

УДК 316.77

Яничева Т. Г.

Санкт-Петербургский Государственный Университет,

Санкт-Петербург

Доценко Е. В.

НОУ ДО «Архитектура Будущего»,

Санкт-Петербург

Общение для современного подростка: интернет vs. реальность

Communication for contemporary teenager: internet vs reality

Аннотация

Настоящая статья посвящена исследованию интернет-общения и общения в реальности в подростковой среде. Представлены результаты эмпирического исследования субъективных представлений об общении в интернете в сравнении с общением в реальности. Выявлены значимые различия в эмоциональной и семантической окрашенности общения в интернете и в реальности. Выделена структура интернет-общения и самовосприятия подростков в реальном общении и общении в интернете.

Ключевые слова: подросток, общение, интернет-общение, самовосприятие, виртуальная социализация.

Abstract

The article is devoted to Internet-communication and communication in reality among teenagers. In this review are presented results of empirical research of subjective representation internet-communication compared to communication in reality. Significant differences in emotional and semantic part of internet-communication and communication in reality are discovered. It is also discovered the structure of internet-communication and self-perception of teenagers in communication in reality and internet.

Keywords: teenagers, communication, internet-communication, self-perception, virtual socialization

Сеть Интернет отличается от большинства средств массовой коммуникации одним очень важным свойством – она является двусторонней [4]. Интернет с каждым годом все больше становится личным средством коммуникации. Миллионы людей пользуются Интернетом для распространения своих цифровых творений в форме блогов, видео, фотографий, песен, для обмена личными сообщениями. Интерактивность

интернета как средства коммуникации превратила его в виртуальное пространство для общения. Недавно созданные социальные сети, чаты, блоги, форумы, интернет-мессенджеры, электронные сети – с каждым годом все увеличивающееся многообразие способов взаимодействия с другими людьми в виртуальном мире и их интеграция в жизнь «реальную» трансформирует социальную реальность.

Как отмечают Л.В. Марарица и коллеги [6] последние 20 лет ученые уделяют свое внимание в основном феномену «проблемного использования интернета» и «интернет-аддикции», т.е. ненормативному использованию интернета. Исследователями отмечается негативное воздействие на когнитивные и эмоциональные функции «чрезмерного» использования интернета – как у взрослых, так и у детей [4; 9; 10]. М. Сандомирский связывает с интернетизацией социальной реальности цифровой психоморфоз общества, основной характеристикой которого, по его мнению, является инфантилизация поведения.

Однако в связи с интенсивным развитием интернет-технологий и информатизацией общества рамки нормативности существенно изменились. На сегодняшний момент сознательное избегание интернета и различных способов интернет-коммуникации может рассматриваться как одна из форм отклонений, по крайней мере, у подрастающего поколения – у подростков.

Подростковый возраст – решающая стадия взросления: в это время мозг делает шаг от конкретного мышления к абстрактному, формируется идентичность, подростки отделяются от родителей, завязывают тесные дружеские отношения со сверстниками, экспериментируют с разными моделями поведения, в этом возрасте активно формируются ценностные установки и убеждения. Современные подростки – «цифровые от рождения» – проходят социализацию в значительной мере опосредованной информационно-коммуникационными технологиями, так называемую цифровую, или виртуальную социализацию [2; 3; 5; 9].

Авторы Г. Смолл и Г. Ворган в своей книге «Мозг онлайн» [10] ставят под вопрос адекватное развитие коммуникативных навыков у «цифровых от рождения» детей в связи с недоразвитием нейронных сетей, участков мозга, отвечающих за способность к эмпатии – распознаванию чужих эмоций. Кроме того, в книге представлена картина существующего межпоколенческого разрыва между «цифровыми от рождения» и «цифровыми мигрантами».

В исследовании, проводимом Фондом Развития Интернет [8], данное утверждение было опровергнуто на российской выборке. Цифровая компетентность у подростков и их родителей развита на одинаково невысоком уровне – приблизительно 30% от 100% возможных.

Нам представляется также сомнительным идея угнетения, сворачивания общения в реальности за счет перехода его исключительно в интернет-среду. Общение является основной потребностью и сферой интересов подростков. Сами авторы [10] отмечают переориентацию пластичного мозга детей на многозадачность и многоканальность. Нам представляется более перспективным рассматривать расширение сферы общения подростков за счет интернета как дополнительного канала коммуникации. Данный канал требует развития у участников особого рода социальных умений и компетенций, входящих наряду с другими умениями в интегральное образование – цифровую компетентность [8]: умение проводить «аудит» своего социального капитала, умение управлять своими аккаунтами и виртуальными идентичностями, умение расширять сферу своих профессиональных контактов через сеть, умение вести и модерировать виртуальные переговоры и обсуждения, умение аккумулировать рассеянный по сети коллективный опыт.

Кроме того, нам также кажется несколько преувеличенным феномен «интернет-эйфории». Дети, от рождения находящиеся в цифровой среде, воспринимают интернет как «нормальное» явление и учатся с ним жить

гораздо проще, чем взрослые, у которых возможны предубеждения относительно интернета. В качестве косвенных аргументов, свидетельствующих в пользу излишней идеализации интернета, исследователи приводят данные о том, что дети неправильно оценивают онлайн риски [8]. Однако сравнения «интернет-рисков» с оценкой детьми рисков в реальности исследователи не проводили. Исследование Фонда Развития Интернет [8] показало, что подростки более эмоционально относятся к интернету, чем взрослые, а среди эмоций преобладают интерес (80%), радость (48%) и удовольствие (41%). Нам представляется это закономерным в силу особенностей подросткового возраста, когда эмоциональная регуляция у подростка очень лабильна. Лабильность эмоций проявляется в ходе общения в реальности, хорошо известны эмоциональные всплески и «эмоциональные качели» у подростков, их категоричность в принятии и отвержении чего-либо. В этом контексте нам представляется интересным сравнить две среды – «реальность» и «интернет» – в качестве поля для проявления эмоций. В целом субъективная оценка интернета и интернет-общения имеет смысл только в сравнении субъективной оценкой реальности, а не изолированно.

Интернет-общение становится все более популярной темой для исследований как в психологии, так и в социологии [6]. В качестве синонимов исследователями используются понятия: интернет общение, интернет-коммуникация, виртуальная коммуникация. Однако общение является более широким понятием, поскольку включает в себя три процесса: коммуникацию (обмен информацией), интеракцию (обмен действиями) и социальную перцепцию (восприятие и понимание партнера) [1]. По нашему мнению, сведение «интернет-общения» к «интернет-коммуникации» является редукцией самого феномена. В нашем исследовании мы обратились к анализу всех трех компонентов структуры общения.

Цель исследования

Поскольку объективное исследование общения у подростков в интернете и в реальности из-за приватности самой сферы является весьма проблематичным, мы задались целью исследовать их *субъективное представление* об общении в интернете в сравнении с общением в реальности.

Таким образом, общими задачами нашего исследования стали:

- 1) изучение структуры общения в интернете, ее соотнесение с классической структурой общения: коммуникация-интеракция-перцепция;
- 2) изучение субъективной значимости для подростков интернет-общения по сравнению с общением в реальности;
- 3) изучение эмоциональной нагруженности интернет-общения по сравнению с общением в реальности;
- 4) изучение семантической нагруженности понятий «интернет-общение» и «общение в реальности»;
- 5) исследование образа себя у подростков в ходе общения в реальности и в интернете;
- 6) исследование однородности/неоднородности подростковой среды по отношению к интернет-общению.

Гипотезы

- 1) В структуре общения в интернете в специфическом виде представлена триада общения: «интеракция-коммуникация-перцепция».
- 2) Семантическая нагруженность понятий «интернет-общение» и «общение в реальности» различна.
- 3) Представление о себе в интернете и в реальности у подростков отличаются.

- 4) Подростковая среда неоднородна по степени «лояльности» к интернету. Есть группа подростков, воспринимающих интернет как продолжение реальности, не проводящих четкую границу между этими сферами жизнедеятельности. И есть группа подростков, для которых интернет действительно является «другой» средой.
- 5) У подростков не будет наблюдаться эмоциональная «интернет-эйфория» или большая интенсивность эмоций в ходе интернет-общения по сравнению с общением в реальности.

Выборка

В исследовании приняло участие 115 испытуемых: подростки в возрасте 13-17 лет, учащиеся 7-11 классов. Среди них 48 девочек и 67 мальчиков. 73 испытуемых проживают в Санкт-Петербурге, 26 в Москве, 18 в других городах России. Место и время проведения исследования – летний отдых в детском лагере «Архитектура Будущего». Опрос проводился на основе специально разработанной анкеты.

Основные результаты эмпирического исследования

Определение интернет-общения

Для того чтобы внести ясность для испытуемых в понимание того, что мы подразумеваем под **интернет-общением** (чтобы очертить круг ситуаций интернет-общения), в анкете мы предложили свое определение. *Интернет-общение – это общение посредством сообщений в интернете: это процесс, когда я читаю и пишу в социальных сетях, блогах, форумах, чатах, переписываюсь личными сообщениями в пространстве интернета.*

Общение посредством звонков и видео-звонков с использованием интернета мы все же относим к общению в реальности, поскольку здесь присутствует визуальный и слуховой контакт и действие разворачивается в

реальном времени и пространстве, а не на страницах сети, чата или в специальном приложении.

Цель посещения интернета

В анкете был задан открытый вопрос: «С какой целью ты чаще всего заходишь в интернет?». Все полученные ответы были нами распределены в 5 категорий (табл. 1).

Таблица 1 – Цель посещения сети Интернет

Цель посещения интернета	% подростков, указавших данную цель	% относительно всех целей
Общение	69,57%	38,65%
Информация для учебы	21,74%	12,08%
Отдых, развлечения	31,30%	17,39%
"Бытовая" информация	28,70%	15,94%
Скачать музыку, книгу, игру, приложение	28,70%	15,94%

Как мы видим, лидирующее место по частоте ответов занимает цель «Общение» – 69,57% подростков указали ее в своих ответах. В процентном соотношении всех целей доля «Общения» 38,65%. Это не удивительно, поскольку общение является в подростковом возрасте одной из наиболее важных сфер жизни и интересов.

На вопрос «Пользуешься ли ты активно телефоном для общения в интернете?» «да» ответило 75,28% подростков и «нет» 24,72%. Это означает, что три четверти подростков имеют возможность практически круглосуточно находиться в интернет-сети и мгновенно посылать сообщения, не прерывая текущей деятельности.

В этой связи неудивительно процентное соотношение ответов на вопрос «Регулируют ли родители твое времяпрепровождение в интернете?» – «да» ответило 38,2% подростков и «нет» – 61,8%. Мы полагаем, что степень участия родителей в интернет-общении детей – тема, заслуживающая специальных исследований и обсуждений.

Также мы просили подростков отметить, чем они пользуются для общения в интернете – какими сайтами, приложениями и программами (табл. 2).

Таблица 2 – Инструменты общения в сети Интернет

Сайты, программы, приложения для общения	% указавших
vkontakte	96,63%
Facebook	31,46%
Почтовые программы: yandex.ru, mail.ru, gmail.com, rambler.ru	57,30%
Skype	83,15%
Twitter, Мой круг, Мой мир, одноклассники, LinkedIn	35,96%
Форумы	17,98%
Блоги, журналы	14,61%
Программы мгновенных сообщений на компьютере: livemessenger, mailagent, icq, qip	17,98%
Чаты	19,10%
Приложения для мгновенных сообщений на телефоне: whatsApp, viber и т.п.	31,46%

Лидирующее место по встречаемости занимает социальная сеть vkontakte (93,63%), Skype (83,15%) и почтовые программы для написания электронных писем (57,3%).

Для того чтобы проверить значимость общения в интернете по сравнению с общением в реальности, нами был задан достаточно провокационный вопрос: «Если тебе предложат сделать выбор, что ты предпочтешь: 10 дней без возможности общаться вживую, но с возможностью выхода в Интернет или же 10 дней без интернета, но с возможностью общаться вживую?» Интернет-общение выбрали 13,48% подростков, общение в реальности 86,52%. Как мы видим, крайнюю степень увлеченности интернет-общением демонстрирует не столь высокий процент всех подростков, как могло бы ожидаться, судя по катастрофизации в средствах массовой информации проблемы повального ухода подростков в социальные сети и интернет.

Ощущения в ходе общения в интернете и в реальности

Мы просили ребят оценить свои ощущения от общения в интернете и в реальности, используя баллы от 1 до 10, по ряду шкал. Для оценки различий был проведен анализ средних значений (по t-критерию Стьюдента) по каждой шкале. Было выявлено несколько значимых различий (табл. 3).

Таблица 3 – Различия ощущений от общения в интернете и в реальности

Ощущения	Общение в реальности	Интернет-общение
Ощущение комфорта	7,44	6,57
Ощущение безопасности	6,28	6,80
Насыщенность общения	8,27	5,15
Твое удовлетворение от общения	7,91	5,64
Важность для тебя	8,49	5,19
Ощущение полезности	7,72	5,13
Ощущение опасности	4,55	3,26
Ощущение ответственности	7,06	3,51

Примечание. Жирным курсивом отмечены различия на уровне значимости $p < 0,05$.

Большая часть положительных ощущений – комфорт, насыщенность, удовлетворение, важность, полезность, ответственность – были оценены подростками в реальности по сравнению с интернетом *значимо выше*. За исключением ощущения безопасности, которая оценивается в интернете и в реальности на одном уровне. При этом ощущение опасности, хоть и не является сильно выраженным, в реальности оценено значимо выше, чем в интернете. Мы объясняем такой неоднозначный результат оценки опасности/безопасности следующим образом: ощущение безопасности – относительно естественное состояние подростка, обладающего средним уровнем тревожности. Это чувство распространяется и на реальное, и на интернет-общение. Но при этом реальная среда закономерно видится, как возможный источник большего количества рисков, в силу ее большего разнообразия, динамичности и неопределенности.

При проведении кластерного анализа методом k-средних вся выборка была распределена в два кластера (табл. 4).

Таблица 4 – Кластеры по ощущениям

	Ощущения	Cluster 1 58,40%	Cluster 2 41,6%
Интернет	Ощущение безопасности (i)	<i>6,12</i>	<i>7,76</i>
	Насыщенность общения (i)	<i>3,73</i>	<i>7,14</i>
	Твое удовлетворение от общения (i)	<i>4,38</i>	<i>7,41</i>
	Важность для тебя (i)	<i>3,65</i>	<i>7,35</i>
	Ощущение полезности (i)	<i>3,62</i>	<i>7,27</i>
	Ощущение опасности (i)	2,92	3,73
	Ощущение ответственности (i)	<i>2,38</i>	<i>5,08</i>
	Ощущение комфорта (i)	7,35	7,57
Реальность	Ощущение безопасности	6,27	6,30
	Насыщенность общения	8,40	8,08
	Твое удовлетворение от общения	7,71	8,19
	Важность для тебя	8,37	8,68
	Ощущение полезности	7,50	8,03
	Ощущение опасности	4,44	4,70
	Ощущение ответственности	7,19	6,86

Примечание. Жирным курсивом отмечены различия на уровне значимости $p < 0,05$.

В первый кластер вошли дети, чьи оценки положительных ощущений от общения в интернете и в реальности *отличаются незначительно* в пользу реальности, второй же кластер составили дети, которые оценивают положительные ощущения от интернета *значимо ниже*, чем от общения в реальности. Ощущение ответственности в ходе общения в интернете в первом кластере тоже значимо выше, хоть и меньше, чем в реальности. Как мы видим, оценки по шкалам в реальности у двух групп значимо не отличаются (рис. 1).

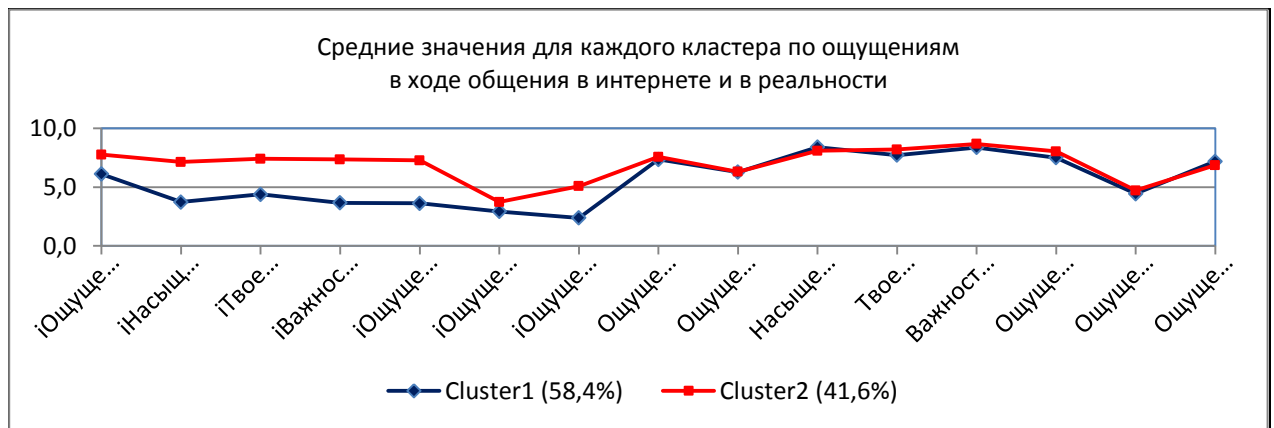


Рисунок 1

Кроме того, мы посчитали **разности** (d) в ощущениях в интернете и в реальности и тоже провели кластерный анализ методом k-средних. Подтвердилось деление на два кластера (табл. 5 и рис. 2).

Таблица 5 – Кластеры по разности в ощущениях

Разность в ощущениях	Cluster 1 62,9%	Cluster 2 37,1%
dОщущение комфорта	-1,70	0,54
dОщущение безопасности	0,16	1,12121
dНасыщенность общения	-4,64	-0,55
dТвое удовлетворение от общения	-3,52	-0,15
dВажность для тебя	-4,88	-0,64
dОщущение полезности	-3,86	-0,42
dОщущение опасности	-1,63	-0,73
dОщущение ответственности	-4,80	-1,42

Примечание. Жирным курсивом отмечены различия на уровне значимости $p < 0,05$.

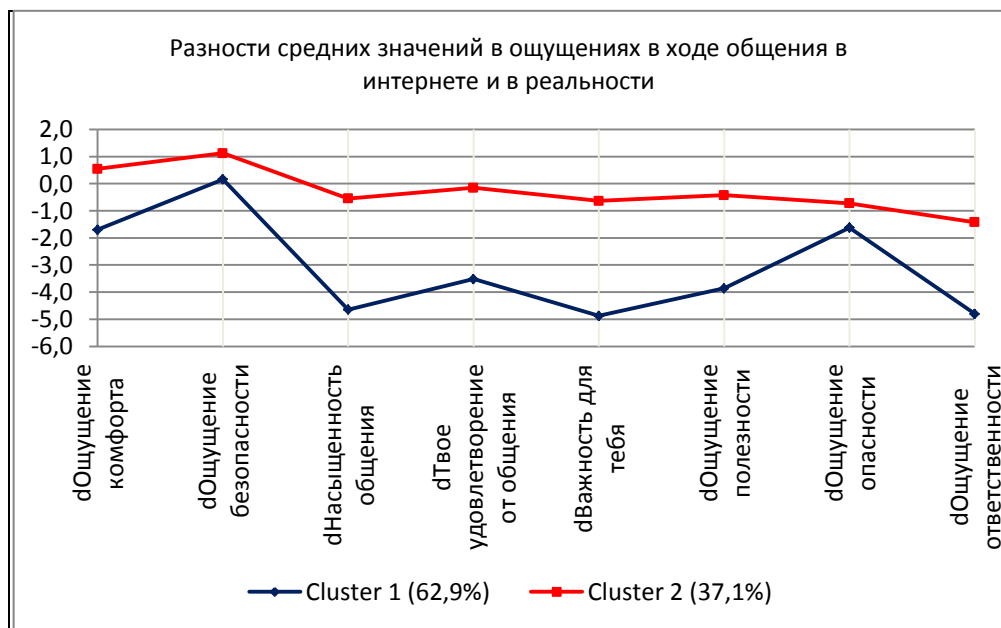


Рисунок 2

Отрицательное число означает, что данная характеристика при оценке ощущений в интернете ниже, чем при оценке в реальной жизни, положительное – что выше.

В первую группу вошли 62,9% детей. Это дети, чьи оценки ощущений в интернете и в реальности не расходятся сильно. *Для них среда в интернете и в реальности не противопоставлены друг другу. Две среды*

общения взаимодополняют друг друга, либо подростки просто воспринимают их как единое пространство для общения.

Во вторую группу вошли 37,1% детей. Оценки ощущений в реальности у них значимо выше, чем в интернете. Исключение составляют шкала *безопасности*, оценки по которой в интернете и в реальности примерно одинаковы, и шкала *опасности*, разности оценок по которой не отличаются значимо от первой группы. В данной группе существует отчетливое разделение среды. *Реальность отчетливо выступает в роли пригодной для общения среды, интернет же значительно проигрывает реальности в возможностях для комфортного общения.*

Эмоции в ходе общения в интернете и в реальности

В анкете испытуемым предлагалось оценить частоту, с которой они испытывают ту или иную эмоцию, по шкале: никогда (0), редко (1), иногда (2), часто (3), всегда (4). Данные частотного анализа представлены на рисунке 3.

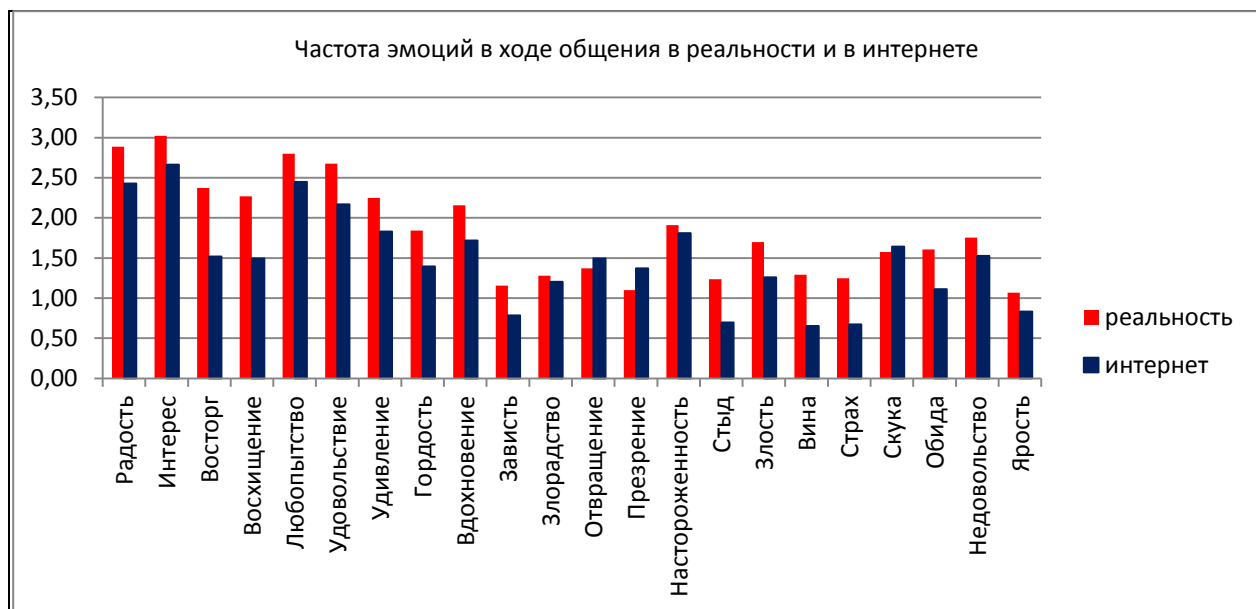


Рисунок 3

Как мы видим, в целом положительные эмоции подростки испытывают в ходе общения чаще, чем отрицательные, и в интернете, и в реальности.

Сравнительный анализ средних значений по каждой эмоции в интернете и в реальности выявил несколько значимых различий (табл. 6).

Таблица 6 – Различия средних значений по каждой эмоции

Эмоции в ходе общения	Реальность	Интернет
Радость	2,89	2,43
Интерес	3,02	2,66
Восторг	2,37	1,52
Восхищение	2,27	1,49
Любопытство	2,80	2,45
Удовольствие	2,67	2,17
Удивление	2,25	1,83
Гордость	1,84	1,39
Вдохновение	2,16	1,72
Зависть	1,16	0,79
Злорадство	1,28	1,20
Отвращение	1,37	1,49
Презрение	1,10	1,37
Настороженность	1,91	1,81
Стыд	1,24	0,70
Злость	1,70	1,26
Вина	1,29	0,65
Страх	1,25	0,67
Скука	1,57	1,64
Обида	1,61	1,11
Недовольство	1,75	1,53
Ярость	1,07	0,83

Примечание. Жирным курсивом отмечены различия на уровне значимости $p < 0,05$.

Подростки указали, что они значимо чаще испытывают и положительные, и отрицательные эмоции в реальности, по сравнению с интернетом. Среди эмоций, по которым выявлены различия: радость, интерес, восторг, восхищение, гордость, вдохновение, зависть, стыд, злость, вина, страх, обида.

Для проверки однородности/неоднородности группы в оценках эмоций в ходе общения в интернете, и в реальности, мы провели кластерный анализ **разностей** оценок эмоций в интернете и в реальности (методом k-средних). В результате анализа было выделено два кластера, выборка распределилась примерно поровну – 49,4% и 50,6% соответственно (табл. 7 и рис. 4).

Таблица 7 – Кластерный анализ разностей оценок эмоций

Разность эмоций	Cluster 1 49,4%	Cluster 2 50,6%
dРадость	<i>-0,07</i>	<i>-0,84</i>
dИнтерес	<i>0,09</i>	<i>-0,80</i>
dВосторг	<i>-0,43</i>	<i>-1,27</i>
dВосхищение	<i>-0,30</i>	<i>-1,24</i>
dЛюбопытство	<i>0,07</i>	<i>-0,76</i>
dУдовольствие	<i>0,16</i>	<i>-1,16</i>
dУдивление	<i>0,14</i>	<i>-0,96</i>
dГордость	<i>0,05</i>	<i>-0,93</i>
dВдохновение	<i>0,14</i>	<i>-1,00</i>
dЗависть	<i>-0,07</i>	<i>-0,67</i>
dЗлорадство	-0,23	0,07
dОтвращение	0,07	0,18
dПрезрение	0,14	0,40
dНастороженность	0,09	-0,29
dСтыд	<i>-0,20</i>	<i>-0,87</i>
dЗлость	-0,23	-0,64
dВина	-0,16	-1,11
dСтрах	-0,59	-0,56
dСкука	<i>-0,23</i>	<i>0,36</i>
dОбида	-0,36	-0,62
dНедовольство	-0,05	-0,40
dЯрость	0,00	-0,47

Примечание. Жирным курсивом отмечены различия на уровне значимости $p < 0,05$.

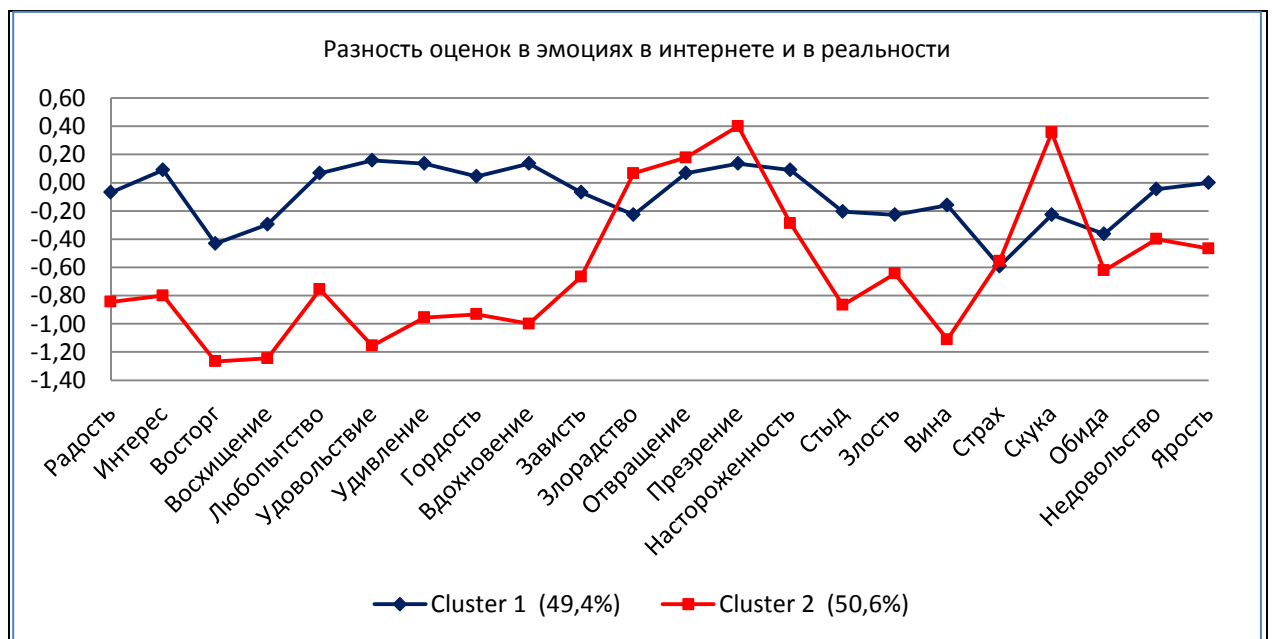


Рисунок 4

Отрицательное число означает, что данная характеристика при оценке эмоций в интернете ниже, чем при оценке в реальной жизни, положительное – что выше.

Первый кластер объединил детей, у которых разность между оценками эмоций в интернете и в реальности значимо меньше, чем у второй группы. Примечательно, что у второй группы только по одной эмоции оценки в интернете значимо выше, чем у первой групп, по эмоции «скука». Таким образом, у подростков второй группы жизнь ярче и более эмоционально окрашена в ходе общения в реальности, а в интернете им общаться скучно. Дефицит эмоциональных переживаний влечет за собой ощущение скуки – как обратная сторона медали. Одна из возможных интерпретаций, почему им может быть скучно, это недостаточный уровень развития цифровой компетентности – подростки просто не знают, какие возможности существуют интернет-среде и как ими воспользоваться для общения.

Субъективная оценка частоты общения в реальности и в интернете

Для оценки частоты общения в интернете мы просили испытуемых оценить:

- насколько часто ты заходишь в интернет, чтобы написать кому-нибудь сообщение, почитать новости кого-нибудь из друзей-знакомых или самому поделиться своими новостями с другими;
- насколько часто ты бы хотел заходить в интернет с целью общения (или иметь такую возможность);
- частоту, которой тебе на самом деле будет достаточно.

Для этого испытуемые должны были поставить галочку в одной из 5 граф, которые по сути своей составляют единую шкалу: несколько раз в месяц и реже(1), один раз в неделю (2), через день (3), один раз в день (4), несколько раз в день (5).

Аналогичный вопрос был задан относительно общения в реальности:

- насколько часто ты встречаешься (или разговариваешь по телефону) со своими друзьями или просто знакомыми помимо школы;
- насколько часто ты бы хотел это делать (или иметь возможность);
- частоту, которой тебе на самом деле будет достаточно.

Категории частоты были те же самые (рис. 5).

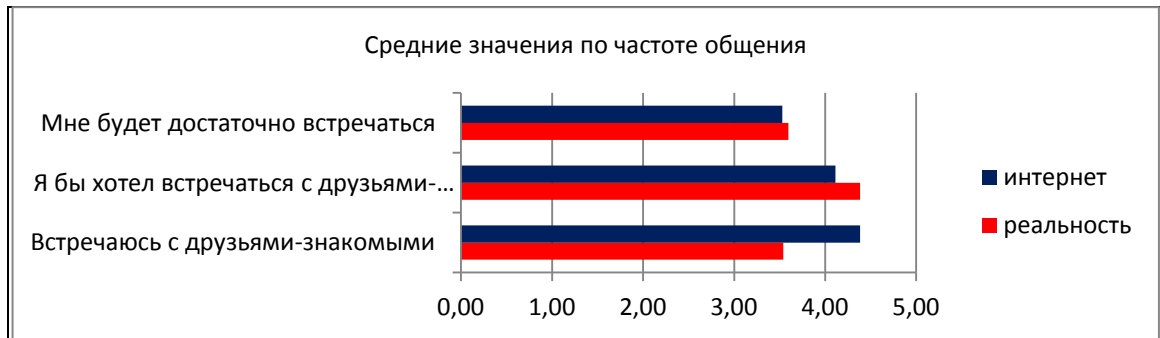


Рисунок 5

Средние значения колеблются в диапазоне «через день» – «несколько раз в день».

Как мы видим, дети общаются в интернете с такой же частой, с какой они бы хотели общаться в реальности. Это можно объяснить высокой потребностью подростков в общении: общаюсь в интернете чаще, потому что хочу общаться в принципе – и в реальности, и в интернете.

По факту дети общаются чаще (число контактов больше) в интернете, чем в реальности. Это можно объяснить тем, что общение в интернете организовано более дробно. Наличие мобильного интернета делает возможным читать и посылать сообщения практически круглосуточно, параллельно выполняя другие дела. Общение в реальности достаточно сложно совмещать с другими видами деятельности, для этого требуется специально выделенное время. Важно отметить, что в данном случае мы используем «подростковое понимание общения», реализующее, прежде всего, эмотивную функцию. Кроме того, общение в реальности в отличие от интернета не дробное, а делящееся, непрерывное. Поэтому частота, конечно, в последнем случае будет ниже.

Однако дети отмечали, что хотели бы общаться в реальности и в интернете с одинаковой частотой. И по пункту «будет достаточно» различий не выявлено. Частота контактов, которую отмечают как достаточную, в реальности и в интернете примерно одинакова (табл. 8).

Таблица 8 – Различия частоты общения в интернете и в реальности

Сравнение средних значений по частоте общения	Интернет	Реальность
Захожу в интернет с целью общения vs. Встречаюсь с друзьями-знакомыми	4,39	3,54
Я бы хотел заходить в интернет с целью общения vs. Я бы хотел встречаться с друзьями-знакомыми	4,11	4,38
Мне будет достаточно заходить в интернет с целью общения vs. Мне будет достаточно встречаться	3,53	3,60

Примечание. Жирным курсивом отмечены различия на уровне значимости $p < 0,05$.

Кроме того, мы провели кластерный анализ методом k-средних и выделили две группы подростков. Первую группу составило 25,8% подростков – кто общается и желает общаться в интернете значимо реже, чем подростки из второй группы, в которую входит 74,2%. При анализе результатов второй группы, мы видим, что частота общения в интернете у них выше, чем в реальности. Желаемый уровень общения в реальности соответствует «достаточному» общению в интернете. По частоте общения в реальности «действительного», «желаемого» и «достаточного» значимых различий между двумя группами не выявлено (табл. 9 и рис. 6).

Таблица 9 – Кластеры по частоте общения

Частота общения в интернете и в реальности	Cluster 1 (25,8%)	Cluster 2 (74,2%)
общаюсь	3,26	4,79
хочу общаться	2,87	4,55
достаточно	1,74	4,15
общаюсь	3,70	3,48
хочу общаться	4,48	4,35
достаточно	3,26	3,71

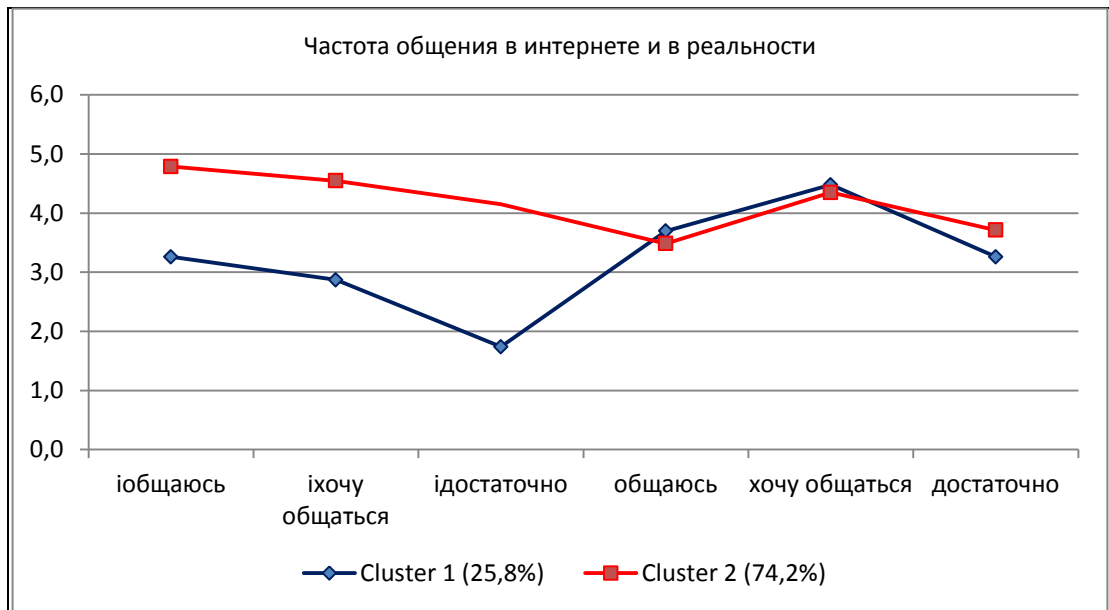


Рисунок 6

При этом желание общаться в реальности в обеих группах выше, чем есть в действительности. Но у первой группы оно не превышает частоты общения в интернете. Вторая же группа хочет существенно сократить свое общение в интернете и увеличить общение в реальности.

Время, затрачиваемое на общение в реальности и в интернете

В анкете мы просили детей закрасить тремя разными цветами сектора круга (поделенного на 8 секторов из расчета приблизительно 8 возможных для общения часов в сутки) в соответствии с тем, сколько времени они уделяют на общение в интернете, в школе и помимо школы. Процентное соотношение оказалось приблизительно равным. Анализ средних значений значимых отличий не выявил (табл. 10).

Таблица 10 – Время, уделенное общению

Время на общение	
Интернет	31,17%
Школа	36,28%
Вне школы	32,76%

Однако при проведении кластерного анализа методом k-средних было выявлено две группы детей. В первую группу вошли подростки (70,8%), которые тратят все время на общение примерно равномерно между интернетом, школой и внешкольным в реальности. Вторая же группа (29,2% подростков) существенно отличается от первой тем, что значительно меньше по времени общается в интернете и значительно больше в школе. По общению вне школы в реальности различий между группами не обнаружено (табл. 11 и рис. 7).

Таблица 11 – Время, уделенное общению – кластеры

Время на общение	Cluster 1 70,8%	Cluster 2 29,2%
Интернет	2,96	1,44
Школа	2,30	4,02
Вне школы	2,77	2,54

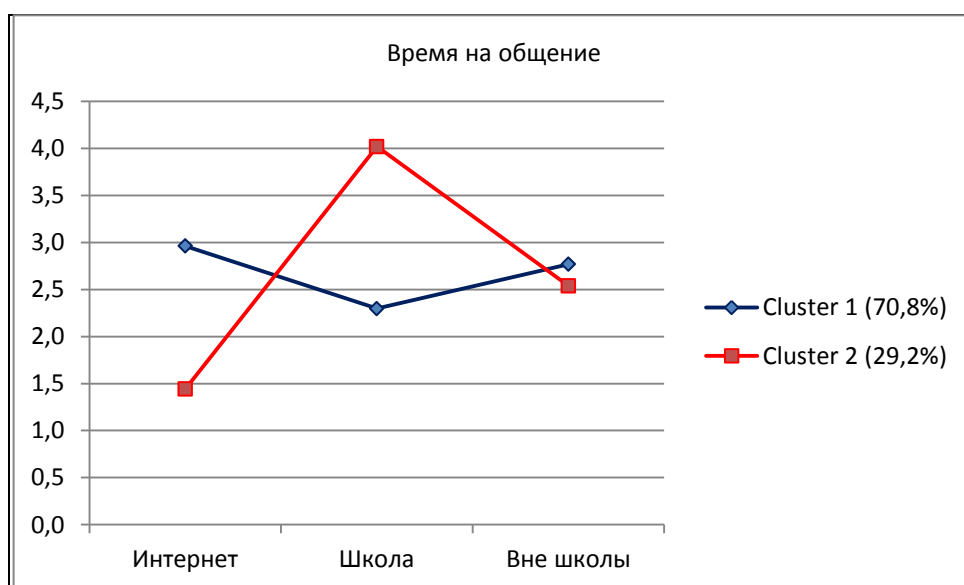


Рисунок 7

Активность в социальных сетях

Поскольку было ожидаемо, что общение современных подростков во многом происходит в социальных сетях (в vkontakte и в facebook), мы составили широкий список возможных активностей в социальных сетях и попросили подростков оценить, насколько часто они их реализуют по шкале: никогда (0), редко (1), иногда (2), часто (3).

В таблице 12 представлены средние значения по частоте каждого вида активности. Как мы видим, самыми частотными являются (перевалившими порог 1,5):

Таблица 12 – Средние значения по частоте каждого вида активности

Виды активности в социальных сетях	Средняя частота
Слушаю музыку	2,62
Переписываюсь личными сообщениями	2,61
Смотрю видео	2,49
Читаю новости своих близких друзей	2,34
Читаю новости различных групп	2,20
Ставлю лайки	1,96
Поздравляю с праздниками	1,97
Читаю новости своих знакомых	1,94
Выкладываю свои фотографии	1,71
Делаю перепосты	1,70
Смотрю, кто поставил лайки мне	1,60
Публикую свои новости	1,55

Лидирующими по частоте являются: *читаю новости своих близких друзей, переписываюсь сообщениями, слушаю музыку, смотрю видео*. Т.е. подростки активно используют социальные сети не только (а часто и не столько) для общения, как для развлечения.

Факторный анализ всех видов активности в социальных сетях

Нами был проведен факторный анализ (методом главных компонент с варимакс-вращением) большинства видов активности в социальных сетях. В результате анализа было выделено 4 фактора.

Первый фактор объединяет **открытые** (т.е. видимые другим) инициативные активные действия в социальной сети, направленные на вовлечение других людей во взаимодействие. Круг взаимодействия здесь широкий.

Второй фактор в большей степени направлен **на отслеживание взаимоотношений** в кругу своих знакомых и отношения других к себе по реакциям симпатии (лайкам). Своего рода самостоятельная социометрия.

Также во второй фактор попало предъявление себя, оповещение других о своем состоянии, мыслях, чувствах, интересах (своего рода самопрезентация) и ожидание соответствующей реакции от своих знакомых.

Третий фактор объединяет *переписку* личными сообщениями и чтение *информации* о знакомых и в меньшей степени незнакомых людей.

Четвертый фактор составили исключительно *активности-развлечения*.

Примечательно, что «прослушивание музыки» попало в третий фактор, а не в четвертый. На наш взгляд, это можно объяснить особой ролью музыки у современных подростков. Музыка часто сопровождает их в наушниках, отражает и задает настроение, музыка создает фон для параллельного выполнения различных дел, музыкальные предпочтения в подростковой среде, зачастую, служат маркером в дифференциации «своих и чужих».

«Троллинг» попал сразу в два фактора – первый и последний, поскольку, по сути, является провоцированием других людей на взаимодействие и развлечением одновременно.

«Публикую новости» попадает в первый и во второй фактор, поскольку может служить разным целям – самопрезентации и проактивным шагом к взаимодействию с разными людьми.

Факторы были названы следующим образом:

Фактор 1 – Активное социальное взаимодействие.

Фактор 2 – Социометрия (сканирование отношений) и самопредъявление.

Фактор 3 – Социальный мониторинг (получение информации о других) и личная коммуникация (личные сообщения).

Фактор 4 – Развлечения.

Таблица 13 – Содержание выделенных факторов

Фактор 1. Активное взаимодействие	Фактор 2. Социометрия и самопредъявление
<i>Комментирую статусы, новости, фотографии других</i>	<i>Смотрю, кто поставил лайки другим</i>
<i>Участвую в обсуждениях в различных группах</i>	<i>Отслеживаю действия своих знакомых, друзей</i>
<i>Ставлю лайки</i>	<i>Жду комментарии и лайки на свои публикации: новостей, статусов, фотографий, ссылок</i>
<i>Провожу опросы</i>	<i>Смотрю, кто поставил лайки мне</i>
<i>Поздравляю с праздниками</i>	<i>Пишу в своем блоге</i>
<i>Отправляю открытки, подарки, песни</i>	<i>Check-in</i>
<i>Выкладываю свои фотографии</i>	Делюсь интересными ссылками из разных источников
<i>Меняю свой статус</i>	Делаю перепосты
Троллинг	Публикую свои новости
Организовываю мероприятия	
Публикую свои новости	
Фактор 3. Социальный мониторинг и личное общение	Фактор 4. Развлечения
<i>Переписываюсь личными сообщениями</i>	<i>Читаю новости журналов, газет</i>
<i>Читаю новости своих близких друзей</i>	<i>Троллинг</i>
<i>Читаю новости своих знакомых</i>	<i>Смотрю видео</i>
Читаю новости незнакомых мне людей	<i>Играю в приложения</i>
<i>Читаю новости различных групп</i>	
<i>Слушаю музыку</i>	

Примечание. Жирным курсивом отмечены переменные с нагрузкой по фактору >0,5.

Четвертый фактор не в полной мере относится собственно к коммуникативной сфере. Первые же три фактора можно распределить по основным сторонам общения с добавлением самопредъявления: первый – интеракция и в меньшей степени коммуникация, второй – перцепция и самопредъявление, третий – перцепция и коммуникация. Выявленная структура не является окончательной и требует перепроверки, однако, сама возможность проследить разные стороны общения, подтверждает неправомочность сведения общения в интернете только к коммуникации.

Самовосприятие в ходе общения в интернете и в реальности

Для того чтобы выявить различия в оценке себя в ходе общения в интернете и в реальности, мы предложили подросткам оценить себя по шкалам личностного дифференциала в двух ситуациях – «я общаюсь в интернете» и «я общаюсь в реальности». Каждая шкала представлена парой противоположных личностных качеств.

Общее пространство качеств было факторизовано методом главных компонент с варимакс-вращением (табл. 14).

Таблица 14 – Факторы по шкалам личностного дифференциала

активность-пассивность	моральная оценка +/-	сила-слабость	социальная раскрепощенность – зажатость
<i>молчаливый</i>	<i>добросовестный</i>	<i>слабый</i>	<i>обаятельный</i>
<i>замкнутый</i>	<i>добрый</i>	<i>зависимый</i>	спокойный
<i>пассивный</i>	<i>отзывчивый</i>	<i>нерешительный</i>	расслабленный
<i>вялый</i>	<i>справедливый</i>	<i>неуверенный</i>	
<i>нелюдимый</i>	<i>дружелюбный</i>	<i>несамостоятельный</i>	
	<i>честный</i>	раздражительный	
		уступчивый	

Примечание 1. Жирным курсивом отмечены переменные с нагрузкой по фактору >0,5.

Примечание 2. В таблице приведены те качества из пары, которые попали в фактор с положительной нагрузкой.

В ходе анализа было выделено 4 фактора:

Фактор 1 – «**Активность – пассивность**»: молчаливый, замкнутый, пассивный, вялый, нелюдимый. Фактор характеризуется плюсом «пассивность».

Фактор 2 – «**Моральная** положительная и негативная оценка»: добросовестный, добрый, отзывчивый, справедливый, дружелюбный, честный. Фактор характеризуется плюсом «положительная моральная оценка».

Фактор 3 – «*Сила – слабость*»: слабый, зависимый, нерешительный, неуверенный, несамостоятельный, раздражительный, уступчивый. Фактор характеризуется полюсом «слабость».

Фактор 4 – «*Социальная раскрепощенность – зажатость*»: обаятельный, спокойный, расслабленный. Фактор характеризуется полюсом «социальная раскрепощенность».

Как мы видим, к классическим факторам семантического дифференциала добавился фактор «социальной раскрепощенности». Мы объясняем этот факт спецификой сферы общения. Примечательно, что в представлении подростков расслабленное, спокойное состояние в ходе общения связано с обаянием и привлекательностью для партнеров.

Далее мы сравнили средние значения по каждому фактору в интернете и в реальности по t-критерию Стьюдента. Выявилось несколько значимых различий (табл. 15).

Таблица 15 – Различия средних значений по каждому фактору

Факторы самовосприятия в ходе общения	Интернет	Реальность
Пассивность	0,01	-0,01
Положительная моральная оценка	-0,30	0,29
Слабость	-0,18	0,29
Раскрепощенность	0,17	-0,18

По положительным моральным качествам – фактор «положительная моральная оценка» – подростки оценивают себя значимо выше в реальности, чем в интернете. То есть, в ходе общения в реальности им в большей степени удастся проявить (или продемонстрировать) такие качества как доброта, отзывчивость, дружелюбие. Реальность для подростков предоставляет больше возможностей для совершения хороших поступков, чем интернет.

По фактору «сила-слабость» подростки оценивают себя в интернете как менее слабых (т.е. более сильных), чем в реальности. Выстраивая свою линию поведения в интернете, подросток в меньше степени зависит от

мнения и реакций других, чем в реальности, что позволяет ему чувствовать себя более уверенным и самостоятельным.

По фактору «социальная раскрепощенность» подростки оценивают себя в интернете выше, чем в реальности. Таким образом, им удается в интернете создавать более привлекательный образ себя за счет более расслабленного и спокойного состояния.

По фактору «активность-пассивность» значимых различий выявлено не было. Реальность и интернет дают подростку возможность проявлять себя на одинаковом уровне. Качества активности являются более универсальными, обусловленными темпераментом, и в меньшей степени зависят от среды.

Кроме того, мы посчитали разности (d) между оценками себя в интернете и в реальности по выделенным факторам и провели кластерный анализ. В результате чего выборка была поделена на две приблизительно равные группы – 47,2% и 52,8% (табл. 16 и рис. 8).

Таблица 16 – Кластеры по разности оценок себя в интернете и в реальности

Разность оценок себя по факторам	Cluster 1 (47,2%)	Cluster 2 (52,8%)
dпассивность	0,00	0,04
dоценка	-0,41	-0,75
dслабость	-0,76	0,01
dраскрепощенность	1,15	-0,37

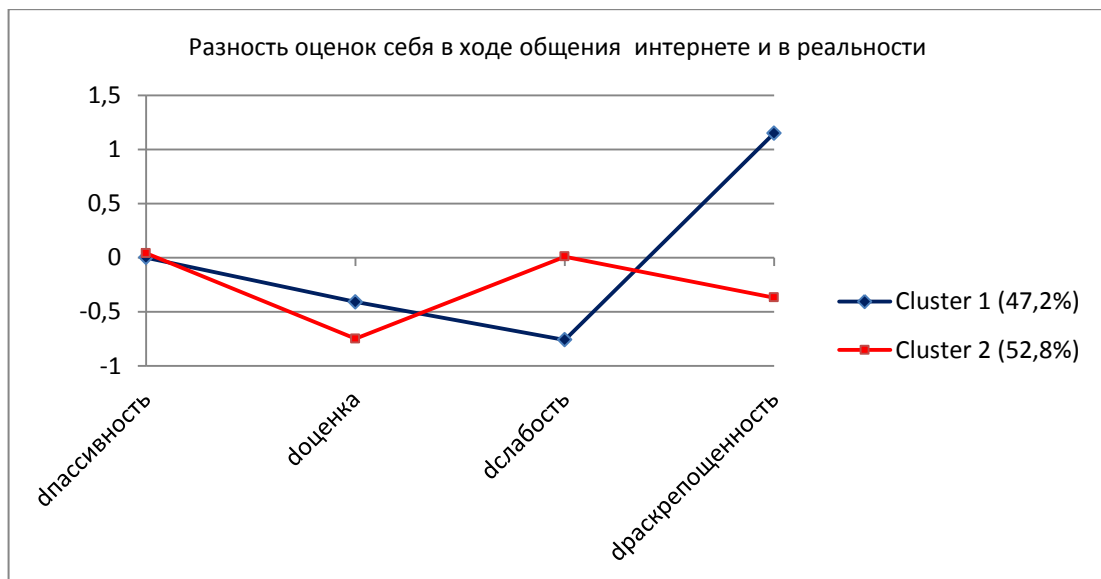


Рисунок 8

По факторам «активность-пассивность» и «оценка» различий между группами не выявлено. Зато по факторам «сила-слабость» и «социальная раскрепощенность» существуют значимые различия. В первую группу вошли дети, чьи оценки себя по фактору «слабость» (нагруженный полюс фактора) в реальности существенно выше, чем в интернете, по сравнению со второй группой. Оценки же по фактору «социальная раскрепощенность» в интернете существенно выше, чем в реальности. Мы полагаем, что здесь получено подтверждение результатов исследований, свидетельствующих о проявлении компенсаторного механизма, мотивирующего к интернет-общению – подросткам, которым не удастся проявиться в реальности, быть независимыми и решительными – по сути дела уверенными в себе – удастся раскрепоститься в интернете и создать более привлекательный образ себя. При этом по активности обе группы оценивают себя одинаково.

Вторая же группа одинаково оценивает свою «активность-пассивность» в интернете и в реальности, примерно одинаково «слабость-силу» и свою «социальную раскрепощенность» в реальности чуть выше, чем в интернете. По фактору «оценки» обе группы демонстрируют занижение положительных моральных оценок себя в интернете по сравнению с собой же в реальности.

Семантика понятий «общения в интернете» и «общение в реальности»

Для прояснения семантической наполненности понятий «общение в интернете» и «общение в реальности» мы предложили испытуемым оценить данные понятия по шкалам семантического дифференциала (СД). Были взяты довольно отвлеченные свойства, чтобы избежать прямых и стереотипных ассоциаций.

На основе полученных оценок был проведен факторный анализ (методом главных компонент с варимакс-вращением). На основе анализа было выделено 4 фактора (табл. 17).

Таблица 17 – Факторы семантики понятий «общение в интернете» и «общение в реальности»

Привлекательность – непривлекательность	Интенсивность высокая – низкая	Правдивость – лживость	Сложность – простота
<i>мягкий</i>	<i>маленький</i>	<i>правдивый</i>	<i>пресный</i>
<i>сладкий</i>	<i>короткий</i>	<i>чистый</i>	<i>простой</i>
<i>нежный</i>	<i>медленный</i>	острый	
<i>легкий</i>	<i>тихий</i>	глубокий	
<i>светлый</i>			
<i>теплый</i>			
<i>притягивающий</i>			
<i>добрый</i>			
<i>свой</i>			
<i>открытый</i>			
Оценка	Сила – активность	Правдивость, сущность	Сложность

Примечание 1. Жирным курсивом отмечены переменные с нагрузкой по фактору >0,5.

Примечание 2. В таблице приведены те качества из пары, которые попали в фактор с положительной нагрузкой.

Фактор 1 – «Привлекательность – непривлекательность»: мягкий, сладкий, нежный, легкий, светлый, теплый, притягивающий, добрый, свой, открытый. Нагруженный полюс «привлекательный». Фактор соответствует классическому фактору семантического дифференциала (СД) «оценка».

Фактор 2 – «Интенсивность высокая – низкая»: маленький, короткий, медленный, тихий. Нагруженный полюс «малоинтенсивный». Фактор объединил в себе два классических фактора СД «силу» и «активность», поскольку здесь присутствуют и динамические характеристики и статические.

Фактор 3 – «Правдивость, сущность – лживость, поверхностность»: правдивый, чистый, острый, глубокий. Нагруженный полюс «правдивый». Данный фактор специфичен для сферы общения.

Фактор 4 – «Сложность – простота»: пресный, простой. Нагруженный полюс «простой». Данный фактор тоже специфичен для сферы общения.

Для выявления различий в представлениях подростков между «интернет-общением» и «общением в реальности» был проведен анализ средних значений (по t-критерию Стьюдента) по выделенным факторам. Были обнаружены следующие различия (табл. 18).

Таблица 18 – Различия в представлениях между «интернет-общением» и «общением в реальности»

Факторы восприятия общения	Интернет-общение	Общение в реальности	p
"привлекательное"	<i>0,17</i>	<i>-0,17</i>	<i>0,02</i>
"малоинтенсивное"	-0,11	0,11	0,15
"правдивое"	<i>-0,18</i>	<i>0,18</i>	<i>0,01</i>
"простое"	-0,08	0,08	0,27

Подростки в среднем оценивают интернет-общение как более привлекательное, чем общение в реальности, но при этом как менее правдивое, сущностное. И соответственно, общение в реальности представляется как менее привлекательное, но более сущностное, правдивое.

Для проверки однородности/неоднородности выборки в оценках общения в интернете и в реальности были посчитаны разности (d) оценок по факторам и проведен кластерный анализ (методом k-средних). В результате анализа было выделено 2 группы – по 40,5% и 59,5% испытуемых в группе (табл. 19 и рис. 9).

Таблица 19 – Кластеры по разностям оценок по факторам

Разность в оценках общения в интернете и в реальности по факторам	Cluster1 40,5%	Cluster2 59,5%
d"привлекательное"	<i>0,78</i>	<i>0,05</i>
d"малоинтенсивное"	<i>-0,43</i>	<i>-0,07</i>
d"правдивое"	<i>-1,12</i>	<i>0,15</i>
d"простое"	-0,33	-0,05

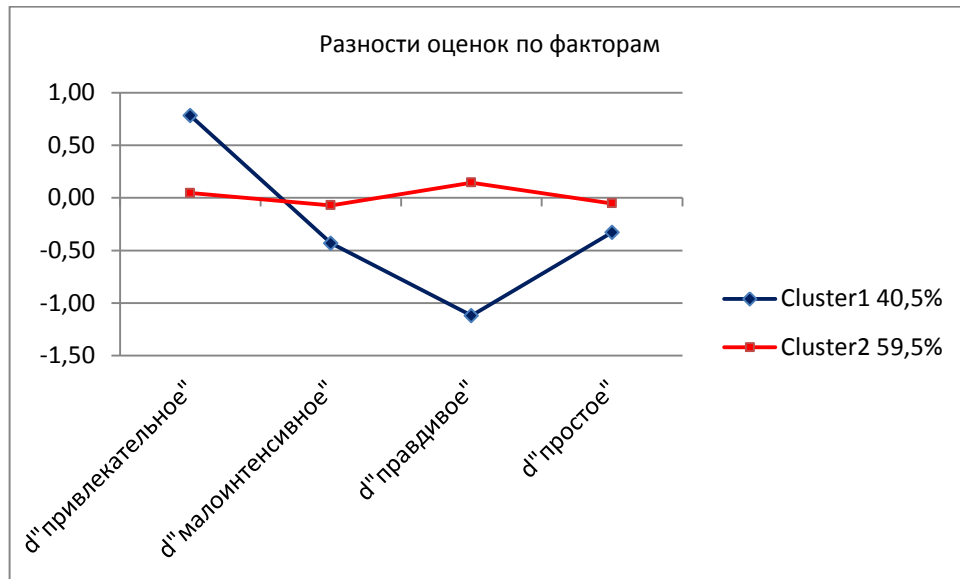


Рисунок 9

В первую группу вошли подростки, у которых разность в оценках интернет-общения по сравнению с общением в реальности по фактору «привлекательности» значимо больше в пользу интернета, чем у второй группы. Для интерпретации второго фактора для удобства мы перевернем шкалу к полюсу «высокой интенсивности», и таким образом, данные интерпретируются зеркально: интернет-общение оценивается первой группой как более интенсивное, чем общение в реальности, по сравнению со второй группой. Однако по фактору «правдивость» общение в реальности оценивается значимо выше, чем в интернете по сравнению со второй группой. По фактору «простоты» обе группы не демонстрируют значимых различий в разностях оценок. Таким образом, первая группа оценивает интернет-общение как более привлекательное, интенсивное, но обманчивое, неправдивое. Вторая группа оценивает общение в интернете и в реальности очень ровно, практически одинаково, не проводя для себя различий в сферах общения.

Предпочитаемые социальные роли в интернет-общении и общении в реальности

Для определения предпочитаемых подростками социальных ролей в ходе общения в интернете и в реальности, мы попросили испытуемых отметить 3 наиболее типичные для себя роли в той и в другой сфере (табл. 20).

Таблица 20 – Предпочитаемые социальные роли общения в интернете и в реальности

Роли в общении	Интернет (% выборов)	Реальность (% выборов)
Наблюдатель	14,33%	10,67%
Интересующийся	19,63%	15,73%
Эксперт	11,84%	9,83%
Провокатор	12,46%	7,87%
Лёгкий	19,31%	14,33%
Автор	11,21%	17,98%
Организатор	3,74%	9,27%
Трепетный	7,48%	14,33%

Наиболее частотными ролями в **интернете** являются «**интересующийся**» (слушает/читает, спрашивает, комментирует, не претендуя на экспертную точку зрения), «**легкий**» (любит вести разговор на «лёгкие» темы, шутить, рассылать забавные картинки, ссылки) и «**наблюдатель**» (больше наблюдает за другими, редко себя проявляя или вступая в беседы).

Наиболее частотными ролями в **реальности** являются «**автор**» (любит рассказывать что-то содержательное, делиться мыслями, идеями), «**интересующийся**», «**легкий**» и «**трепетный**» (часто делится своими впечатлениями эмоциями, переживаниями, любит пожалеть других, посочувствовать, поддержать).

Как мы видим, в интернете ориентация у подростков в большей степени на более «легкое» общение, в меньшей степени затрагивающее содержательный пласт и без углубления в чувства.

В реальности подросткам в большей степени удастся раскрываться содержательно и эмоционально.

Значимые результаты

- Одной из главных целей использования интернета подростками является общение – 38,65% в процентном соотношении всех целей. Наличие мобильного интернета у 75,28% подростков предоставляет им возможность практически круглосуточного общения в сети без отрыва от текущей деятельности. 61,8% подростков отмечают, что родители никак не регулируют их времяпрепровождение в интернете. Лидирующее место по использованию подростками для общения занимает социальная сеть vkontakte (93,63%).
- Крайнюю степень предпочтения в интернет-общении общению в реальности в гипотетической ситуации демонстрирует лишь 13,48% подростков.
- Общение в интернете уступает общению в реальности по интенсивности положительных ощущений (комфорт, насыщенность, удовлетворение от общения, важность, полезность) и по ощущениям опасности и ответственности. По частоте эмоций, испытываемых подростками в ходе общения, как положительных, так и отрицательных, общение в реальности в среднем превосходит интернет.
- Дети общаются в интернете с такой же частотой, с которой они бы хотели общаться в реальности. Это объясняется общей высокой потребностью в общении в подростковом возрасте. Подростки в среднем действительно чаще общаются в интернете, что может быть объяснено дробностью

самого процесса интернет-общения. Общее же время, затрачиваемое на общение в интернете, в школе и помимо школы примерно одинаково.

- Подростковая среда неоднородна по восприятию интернет-общения. Говорить о средних значениях представляется некорректным. В нашем исследовании обнаружилось типичное деление всей выборки подростков на две группы. Первая группа не поляризует оценки общения в зависимости от среды – интернет или реальность. По ощущениям, эмоциям, частоте общения (реального, желаемого, самоограниченного), по времени первая группа подростков дает оценки приблизительно одинаковые относительно интернета и реальности. Доля подростков первой группы колеблется в пределах 50-75%. Из чего мы делаем вывод, *что общение в интернете и в реальности для них является единым пространством для общения*. Вторая же группа подростков (25-50%) оценивает интернет значимо ниже по ряду показателей – положительным ощущениям, отрицательным и положительным эмоциям, по частоте и времени общения. Из чего мы делаем вывод, *что реальность для них является предпочтительной сферой для общения и проявления себя*. Примечательным является факт, что вторая группа выше оценивает частоту возникновения эмоции скуки в интернете. Эмоция «скука», возможно, выступает как обратная сторона дефицита эмоциональных переживаний.
- Факторный анализ большей части видов активности в социальных сетях позволил выделить структуру общения, во многом отражающую классическую триаду интеракция-коммуникация-перцепция. Выделенные факторы: активное взаимодействие, социометрия и самопредъявление, социальный мониторинг и личная коммуникация. Социально-перцептивный компонент оказался представленным в двух факторах – социометрии и социальном мониторинге.

- Структура самовосприятия в ходе общения отразила классические факторы семантического дифференциала активность-оценка-сила. Однако были обнаружены отличия. Фактор оценки прежде всего оказался охарактеризован моральными качествами. Появился фактор «социальной раскрепощенности» с оттенком социальной привлекательности.
- Анализ средних значений по выделенным факторам самовосприятия в ходе общения в интернете и в реальности выявил значимые различия. По положительным моральным качествам подростки оценивают себя выше в реальности. Однако в интернете подростки оценивают себя как более уверенных и самостоятельных и более социально раскрепощенных. Однако вся выборка опять же оказалась неоднородной и поделилась примерно пополам. Первая половина – те, кто оценивает себя в реальности выше по моральным качествам, по силе и уверенности примерно одинаково и по раскрепощенности в реальности чуть выше. Вторая половина – те, кто оценивает себя как более слабых и неуверенных в реальности по сравнению с интернетом и более раскрепощенных в ходе общения в интернете.
- Семантическая наполненность понятий «общение в интернете» и «общение в реальности» тоже имеет свою структуру. Выделились факторы: «привлекательность –непривлекательность» (оценка), «интенсивность высокая – низкая» (сила и активность), «правдивость, сущность – лживость, поверхностность», «сложность –простота». Последние два фактора оказались специфичными для общения.
- Анализ средних значений по данным факторам выявил значимые различия. *Интернет-общение представляется подросткам в среднем как более привлекательное, но менее правдивое и глубокое, чем общение в реальности*
- Выделилась группа (40,5%), которая оценивает общение в реальности и в интернете одинаково. И группа (59,5%), которая оценивает интернет-

общение как привлекательное, менее интенсивное и значительно менее правдивое.

- Различие в социальных ролях характерных для общения в ходе интернете и в реальности в основном заключается в предпочтении проактивной роли «автора» (делится мыслями, идеями) в реальности. Роли «интересующегося», «наблюдателя» и «легкого» характерны для подростков и в реальности и в интернете.

Список использованных источников

1. Андреева Г.М. Социальная психология: Учеб. Для вузов. М.: Аспект Пресс, 2012.
2. Белинская Е.П., Жичкина А.Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. // 2004, 14 февраля. <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy> (дата обращения 17.03.2014)
3. Изотова Е.И. Особенности самопредъявления подростков с разной степенью сформированности идентичности // Психологические исследования. 2012. том 5, №26. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 17.03.2014).
4. Карр Н. Пустышка: что Интернет делает с нашими мозгами. СПб.: Бест Бизнес Букс, 2012.
5. Марцинковская Т.Д. Информационная социализация в изменяющемся информационном пространстве // Психологические исследования. 2012. Т. 5, №26. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 17.03.2014).
6. Марарица Л.В., Антонова Н.А., Ерицын К.Ю. Общение в интернете: потенциальная угроза или ресурс личности // Петербургский психологический журнал, №5, 2013.
7. Солдатова Г.У., Нестик Т.А., Рассказова Е.И., Зотова Е.Ю.. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования. М.: Фонд Развития Интернет, 2013.
8. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И. Чрезмерное использование интернета: факторы и признаки // Психологический журнал. 2013. Т. 34. №4.
9. Сандомирский М.Е. Риски интернета: цифровой психоморфоз и инфантильность // Webscience.ru, URL: <http://webscience.ru/details/riski-interneta-cifrovoy-psihomorfoz-i-infantilnost> (дата обращения 17.03.2014)
10. Смолл Г., Ворган Г. Мозг онлайн: человек в эпоху интернета. М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2011.