

Характеристика "доверия онлайн" как особенность Интернет-пространства

Смолина Елена Григорьевна

Аспирант

Волгоградский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы, Волгоград, Россия

E-mail: Salvator-lux@yandex.ru

В сегодняшнем социуме, где человеческие отношения обусловлены информационными технологиями, Интернет уже стал предметом исследования многих дисциплин, в том числе и социологии. В науке об обществе «всемирная паутина» рассматривается с двух сторон: как средство, влияющее на действительность и как самостоятельное пространство новых социальных практик. Настоящая статья объединяет оба подхода для того, чтобы сделать вывод о понятии «доверия» в Интернете. На первый взгляд, обращая внимания на большую популярность социальных сетей и широкому использованию WWW для поиска информации любой области, люди стали доверять Интернету больше, чем книгам или специалистам. Даже получив те или иные сведения в состоянии оффлайн, человек обращается к сети, чтобы перепроверить, подтвердить, больше узнать и уже после использовать эти данные в своих практиках. С чем связаны подобные действия и почему современный человек без боязни доверяет информации онлайн? Ответ на этот вопрос связан с особенностями общения в сети и причинами использования Интернета. Другими словами, цель статьи - определить, почему Интернет так интересен людям сегодня.

По уровню доверия в качестве источника информации Интернет занимает второе место (22%) после телевидения (60%). Лидером же по уровню доверия среди разных источников информации интернет является среди тех, кто активно им пользуется (44%).[4] При этом необходимо отметить, что самый высокий уровень доверия к Интернету свойственен молодому поколению в довольно широком возрастном диапазоне 10-25 лет (46.5% по данным 2014/II), которое, в первую очередь, интересуется развлекательным контентом. Доверие к Интернету в этой группе растет с некоторыми колебаниями по периодам. Аналогично - растет доверие в группе 35-44 года, которую больше всего интересует информация о производителях товаров/услуг и цены.[2]

В Интернете присутствуют диалоговые и полилоговые типы коммуникации, которые отличаются по степени открытости, но, несмотря на эмоциональную незавершенность и риск анонимности, человек «открывается» в сети быстрее, чем в состоянии оффлайн. Современный ритм жизни привел к тому, что количественный рост контактов (связанный во-многом с теорией Гранноветтера о «слабых связях» - неблизких и необходимых для повышения социального статуса) сказался на качестве - при увеличении числа социальных контактов, снизилась их глубина, эмоциональная окрашенность. Ведь в Интернете теряют свое значение невербальные средства общения. Несмотря на то, что в текстовой коммуникации существует возможность выражать свои чувства при помощи «смайликов», физическое отсутствие участников коммуникации в акте коммуникации приводит к тому, что чувства можно не только выражать, но и скрывать, равно как и можно выражать чувства, которые человек в данный момент не испытывает. А также из-за физической непредставленности партнеров по коммуникации друг другу теряет свое значение целый ряд барьеров общения.

Другое важное следствие физической непредставленности человека в текстовой коммуникации - возможность создавать о себе любое впечатление по своему выбору. Анонимность общения в Интернете обогащает возможности самопрезентации человека, предоставляя ему возможность не просто создавать о себе впечатление по своему выбору, но и быть

тем, кем он захочет. То есть, особенности коммуникации в Интернете позволяют человеку конструировать свою идентичность по своему выбору.[1]

Исходя из этого, человек стал меньше задумываться о последствиях подобных эмоционально обедненных отношений и стал свободно верить «на слово» очередному пользователю сайта или участнику чата. Однако дать однозначный ответ о том, насколько это негативное или позитивное явление, влияющее на реальную действительность, нельзя. На наш взгляд, это зависит от цели пользователя Интернета, а также обусловленностью контактов в сети. Проследим эту особенность на примере процесса знакомства в сети.

Исследования социальных психологов установили, что существуют две детерминанты, обуславливающие возникновение первоначального влечения к человеку. Первая - это «близость функциональной дистанции». То есть приязнь возникает между людьми, которые живут, учатся или работают неподалеку и часто сталкиваются в повседневной жизни. Что касается человека, вливающегося в виртуальный социум, то количество его социальных контактов увеличивается на порядок: коммуникативные возможности расширяются, каждый день приносит несколько новых знакомств.

Второе обязательное условие возникновения расположения и взаимной приязни - это физическая привлекательность. В виртуальности вследствие изначальной невидимости собеседников внешность человека в период знакомства не имеет никакого значения. Но в сети визуальный принцип отбора заменен принципом, который в реальной жизни детерминирует не начальное, а дальнейшее развитие отношений. Имеется в виду сходство установок, убеждений и ценностей, которые могут привести к взаимному расположению и эмоциональной близости. Часто «прилюдное» общение в виртуальном социуме служит возможностью выделить из общей массы интересных вам (только не внешне, а внутренне) людей и перейти к более близкому знакомству. [3]

Таким образом, в реальности для того, чтобы мы перешли к оценке человека как такового, его личности он должен удовлетворить двум условиям - находится в непосредственной близости от нас и часто с нами контактировать и быть для нас физически привлекательным. То есть с помощью в виртуальности увеличивается возможность знакомства с потенциально близким человеком.

Следовательно, человек в Интернете в атмосфере анонимности становится смелее и активнее. В данном смысле анонимность не означает отсутствие ответственности или стремление исказить реальную действительность, виртуальные практики «развязывают руки» пользователю и придают ему уверенности. То есть Интернет интересен людям, так как дает им свободу. Естественно у данного явления есть как положительные, так и отрицательные стороны, однако факт расширения возможностей и реальных практик в сети Интернет является очевидным.

Литература

1. Жичкина А. Социально-психологические аспекты общения в Интернете // <http://flogiston.ru>.
2. Климашевский Д. Доверие к медиа каналам // Synovate Comcon.
3. Нестеров В. К вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете // <http://flogiston.ru/articles/netpsy/netemotions>.
4. Пресс-выпуск № 2370 ВЦИОМ. Результаты опроса «Онлайн и оффлайн: откуда получают информацию россияне» // <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114345>.