
*Специальная тема выпуска:
Психология Интернета*

Приглашенный редактор — А.Е. Войскунский

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

Включенные в данный выпуск журнала материалы относятся к «психологии Интернета», однако названное так отдельное направление отсутствует в психологической науке, хотя само наименование встречается (Wallace, 1999). «Киберпсихология» — другое распространенное наименование (за рубежом имеется так названный журнал — см.: <http://cyberpsychology.eu>); оно встречается и в отечественных публикациях (Войскунский, 2008, 2010б). Нередко встречается и наименование «психология киберпространства» (Psychological..., 2008). А вот относящиеся к психологии Интернета, или — что то же — к киберпсихологии, отечественные исследования могут оказаться опубликованными в самых разных, часто неожиданных изданиях. Это означает, что связанное с изучением психологии Интернета исследовательское направление в нашей стране не сложилось. Признаться, оно не вполне сложилось и в более глобальном масштабе, если принять во внимание, что до сих пор

нет профессионального мирового общества (в виде, например, ассоциации) психологов Интернета, а в лучших журналах исследования в области психологии Интернета соседствуют с работами философов, социологов, этнографов, юристов, врачей, экономистов, специалистов по коммуникациям или по компьютерам (см.: Войскунский, 2010а).

Представляется важным сразу же рассеять возможное недопонимание. Под Интернетом понимается не конкретная сеть из взаимосвязанных компьютеров и мобильных устройств, и даже не сеть сетей вместе с каналами и устройствами связи между составными элементами с соответствующими программами и протоколами, а наряду с такими сетями также и построенные на их основе социальные сервисы, привлекающие людей и/или обеспечивающие их деятельность. Эти социальные сервисы — наиболее современные из них развиваются не столько разработчиками (их дело — дать исходный импульс человеческой инициативе и

снабдить инструментарием), сколько самими пользователями — многочисленны и разнообразны; данный термин шире, нежели ставшие распространенными наименования «социальные медиа» или «новые медиа» (Сакоян, 2011). Если нужна классификация, то хотя она не будет исчерпывающей, следует, прежде всего, упомянуть основные классы сервисов: они предлагают людям **общаться** (устно или письменно, в реальном времени или отсроченно, посредством обмена текстовыми сообщениями, изображениями или продуктами деятельности, в диаде или в группе и др.), **познавать** (в частности, обучаться, искать информацию или наводить справки), **развлекаться** (например, играть в многопользовательские ролевые игры, слушать музыку, просматривать фотографии, видео- и киноролики), **трудиться** (в частности, обеспечивать техническое функционирование Интернета, оказывать помощь клиентам дистантно, составлять рекомендательные списки труднодоступных источников, программировать новые Интернет-сервисы либо совершенствовать имеющиеся сервисы и т.п.), совершать **покупки** и сделки. Удобство Интернет-сервисов в том, что они обеспечивают все эти процессы. Социальные сервисы способствуют привлечению в Интернет пользователей: они становятся все более многочисленными и представляют собой привлекательный для специалистов по психологии Интернета объект исследования.

Таким образом, посредством Интернета осуществляются наиболее интенсивно изучаемые всеми поколениями психологов разновидности

деятельностей: трудовой, познавательной, игровой, коммуникативной, а также мало исследованной в отечественной психологии консьюмеристской (потребительской, или покупательской) деятельности. Большинство остальных видов осуществляемых пользователями Интернета деятельностей, как можно предполагать, представляет собой определенное комбинаторное соединение указанных видов деятельностей. Интернет и базирующиеся на нем сервисы не только опосредствуют, не только облегчают, но и сплошь и рядом стимулируют реализацию многообразных деятельностей, побуждают людей к их выполнению. *А под психологией Интернета следует понимать отрасль психологии, объединяющую (и отвечающую за) методологию, теорию и практику исследования видов, способов и принципов применения людьми социальных сервисов Интернета.* Так понимаемую психологию Интернета можно именовать иначе, параллельно либо альтернативно, например, киберпсихологией, психологией киберпространства или как-то еще — не суть важно.

Тут можно провести такое сопоставление. Поскольку в быту Интернет нередко ошибочно понимается как некое электронное устройство, связывающее воедино компьютеры (что неверно), то и психология Интернета нередко отрицается на точно таком же основании, как отрицалась бы, к примеру, «психология» паровоза: последнее отрицание справедливо, ибо ни здравый смысл, ни «железнодорожная психология» (Пушкин, Нерсесян, 1972) не наделяют психикой паровоз или электровоз. Однако Интернет никак нельзя сопоставить

с электровозом как техническим устройством; скорее Интернет — это рельсы впридачу к тем «социальным сервисам», без которых рельсы были бы ни к чему: электричкам и поездам дальнего следования, станциям с вокзалами и билетными кассами, расписанию отправок и прибытий и т.п. Так что применение Интернета правомерно было бы сопоставить не с управлением локомотивом, а с поездкой на поезде: можно смотреть на сменяющиеся пейзажи, знакомиться и беседовать с новыми людьми, в том числе с представителями иных культур, листать прессу, играть в настольные игры, слушать музыку, а можно, наоборот, ничего этого не делать, т.е. не ездить в поезде и/или не пользоваться Интернетом. Думается, культурному феномену (хронотопу) путешествия на поезде свойственны особенности и закономерности, достойные подробного психологического описания. Не зря психоаналитики неизменно обращают внимание на символы, связанные с поездками.

Как можно показать, понимаемая в указанном выше смысле психология Интернета, или киберпсихология, включена во все или, по крайней мере, в большинство разделов и направлений психологической науки (Войскунский, 2010а,б). В этом плане она призвана, по-видимому, выполнять интегрирующую роль в развитии психологического знания. Для пояснения коротко перечислим актуально и потенциально значимые для психологической науки исследовательские (а нередко и практически значимые) задачи, непосредственным образом пересекающиеся с психологией Интернета.

Так, когнитивная психология совместно с психологией Интернета изучает закономерности распределения внимания в ходе онлайн-деятельности, особенности функционирования психологических механизмов памяти в условиях применения удаленных информационных носителей, специфику мыслительных операций, процессов понимания и креативности при использовании разнообразных Интернет-сервисов, параметры развития мультимодального восприятия при общении, обучении, работе или развлечениях в Интернете, а также другие задачи. Для клинической психологии актуальна проблематика Интернет-зависимости (в том числе от ролевых онлайн-многопользовательских и азартных игр), дистантной онлайн-психодиагностики, психотерапии и консультирования. Социальная психология занимается изучением опосредствованного Интернетом общения, анализом особенностей формирования и функционирования таких специфических общностей (групп, команд, андерграундных объединений и т.п.), как геймеры, пользователи социальных сетей, блоггеры, хакеры, «тролли», чатеры и др. Пограничные между педагогической психологией и психологией Интернета задачи связаны со спецификой дистантного обучения, разработки и применения учебных пособий и обучающих программ, учитывающих особенности работы с учебными текстами представителей новых «цифровых» поколений. Смежными для психологии Интернета и возрастной психологии могут считаться вопросы, связанные с ролью онлайн-компьютерных игр для детей (в том

числе дошкольного возраста) и подростков, одаренностью в применении компьютеров и Интернета, особенностями работы в Интернете пожилых людей и др. Для специалистов по психологии труда актуально появление профессий, связанных с применением информационных технологий, а также изучение особенностей трудовой деятельности в изменившихся условиях. Среди задач, общих для психологии личности, дифференциальной психологии и психологии Интернета, — новые формы идентичности (в том числе множественной), их связь с игровыми ролями в разных видах компьютерных и онлайн-овых игр, дифференциально-психологические особенности пользователей разнообразных Интернет-сервисов и др.

Не менее велик вклад психологии Интернета (или киберпсихологии) в развитие относительно новых и потому, вероятно, особенно заметных в настоящее время разделов психологической науки. Например, специалисты по гендерной психологии проявляют активную заинтересованность в изучении особенностей реализации гендерных ролей в применении сервисов Интернета, обеспечивающих коммуникацию, познание (в том числе учебу), развлечения (музыка, видео, игра), азартное поведение (электронные биржи, аукционы, казино и т.п.), «шопинг» (электронные магазины) или «киберсекс» (некоторые функции сайтов знакомств, эксгибиционизм, эротика и порнография). В рамках этнопсихологии изучаются национально-культурные особенности осуществления опосредствованных Интернетом деятельностей, особен-

но в плане межнациональных форм. В области психолингвистики и психологии общения предстоит выявить специфику синхронных и асинхронных диалогов и полилогов (таких как групповой чат), осуществляемых посредством как коммуникативных Интернет-сервисов, так и системы мобильной связи, а также уточнить роль и место видеоизображений и фотографий в опосредствованном Интернетом устно-речевом и/или письменном общении. От психологии организационного управления следует ожидать решения вопросов, связанных с развитием мобильных разновидностей управленческой и исполнительской деятельности, дистантным руководством «невидимыми» коллективами, распределенными по разным часовым поясам и по разным странам, что характерно, к примеру, для условий аутсорсинга. В психологии маркетинга ставятся и решаются задачи продвижения товаров и услуг, создания брендов посредством Интернета. Для спортивной психологии не могут не представлять интереса спортивные соревнования по компьютерным играм, а потому в рамках этой дисциплины следует ставить и решать те психологические задачи, которые характеризуют более традиционные виды спорта, в особенности игровые его виды.

Хотя вышеприведенный перечень задач далек от полноты, очевидно, что в разнообразных разделах психологии много задач, которые могут быть отнесены к психологии Интернета или к числу задач, пограничных между психологической наукой в целом и ее развивающимся на наших глазах разделом — психологией Интернета, или киберпсихологией.

Более того, становящейся психологии Интернета, как представляется, надлежит взять на себя задачи, не связанные на сегодняшний день напрямую с сервисами Интернета. Нам уже доводилось (Войскунский, 2008) высказывать сожаление о том, что в нашей стране так и не оформилось научное направление по «взаимодействию человека с компьютером» (human-computer interaction). Тем самым в рамках психологии Интернета, или киберпсихологии, предстоит изучать, к примеру, проблематику применения разнообразных офлайн-компьютерных систем и их интерфейсов (в качестве временной ситуации: ведь если, например, одержит верх концепция так называемых «облачных» вычислений, то офлайн станет включать все больше и больше элементов онлайн). То же самое относится к растущему фронту применения систем виртуальной реальности в психологии (Войскунский, 2010а): если до нынешнего времени такие системы не всегда опираются на сервисы Интернета, то положение будет постепенно меняться и виртуальная реальность непременно превратится в один из таких сервисов.

Приведенные соображения учтены при комплектации данного выпуска журнала. Так, в него включена статья о развитии мышления дошкольников в условиях применения ими компьютерных игр; на данном этапе работы были применены коробочные версии игр. Кроме того, представлена статья, связанная с психологическими экспериментами с применением систем компьютерной виртуальной реальности. С учетом соображений, высказанных выше, можно уверенно утверждать, что та-

кого рода работы должны быть с полным правом отнесены к развивающейся проблематике психологии Интернета.

Психология Интернета (или киберпсихология) — глобальная исследовательская область, она вызывает живую заинтересованность у специалистов в каждой географической точке. Это справедливо, в частности, и применительно к нашей стране. В данном выпуске журнала представлены работы специалистов из двух регионов — московского и уральского. В последующих тематических выпусках география может быть расширена. Статья выпускницы факультета психологии МГУ им. М.В. Ломоносова (окончившей также аспирантуру факультета) А.А. Аветисовой, а также статья доцента Челябинского государственного педагогического университета Ю.В. Батеновой относятся к опосредствованной компьютерами и Интернетом игровой деятельности, одной из наиболее активно изучаемых во всем мире. В первой из них предпринята попытка выявить конкретные психологические различия между геймерами, предпочитающими разные типы компьютерных игр. Во второй статье проведен анализ развития мыслительной деятельности дошкольников как результата формирующего эксперимента с применением обучающих компьютерных игр. В третьей статье описывается выполненная на материале игровой деятельности сотрудниками и аспирантами факультета психологии МГУ работа, в которой участниками осуществленного исследования выступили китайские геймеры — самый массовый в настоящее время отряд игроков в

компьютерные игры. В статье поставлена проблема соотношения между зависимостью от Интернета (как и игровая деятельность, это одна из наиболее распространенных исследовательских тем в психологии Интернета) и «опытом потока», одним из ключевых понятий современной

позитивной психологии. Закрывает журнальный выпуск статья Н.В. Авербух и А.А. Щербинина из Екатеринбурга, в которой предпринято тщательное исследование «эффекта присутствия», возникающего при применении компьютерных систем виртуальной реальности.

Литература

Войскунский А.Е. От психологии компьютеризации к психологии Интернета // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2008. № 2. С. 140–153.

Войскунский А.Е. Психология и Интернет. М.: Акрополь, 2010а.

Войскунский А.Е. Киберпсихология в прошлом, настоящем и будущем // Журнал практического психолога. 2010б. № 4. С. 7–16.

Пушкин В.Н., Нерсисян Л.С. Железнодорожная психология. М.: Транспорт, 1972.

Сакоян А. Новые медиа. 2011. URL: http://polit.ru/article/2011/08/05/new_media/ (дата обращения: 09.08.2011).

Psychological aspects of cyberspace: Theory, research, applications / A. Barak (ed.). N.Y.: Cambridge University Press, 2008.

Wallace P. The Psychology of the Internet. N.Y.: Cambridge University Press, 1999.

А.Е. Войскунский