне Сети увлекает меня меньше, чем нахождение в Интернете.
18. Хотелось бы, чтобы мои знакомые и домашние знали, как меня уважают в Сети.
19. Интернет «реальнее», чем реальная жизнь.
20. Когда я в Сети, я не думаю о своих обязанностях.
21. Я не могу перестать думать об Интернете.
22. Когда я в Сети, мне не так одиноко.
23. Не могу себе представить, что смог бы когда-либо обходиться без Интернета более или менее долго.
24. Интернет — важная часть моей жизни.
25. Без доступа в Интернет я чувствую себя беспомощным.
26. В Интернете я говорю и делаю то, чего никогда не смог бы сказать или сделать вне Интернета.
27. Когда мне нечего делать, я подключаюсь к Интернету.
28. По-моему, я чаще подключаюсь к Сети тогда, когда мне следовало бы заниматься чем-то другим.
29. Когда я в Сети, мне не нужно думать о проблемах вне Сети.
30. Иногда я пользуюсь Интернетом, чтобы отсрочить выполнение более необходимых дел.
31. Когда я в Сети, я могу оставить все заботы.
32. Я часто использую Интернет как предлог, чтобы уйти от неприятных занятий.

33. Интернет — это способ забыть о том, что необходимо сделать, но чего делать не хочется.
34. Иногда мне хочется начать меньше пользоваться Интернетом, но я не могу этого сделать.
35. Меня беспокоит, что я не могу перестать пользоваться Интернетом так много.
36. Кажется, что иногда я не в состоянии контролировать время своего пребывания в Интернете.

Приложение 5. Предлагаемые принципы услуг по охране психического здоровья онлайн (ISMHO, версия 3.11)¹

ISMHO подтвердила нижеизложенные принципы 9 января 2000 г. На сегодня это единственная официально подтвержденная версия.

Услуги по охране психического здоровья онлайн часто сопровождают традиционные услуги по охране психического здоровья, предоставляемые лично, но иногда они являются единственными средствами помощи. Предложенные принципы ISMHO в этом документе предназначены исключительно для решения проблем практики оказания услуг по охране психического здоровья онлайн. Вопросы терапевтических техник находятся за пределами данной работы. Используемые термины «услуги», «клиент» и «консультант» обозначены так только ради простоты и доступного понимания. В этом документе исключается любая непочтительность или неуважение к традиционным аспектам терапевтических дисциплин.

1. Согласование информации

Клиент должен получить полную информацию прежде, чем он или она согласится получать услуги по охране психического здоровья онлайн. В частности, клиент должен быть проинформирован о процессе, о консультанте, о потенциальных рисках и пользе предложенных услуг, о гарантиях и об альтернативных (других) услугах.

Процесс

1. Возможные недоразумения.

Клиент должен знать, что при терапии на основе текста могут возникнуть недоразумения. Это связано со специфи-

¹ См.: <http://www.ismho.org/about.htm> (пер. В. Ю. Меновщикова).

кой работы электронной почты (т. к. от консультанта полностью скрыты невербальные знаки, которые может подавать клиент). Такие недоразумения также возможны и на видеоконференциях, поскольку полоса рабочих частот канала связи всегда лимитирована.

2. Время.

Одной из проблем по оказанию услуг по охране психического здоровья онлайн является асинхронность (не в реальном времени) коммуникации — в работе надо учитывать время, затраченное на ожидание и обработку заданий в системе. Клиенту нужно сообщить, через какой промежуток времени ему следует ожидать ответ после получения запроса на консультацию.

3. Приватность консультанта.

Проблема секретности — больше проблема онлайн, чем личного контакта. Консультант имеет право засекречивать информацию о себе и может пожелать ограничить использование любых копий или записей клиента, сделанных во время коммуникации между ними. См. также пункт о конфиденциальности клиента.

Консультант

Когда клиент и консультант не встречаются лично, у клиента меньше возможности оценить консультанта, чтобы окончательно принять решение о том, вступить в терапевтические отношения с ним или нет. Поэтому ему следует предоставить:

1. Имя консультанта.

Клиент должен быть информирован об имени консультанта. Использование псевдонимов обычно для онлайн коммуникации, но клиент должен знать имя человека, к которому он обратился за помощью.

2. Квалификация.

Клиент должен быть проинформирован о квалификации консультанта. Примером базовой квалификации служит информация об ученой степени, лицензии, сертификате. Консультант также по желанию может предоставить допол-

нительную информацию о личном профессиональном и тренинговом опыте.

3. Как подтвердить вышесказанное.

Для того чтобы клиент мог удостовериться в квалификации консультанта, последний должен предоставить номера телефонов или URL веб-страницы соответствующих учреждений, где можно получить информацию о квалификации консультанта.

Потенциальные преимущества

Клиенту нужно сообщить о преимуществах получения услуг по охране психического здоровья онлайн. Сюда входит объяснение всех обстоятельств и специфики работы консультанта онлайн. Например, потенциальные выгоды использования электронной почты могут включать возможность:

- 1) принимать и отправлять сообщения в любое время дня и ночи;
- 2) никогда не оставлять и не переправлять сообщения через посредников;
- 3) избегать не только посредников, но и использования голосовых сообщений и «вычисления» номера телефона;
- 4) быть готовым ждать так долго, сколько потребуется каждой стороне для размышления и обдумывания ответа;
- 5) автоматически получать запись коммуникаций, чтобы можно было обратиться к ним позже.

Потенциальные риски

Клиент должен быть проинформирован о потенциальных рисках получения услуг по охране психического здоровья онлайн. Например, потенциальные риски использования электронной почты могут включать в себя возможность того, что:

- 1) сообщения не получены;
- 2) конфиденциальность нарушена.

Причиной неполучения электронных писем может быть неправильный адрес (который также мог нарушить конфиденциальность) или ошибка, допущенная самим консультантом при отправке сообщения.

Также конфиденциальность может быть нарушена хакерами, провайдерами услуг Интернета или посторонними лицами с обеих сторон, которые имели доступ к компьютеру или электронному ящику. Рекомендуется дополнительно рассмотреть гарантии в случае, когда компьютер используется и другими членами семьи, студентами, пользователями библиотеки и т. д.

Гарантии

Клиенту следует сообщить о гарантиях, которые консультант берет на себя или обязуется обезопасить клиента от некоторых моментов риска в работе. Например:

- 1) можно всегда делать запрос о получении и об отправлении почты;
- 2) можно потребовать пароль доступа к сообщениям или ввести более трудный, но безопасный метод — использовать шифрование сообщений.

Альтернативы

Клиент должен быть проинформирован об альтернативных видах получения помощи. Например, другие варианты могут включать возможность:

- 1) получить консультацию лично;
- 2) поговорить с другом или членом семьи;
- 3) предложить выполнять необходимые упражнения или медитации;
- 4) не делать ничего.

Полномочия

Некоторые клиенты в силу различных причин не могут самостоятельно принять решение о необходимости для них получения услуг по охране психического здоровья. В таких случаях требуется согласие родителя, опекуна или другой заинтересованной стороны, но с условием, что правомочность другой стороны будет проверена документально.

2. Стандартный рабочий процесс

В целом консультант должен следовать одним и тем же процедурам, предоставляя услуги по охране психического здоровья как онлайн, так и лично. Рабочий процесс включает следующие составляющие:

Границы компетентности

Консультант должен оставаться в пределах границ своей компетентности и не пытаться решить проблему онлайн, если он не взялся бы решить ту же самую проблему при личном обращении.

Требования к практике

Консультант должен соответствовать необходимым требованиям (например, иметь лицензию) для обеспечения услуг по охране психического здоровья по месту своего расположения. Фактически требования места расположения клиента также должны быть учтены, чтобы сделать легальным оказание помощи этому клиенту. См. также вышеупомянутую ссылку на квалификацию.

Структура онлайн-услуг

Консультант и клиент должны договориться о частоте и способе коммуникации, для того чтобы определить плату за предоставленные услуги, метод оплаты и т. д.

Оценка

Консультант должен адекватно оценить клиента перед предоставлением любых услуг по охране психического здоровья онлайн. Клиент должен понять, что он может потенциально помочь оценке или препятствовать, коммуницируя онлайн.

Конфиденциальность клиента

Конфиденциальность клиента должна быть полностью соблюдена. Информация о клиенте должна быть распространена только с его разрешения. Клиенту нужно сообщить относительно любых исключений из этого общего правила.

Отчеты

Консультант должен сохранять все отчеты услуг по охране психического здоровья онлайн. Если данные отчеты включают копии или регистрации коммуникаций с клиентом, то клиенту нужно сообщить об этом.

Установленные руководящие принципы

Консультант должен, конечно, следовать законам и другим установленным руководящим принципам (типа прин-

ципов профессиональных организаций), которые применимы к нему.

3. Критические ситуации

Процедуры

Должны быть обсуждены действия консультанта с клиентом в критических ситуациях. Необходимо включить в процесс помощи правило, что при необходимости, когда у консультанта не будет возможности связаться с клиентом срочно, не исключено подключение местных служб психологической помощи клиенту.

Местные организации

Другая проблема оказания услуг по охране психического здоровья онлайн заключается в том, что консультант может находиться на большом расстоянии от клиента. Это может сильно ограничить его способность ответить клиенту в критической ситуации. Поэтому консультант должен в этих случаях получить имя и номер телефона компетентного местного поставщика услуг (предпочтительно человека, который уже знает клиента, например, его предыдущего врача).

Список литературы

- Арестова, О. Н.* Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия / О. Н. Арестова, Л. Н. Бабанин, А. Е. Войскунский // Вестн. МГУ. Сер. 14, Психология. — 1996. — № 4. — С. 14—20.
- Арестова, О. Н.* Психологическое исследование мотивации пользователей Интернета / О. Н. Арестова, Л. Н. Бабанин, А. Е. Войскунский // 2-я рос. конф. по экол. психологии. — М., 2000.
- Асмолов, А. Г.* Психологическая модель Интернет-зависимости личности / А. Г. Асмолов, Н. А. Цветкова // Мир психологии. — 2004. — № 1. — С. 179—192.
- Бабаева, Ю. Д.* Психологические последствия информатизации / Ю. Д. Бабаева, А. Е. Войскунский // Психол. журн. — 1998. — Т. 19, № 1. — С. 89—100.
- Бабаева, Ю. Д.* Интернет: воздействие на личность / Ю. Д. Бабаева, А. Е. Войскунский, О. В. Смыслова // Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А. Е. Войскунского. — М., 2000. — С. 11—39.
- Бабанин, Л. Н.* Интернет в психологическом исследовании / Л. Н. Бабанин, А. Е. Войскунский, О. В. Смыслова // Вестн. МГУ. Сер. 14, Психология. — 2003. — № 3. — С. 79—95.
- Батурин, Ю. М.* Право и политика в компьютерном круге / Ю. М. Батурин. — М., 1987.
- Белинская, Е. П.* Пространство, населенное Другими / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина // Интернет. — 1999. — № 16. — С. 76—81.
- Белинская, Е. П.* Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина // Образование и информационная культура. — М., 2000. — С. 395—430.
- Белинская, Е. П.* Интернет-среда: человек в ситуации неопределенности / Е. П. Белинская // Влияние информационных технологий на национальную безопасность. — М., 2001.
- Белинская, Е. П.* Социальная психология личности : учеб. пособие для вузов / Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. — М. : Аспект Пресс, 2001.
- Белинская, Е. П.* Человек в информационном мире / Е. П. Белинская // Социальная психология в современном мире. — М., 2002. — С. 203—220.
- Белинская, Е. П.* Человек в изменяющемся мире — социально-психологическая перспектива / Е. П. Белинская. — М. : Прометей, 2005.
- Белл, Д.* Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе / под ред. П. С. Гуревича. — М., 1988.

- Бондаренко, С. В.* Социальная структура виртуальных сетевых сообществ / С. В. Бондаренко. — Ростов н/Д, 2004.
- Бурова, В. А.* Интернет-зависимость в медицинской парадигме / В. А. Бурова // Интернет-зависимость: психологическая природа и динамика развития / ред.-сост. А. Е. Войскунский. — М.: Акрополь, 2009. — С. 152—164.
- Вейценбаум, Дж.* Возможности вычислительных машин и человеческий разум: от суждений к вычислениям / Дж. Вейценбаум. — М., 1982.
- Виртуальная реальность: философские и психологические проблемы. — М., 1997.
- Войскунский, А. Е.* Групповая игровая деятельность в Интернете / А. Е. Войскунский // Психол. журн. — 1999. — Т. 20, № 1. — С. 126—132.
- Войскунский, А. Е.* Гуманитарный Интернет / А. Е. Войскунский // Гуманитарные исследования в Интернете. — М., 2000а. — С. 6—12.
- Войскунский, А. Е.* Психологические исследования феномена Интернет-аддикции / А. Е. Войскунский // Тез. 2-й рос. конф. по экол. психологии (М., 12—14 апр. 2000 г.). — М., 2000б. — С. 251—253.
- Войскунский, А. Е.* Роль мотивации «потока» в развитии компетентности хакера / А. Е. Войскунский, О. В. Смыслова // Вопр. психологии. — 2003. — № 4. — С. 35—43.
- Войскунский, А. Е.* Актуальные проблемы психологии зависимости от Интернета / А. Е. Войскунский // Психол. журн. — 2004. — Т. 25, № 1. — С. 90—100.
- Войскунский, А. Е.* Феномен переживания опыта потока в групповых ролевых играх, опосредованных Интернетом / А. Е. Войскунский, О. В. Митина, А. А. Аветисова // Когнитивные исследования. — М., 2006. — С. 207—224.
- Войскунский, А. Е.* Психология и Интернет / А. Е. Войскунский. — М.: Акрополь, 2010.
- Герасимюк, Т.* Интернет как среда и инструмент реализации Паблик Рилейшнз / Т. Герасимюк, Т. Соломович // Маркетинг в России и за рубежом. — 2002. — № 5.
- Гидденс, Э.* Социология / Э. Гидденс. — М., 1999.
- Губенко, Э. В.* Психологические аспекты Интернет-аддикции: Интернет-аддикция и трудности межличностного общения [Электронный ресурс] / Э. В. Губенко. — М., 2002. — Режим доступа: <http://banderus2.nerod.ru/85181.html>
- Гулевич, О. А.* Психология коммуникации / О. А. Гулевич. — М., 2008.
- Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А. Е. Войскунского. — М., 2000.
- Жичкина, А. Е.* Особенности социальной перцепции в Интернете / А. Е. Жичкина // Мир психологии. — 1999. — № 3. — С. 72—80.
- Жичкина, А. Е.* О возможностях психологических исследований в сети Интернет / А. Е. Жичкина // Психол. журн. — 2000. — Т. 21, № 2. — С. 75—78.

- Жичкина, А. Е.* Самопрезентация в виртуальной реальности и особенности идентичности подростка — пользователя Интернета / А. Е. Жичкина, Е. П. Белинская // Образование и информационная культура. — М., 2000. — С. 431—446.
- Жичкина, А. Е.* Взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста : автореф. дис. ... канд. психол. наук / А. Е. Жичкина. М., 2001.
- Иванов, Д. В.* Критическая теория и виртуализация общества / Д. В. Иванов // СоцИс. — 1999. — № 1. — С. 32—40.
- Иноземцев, Вл.* «Вечные ценности» в меняющемся мире / Вл. Иноземцев // Свободная мысль-XXI. — 2001. — № 8. — С. 42—61.
- Кузнецова, Ю. М.* Психология жителей Интернета / Ю. М. Кузнецова, Н. В. Чудова. — М. : ЛКИ, 2007.
- Лем, Ст.* Сумма технологии / Ст. Лем. — М., 1968.
- Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность : сб. статей / под ред. В. Л. Волохонского [и др.]. — СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2006. — 199 с.
- Луман, Н.* Глобализация мирового сообщества: как следует системно понимать современное общество / Н. Луман // Социология на пороге XXI века. — М., 1999.
- Маркоф, Дж.* Хакеры / Дж. Маркоф, К. Хефнер. — Киев, 1996.
- Маховская, О. И.* Российские ученые и Интернет / О. И. Маховская // Pro et Contra : flaschback and look forward. — 2000. — Т. 5, № 4, осень.
- Нестеров, В.* К вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете [Электронный ресурс] / В. Нестеров // Флогистон : [сайт]. — [2004]. — Режим доступа: <http://www.flogiston.ru>
- Носов, Н. А.* Психологические виртуальные реальности / Н. А. Носов. — М., 1994.
- Сакбаев, А. А.* Различия осознаваемых мотивов у подростков с разной степенью компьютерной ориентированности / А. А. Сакбаев // Человек в психологии: ориентиры исследований в новом столетии (20 апр. 2001 г.) : матер. конф. — Караганда, 2001.
- Семпси, Дж.* Психобернетическая психология: обзор литературы по психологическим и социальным аспектам многопользовательских сред (MUD) в киберпространстве / Дж. Семпси // Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А. Е. Войскунского. — М., 2000. — С. 77—99.
- Смылова, О.* Эмпирическое исследование психологических последствий применения информационных технологий [Электронный ресурс] / О. Смылова // Флогистон : [сайт]. — [2000]. — Режим доступа: <http://www.flogiston.ru>
- Смылова, О. В.* Анализ представлений о мотивации хакеров [Электронный ресурс] / О. В. Смылова // Киберпсихология : [сайт]. — [2011]. — Режим доступа: <http://cyberpsy.ru/2011/05/smyslova-o-v-analiz-predstavlenij-o-motivacii-xakerov/>

- Собкин, В. С.* Старшеклассник и компьютер: проблемы социального неравенства / В. С. Собкин, М. В. Хлебникова // Образование и информационная культура. — М., 2000. — С. 284—329.
- Собкин, В. С.* Подросток: виртуальность и социальная реальность / В. С. Собкин, Ю. М. Евстигнеева. — М., 2001.
- Сокольская М.* Игровая деятельность в Интернете [Электронный ресурс] / М. Сокольская // Флогистон : [сайт]. — [2003]. — Режим доступа: <http://www.flogiston.ru>
- Социальные и психологические последствия применения информационных технологий. — М., 2001.
- Специфика агрессии в Интернет-среде / С. Н. Ениколопов [и др.] // Психол. журн. — 2006. — № 6. — С. 65—72.
- Статистика пользователей Рунета по регионам. Ноябрь 2000 г. SpyLOG [Электронный ресурс] // Нетоскоп. Исследования. — 2001. — 12 янв. — Режим доступа: <http://www.netoscope.ru/researches/2001/01/02/1189.html>
- Тоффлер, Э.* Шок будущего / Э. Тоффлер. — М., 2003.
- Тхостов, А. Ш.* Влияние современных технологий на развитие личности и формирование патологических форм адаптации: обратная сторона социализации / А. Ш. Тхостов, К. Г. Сурнов // Психол. журн. — 2005. — Т. 26, № 6. — С. 16—24.
- Уэбстер, Ф.* Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. — М., 2004.
- Фомичева, Ю. В.* Психологические корреляты увлеченности компьютерными играми / Ю. В. Фомичева, А. Г. Шмелев, И. В. Бурмистров // Вестн. МГУ. Сер. 14, Психология. — 1991. — № 3.
- Фриндте, В.* Публичное конструирование «Я» в опосредованном компьютером общении / В. Фриндте, Т. Келер // Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А. Е. Войскунского. — М., 2000. — С. 40—54.
- Харрис, Р.* Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. — СПб. : Прайм-Еврознак ; М. : Олма-Пресс, 2003.
- Цымбаленко, С. Б.* Информационное пространство российского подростка в постсоветский период / С. Б. Цымбаленко, А. В. Шариков, С. Н. Щеглова. — М., 2006.
- Чугунов, А. В.* Перспективы развития в России информационного общества. Социальный портрет российской Интернет-аудитории / А. В. Чугунов // Полис. — 2002. — № 5. — С. 146—157.
- Шабшин, И.* О психологических особенностях общения в Интернете / И. Шабшин // Моск. психотерапевт. журн. — 2005. — № 1. — С. 162—164.
- Шапкин, С. А.* Компьютерная игра: новая область психологических исследований / С. А. Шапкин // Психол. журн. — 1999. — Т. 20, № 1. — С. 86—102.
- Шевченко, И. С.* Факторы динамичности самопрезентаций в Интернет-общении [Электронный ресурс] / И. С. Шевченко // Социальные и психологические последствия применения информационных технологий : конф. на портале «Аудиториум» (01.02.2001 — 01.05.2001). Секция 4 : Особенно-

- сти идентичности у пользователей Интернета : доклад. — Режим доступа: http://library.by/portalus/modules/psychology/referat_show_archives.php
- Янг, К. Диагноз — Интернет-зависимость / К. Янг // Мир Internet. — 2000. — № 2. — С. 24—29.
- Amaral, M. J. To be without being seen. Computer-mediated communication and social identity management / M. J. Amaral, M. B. Monteiro // Small Group Research. — 2002. — Vol. 33. — P. 575—589.
- An empirical study of the effects of interactivity on web user attitude / H.-H. Teo [et al.] // International J. Human-Computer Studies. — 2003. — Vol. 58. — P. 281—305.
- Anderson, T. On-line forums: new platforms for professional development and group collaboration / T. Anderson // J. of Computer-Mediated Communication. — 1997. — Vol. 3, № 3.
- Aviram, I. Online infidelity: aspects of dyadic satisfaction, self-disclosure, and narcissism / I. Aviram, Y. Amichai-Hamburger // J. of Computer-Mediated Communication. — 2005. — Vol. 10, № 3.
- Baker, P. Moral panic and alternative identity construction in usenet / P. Baker // J. of Computer-Mediated Communication. — 2001. — Vol. 7, № 1.
- Balsamo, A. Signal to noise : On the meaning of cyberpunk subculture / A. Balsamo // Communication in the age of virtual reality. LEA's communication series / ed. by F. Biocca, R. Mark Levy. — Hilldale, NJ, 1995. — P. 347—368.
- Becker, B. To be in touch or not? Some remarks on communication in virtual environments [Electronic resource] / B. Becker // Duplox.org : [site]. — [1997]. — Mode of access: <http://duplox.w2-berlin.de/docs/panel/becker.html>
- Becker-Beck, U. Principles of regulating interaction in teams practicing face-to-face communication versus teams practicing computer-mediated communication / U. Becker-Beck, M. Wintermantel, A. Borg // Small Group Research. — 2005. — Vol. 36. — P. 499—536.
- Benbunan-Fich, R. Educational applications of CMCS: solving case studies through asynchronous learning networks / R. Benbunan-Fich, S. R. Hiltz // J. of Computer-Mediated Communication. — 1999. — Vol. 4, № 3.
- Birnie, S. A. Psychological predictors of Internet social communication / S. A. Birnie, P. Horvath // J. of Computer-Mediated Communication. — 2002. — Vol. 7, № 4.
- Bordia, P. Rumor as a group problem solving. Development patterns in informal computer-mediated groups / P. Bordia, N. Difonzo, A. Chang // Small Group Research. — 1999. — Vol. 30. — P. 8—28.
- Brenner, V. Psychology of computer use: parameters of Internet use, abuse and addiction: the first 90 days of the Internet Usage Surve / V. Brenner // Psychol.-Reports. — 1997. — Vol. 80, № 3, pt. 1. — P. 879—882.
- Caplan, S. E. Preference for online social interaction. A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being / S. E. Caplan // Communication Research. — 2003. — Vol. 30. — P. 625—648.

- Caplan, S. E.* Relations among loneliness, social anxiety and problematic Internet use / S. E. Caplan // *Cyberpsychology & Behavior.* — 2007. — Vol. 10. — P. 234—242.
- Castells, M.* The Information Age: economy, society and culture / M. Castells. — N. Y., 1998.
- Chiou, W.-B.* Adolescents' sexual self-disclosure on the Internet: deindividuation and impression management / W.-B. Chiou // *Adolescence.* — 2006. — Vol. 41. — P. 547—561.
- Cho, S. H.* Effects of motivations and gender on adolescents' self-disclosure in online chatting / S. H. Cho // *Cyberpsychology & Behavior.* — 2007. — Vol. 10. — P. 339—345.
- Chung, H.* Effects of perceived interactivity on Web Site preference and memory: role of personal motivation / H. Chung, X. Zhao // *J. of Computer-Mediated Communication.* — 2004. — Vol. 10, № 1.
- Computer-mediated communication as a channel for social resistance. The strategic side of SIDE / R. Spears [et al.] // *Small Group Research.* — 2002. — Vol. 33. — P. 555—574.
- Computer-mediated negotiation of an escalated conflict / M. A. Dorado [et al.] // *Small Group Research.* — 2002. — Vol. 33. — P. 509—524.
- Cosmopolitanism in the Internet usage / L. W. Jeffres [et al.] // *J. of Computer-Mediated Communication.* — 2004. — Vol. 10, № 1.
- Cultures of Internet : Virtual spaces, real histories, living bodies / ed. by R. Shields. — London : Sage Publications, Inc., 1996.
- Cyber-disorders: the mental health concern for the new Millennium / K. S. Young [et al.] // *Cyberpsychology & Behavior.* — 2000. — Vol. 3. — P. 475—479.
- Davis, R. A.* A cognitive-behavioral model of pathological Internet use (PIU) / R. A. Davis // *Computers in Human Behavior.* — 2001. — Vol. 17. — P. 187—195.
- Dawson, B. L.* Sexual strategies theory and Internet personal advertisements / B. L. Dawson, W. D. McIntosh // *Cyberpsychology & Behavior.* — 2006. — Vol. 9. — P. 614—617.
- Donath, J. S.* Identity and deception in the virtual community / J. S. Donath // *Communities in Cyberspace* / ed. by P. Kollock, M. Smith. — London, 1996.
- Drawing the Net : Internet identification, Internet use and the image of Internet users / J. Gavin [et al.] // *Cyberpsychology & Behavior.* — 2007. — Vol. 10. — P. 478—481.
- Faculty use and non-use of electronic mail: attitudes, expectations and profiles / A. Mitra [et al.] // *J. of Computer-Mediated Communication.* — 1999. — Vol. 4, № 3.
- Fullwood, C.* Impulsive nonconformity in female Chat Room users / C. Fullwood, N. Galbraith, N. Morris // *Cyberpsychology & Behavior.* — 2006. — Vol. 9. — P. 634—637.

- Geister, S.* Effects of process feedback on motivation, satisfaction and performance in virtual teams / S. Geister // *Small Group Research*. — 2006. — Vol. 37. — P. 459—489.
- Getting to know you: exploring the development of relational intimacy in computer-mediated communication / L. B. Hian [et al.] // *J. of Computer-Mediated Communication*. — 2004. — Vol. 9, № 3.
- Graham, C. R.* A model of norm development for computer-mediated team-work / C. R. Graham // *Small Group Research*. — 2003. — Vol. 34. — P. 322—352.
- Griffiths, M.* Gambling on the Internet: A brief note / M. Griffiths // *J. of Gambling Studies*. — 1996. — Vol. 12, № 4, Win. — P. 471—473.
- Guzley, R. M.* Simulated computer-mediated/video-interactive distance learning: a test of motivation, interaction satisfaction, delivery, learning & perceived effectiveness / R. M. Guzley, S. Avanzino, A. Bor // *J. of Computer-Mediated Communication*. — 2001. — Vol. 6, № 3.
- Hammet, A.* *Virtual Reality* / A. Hammet. — N. Y., 1993.
- Hancock, J. T.* Impression formation in computer-mediated communication revisited. An analysis of the breadth and intensity of impressions / J. T. Hancock, P. J. Dunham // *Communication Research*. — 2001. — Vol. 28. — P. 325—347.
- Hardie, E.* Excessive Internet use: the role of personality, loneliness and social support networks in Internet addiction / E. Hardie, M. Y. Tee // *Australian J. of Emerging Technologies and Society*. — 2007. — Vol. 5. — P. 34—47.
- Heim, B.* *The Metaphysics of Virtual Reality* / B. Heim // *Virtual reality: theory, practice and promise*. — London, 1991.
- Hoyt, C. L.* Transformational and transactional leadership in virtual and physical environments / C. L. Hoyt, J. Blascovich // *Small Group Research*. — 2003. — Vol. 34. — P. 678—715.
- Huang, Y.-R.* Identity and intimacy crises and their relationship to Internet dependence among college students / Y.-R. Huang // *Cyberpsychology & Behavior*. — 2006. — Vol. 9. — P. 571—576.
- Huffaker, D. A.* Gender, identity, and language use in teenage blogs / D. A. Huffaker, S. L. Calvert // *J. of Computer-Mediated Communication*. — 2005. — Vol. 10, № 2.
- Impression formation in cyberspace: online expectations and offline experiences in text-based virtual communities / D. Jacobson [et al.] // *J. of Computer-Mediated Communication*. — 1999. — Vol. 5, № 1.
- Internet identification and future Internet use / R. Joiner [et al.] // *Cyberpsychology & Behavior*. — 2006. — Vol. 9. — P. 410—414.
- Johnson, R. D.* An empirical investigation of sources of application-specific computer-self-efficacy and mediators of the efficacy-performance relationship / R. D. Johnson // *International J. of Human-Computer Studies*. — 2005. — Vol. 62. — P. 737—758.
- Jordan, T.* A sociology of hackers [Electronic resource] / T. Jordan, P. Taylor // *The Soc. Rev.* — 1999. — Vol. 46 (4). — P. 757—780. — Mode of access: http://www.softworld.am/inet98/2d/2d_1.htm

- Krueger, T.* Artificial reality : Past and Future / T. Krueger // Virtual reality: theory, practice and promise. — London, 1991.
- Lee, B.* Third-person effect and Internet pornography: the influence of collectivism and Internet self-efficacy / B. Lee, R. Tamborini // J. of Communication. — 2005. — Vol. 55. — P. 292—310.
- Lee, E.-J.* Effects of visual representation on social influence in computer-mediated communication. Experimental tests of the social identity model of deindividuation effects / E.-J. Lee // Human Communication Research. — 2004. — Vol. 30. — P. 234—259.
- Lejeune, P.* Le journal intime: histoire et anthologie / P. Lejeune. — Paris : Textuel, 2006.
- Leung, L.* Stressful life events, motives for Internet use, and social support among digital kids / L. Leung // Cyberpsychology & Behavior. — 2007. — Vol. 10. — P. 205—214.
- Marcus, B.* Personality in cyberspace: personal Web sites as media for personality expressions and impressions / B. Marcus, F. Machilek, A. Schiitz // J. of Person. and Soc. Psychol. — 2006. — Vol. 90. — P. 1014—1031.
- Masuda, Y.* The information society as postindustrial society / Y. Masuda. — Washington, 1983.
- Matsuba, M. K.* Searching for self and relationships online / M. K. Matsuba // Cyberpsychology & Behavior. — 2006. — Vol. 9. — P. 275—284.
- Nowak, K. L.* The influence of anthropomorphism and agency on social judgment in virtual environments / K. L. Nowak // J. of Computer-Mediated Communication. — 2003. — Vol. 9, № 2.
- Pickering, J. M.* Hardwiring weak ties: interorganizational computer-mediated communication. Occupational communities and organizational change / J. M. Pickering, J. L. King // Organization Science. — 1995. — Vol. 6, № 4.
- Poster, M.* The mode of information: poststructuralism and social context / M. Poster. — Cambridge, 1990.
- Postmes, T.* Deindividuation and antinormative behavior — a metaanalysis / T. Postmes, R. Spears // Psychol. Bull. — 1998. — Vol. 123, № 3. — P. 1—22.
- Postmes, T.* Behavior online: does anonymous computer communication reduce gender inequality? / T. Postmes, R. Spears // Person. and Soc. Psychol. Bull. — 2002. — Vol. 28. — P. 1073—1083.
- Potter, R. E.* Virtual team interaction styles: assessment and effects / R. E. Potter, P. A. Balthazard // International J. Human-Computer Studies. — 2002. — Vol. 56. — P. 423—443.
- Rafaeli, S.* Networked interactivity / S. Rafaeli, F. Sudweeks // J. of Computer-Mediated Communication. — 1997. — Vol. 2, № 4.
- Reid, E.* Cultural Formations in Text-Based virtual Realites / E. Reid [Electronic resource]. — English Univ. of Melbourne, 1994. — Mode of access: <http://services.exeter.ac.uk/cmmit/media/texts/reid/CulturalFormations.pdf>
- Reid, E.* Relationship between social and personal identities: segregation or integration / E. Reid, K. Deaux // J. of Person. and Soc. Psychol. — 1996. — Vol. 71. — P. 1084—1091.

- Rheingold, H.* The virtual community : Homesteading on the electronic frontier / H. Rheingold. — Reading, MA : Addison-Wesley Publishing Co, 1993.
- Sassenberg, K.* Attitude change in computer-mediated communication: effects of anonymity and category norms / K. Sassenberg, M. Boos // Group Processes & Intergroup Relations. — 2003. — Vol. 6. — P. 405—422.
- Sempsey, J.* Cyber Psychology : A Literature Review Pertaining To The Psycho/Social Aspects Of Multi-User Dimensions In Cyberspace [Electronic resource] / J. Sempsey // J. of MUD research. — 1997. — Vol. 2, № 1. — Mode of access: <http://journal.tinymush.org/~jomr/v2n1/sempey.html>.
- Serpentelli, J.* Conversational structure and personality correlates of electronic communication. Haverford [Electronic resource] / J. Serpentelli. — Haverford, PA : Haverford College, 1992. — Mode of access: ftp://parcftp.xerox.com/pub/MOO/papers/conv_structure.txt
- Sinnirella, M.* Exploring temporal aspects of social identity: the concept of possible social identities / M. Sinnirella // Europ. J. of Soc. Psychol. — 1998. — Vol. 28, № 2. — P. 227—248.
- Slater, M. D.* Alienation, aggression and sensation seeking as predictors of adolescent use of violent film, computed and website content / M. D. Slater // J. of Communication. — 2003. — Vol. 53. — P. 105—121.
- Smith, C. B.* Conduct control on Usenet / C. B. Smith, M. L. McLaughlin, K. K. Osborne // J. of Computer-Mediated Communication. — 1997. — Vol. 2, № 4.
- Social influence in computer-mediated communication: the effects of anonymity on group behavior / T. Postmes [et al.] // Person. and Soc. Psychol. Bull. — 2001. — Vol. 27. — P. 1243—1254.
- Spears, R.* Social influence and the influence of the 'social' in computer-mediated communication / R. Spears, M. Lea // Contexts of computer-mediated communication / ed. by M. Lea. — London : Harvester Wheatsheaf, 1992. — P. 30—65.
- Steuer, J.* Defining Virtual Reality : Dimensions determining Telepresence / J. Steuer // J. of Communication. — 1992. — Vol. 42, № 4. — P. 73—93.
- Suler, J.* Computer and Cyberspace Addiction [Electronic resource] / J. Suler // Rider University : [site]. — [1996]. — Mode of access: <http://www.rider.edu/~suler/psy cyber/cybaddicts.html>
- Sundar, S. S.* Explicating Web Site interactivity impression formation effects in political campaign sites / S. S. Sundar, S. Kalyanaraman, J. Brown // Communication Research. — 2003. — Vol. 30. — P. 30—59.
- The expression of conflict in computer-mediated and face-to-face groups / E. V. Hobman [et al.] // Small Group Research. — 2002. — Vol. 33. — P. 439—465.
- Tidwell, L. C.* Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions and interpersonal evaluation / L. C. Tidwell, J. B. Walther // Human Communication Research. — 2002. — Vol. 28. — P. 317—348.
- Turkle, Sh.* Parallel lives : Working on identity in virtual space / Sh. Turkle // Constructing the self in a mediated world. Inquiries in social construction /

- ed. by D. Grodin, T. R. Lindlof. — Thousand Oaks, CA : Sage Publications, Inc., 1996. — P. 156—175.
- Turkle, S.* Constructions and reconstructions of self in virtual reality : Playing in the MUDs / S. Turkle // Culture of the Internet / ed. by S. Kiesler. — Mahwah, NJ, 1997. — P. 143—155.
- Valkenburg, P. M.* Preadolescents' and adolescents' online communication and their closeness to friends / P. M. Valkenburg, J. Peter // Dev. Psychology. — 2007. — Vol. 43. — P. 267—277.
- Whitty, M. T.* Cyber-flirting. Playing at love on the Internet / M. T. Whitty // Theory & Psychology. — 2003. — Vol. 13. — P. 339—357.
- Whitworth, B.* Generating agreement in computer-mediated groups / B. Whitworth, B. Gallupe, R. Mcqueen // Small Group Research. — 2001. — Vol. 32. — P. 625—665.
- Wiesenfeld, B. M.* Communication patterns as determinants of organizational identification in a virtual organization / B. M. Wiesenfeld, S. Raghuram, R. Garud // J. of Computer-Mediated Communication. — 1998. — Vol. 3, № 4.
- Witmer, D. F.* On-line smiles: does gender make a difference in the use of graphic accents? / D. F. Witmer, S. L. Katzman // J. of Computer-Mediated Communication. — 1997. — Vol. 2, № 4.
- Young, K. S.* Internet addiction : The emergence of a new clinical disorder // Cyberpsychology & Behavior / K. S. Young. — 1998. — № 3 (1). — P. 237—244.

Оглавление

Глава 1. Концепции информационного общества: футурологические прогнозы и современность	3
1.1. Характеристики информационного общества: теория и реальность	3
1.2. Особенности российского информационного пространства	14
Глава 2. Особенности коммуникации и межличностного взаимодействия в сети Интернет	20
2.1. Общая характеристика Интернет- коммуникации	20
2.2. Характеристика активных участников Интернет- коммуникации	26
Глава 3. Сетевые сообщества как социальные группы	38
3.1. Социально-психологическая специфика сетевых сообществ	38
3.2. Исследования групподинамических процессов в сетевых сообществах	43
3.3. Онлайн-дневниковые порталы (блоги)	47
Глава 4. Интернет как пространство социальных практик	54
4.1. Возможности Интернета как средства массовой информации	54
4.2. Интернет как пространство политической социализации	58

4.3. Интернет как пространство научных психологических исследований и профессиональной психологической помощи	63
4.4. Использование возможностей Интернета в образовании.	76
Глава 5. Влияние компьютерно-опосредованной коммуникации на личность	83
5.1. Влияние Интернет-коммуникации на особенности самосознания и самопрезентации пользователя	83
5.2. Негативное влияние компьютерно-опосредованной коммуникации на личность: проблема Интернет-аддикции .	96
5.3. Специфические виды компьютерной зависимости	106
Приложение 1. Рабочая программа учебной дисциплины «Психология Интернет-коммуникации» .	136
Приложение 2. Шкала Интернет-зависимости А. Е. Жичкиной .	160
Приложение 3. Опросник на Интернет-зависимость К. Янг в адаптации В. Буровой .	162
Приложение 4. Опросник проблематичного использования Интернета Р. Дэвиса в адаптации Э. Губенко	164
Приложение 5. Предлагаемые принципы услуг по охране психического здоровья онлайн (ISMHO, версия 3.11) .	168
Список литературы	174
	185

Учебное издание

Белинская Елена Павловна

Психология Интернет-коммуникации

Технический редактор

Корректоры

Компьютерная верстка

И. Л. Карюков

Е. П. Колтакова

И. И. Шевцова

Е. А. Микерова

Н. А. Иголкина

Подписано в печать 08.04.2013. Формат 60×84/16.
Усл. печ. л. 11,2. Тираж 1 000 экз. Заказ № 2606.

Издательство

Московского психолого-социального университета

115191, Москва, 4-й Рощинский проезд, 9а.

Тел.: (495) 796-92-62, доб. 1301

E-mail: publish@mpsu.ru

Издательство НПО «МОДЭК»

394029, Воронеж, ул. Меркулова, 7.

Тел.: (473) 249-87-35

E-mail: modek@modek.vsi.ru

Отпечатано с готовых файлов заказчика
в ОАО «Первая Образцовая типография»,
- филиал «Ульяновский Дом печати»
432980, Ульяновск, ул. Гончарова, 14.

Е. П. Белинская

ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

СЕРИЯ «СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ»



Белинская

Елена Павловна

— доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии факультета психологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Член Европейской ассоциации социальной психологии, автор более 100 публикаций по проблемам социализации, «Я-концепции», социальной идентичности личности. Среди наиболее известных публикаций — учебное пособие «Социальная психология личности» (2001, 2009), хрестоматия «Социальная психология» (1999, 2009, 2012) — в соавторстве с О.А. Тихомандрицкой. В сферу научных интересов входят социальная психология личности, психология совладающего поведения.



9 785977 006729