Содержание.

**1. Психологические особенности пользователей сети Интернет…………3**

1.1 Развитие русскоязычного Интернета: гендерные и возрастные аспекты..3

1.2 Социально-психологические аспекты общения

пользователей Интернет……………………………………..………………….2

1.3 Мотивация пользователей Интернет…………………………………….....12

**1. Психологические особенности пользователей сети Интернет**

**1.1 Развитие русскоязычного Интернета: гендерные и возрастные аспекты**

Интернет в России появился сравнительно недавно – лишь несколько лет назад, но развивается стремительно быстро и российская аудитория сети растет с каждым днем. Это, в свою очередь, влечет за собой ряд проблем и новых перспектив для социально-психологических исследований.

Интернет в российском массовом сознании предстает как гигантское хранилище информации. Формирование подобного образа глобальной сети произошло прежде всего стараниями СМИ. В большинстве публикаций отношения «Человек-Сеть» рассматриваются как утилитарные, потребительские и обезличенные - человек зашел в Сеть, нашел нужную ему информацию, скачал на свой компьютер и вышел из Сети. Причины этого вполне понятны - огромный объем информации, сосредоточенной в Интернет, ее хаотичность и неструктурированность требуют от новичка хотя бы минимальных знаний о доступных информационных ресурсах и стратегиях поиска необходимой информации.

На самом деле Интернет представляет собой огромные возможности не только получения необходимой информации, но и является инструментом общения людей на разных континентах нашей планеты. Развитие Интернета к возможности взаимодействия «человек-компьютер» добавило возможность коммуникации «человек-компьютер-человек». Сеть стала посредником с особыми свойствами, а в сетевой виртуальной реальности возникли «виртуальные сообщества», - миры, сформированные Интернет-общением и обладающие специфическими психологическими свойствами.

В данной работе речь пойдет о русскоязычных пользователях Интернет и русскоязычной части Интернет, часто называемой среди ее пользователей «Рунет». Если проследить за динамикой аудитории Рунета, то мы увидим, что сначала это были программисты и люди, профессионально связанные с компьютерными технологиями. Но затем появились новые категории пользователей Интернет, начиная от младших школьников вплоть до домохозяек и пожилых людей, которые используют Интернет для поддержания связи со своими родственниками в других странах и городах.

Неоспоримым фактом является то, что Интернет сегодня – это самый колоссальный источник информации, который знало человечество. Но его возможности, такие, как оперативность, быстрота и доступность связи между пользователями на дальних и близких расстояниях позволяют использовать Интернет не только как инструмент для познания, но и как инструмент для общения.

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]. По данным опросов численность аудитории Рунета активно растет, - правда, в основном за счет тех, кто приобрел первый опыт, но не стал пока регулярным пользователем. Если считать всех посетителей Интернета, включая тех, кто имел хотя бы единичный опыт посещения Сети, то получится максимальная аудитория Интернета. В России она за предыдущий год удвоилась и достигла величины в 11,4 миллиона посетителей. Нерегулярная аудитория Интернета в России - те, кто побывал в Интернете не менее двух раз – составила 6 миллионов человек. Недельная аудитория (посещающие Интернет минимум раз в неделю) – 2,5 миллиона. Активная (не менее часа в неделю) – 1,7 миллиона. 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.

**1.2 Социально-психологические аспекты общения пользователей Интернет**

Мы уже отметили тот факт, что Интернет является огромной зоной коммуникации людей. Телекоммуникации с помощью компьютерных сетей - принципиально новый пласт социальной реальности. В  
России первые исследования деятельности пользователей глобальных сетей начались   в  1990-х  годах  в  связи  с  распространением  глобальных компьютерных  сетей  и  подключением  отечественных  пользователей   к всемирной   сети   Интернет.   Исследователи  исходили  из того,  что компьютерные сети представляют собой новый  этап  в  развитии  внешних средств интеллектуальной деятельности,  познания и общения. Применение компьютерных сетей ведет к значительным структурным  и  функциональным изменениям   в   психической   деятельности  человека.  Эти изменения затрагивают  познавательную,  коммуникативную  и   личностную   сферы, трансформируются исполнительское звено деятельности, пространственно-временные характеристики взаимодействия субъект-субъект и субъект-информационная   система,   процессы целеполагания,  потребностно-мотивационная   регуляция   деятельности [3, 4].

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.

Как и в любом обществе существуют некоторые правила общения, так и виртуальном сообществе происходит зарождение и развитие своих правил поведения. Сетевой этикет или «нетикет» в России находится еще в стадии формирования, однако уже существуют общепринятые нормы поведения в виртуальном социуме. По одной из этих норм, публично задавать вопросы о возрасте, подлинном имени и т.п. собеседника считается как минимум неделикатным - каждый сообщает о себе столько, сколько считает нужным, а подобные вопросы требуют приватности. Если желание перевести общение на другой уровень обоюдно, люди, как правило, переходят на общение по электронной почте или через «аську» (ICQ). Этот процесс настолько распространен в Сети, что часто в виртуальных социумах, специализирующихся на общении, изначально заложена возможность приватной беседы без перехода на другой ресурс. В чатах, к примеру, обычно приняты такие приватные формы коммуникации, как «шепот» (возможность при общем разговоре отправлять любому из присутствующих реплики, невидимые для остальных) и «приват» (возможность перейти в диалоговый чат «на двоих»).

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.* Несмотря на то, что иногда возможно получить некоторые сведения анкетного характера и даже фотографию собеседника, они недостаточны для реального и более или менее адекватного восприятия личности. Кроме того, наблюдается укрывание или презентация ложных сведений. Вследствие подобной анонимности и безнаказанности в сети проявляется и другая особенность, связанная со снижением психологического и социального риска в процессе общения – аффективная раскрепощенность, ненормативность и некоторая безответственность участников общения. Человек в сети может проявлять и проявляет большую свободу высказываний и поступков (вплоть до оскорблений, нецензурных выражений, сексуальных домогательств), так как риск разоблачения и отрицательной личной оценки окружающими минимален.

*2. Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия* в условиях 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.

*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.

Исходя из вышеназванных особенностей, вытекает проблема виртуальной идентичности. Восприятие человека человеком в Интернет оказывается отделенным от базовых категорий социального познания, которые выражены во внешнем облике, таких, как пол, раса, возраст и принадлежность к определенному социальному слою. Это порождает феномен конструирования виртуальных личностей. 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.

Явление Интернет-зависимости начало изучаться в зарубежной психологии с 1994 года. 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.

**1.3 Мотивация пользователей Интернет**

Деятельность человека  в Интернете   является новым   видом   деятельности,  который сочетает в себе свойства различных  традиционно выделяемых    в   психологии   видов   деятельности. И как любая деятельность, она имеет мотивационную основу. При изучении проблемы мотивации пользователя представляет интерес вопрос  о том,  что дает (или не дает) работа в Интернете для развития личности  человека  и  его  общения  с  другими  людьми.  Этот  вопрос относится  к  оценке  психологических последствий работы в Интернете в области личностного развития  и  межличностной  коммуникации.  Процесс оценивания  субъектом  прямых  и побочных результатов его деятельности пользователя воздействует на мотивационную регуляцию.  Критерием этого оценивания  является  степень  соответствия  результатов  деятельности потребностям  самого  человека,   то есть   сопоставление   желаемого   и достигнутого.  Эти  оценки  распространяются  на последствия,  которые данная  деятельность  имеет  для  самого  человека  - развивает   его возможности, дает новые навыки, или, наоборот, не дает возможности для самореализации и саморазвития.

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, ресурсов  WWW  и  т.д. Это  позволяет  человеку  реализовывать свои творческие  потенции,  дает   возможность   получить   оценку   своего творчества со стороны значимых и компетентных экспертов.

Выделенные типы   мотивов  репрезентируют  основные  описанные  в психологии виды мотивационной направленности  личности:  продуктивную, социально-коммуникативную,   познавательную,   развивающую. Исследование А.Е.Войскунского подтверждает мысль о том, что  Интернет  в  своем развитии прошел путь от профессиональной среды общения программистов к среде  свободного  общения,  реализующей  более широкие по сравнению с профессиональными  личностные  интересы [4]. Эти   данные   говорят   об уменьшении  веса  мотивов  делового  и  профессионального  характера в деятельности     пользователей     Интернета.     Напротив,     мотивы коммуникативного,  рекреационного направления,  мотивы личного общения приобретают  все  большую  представленность  в  системе  мотивационной регуляции.

Итак, мы рассмотрели основные проблемы психологии пользователей Интернет. Так как русскоязычная аудитория Интернет постоянно растет, невозможно отрицать то, что Интернет влияет на общество. Всемирная сеть стала новым видом интеллектуальной деятельности человека и является новой областью исследований психологов и других специалистов. Кроме огромного количества информации Интернет представляет собой огромную зону коммуникации людей. Общение в Интернет имеет свои специфические черты и особенности. Использование разнообразных возможностей всемирной сети приводит к структурным и функциональным изменениям в психической деятельности личности. Особенности общения в сети порождают два ряда феноменов: во-первых, в Интернет становится возможным конструирование виртуальных личностей; во-вторых, благодаря отличиям реального общения от виртуального становится возможной Интернет-зависимость. Мы предполагаем, что Интернет-зависимость является индикатором низкого уровня психологической культуры личности пользователя. Восприятие Интернет как инструмента познания и возможности поддержания контактов указывает на психологическую зрелость личности.