Кафедра

Курсовая работа

На тему:

***Общение в Интернет, психологические проблемы***

***виртуального общения***

Новосибирск, 2008

План:

ннотация.

**Введение.**

Социальная коммуникация занимает особое место в жизни современного общества и каждого человека. С ней прямо или опосредованно связаны практически все коммуникативные сферы. Традиционно выделяются внутриличностная, межличностная, групповая коммуникация, организационная, межкультурная, общественная и массовая коммуникация. Но особенно большой интерес в наши дни вызывает электронная коммуникация, опирающаяся на новые технологии и предоставляющая пользователям поистине уникальные возможности для общения, обучения, исследования, ведения бизнеса. Главная особенность виртуального общения связана с особыми отношениями, в которых находятся получатели и отправители сообщений - теми ролями, которые они на себя принимают.

Общение посредством Интернета особенно важно для тех людей, чья реальная жизнь по тем или иным причинам межличностно обеднела. Такие люди используют всемирную сеть Интернет, как альтернативу своему непосредственному (реальному) окружению. К слову сказать, около половины пользователей Интернета выходят на просторы Сети, для того чтобы расширить свой круг общения, так как опосредованная компьютером коммуникация создает иллюзию товарищеских отношений без требований дружбы. Таким образом, Интернет играет колоссальную роль в организации такого общения.

Мир Интернет представляет собой огромное поле для исследований социологов. В международной сети Интернет для человека любого возраста и профессии существует много полезной и интересной информации. Глобальная сеть Интернет представляет собой огромное информационное поле, и кроме этого дает новые возможности разнообразным видам общения и развлечения.

Актуальность.

Компьютеры и информационные системы проникают во все сферы человеческой жизни, в связи, с чем возрастает актуальность социально-психологических исследований общения, и особенно - общения, опосредованного компьютерными технологиями и непосредственно зависимости от них. Взаимодействие «человек – компьютер» является социальным, как и все другие взаимодействия человека с окружающим миром. Компьютерные системы создали новые каналы общения между людьми, где возможны разнообразные коммуникативные ситуации: взаимодействие человека и компьютера в случае человеко-компьютерной интеракции (термин, используемый в соц. психологии и культурологии; обозначает взаимодействие, взаимное влияние людей или воздействие групп друг на друга как непрерывный диалог), взаимодействие компьютерного пользователя с другим пользователем или группой.

С появлением интернета была отмечена тенденция к изменению социальной и психологической структуры общества. С середины 90-х годов многие психологи - Л.Е. Войскунский, Травина, А.В. Беляева, Е.И. Белинская и др. - исследуют психологические феномены, связанные с интернетом.

**Цель исследования**: изучение культурно-психологического потенциала личности пользователя.

**Предмет исследования**: особенности психологической культуры студентов пользователей Интернет и непользователей Интернет.

**Объект:** студенты старших курсов гуманитарных и технических факультетов в возрасте 18-25 лет, пользователи Интернет (25 девушек и 25 юношей), и незнакомые с Интернет (25 юношей и 25 девушек).

**Гипотезой**  данного исследования является предположение о наличии достоверных различий между особенностями психологической культуры пользователей Интернет и незнакомых с Интернет.

**Задачи:**

1.Анализ литературных источников по разработке понятия психологическая культура, а также психологических особенностей пользователей Интернет

2. Подбор адекватного комплекса методик и разработка методики «Понятия».

3. Проведение исследования и статистическая обработка полученных данных:

а). Определить уровень психологической культуры пользователей и непользователей Интернет;

б). Выявить особенности общения и поведения пользователей Интернет и незнакомых с Интернет;

в). Определить достоверность различий между группами пользователей и непользователей, а также между юношами и девушками;

г). Исследовать структуру взаимосвязей между уровнем психологической культуры особенностями общения в обеих группах.

4. Анализ и интерпретация полученных результатов.

**Методы исследования:** для реализации поставленных задач использовались:

1. Методика «Культурно-психологический потенциал» О.И.Моткова
2. Опросник К.Н.Томаса по выявлению стиля поведения в конфликтной ситуации
3. Методика Т.Лири (определение типа межличностных отношений)
4. Методика определения самооценки
5. Методика «Понятия» (определение уровня психологической грамотности)
6. Опросник «Готовность обращения за психологической помощью»
7. Социологическая анкета для пользователей Интернет
8. Тест К.С.Янга на виртуальную зависимость

**Интернет, как способ коммуникации.**

Сегодня сложно переоценить роль Интернета в организации течения потоков всевозможной информации, а также в организации общения, как одного из аспектов, непременно сопутствующего течению этих потоков. Ведь общение – есть способ взаимодействия людей друг с другом, а с появлением всемирной паутины это общение вышло за рамки одного дома, города и даже одной страны. Бесспорно, много лет существовали и другие средства передачи информации на расстояния (такие как почта, телефон, телеграф), но те неудобства, с которыми часто сталкиваются участники такого общения, вынуждают многих из них перейти в ряды тех, людей, кто уже оценил преимущества нового мира цифровых технологий и в частности Интернета.[[1]](#footnote-1)

Следует согласиться с тем, что в настоящее время электронная почта, всевозможные форумы, организованные в сетевом пространстве, многочисленные Интернет - журналы и газеты, да и сам, собственно, Интернет для многих стали не менее важным аспектом повседневности, чем телевизор или телефон, а порой они и полностью вытесняют своих «отсталых» братьев. Интернет, служивший изначально исследовательским и учебным интересам, становится все более популярным в мире обычного общения.

Общение посредством Интернета, не обязательно может проходить только в рамках одной страны. Поскольку, Интернет – это всемирная паутина, следовательно, через нее общаться могут люди из разных стран. Так, например, если человек, родившийся и выросший в России, на хорошем уровне владеет английским языком, то ничего не мешает ему иметь переписку не только с людьми, живущими на территории нашей страны и говорящими на русском языке, но и с любым иностранцем, который может находиться в любой англо-говорящей стране. Это дает ему возможность участвовать во всевозможных международных Интернет - форумах и общаться в чатах, обеспечивая себя возможностью исследовать культуру других стран и давать иностранцам представление о своей культуре – культуре России.[[2]](#footnote-2)

У сетевой коммуникации имеется масса преимуществ по сравнению с общепринятыми способами личного общения, и именно они играют огромную роль в привлечении людей к Интернет - общению.

Таким образом, всемирная сеть Интернет, охватывая почти все цивилизованные уголки нашей планеты, является мощным средством межкультурной коммуникации, которая способствует сближению народов и росту их как национального, так и межнационального самосознания.

Многочисленные исследования виртуальной аудитории показали, что на данный момент подавляющее большинство пользователей Рунета составляют студенты и люди с высшим образованием [36]. Что касается типа образования, то преобладает техническое образование, затем следует гуманитарное. Эти данные объяснимы тем фактом, что для полноценной работы Интернетом необходимы немалые знания, как самой сети, так и компьютера. Интернет является скорее молодежным сообществом, что подтверждают исследования – в возрасте пики приходятся в от 18 до 23 лет. Поэтому для своего исследования мы выбрали именно эту категорию пользователей, как представителей наиболее интенсивно использующих возможности глобальной сети. К компьютеру большинство относится как к источнику знаний и информации. Если же проследить тенденцию изменения роли компьютера в жизни людей вообще, то можно сказать так: из рабочего инструмента (в самом начале своего существования) и игрушки (до недавнего времени) компьютер все больше стал играть обучающую и информационную роль в жизни общества. А это уже, в свою очередь, подтверждается фактом все большего распространения внедрения компьютера в самых разных областях деятельности человека.

По прогнозам исследователей к концу 2001 года максимальная аудитория Интернета в России достигнет 18 миллионов человек [36]. Ядро, то есть те пользователи Интернета, которые проводят в Сети не менее трех часов в неделю, составило 900 тысяч человек. Каждый десятый россиянин получает или имеет опыт получения информации из Интернета. Однако реальные масштабы влияния Сети на российское общество значительно выше. С учетом того, что 16 миллионов россиян имеют друзей, регулярно посещающих Интернет, зона влияния Сети охватывает более 27 миллионов граждан со средним возрастом 34 года, то есть каждого четвертого жителя России.

Проводятся исследования, направленные на анализ половых различий использования Интернет [5]. Опросы показывают, что женщины-пользователи Интернета отличаются от мужчин по социально-демографическим и психологическим характеристикам. Эти особенности касаются возрастного состава и профессиональной принадлежности,  характера используемой информации,  общей структуры интересов. Показано, что для женщин более свойственен интерес к  информации  об  образовании, культуре. Они меньше, чем мужчины, интересуются информацией технического и научного характера.  
Выявлены заметные   различия  в  мотивации  женщин  и  муж-  
чин-пользователей Интернета. У женщин более важное место занимают мотивы творческой самореализации,  отдыха и коммуникативные мотивы,  
т.е.  мотивы, прямо не связанные с деловой профессиональной сферой использования Интернета.  Можно предположить, что работа женщин в Интернете имеет довольно сильный компенсационный аспект. Она восполняет недостаток творческого  высококультурного общения, ощущаемого в обыденной жизни.     Для женщин  Интернет  имеет более существенные личностные и коммуникативные последствия,  чем для мужчин.  Женщины отмечают, что Интернет способствует личностному, коммуникативному и познавательному развитию человека.  Менее актуальны для них чисто деловые и утилитарные аспекты работы в сети.  Коммуникативные последствия работы в Интернете для женщин не только  более  существенны, но и более позитивны, чем для мужчин.

**Социально-психологические аспекты общения пользователей Интернет**

Среди причин обращения к Интернет как инструменту общения выделяют [36]:

*1. Недостаточное насыщение общением в реальных контактах.* В подобных случаях пользователи быстро теряют интерес к Интернет-общению, если появляются возможности для удовлетворения соответствующих потребностей в реальной жизни.

*2. Возможность реализации качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам фрустрированных в реальной жизни.* Подобная возможность обусловлена вышеперечисленными особенностями общения посредством сети - анонимностью, нежесткой нормативностью, своеобразием процесса восприятия человека человеком. Желанием переживания тех или иных эмоций объясняется, вероятно, и стремление к эмоциональному наполнению текста.

Общение посредством Интернет имеет свои специфические особенности, которые отличают этот вид общения от привычного всем нам. Среди этих особенностей И.Шевченко отмечает следующие [36]:

*1. Анонимность.*

*2. Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия* в условиях отсутствия невербальной информации.

*3. Добровольность и желательность контактов.* Пользователь добровольно завязывает контакты или уходит от них, а также может прервать их в любой момент.

*4. Затрудненность эмоционального компонента общения* и, в то же время, *стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста*, которое выражается в создании специальных значков для обозначения эмоций или в описании эмоций словами (в скобках после основного текста послания).

5. *Стремление к нетипичному, ненормативному поведению.*

Зачастую пользователи презентируют себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают не реализуемые в деятельности вне сети роли, сценарии, ненормативного поведения.

В текстовой коммуникации в Интернете люди часто создают себе так называемые "виртуальные личности», описывая себя определенным образом. Виртуальная личность наделяется именем, часто псевдонимом. Псевдоним называется *«*nick*»* (от *«*nickname*»* - псевдоним) или *«*label*»* - «лейбл», «ярлык». Конечно, не все создают себе образ в Интернете, отличный от реального образа и стиля поведения. Гипотетическим объяснением того, почему одни люди конструируют виртуальные личности, а другие - нет, может быть, степень социальной ригидности личности. Выделяется два основных типа социальной ригидности. Первый - это ролевая ригидность (или ригидность «Я» - концепции), которая проявляется в том, что человек воспринимает себя как исполнителя строго определенного набора ролей и, соответственно, «упорствует в определенных видах ролевого поведения». Второй - это диспозициональная ригидность (наличие жестких установок, определяющих восприятие мира в черно-белых тонах).

Конструирование виртуальных личностей может носить возрастной характер и быть связана с самоопределением. Многие авторы отмечают существование кризиса идентичности в подростковом возрасте, когда собственное «Я» представляется подростку размытым. При этом виртуальные личности могут выполнять функцию самоверификации. Конструирование виртуальных личностей в Интернете – это отражение изменений структуры идентичности человека (тенденция к множественности идентичности в реальной жизни), которое является отражением социальных изменений [12].

Очевидно, что для того, что бы конструировать виртуальные личности, нужно не только быть в принципе способным видеть себя как потенциального исполнителя различных ролей, но и хотеть исполнять эти роли. Можно предположить, что желание конструировать виртуальные личности может быть связано с тем, что реальность не предоставляет возможностей для реализации различных аспектов «Я», или же, что действительность может быть слишком «ролевой», слишком нормативной. Это порождает у человека желание преодолеть нормативность, что ведет к конструированию ненормативных виртуальных личностей. В частности, это может проявляться в конструировании виртуальных личностей другого пола, нежели их обладатель, или вообще бесполых. В реальном обществе существуют определенные нормы, которые предписывают человеку определенного пола соответствующее этому полу поведение. В виртуальном обществе человек может быть избавлен от того, чтобы демонстрировать социально желательное для своего пола поведение, представившись в сети как лицо противоположного пола. То есть, если реальное общество ограничивает возможности самореализации человека, у него появляется мотивация выхода в сеть и конструирования виртуальных личностей. Если же человек полностью реализует все аспекты своего Я в реальном общении, мотивация конструирования виртуальных личностей у него, скорее всего, отсутствует. В описанном случае общение в Интернет носит характер дополнения к основному общению. Но оно может иметь и компенсаторный, замещающий характер. Это происходит в случае формирования Интернет-зависимости.

Интернет-зависимость определяется как «навязчивое (компульсивное) желание выйти в Интернет, находясь off-line, и неспособность выйти из сети Интернет, будучи on-line». Это явление более распространено на Западе, где стоимость доступа в сеть намного дешевле, и это способствует более широкому распространению и большей популярности Интернет. В России об этом явлении стали говорить совсем недавно. Для нас это явление представляет интерес с той точки зрения, что Интернет-зависимость может являться индикатором низкой коммуникативной компетентности и, следовательно, низким уровнем психологической культуры личности пользователя. Исследователи приводят различные критерии Интернет-зависимости. Кимберли Янг приводит 4 симптома этого явления [16]:

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 Интернет.

4. Жалобы окружающих на то, что человек тратит слишком много денег на Интернет.

Анализ причин Интернет-зависимости привел к выводу, что большинство Интернет-зависимых приходят в сеть ради общения. Это может свидетельствовать о компенсаторном характере общения в Интернет у этой группы людей. Интернет-зависимые получают в Интернет различные формы социального признания. Их зависимость может говорить о том, что в реальной жизни социального признания они не получают, а также о том, что в реальной жизни у этой группы людей могут существовать определенные трудности в общении, которые снижают их удовлетворенность реальным общением. На другом полюсе континуума находятся пользователи, которые приходят в сеть не ради многочасового бесполезного общения, но ради поддержания деловых контактов и нахождения необходимой информации. То есть среди пользователей существуют различные мотивы применения Интернет в деятельности. Это приводит нас к следующей проблеме – проблеме мотивов пользователей Интернет.

**Мотивация пользователей Интернет**

Среди исследователей мотивации пользователей Интернет отметим работу А.Е.Войскунского и О.Н.Арестовой [4]. Они приводят следующую классификацию мотивов пользователей Интернет:

1. *Деловой  мотив*.  Для  большинства   пользователей   работа   в  
Интернете  является  составной  частью  профессиональной деятельности,  
направленной на достижение конкретной цели, т.е. результата. Это может  
быть   поиск   конкретной  информации,  контакты  и  взаимодействие  с  
определенным человеком, организация работы какого-либо подразделения и так далее. Ориентация  на конкретный деловой результат и служит индикатором наличия так называемой деловой мотивации.

2. *Познавательный  мотив*.  Этот  мотив  связан с получением новых  
знаний,  он может иметь  различные  характеристики  в  зависимости от  
направленности   познавательного   интереса   пользователя. Предметом  
познавательного  отношения  в  компьютерных  сетях  могут  быть  новые сервисные  возможности,  различная  гипертекстовая  информация,  новые  
люди, идеи и мнения, визуальные и слуховые образы.

3. *Мотив  общения*  (коммуникативный  мотив).  Он  характеризуется  
поиском  новых  знакомств,  людей  с  близкими   интересами,   обменом  
мнениями, обретением нового круга друзей и единомышленников. Он связан с естественной для человека потребностью в обмене знаниями,  мнениями, эмоциями с себе подобными.

4. *Корпоративный мотив* (мотив сотрудничества).  Большинство видов деятельности   человека   носит  социальный  характер,  как  по  своему содержанию,  так и по своей структуре. Это означает, что деятельность предполагает  разделение  функций  между людьми, сотрудничество между ними,  обмен результатами деятельности,  совместное решение проблем по ходу  работы.  Значительная часть людей работает в условиях совместной деятельности. Ориентация пользователей на сотрудничество (а не просто на  общение)  с  другими  при  работе  в  Интернете служит индикатором корпоративной мотивации.

5. *Мотив самоутверждения*.  В основе этого мотива лежат глубинные психологические явления -  самооценка  личности,  уровень  притязаний, мотивация достижения. Деятельность человека часто достиженческий характер,  при этом  человеку  приходится  доказывать  себе  и  другим собственную    состоятельность,    ценность. Самоутверждение   может осуществляться в различных видах деятельности в  зависимости  от  типа личностных  ценностей  субъекта.

6*. Мотив рекреации и игровой мотив*.  Игра и  рекреация  занимают  
важное   место   в   жизни   любого  человека.  Помимо  восстановления  
функционального состояния работоспособности, игра и рекреация является способом овладения новыми видами деятельности, тренировкой и проверкой своих возможностей,  соревнованием. В Интернете  каждый  пользователь может найти тот вид игры, который ему наиболее близок и интересен.

7. *Мотив аффилиации*. Данный мотив является выражением социальной сущности   деятельности   и   личности   человека.  Он  проявляется в потребности  каждого  человека  принадлежать  к  определенной  группе, принимать  ее  ценности  и следовать им,  занимать собственное место в структуре группы.

8. *Мотив  самореализации и развития личности*.  Значительная часть  
пользователей осознает  влияние  работы  в  Интернете  на  собственную  
личность и деятельность. Это влияние касается развития познавательных  
возможностей, игровой деятельности, особенностей общения, формирования интересов  личности. Осознанное  стремление  к  реализации и развитию собственных возможностей (познавательных,  коммуникативных и  т.д.) формирует мотив развития личности при работе в Интернете. Данный мотив имеет  выраженный  творческий  компонент.  Работа  в  Интернете   дает человеку  возможность проявить свои творческие способности,  например, создание новых программных продуктов, высказываний в телеконференциях и  т.д. Это  позволяет  человеку  реализовывать свои творческие  потенции,  дает   возможность   получить   оценку   своего творчества со стороны значимых и компетентных экспертов.

Разобравшись в основных психологических характеристиках феномена виртуального общения, стоит коснуться непосредственно средств помогающих осуществить данный вид общения.

**Средства виртуального общения**

Существуют разнообразные классификации средств общения в Интернете, но наиболее общую классификацию предлагает Вадим Нестеров [25], разделяя все формы виртуальных межличностных коммуникаций в русском Интернете:

1. Диалоговая коммуникация, off-line и on-line (электронная почта, ICQ)

2. Полилоговая коммуникация, off-line и on-line (конференции, чаты).

Первая форма характеризуется более доверительным и личным общением, вторая форма более характерна для обсуждения каких-либо вопросов на специальные темы большим количеством людей. Отличие конференции от чата состоит в следующем: отсутствие режима «реального времени» и ограничений на объем сообщения делает конференции более удобным для обсуждения тех или иных проблем, как правило, они представляют собой тематические дискуссии. Чаты же, даже при декларировании тематики общения очень редко остаются тематическими, общение в режиме реального времени делает глубокомысленные беседы проблематичными. Обычно общение в чатах производит впечатление свободного, бесцельного общения, в котором обмен высказываниями осуществляется единственно для поддержания контакта.

Отмеченные выше формы сетевого общения различаются не только по своей интерактивности (on-line и off-line), направленности коммуникации (моно- диа- и полилогичные), но и по степени открытости. Условно их можно разделить на: публичные  и приватные. Первой особенностью «доверительного» общения является то, что обычно оно не является публичным и протекает в приватных формах коммуникации.

*1.**E-MAIL*

Наиболее универсальное средство компьютерного общения. Электронная почта вполне сравнима с обычной почтой, за исключением того, что электронное письмо приходит сразу после отправки. Это её преимущество, и это придаёт общению следующие особенности:

* Особый этикет (даже в научных и деловых письмах): более неформальный стиль общения, часто не используется даже обращение к адресату, зато используется набор смайликов и сокращений.
* Быстрота отправки и приёма позволяет тут же получить обратную связь и в свою очередь отреагировать, – так что общение в целом более продуктивно, нежели с помощью обычной почты.
* Возможна отправка копий письма сразу нескольким адресатам, так что в целом это средство скорейшего распространению информации. С помощью e-mal можно передавать не только текстовую информацию, но и графические, аудио и видео файлы, т.е. обмениваться информацией иного рода.
* E-mail – одно из средств построения различных взаимоотношений в виртуальной реальности

*2. Конференция.*

Самая большая компьютерная конференция - USENET - объединяет сотни тысяч машин по всему миру. Ее устройство напоминает доску объявлений, и, с другой стороны, газету.

- Никакого списка участников конференции не существует. Получать и отправлять сообщения может любой, чья машина связана с какой-нибудь другой машиной, которая получает сообщения конференции. Все рассылаемые сообщения разделены на группы по темам, и для того, чтобы получать сообщения группы, надо на эту группу подписаться, то есть включить имя этой группы в список на своей машине. Сетевое программное обеспечение, обслуживающее конференцию USENET, из всех предлагаемых сообщений выбирает сообщения, относящиеся к группам из вашего списка. Посылая сообщение, вы помечаете, к какой группе оно относится, и все, кто подписан на эту группу, ваше сообщение получат.

- Такое устройство конференции позволяет получать все сообщения по интересующим темам, независимо от того, кто их написал, и рассылать сообщение, не беспокоясь об адресах получателей - его прочтут те, кого оно может заинтересовать.

- Основные читатели и участники конференций – люди, которым важно не столько межличностное общение, сколько интеллектуальное. Как правило, это профессионалы, которые ищут здесь ответы на свои профессиональные вопросы

*3. ICQ*

("I Seek You" - "Я тебя ищу" или просто “аська”) - это программа, позволяющая общаться со своими друзьями в on-line в реальном времени. Действует по принципу e-mail, только ещё быстрее. Чем-то такой способ общения напоминает перебрасывание записками. Можно посылать им сообщения, файлы, вызывать на чат, вызывать у себя и посылать приглашение им для запуска сетевых программ (сетевые игры, IPhone, Netmeeting), которые нужно указать в конфигурации своего ICQ. Пользуясь ICQ, можно включить Invisible Mode и общаться только с теми, кого хочешь здесь видеть. А функция ignore тут безотказно работает против любых приставал, пытающихся сделать ICQ продолжением традиций анонимного общения.

*4.NetMeeting*

Программа, позволяющая общаться голосом через Интернет. Если хорошая скорость, разговор идет как по телефону. Вы заходите на специальный сервер этой службы и можете выбирать собеседника (а их там достаточно много). Можно также вызвать человека по его интернетному адресу (у него должна быть предварительно запущена эта программа). Поддерживает одновременно несколько собеседников. Кроме голосового обмена информацией есть возможность использовать "доску" нечто типа PaintBrash'а, где каждый может что-то нарисовать, и все остальные это увидят. На Западе собирались использовать в виртуальных классах.

*5. IRC*

"IRC" означает "Internet Relay Chat" и представляет из себя систему, которая позволяет вести диалог с другими пользователями Internet на специальных "каналах" или лично. Вы "заходите" на канал и после любая ваша фраза может быть услышана всеми, кто находится на том же канале - вне зависимости от того, что один ваш собеседник живет в Австралии, а другой - в Южной Африке. При необходимости вы можете общаться лично – только с тем, с кем желаете – в private.

По сравнению с обычным разговором, IRC имеет ряд особенностей: собеседники не видят и не слышат друг друга, т.е. не воспринимают ни интонацию, ни внешность. Каждый из участников имеет nick. Выбор своего "ника" - это заявка на анонимность, либо важная часть своего виртуального образа. Из "ников", встречаемых на IRC, можно составить целую портретную галерею. Есть здесь литературные персонажи, есть животный мир, есть социальные статусы (Эмигрант, Магнат, Сержант), есть термины бытовой и вычислительной техники (Холодильник) и многие другие.

Люди на IRC строят свое впечатление друг о друге только на основе слов, действий, реакций собеседников на происходящее. Многие, приходя на IRC, раскрепощаются.

###### *6. Клубы*

Интернет-клуб, это нечто похожее на смесь конференции и чата. В клубе вы можете иметь только один постоянный ник, который можно сменить только специальным запросом. Здесь сообщество строится и образуется довольно медленно – это клубы и для интеллектуального и для межличностного общения, здесь общаются только те люди, которые интересны друг другу, они с недоверием относятся к чужакам, а модераторы ревностно охраняют нормы клуба. Поведение в них гораздо более регламентируемое – если сообщение нарушает этические нормы клуба или не относятся к теме, его удаляют, а в особо тяжёлых случаях могут вообще запретить вход в клуб. Темы строго определены и отклонения от них не приветствуются. Здесь живут, в основном, интеллектуалы, которые используют Интернет для того, чтобы расширить круг общения - но не потому, что лишены такого круга в реальной жизни, а потому, что, в принципе, пределов расширению нет, - и, чем шире круг, тем богаче все, кто в нем находится. Люди такого типа общаются в Сети достаточно интенсивно, но подходят к этому общению уравновешенно: они не зацикливаются на нем, вступают в беседу только, когда есть, что сказать, и не цепляются за саму возможность общения, если тема исчерпана.

1. Горявский Ю. Назад в будущее // Мир Internet. №10.- М., 2001.- с.15 [↑](#footnote-ref-1)
2. [Образование. Коммуникация. Ценности. (Проблемы, дискуссии, перспективы)](http://anthropology.ru/ru/texts/gathered/educval/index.html). По материалам круглого стола «Коммуникативные практики в образовании»./ Под ред. [Дудника](http://anthropology.ru/ru/we/dudnik.html) С.И.- СПб.: [Санкт-Петербургское философское общество](http://anthropology.ru/ru/partners/psociety/index.html), 2004.- с.65 [↑](#footnote-ref-2)