

О ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ ОБЩЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

И. ШАБШИН

В работе описывается широкий спектр психологических феноменов, которые возникают в процессе коммуникации в Интернете. Формулируются базовые особенности интернет-общения и рассматривается их проявление в деловой коммуникации, неформальном общении, а также – психологическом консультировании с применением интернет-технологий. Анализируется опыт индивидуальной и групповой психотерапевтической работы в Сети. Интернет рассматривается с психологической точки зрения как виртуальное пространство, как средство массовой коммуникации. Анализируется феномен «интернетизации» общества – все более широкое использование сетевых технологий в повседневной жизни.

«Интернетизация» общества

Последнее столетие истории человечества характеризуется, в частности, появлением с возрастающей скоростью таких технических новинок, которые быстро становятся неотъемлемыми атрибутами нашей повседневной жизни, порой внося в нее существенные изменения.

В течение веков способы коммуникации и передвижения, способы обработки, хранения, передачи информации, другие производственные и технические аспекты человеческой деятельности либо практически не менялись, либо медленно совершенствовались, не претерпевая радикальных изменений. В последнее же столетие в этих и во многих других, в том числе бытовых сторонах нашей жизни, стремительными темпами происходят качественные, принципиальные изменения, причем совершаются они на фундаменте новых технических решений, изобретений, открытий.

Примеры, думается, очевидны: телевидение, компьютеры, сотовая связь, современная авиация, не говоря уже о холодильниках, видеокамерах, кондиционерах и т.п. Без большого преувеличения можно сказать,

что человек сросся с созданной им техногенной средой. В июне 2004г. на Каннском фестивале был представлен рекламный ролик, эффектно иллюстрирующий это срастание. За 56 секунд экранного времени было показано более 60 эпизодов – самых обычных ежедневных ритуалов: звенит электронный будильник, включается электрический чайник, выскакивает из тостера хлеб и т.д.

Абсорбция технических новшеств, их включение в повседневность происходит с поразительной быстротой. То, что еще недавно было новым, непривычным, сложным, уже через несколько лет воспринимается как нечто само собой разумеющееся, осваивается легко и быстро, а для нового поколения становится неотъемлемой частью жизнедеятельности. Нужно сказать, что речь идет не только о приобретении функциональных навыков и умений использовать новые инструменты, но и об определенных психологических изменениях. Эти изменения происходят в результате определенной работы в несколько этапов: преодоление психологического барьера, затем адаптация и привыкание, далее – расширение спектра действий, т.е. все более полное использование возможностей новой технической системы.

Интернет представляет собой еще одно явление того же порядка, это техническое новшество прошло тот же психологический путь, стремительно распространилось и стало частью жизни миллионов людей.

В наши дни все большее число видов деятельности выполняется людьми с помощью компьютеров и компьютерных сетей. Последствия «интернетизации», разумеется, оцениваются неоднозначно. Сопоставимого по мощности, емкости и оперативности источника информации в настоящее время не существует. Даже в новостных телепрограммах можно услышать фразу: «Подробнее об этих и других событиях вы можете узнать на нашем сайте www...». Управление сложными комплексными процессами без помощи компьютерных систем считается просто невозможным, но в то же время при возникновении сбоев в компьютерных системах даже целые отрасли, не говоря уже о компаниях, несут огромные убытки.

Периодически поднимаются кампании против распространения и доступности Интернета, его неподконтрольности, против отдельных видов размещенного в Сети «контента». Обсуждается проблема замены или вытеснения, в той или иной степени, интернет-коммуникацией общения в реальном социуме. Здесь имеет место следующий парадокс. С одной стороны, интернет-технологии способствуют развитию отчужденности между людьми. Проиллюстрируем это шутивным трехстишием, победившим в одном из конкурсов хокку:

*«Не был давно у сестры.
Прямо сегодня зайду
К ней на страничку...»*

Однако, с другой стороны, интернет-технологии представляют собой способ расширения круга знакомств, установления новых контактов и широко используются людьми именно для общения. М.Бэнкс, автор «*Руководства по выживанию в киберпространстве*», считает, что в основном люди пользуются Интернетом для того, чтобы иметь возможность общаться: «Если бы мы могли учесть все, что происходит в Интернете, общение возобладало бы» (цит. по: *Смылова*, 1998).

Вопрос «для чего люди пользуются Интернетом?» был, разумеется, темой многих психологических исследований. А.Е.Войскунский (2002) называет три основных вида потребностей, которые человек удовлетворяет с помощью Интернета: коммуникативная, познавательная и игровая. Коммуникативная потребность удовлетворяется через переписку по электронной почте, общение в чатах, на форумах и т.п. Познавательная потребность удовлетворяется посредством чтения сетевой прессы, поиска конкретной информации или знакомства с текущими новостями, а также с помощью дистанционных форм образования и т.п. Примерами удовлетворения игровой потребности могут быть индивидуальные и групповые игры с компьютером или с реальными партнерами с помощью Интернета. В данный перечень необходимо добавить, по нашему мнению, еще один, специфический для Интернета вид деятельности – электронную коммерцию или *e-business* (платежи, операции *b2b*, *b2c* и др.).

Что касается мотивации пользователей Интернета, то в результате исследования, проведенного в МГУ им. Ломоносова (*Арестова, Бабанин, Войскунский*, 2000) было показано, что ими руководят следующие мотивы: деловые, познавательные, сотрудничества, самореализации. Присутствуют также рекреационная и игровая, аффилиативная и коммуникативная мотивация, а также мотивация самоутверждения.

Интернет как «виртуальное пространство»

Интернет называют «виртуальным пространством» или «виртуальной реальностью». Почему соединенные проводами компьютеры удостоились такого определения? Это вопрос для размышления, прежде всего, психологов, поскольку ответ лежит, разумеется, не в технической плоскости.

Рассмотрим более подробно, какой психологический смысл имеет для нас словосочетание «виртуальное пространство», какова его психосеман-

тика. Согласно Большой Советской Энциклопедии, «пространство – это логически мыслимая форма (или структура), служащая средой, в которой осуществляются другие формы и те или иные конструкции». Мы только что отметили, что Интернет является средой, в которой реализуются разнообразнейшие процессы и структуры.

Как сказано в Малом энциклопедическом словаре Брокгауза и Ефрона, «пространство не воспринимается извне, а налагается самим познающим субъектом на весь материал чувственного восприятия», и «исследованию подлежат лишь наши представления о пространстве, их психологический состав и возникновение», и «невозможны... ни эмпирическое объяснение его происхождения, ни определение его сущности».

Виртуальное пространство Интернета является с этой точки зрения «ненастоящим» пространством, поскольку мы в состоянии воспринять его извне, и можем говорить не только о том, как мы воспринимаем его в опыте (субъективно), но и о его происхождении, и даже сущности. Говоря иначе, «виртуальность» применительно к пространству Интернета означает не столько его существование в воображении, сколько искусственное происхождение. На то, что виртуальная реальность существует в действительности, указывает и происхождение этого слова от английского *virtual*, что означает «фактический», «действительный», являющийся (*чем-л.*) по существу, реально.

Что можно сказать о «реальности»? Реальность может быть изменчива, может открывать различные возможности, может даже таить опасности, быть кем-то населена... В преломлении к рассуждению об Интернете, можно сказать, что попадающий в него субъект (т.е. обычный пользователь) сталкивается с перечисленными выше свойствами, несмотря на то, что Сеть – сконструированная реальность. Как пишет Н.В.Чудова (2000): «Информационные возможности Сети позволяют человеку осуществлять погружение в виртуальную реальность – целостную, активную и автономную среду обитания». Вопрос о «реальности» компьютерной игры рассматривается, в частности (языком художественной прозы), в повести В.Пелевина «*Принц Госплана*» (1999). Прочитаем диалог ее персонажей:

« – Вот ты второй год по лабиринту бежишь, – заговорил Петя, – а ты думал когда-нибудь, на самом он деле или нет? »

– Кто?

– Лабиринт.

– В смысле, существует он или нет?

– Да.

Саша задумался.

– Пожалуй, существует. Точнее, правильно сказать, что он существует ровно в той же степени, в какой существует принц. Потому что лабиринт существует только для него.

– Если уж сказать совсем правильно, – сказал Петя, – и лабиринт, и фигурка существуют только для того, кто смотрит на экран монитора».

Итак, в виртуальной реальности Интернета пользователь имеет возможность удовлетворить разнообразные потребности и мотивы. Вместе с тем, виртуальная реальность проще реальности настоящей – физической и социальной. Как пишет А.Войскунский (2002), «компьютерная, игровая или коммуникативная виртуальная реальность имеют в качестве общей основы определенный принцип их построения: вся полнота физической и социальной реальности редуцируется до набора отобранных признаков. Освоить такую редуцированную реальность и осмысленно действовать в ней проще, чем в реальной жизни, этим она и «затягивает», этим может быть частично объяснено «бегство» в игровую (либо иную редуцированную) реальность».

Очевидно, что каждый вид деятельности пользователя Интернета (игра, *e-business*, коммуникация, поиск информации и т.д.) имеет свои психологические особенности, свою специфику, свои психологические феномены. Мы остановим свой взгляд на особенностях сетевой коммуникации. Во-первых, общение является одной из наиболее востребованных возможностей Интернета; во-вторых, нас будет особенно интересовать психотерапевтический аспект виртуальной коммуникации.

Интернет как средство массовой коммуникации

Интернет – сравнительно новое, динамично развивающееся средство массовой коммуникации. Стандарт *WWW (World Wide Web)*, включающий в себя возможность просматривать сайты и обмениваться сообщениями электронной почты, был утвержден консорциумом разработчиков 17 мая 1991 года. Именно эту дату можно считать днем рождения Интернета в нашем привычном понимании. До этого момента существовала только возможность обмениваться сообщениями электронной почты.

В Советском Союзе создание глобальной компьютерной сети датируется 1 августа 1990 года, когда компания «Релком» объединила несколько своих сетей на территории СССР в одну.

В том же месяце состоялись первые сеансы связи компьютерной советской сети с международной по телефону каналу, а 19 сентября 1990 года был зарегистрирован домен *SU* для советских пользователей операционной системы *UNIX*. Эту дату можно считать датой рождения

Советского Интернета. Несмотря на то, что он был только «почтовым», научное сообщество поражала скорость передачи данных – письмо в США доходило всего за час, в отличие от обычной авиационной или морской почты, на которую уходило от нескольких дней до нескольких недель.

Далее последовал распад СССР. Однако Советский Интернет существовал, и поскольку сосредоточен он был, главным образом, на территории России и даже Москвы, то постепенно стал российским. Датой рождения Российского Интернета можно считать 7 апреля 1994 года – в этот день международный информационный центр *InterNIC* официально зарегистрировал национальный домен *RU* для Российской Федерации (по материалам сайта <http://www.10ru.ru>).

В наши дни Интернет представляет собой «сеть сетей», в состав которой входит более 100 000 сетей из 100 стран. Мировая статистика такова: число пользователей Интернета составляет около 700 млн. человек; число почтовых ящиков *e-mail* в мире примерно 1 млрд. единиц; общее число отправленных по *e-mail* писем превышает 40 млрд. в день.

По прогнозу канадской фирмы *Angus Reid Group* число пользователей Интернета в мире к текущему году должно было возрасти до 1 млрд.

В России доступ к сети имеют 14 млн. человек. Это немного. Тем не менее, ожидалось, что в 2004 году Россия сможет преодолеть 10-процентный барьер в пользовании всемирной сетью, то есть доступ к сети будут иметь не менее 10% населения страны. Последние четыре года количество российских пользователей Интернета ежегодно возрастает на 35-40%. К 2010 году количество пользователей Интернета в России достигнет 50 млн. человек.

Многое отличает Интернет от других средств массовой коммуникации. Это:

1. Отсутствие централизованной организационной структуры. Интернетом никто не владеет и никто не управляет. В Интернете нет цензуры.

2. Высокая скорость распространения информации. Появившееся на сайте информационного агентства сообщение может быть мгновенно растиражировано другими интернет-изданиями, а затем электронными (радио, ТВ) и печатными (газеты, журналы).

3. Информация в Интернете распространяется сетевым образом, подобно тому, как расходятся анекдоты и слухи. «Интернет обладает сходными свойствами с механизмом действия толпы: и в том, и в другом случае имеется реализующийся по-разному технически феномен не управляемой никем структуры и «случайной среды» (*Герасимюк, Соломович, 2002*).

4. Интерактивность коммуникации в Интернете, что означает возможность:

- а) вступления в прямой диалог с аудиторией и получения от нее обратной связи в режиме реального времени;
- б) общение представителей данной аудитории между собой, – например, на новостном сайте появляется сообщение, которое потом обсуждается на форуме.

Базовые психологические особенности сетевой коммуникации

Существует целый ряд терминов, обозначающих коммуникацию посредством интернет-технологий: виртуальная коммуникация, компьютерное общение, сетевая коммуникация, *online*-коммуникация и т.п. К наиболее распространенным способам общения через Интернет относятся электронная почта (*e-mail*), чат, *ICQ*, форум или конференция.

По мнению Е.В.Грязновой (2001), интернет-коммуникация «представляет собой единство четырех процессов: в нем *создается* новая реальность, которая *отражает* объективную действительность, *выражает* субъективно-личностный мир... (собеседников – *И.Ш.*) и *передает* свое духовное содержание всем участникам». Большой интерес представляет попытка исследовать перечисленные выше процессы, понять, благодаря чему они становятся возможными, как протекают, какие закономерности при этом проявляются, т.е. разобраться в том, *как* при *online*-общении создается новая реальность, *как* она отражает объективную действительность, *каким* образом выражает субъективно-личностный мир собеседников.

Во многих исследованиях (Жичкина, 1999, 2001; Белинская, 1999; Шевченко, 1997) отмечаются *общие особенности*, которые имеет общение, опосредствованное Интернетом, и которые тесно связаны друг с другом (что подтверждает наш практический опыт):

1. Анонимность. Заключается в отсутствии достоверной информации о собеседнике или в неполноте информации о нем. Анонимность психологически освобождает пользователя от необходимости подлинной самопрезентации, т.е. соответствия в процессе коммуникации своему реальному «Я», и тем самым открывает возможность для конструирования альтернативных самопрезентаций. Отметим, что реализуется такая возможность не столько в деловой, сколько в неформально-развлекательной сфере, где люди нередко скрывают истинную информацию о себе или даже предоставляют ложную.

2. Физическая непредставленность. В сочетании с анонимностью открывает простор, с одной стороны, для предоставления о себе недостоверной информации, с другой – для фантазирования по поводу собеседника (опять же, прежде всего, при неформальном общении). В Интер-

нете в результате физической непредставленности друг другу партнеров по коммуникации *устраняется целый ряд существующих в общении барьеров*, обусловленных, к примеру, полом, возрастом, социальным статусом, привлекательностью или непривлекательностью участников общения, а также степенью коммуникативной компетентности человека, точнее, ее невербальной частью (Жичкина, 2001). Нейтрализация в условиях сетевого общения ряда барьеров, которые реально возникают в *offline*-коммуникации (то есть в «обычном» общении), по нашему мнению, составляет его важнейшую психологическую особенность, которая содержит в себе потенцию психотерапевтических возможностей.

3. 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*» (Шевченко, там же).

4. Нерегламентированность поведения. Заключается в отсутствии четких правил *online*-коммуникации, особенно, разумеется, – неформальной, что выражается в полной свободе выбора относительно завязывания и разрыва контактов, стиля коммуникации и т.д. Некоторые пользователи «презентируют себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают не реализуемые в деятельности вне сети роли, сценарии ненормативного поведения» (Шевченко, там же).

5. Снижение психологического и социального риска в процессе общения. Появляется вследствие его анонимности и полной безнаказанности. «Проявляется в виде аффективной раскрепощенности, ненормативности и некоторой безответственности 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 личной отрицательной оценки окружающими минимален» (Шевченко, там же). Конечно, это касается, прежде всего, неформального общения. В условиях же психологического *online*-консультирования та же особенность проявляется по-иному: многим людям легче решиться именно на виртуальный контакт с психотерапевтом, тем более, если это первое обращение за психологической помощью.

6. Компенсаторная виртуальная эмоциональность. Подобным образом мы предлагаем обозначить феномен, который выражается в том, что все те ограничения, которые в виртуальном пространстве сопутствуют эмоциональному компоненту общения, компенсируются возможностью активного использования разного рода значков, созданных специально для обозначения эмоций («смайликов»), или описанием эмоций словами.

7. Использование разнообразных способов сетевой коммуникации (*ICQ, e-mail*, чат, форум и др.) и разнообразных способов самопрезентации (самоописание, анкеты, *COPI/Cell Of Personal Information*!, собственные интернет-странички и т.д.).

Описывая ниже более подробно психологические особенности сетевой коммуникации, мы отдельно рассмотрим деловую, развлекательную/неформальную коммуникацию, а также психологическое *online*-консультирование (психотерапевтическую коммуникацию). *Между каждым из этих видов сетевого общения обнаруживаются существенные психологические различия* при том, что в *техническом* плане никаких различий между этими видами коммуникации нет, и интернет-решения для их осуществления абсолютно одинаковы. Кроме того, можно отметить, что *одни и те же* базовые особенности сетевой коммуникации (перечисленные выше) приводят к *разным* психологическим эффектам в разных видах *online*-общения. Например, тот факт, что общение ограничивается *текстом*:

- в деловой коммуникации приводит к фиксации внимания на формулировке своих мыслей;
- в развлекательно-неформальном общении дает простор для фантазий собеседников друг о друге;
- в процессе психологического консультирования вызывает существенные затруднения ввиду отсутствия невербальной информации о клиенте.

Психологические особенности деловой интернет-коммуникации

Мы выделяем деловую *online*-коммуникацию как отдельную категорию на основе ее направленности на решение конкретных профессиональных задач, когда предметом обсуждения (например, в *ICQ* или на форуме) является та или иная проблема, лежащая в сфере профессиональной деятельности собеседников. При этом переговорный процесс, полностью опосредствованный интернет-технологиями, фактически включает в себя те же элементы, что и обычные переговоры: сообщение информации, выдвижение аргументов и контраргументов, выражение согласия, несогласия и т.д. Между тем, деловая *online*-коммуникация имеет и свои специфические особенности:

1. Письменная форма общения. В переговорах *offline* (т.е. «в реале») основным способом передачи информации является, разумеется, устная речь. Письменные, иллюстративные материалы носят, как правило, вспомогательный характер. Общение же в Сети полностью происходит в письменной форме. К каким психологическим последствиям это приводит?

Письменный способ общения заставляет конкретнее выражать свою мысль, уточнять формулировки, высказываться лаконично. Он также способствует не эмоциональному, а рациональному стилю переговоров, что особенно обнаруживает свою полезность при решении сложных, «конфликтотенных» вопросов.

2. Цитирование собеседника. Удобным и благодаря этому распространенным способом отвечать на вопросы, заданные в электронном письме, является *копирование* вопроса и форма ответа непосредственно вслед за ним. Понимание того, что написанный тобой текст будет воспроизведен собеседником дословно, так что всякая возможность обвинить его в искажении твоих слов исключается, усиливает внимание и контроль по отношению буквально к каждому слову.

3. Деформализация общения. Стиль делового *online*-общения имеет тенденцию меняться с течением времени от более формального к менее формальному. Это можно назвать сокращением психологической дистанции. Отметим, что личное знакомство, т.е. встреча «в реале», может ускорить сокращение психологической дистанции. При переписке по *e-mail* внешними маркерами такой динамики являются:

- сокращение информации в подписи, из которой постепенно убираются полные реквизиты, формальные речевые обороты и остается только имя и фамилия автора, или, может быть, даже только имя;
- изменение обращения к адресату в начале письма;
- употребление с возрастающей частотой менее формальных выражений;
- появление в тексте делового письма специальных символов, обозначающих эмоции и интонации («смайликов»);
- переход на «ты».

4. Появление в деловых сообщениях информации личного характера. В случае делового *online*-общения первоначальная информация о самих себе, которую предоставляют друг другу собеседники, является минимальной по объему, но, как правило, достоверной. В дальнейшем количество сообщаемой информации личного характера иногда увеличивается. Этот этап нередко реализуется также с помощью интернет-решений: помимо сведений в тексте письма, деловой партнер может получить гиперссылки на личную интернет-страницу или персональный сайт.

5. Увеличение количества каналов коммуникации. Собеседнику общается номер не только рабочего, но и мобильного, иногда – и домашнего телефона, а также номер *ICQ* и адрес личного почтового ящика. Таким образом, расширяется спектр возможных каналов общения. Можно сказать, что человек становится, в буквальном смысле, более доступен. Отметим, что каждый из указанных выше видов общения имеет свою

специфику: по стилю и характеру переписка по *e-mail* отличается от «разговора» посредством *ICQ*. Следовательно, субъект получает возможность выбора технического способа коммуникации с другим. Выбор может зависеть от множества факторов: сути делового вопроса, его срочности, индивидуальных предпочтений, личных взаимоотношений и т.д.

Перейдем от рассмотрения *online*-коммуникации двух собеседников к сетевому коллективному общению – на так называемых форумах.

Интересное, на мой взгляд, наблюдение: *общение на online-форумах интенсифицируется в условиях неопределенности*. Как отмечает Д.Сатин (1999) на примере участников рынка ценных бумаг *PTC*, «Общение интенсифицируется тогда, когда на рынке возникает неопределенность. Цены могут шквально вырасти, но большинство участников рынка не успеет осознать причин этого роста. И тогда общение со своими коллегами из других компаний становится средством восстановления понятной картины происходящего. Другой пример: когда цены медленно и долго падают, после некоторого затишья общение вспыхивает, подогретое возрастающей тревожностью перед неожиданным ростом. Вывод получает важный психологический смысл – *общение прямо связано со степенью непонятности происходящего*».

Отметим, что разработчики программного обеспечения и веб-технологий, прекрасно понимая востребованность интернет-коммуникации и роль психологического комфорта ее пользователя, стремятся предлагать новые решения, новые возможности, которые делают *online*-общение более удобным. Назовем некоторые интернет-решения, способствующие психологическому комфорту сетевой коммуникации:

- в почтовых программах существует опция подтверждения получения письма адресатом и его «прочтения», точнее, открытия файла с текстом письма;

- в одной из последних версий *ICQ*, когда невидимый собеседник вводит текст, в специальном фрейме появляется надпись «XXX is typing...», где XXX – «ник» (от «*nickname*» – псевдоним) собеседника. Таким образом, пользователь знает, что диалог продолжается, собеседник никуда не ушел, и сообщение от него скоро будет получено;

- каждая почтовая программа предусматривает возможность прикрепления к письму файла не только с текстовой, но и графической информацией;

- интерфейс любой конкурентоспособной почтовой программы имеет широкий спектр настроек, сервисов, макросов для того, чтобы пользователь мог легко сконструировать индивидуальное виртуальное рабочее пространство.

Психологические особенности неформальной Интернет-коммуникации

Как мы уже отмечали, интернет-технологии широко используются для неформального или развлекательного общения. Почему люди обращаются к Интернету как средству для неформального общения? В самом общем виде причины могут быть следующими:

1. Дефицит общения или неудовлетворенность им в реальном социуме.

2. Возможность посредством сетевого общения достичь того, что оказалось невозможным в реальной жизни, – удовлетворить фрустрированные потребности, реализовать неустраиваемые или не приветствуемые социумом качества личности, испытать эмоции, которые недоступны по тем или иным причинам. Значит, речь идет не столько о дефиците количества общения, сколько о стремлении к его новому *качеству*. Именно в последнем случае нередко наблюдается такой специфически «интернетовский» феномен, как создание сетевой идентичности, отличающейся от реальной, т.е. самопрезентация, включающая произвольно отобранные, не вполне точные или даже вымышленные черты или свойства личности. Подобная возможность обусловлена теми базовыми особенностями общения в Сети, которые уже были названы выше.

Создание альтернативного виртуального «Я» возможно только в рамках неформального общения. В деловой *online*-коммуникации ни анонимность, ни сколько-нибудь выраженная нерегламентированность поведения невозможны. Подобной «роскошью» обладает только сфера неформального общения в Интернете.

Мысль о том, что виртуальные построения, само собой, предполагают дефицит информации, ярко иллюстрирует следующий диалог персонажей повести Н.Клюева *«Между двух стульев»* (Клюев, 2001):

«Это ведь самое милое дело – строить предположения о том, чего нет, или о том, чего не знаешь.

– То есть на пустом месте! – язвительно уточнил Петропавел.

– А на каком еще можно? – изумился Бон Жуан. – Если место чем-то занято, его сначала нужно расчистить, а потом уже строить предположения.

Петропавел начал раздражаться:

– Значит, ни короля Франции, ни денег нет, а мы с вами давайте рассуждать о том, какие они!

Бон Жуан несколько даже опешил от этого заявления:

– У Вас, что же, вообще отсутствуют какие бы то ни было представления о том, чего нет?

– Но если этого нет! – воскликнул Петропавел. – На нет и суда нет.

– Забавно, – скорее себе, чем Петропавлу, сказал Бон Жуан. – По вашему, получается, строить предположения можно только по поводу

того, что есть? Но если это и так уже есть – какой же смысл строить предположения?..»

Итак, виртуальное «Я» участников неформальной интернет-коммуникации нередко отличается от реального «Я». Отличаться может что угодно: имя, возраст, пол, описываемая внешность, любая биографическая информация. Эту особенность можно назвать *идентификационным сдвигом*, пользуясь терминологией А.Феликсовой (цит. по: *Сосланд*, 1999).

По нашему мнению, создание виртуального «Я» начинается непосредственно *до* общения. В настройках любых систем интернет-коммуникации (личная информация в *ICQ*, в анкетах, регистрационных формах, персональных страницах и т.д.) пользователь имеет возможность размещать информацию о себе любой степени достоверности. Здесь зарождаются семена будущего мифа. Конечно, естественный вопрос, который возникает у психолога: *кому и зачем* нужно создавать виртуальное «Я»? По данному поводу неоднократно проводились научно-практические исследования и опросы. Если обобщить существующие на этот счет мнения, то можно сделать вывод, что формирование виртуального «Я» осуществляется для того, чтобы, пользуясь им в виртуальной реальности, решить проблемы, остающиеся нерешенными в реальном социуме, и удовлетворить потребности, фрустрированные в реальной действительности.

Мы сгруппировали имеющиеся точки зрения о мотивах фальшивой сетевой самопрезентации в следующих выводах:

1. Неудовлетворенность реальной социальной идентичностью. В этом случае виртуальная самопрезентация представляет собой достижение неосуществимой мечты, осуществление нереализованных желаний, неудовлетворенных потребностей. В виртуальной реальности может быть создано некое «идеальное Я», которое наделяется красотой, могуществом, великодушием, а может быть выражена, напротив, «теневая» часть личности, от имени которой становится возможным выразить подавленные в реальности агрессивные тенденции, попытаться удовлетворить запретные в социуме побуждения.

2. Неудовлетворенность отдельными сторонами своей социальной идентичности. В наши дни многим людям в условиях реальной коммуникации не удается выразить некоторые важные стороны их многогранного «Я», в то время как сетевая коммуникация такую возможность предоставляет (*Жичкина, Белинская*, *op.cit.*).

3. Уход от «нормативности» социальной действительности. Если для субъекта реальная социальная действительность оказывается слишком нормативной, то возникает желание это преодолеть. Создав виртуальное «Я», человек получает возможность вести себя так, как он хочет, не следуя навя-

занным извне стереотипам. Как сказано в одной *online*-публикации, «в самом деле, какая может быть свобода у “белого воротничка”, по 8 часов сидящего в костюме и в галстуке на работе, а потом беседующего с женой вечером о том, что нужно ставить стеклопакеты и найти ребенку новый детский сад. В виртуальном пространстве он может сыграть в образ вечного странника или секс-террориста, получая таким образом возможность почувствовать себя другим человеком (<http://www.Expert.org.ua>)».

4. Переживание нового опыта. Виртуальная самопрезентация, отличающаяся от реальной идентичности, может создаваться также для того, чтобы испытать новые ощущения, получить новый опыт (*Жичкина, Берлинская*, *op.cit.*).

5. Самоверификация (самоопределение). Конструирование виртуальных личностей может носить возрастной характер, будучи связанным с личностным самоопределением. Как известно, виртуальные личности создаются преимущественно пользователями подросткового возраста, «... когда собственное “Я” представляется человеку размытым. При этом виртуальные личности могут выполнять функцию самоверификации» (*Жичкина*, 2001). Конструирование виртуальной реальности в этом случае можно трактовать как создание индивидуального «хронотопа с виртуальным партнером» – для проекции своей диффузной идентичности с целью ее упорядочения» (*Е.Е. Сапогова в письме автору*).

Отметим, что одни и те же действия разных пользователей могут быть обусловлены разными мотивами. Например, конструирование виртуальных личностей иного пола, чем его обладатель, может быть обусловлено любым из перечисленных мотивов.

В случае обращения к сетевой коммуникации из-за недостатка общения *offline*, пользователи быстро теряют интерес к общению в сети, едва в реальной жизни появляется возможность реальных контактов. Если же причиной выступает устойчивая фрустрация потребностей, то такая ситуация может привести к интернет-аддикции – зависимости от Интернета. Это неудивительно: ведь если единственным местом, где человек может ощущать себя комфортно или реализовывать себя наиболее полно, является Интернет, то понятно желание (или даже потребности) возвращаться туда чаще и оставаться там как можно дольше. Тогда общение в Сети становится не дополнением к общению в реальности, а его заменой.

Виртуальная реальность Интернета «виновата» в этой ситуации в том смысле, что *в Сети удовлетворение ряда фрустрированных потребностей облегчено, сравнительно с реальной действительностью*.

Одной из таких фрустрированных потребностей зачастую является потребность в любви. Не имеет смысла здесь подробно говорить о тщет-

ности попыток заменить реальную духовную и физическую близость их виртуальным подобием. Ограничимся ссылкой лишь на одно из наблюдений, которое кажется нам достаточно достоверным.

Существует мнение, что в реальной жизни первой предпосылкой возникновения романтических любовных отношений выступает внешняя привлекательность партнеров друг для друга, а также их физическая и эмоциональная близость. Совсем хорошо, когда этому сопутствует взаимное понимание. И уже потом вступают в силу такие факторы, как социальный и профессиональный статус, ценностные и жизненные установки, материальное положение и пр. Виртуальные собеседники друг друга, как правило, не видят. К тому же, их может разделять не одна сотня километров. Поэтому при сетевом знакомстве и общении на первый план чаще выходят такие факторы, как соответствие ценностей друг друга, взаимопонимание, психологическая комфортность общения с собеседником. Описаны случаи, когда точные, глубокие реплики партнера по сетевому общению, тонкие замечания и неожиданные слова нежности приводили собеседника в состояние восхищения и влюбленности. «Такие случаи особенно возможны, когда реальный опыт личности не очень богат, а возможность его расширения в силу различных причин серьезно затруднена» (Васюков, 2000).

Психология и психотерапия в Сети

В Интернет-Сети содержится довольно разнообразная информация психологической тематики, которая включает информационно-развлекательные сайты с текстами популярного характера и простые тесты, сайты организаций, оказывающих психологические, консалтинговые и психотерапевтические услуги, персональные сайты психологов и психотерапевтов, а также разнообразные тематические электронные рассылки.

Большинство психологических интернет-ресурсов существует благодаря инвестициям их владельцев, поскольку очень немногие из таких сайтов интересуют рекламодателей. Размещение психологической информации в Сети часто используется для продвижения услуг конкретных специалистов или организаций, т.е. для решения задач в сфере маркетинга, PR и рекламы. Некоторые структуры и частные лица не ограничиваются созданием в Сети «визитной карточки» с практически неизменной информацией, а стремятся более или менее часто обновлять контент.

Для продвижения сайта (прежде всего, увеличения посещаемости) его владельцами используется еще более мощный, хотя и гораздо более трудоемкий инструмент, – проведение психологических *online-консультаций*, когда любому посетителю сайта предоставляется возможность

на специальной странице, в специальном фрейме описать свою проблемную ситуацию и задать «наболевший» вопрос. Правда, иногда для этого требуется предварительная регистрация. Через некоторое время на том же сайте появляется ответ психолога. В ряде случаев высказать свое мнение по поводу описанной проблемы могут все желающие из посетителей сайта (как правило, также после регистрации). Иногда виртуальному клиенту предоставляется возможность задавать уточняющие вопросы. Виртуальная консультация, как правило, завершается предложением обратиться к психологу в «реале».

В Рунете *online*-консультирование осуществляется бесплатно. Помимо того, что оно выступает формой психологической помощи, такая форма консультирования выполняет также функцию продвижения конкретного специалиста-практика или организации. Поскольку мы и в этой сфере идем по уже пройденному на Западе пути, то можно с уверенностью прогнозировать, что со временем психологическое консультирование с помощью интернет-технологий превратится в коммерческую услугу. В США, например, стоимость одной консультации по электронной почте составляет 30-50 долларов. В настоящее время около 1000 врачей в мире оказывают такие услуги (данные сайта «Телемедицина в России»).

Посредством Интернета пользователь может оказать себе помощь (в том числе и психологическую) сам – благодаря разнообразному «контенту» и многочисленным техническим возможностям Сети. Мы будем относить к самопомощи процесс, инициируемый и реализуемый одним субъектом, – самим пользователем. Тогда к способам психологической самопомощи можно отнести следующие виды деятельности:

1. Посещение сайтов с приятным или интересным для данного пользователя контентом: анекдотами, фотографиями, стихами и другими творческими произведениями. При этом достигается переключение внимания, отвлечение.

2. Освоение все новых и новых компьютерных игр.

3. Поиск информации. Можно погрузиться в поиск информации, необходимой для решения проблемы: например, искать вакансии, условия туристических поездок, сайты знакомств и пр., в зависимости от того, какая стоит проблема.

4. Развлекательное общение (в чате или *ICQ*). Трудно однозначно отнести такой вид деятельности к психологической *самопомощи*, поскольку в процессе общения участвуют как минимум два собеседника. Однако мы нередко видим, как пользователи заходят в чат с целью «выплеснуть» бурлящие в данный момент эмоции, и в этой ситуации роль собеседника оказывается почти пассивной. С другой стороны, если пользователь от-

носится к общению в чате как к способу получить для себя определенный новый опыт, то такую практику тоже можно, на наш взгляд, рассматривать как вид самопомощи, точнее, самообучения.

5. Создание творческих произведений (стихов, прозы, фото, коллажей) и вынесение их на аудиторию путем размещения на сайтах соответствующей тематики.

Среди всего перечисленного выше психологическое *online*-консультирование представляет собой особый вид сетевой коммуникации. Здесь в центре внимания (в отличие от деловой и развлекательной коммуникации) находится клиент и его проблема. Недоступность невербальной информации о клиенте в данной ситуации выступает не пространством для фантазий (как при развлекательном общении), а фактором, существенно затрудняющим процесс консультирования. Психолог-консультант вынужден опираться только на предъявляемый ему текст, т.е. на осознанную вербализованную информацию, а в этом есть свои как позитивные, так и негативные стороны.

Психотерапевт Н.Нарицын, автор интернет-проекта «*Дистанционная программа консультативно-дидактической психотерапии*» (Нарицын, 2004), оценивает письменную форму представления проблемы как известное методическое преимущество. По его мнению, оно заключается в том, что «письменная форма изложения побуждает использовать больше вербально-логическую информацию, а не эмоциональную – учитывая то, что при анализе многих личных проблем возникают сложности с использованием именно логики». В то же время степень полноты и точности соответствия письменного текста реальной ситуации может вызывать обоснованные сомнения, – не говоря уже о работе защитных механизмов, приходится учитывать хотя бы просто отсутствие опыта подобного изложения. Это обстоятельство, конечно, затрудняет задачу психолога-консультанта.

Наиболее интересными нам кажутся вопросы следующего типа:

- какие именно психотерапевтические задачи могут успешно решаться с помощью *online*-консультирования?
- какие свойства интернет-коммуникации «автоматически» содействуют ее «терапевтичности»? Другими словами, каким образом специфика коммуникации с помощью Интернета может позитивно сказываться на эффективности психологического консультирования?
- что нужно сделать, чтобы усилить преимущества *online*-консультирования, сгладить ее неудобства и предотвратить вероятные осложнения?

Отвечая на эти вопросы, мы должны будем учесть разные виды сетевой коммуникации (теперь уже – клиента и консультанта): переписку по

e-mail, общение на форуме, общение в чате или по *ICQ*. На основании анализа собственного клиентского опыта, изучения практики работы ряда действующих в Рунете специалистов и материалов *The International Society for Mental Health Online (ISMHO)* мы попробуем дать некоторые ответы на эти вопросы.

С помощью *online*-консультирования эффективно решаются следующие задачи:

- предоставление психологической информации, имеющей непосредственное отношение к заявленной клиентом проблеме;
- преодоление страха перед обращением к психологу или психотерапевту лично (*online*-консультирование нередко становится промежуточным этапом перед очной консультацией);
- получение эмоциональной поддержки;
- эмоциональное отреагирование и рациональное осмысливание проблемной ситуации;
- расширение картины мира и изменение взгляда на свою проблему благодаря знакомству с проблемами других людей, описанными на том же сайте;
- получение обратной связи, прежде всего, от психолога, а также и от участников форума;
- получение непсихологической информации, полезной для решения проблемы «на уровне действия» (адреса учреждений, порядок решения каких-то вопросов, рекомендации и т.д.);
- расширение круга общения: сначала в Сети, а потом, в отдельных случаях, в реальной жизни;
- получение опыта коммуникации (пусть даже сетевой).

При сопоставлении психологического консультирования *offline* и *online* главным преимуществом первого, по сравнению со вторым, является, безусловно, непосредственное общение между консультантом и клиентом, реальная их встреча, наличие невербальной коммуникации. И все же мы хотим подчеркнуть, что консультирование в Сети имеет не только определенные положительные стороны, но и, в самом деле, некоторые преимущества. При этом хочется обратить особое внимание на то, что *существуют положительные стороны online-консультирования, определяемые самим способом сетевой коммуникации*:

- 1) возможность посылать и получать сообщения в любое время суток;
- 2) общение с психологом-консультантом напрямую без каких-либо посредников (помощников, родственников, сотрудников, коллег и т.д.);
- 3) письменная форма изложения, побуждающая использовать больше вербально-логической информации, осмысливать ситуацию еще на стадии ее изложения;

4) возможность обдумывать и составлять свое сообщение столько времени, сколько хочется;

5) автоматическое сохранение записи коммуникаций (в папках с отправленными письмами, в разделах «history» и т.д.), что открывает возможность обратиться к ним позже для самостоятельного анализа или анализа совместно с консультантом;

6) ощущение себя относительно менее зажатым и скованным, более раскрепощенным, открытым, чем при личном общении с психологом (вероятно, это верно лишь для людей определенного характерологического типа);

7) конфиденциальность: доступ к почтовому ящику или странице форума может осуществляться только после регистрации и ввода персонального логина и пароля;

8) расширение круга общения как косвенной формы помощи (особенно, в случае форума);

9) получение опыта коммуникации, хотя и сетевой.

Но существуют также *специфические особенности* индивидуальной и групповой психотерапевтической работы в Сети.

Одним из типичных способов психологического *online*-консультирования является переписка с психологом по *e-mail*. Сейчас этот процесс складывается и проходит, как правило, «стихийно», без подробного предварительного обсуждения условий, правил и т.п., – поскольку, как мы уже писали, консультирование в Сети является на современном этапе развития способом «промоушена» услуг специалиста. Однако нам представляется, что уже сейчас необходимо иметь в виду западные стандарты оказания такого рода услуг. И тогда стоит обратить внимание на ряд обстоятельств, о которых клиента нужно информировать до начала *online*-консультирования:

1) о возможных технических «сбоях», ведущих к потере сообщений клиента или консультанта;

2) о возможном нарушении конфиденциальности (хакерами, провайдерами интернет-услуг и т.д.);

3) о возможных недоразумениях из-за отсутствия невербальной информации о клиенте;

4) о допустимом интервале времени получения ответа от психолога.

Конечно, должны быть заранее решены и согласованы вопросы стоимости услуг, способа оплаты, продолжительности работы, оценки результата.

Несмотря на сетевой характер коммуникации, клиент должен иметь возможность узнать настоящее имя консультанта и получить информацию о его квалификации (дипломах, свидетельствах, научных степенях,

лицензиях, дополнительном обучении и т.п.), а также рабочий телефон консультанта. Разумеется, клиент должен быть информирован о возможности (или невозможности) личной консультации.

Сетевой характер консультирования требует также уточнить границы компетентности консультанта с учетом следующих условий:

1. Консультант должен отказаться от предложения своих услуг в режиме *online* в том случае, если бы он отказался работать над данной проблемой *offline* (в «реале»), поскольку она выходит за пределы его профессиональной компетентности.

2. Консультант должен отказаться от предложения своих услуг в режиме *online*, если он понимает, что именно в данном режиме он не сможет помочь клиенту.

Теперь мы уделим внимание групповому консультированию с помощью Интернета. Технически такой вид работы представляет собой форум или конференцию – отдельную веб-страницу, на которой зарегистрированные пользователи могут публиковать свои тексты: описание своей ситуации, личное мнение по обсуждаемой проблеме, ответы на вопросы и т.д. Обсуждение происходит при участии ведущего – психолога (психотерапевта), который может высказывать свое мнение относительно конкретных ситуаций, задавать тему дискуссии, а также реагировать на реплики участников форума, т.е. выполнять функцию модератора.

На основе уже имеющегося в *Рунете* опыта подобной работы, можно заключить, что групповое консультирование комфортно для тех, кому сложно участвовать в работе очной психотерапевтической группы из-за личностных трудностей или характерологических особенностей, хотя необходимость в такой работе имеется, прежде всего, потому, что она связана с психотерапевтической поддержкой со стороны группы. Кроме того, групповое консультирование в Интернете может быть востребовано теми, кто опасается неполной конфиденциальности при очной групповой работе или не может попасть в группу конкретного специалиста в силу разных причин: удаленности проживания, стоимости очной работы, инвалидности, семейных обстоятельств и т.д.

Групповое *online*-консультирование имеет те же преимущества перед индивидуальной его формой, что и в режиме *offline* (и о них частично уже говорилось выше): в частности, высказывание участниками различных точек зрения позволяет анализировать проблемы более детально и объективно, чем при переписке с консультантом. «Участники являются друг для друга своего рода “ко-терапевтами”, в то же время каждый работает по личному графику и во время работы пребывает “наедине с самим собой”» (*Нарицын, op.cit.*).

Большой практический и методологический интерес представляет вопрос, возможно ли в Интернете проводить психологические тренинги? Относительно недавно в *Рунете* появилась статья А.Львовой и И.Рязанцевой (июнь 2004г.), описывающих подобный опыт. На основе анализа запросов пользователей в поисковых системах темой интернет-тренинга был выбран начальный этап виртуального общения в Интернете – *виртуальное знакомство*. Цель интернет-тренинга – построение диалога между участниками виртуального общения. Набор участников для интернет-тренинга происходил с помощью размещенной на этом же сайте текстовой информации. Условие для участия – наличие ежедневного доступа в Интернет, готовность участвовать в работе интернет-тренинга в течение заданного периода времени и выполнять все задания ведущего.

Для достижения поставленной цели авторами интернет-тренинга были разработаны для участников восемь заданий. Ведущий и участники интернет-тренинга встречались на специально созданном сайте каждый день в одно и то же время. Таким образом, на выполнение задания отводились сутки. Сутками располагал и ведущий, который за это время должен был осмыслить полученные от участников ответы. Общая длительность интернет-тренинга составила девять дней, по истечении которых ведущий тренинга подводил итоги работы.

Апробация интернет-тренинга проходила два раза: первый раз участвовали два человека, второй раз – восемь. Анализируя проделанную работу и полученные результаты, авторы делают ряд выводов, в том числе:

1. Интернет-тренинг достиг поставленной цели, о чем говорят контент-анализ по текстовым материалам тренинга и отзывы участников. Важным показателем эффективности интернет-тренинга, по мнению авторов, является зафиксированный ими переход участников от виртуального общения – к реальному в каждой из групп.

2. Пошаговый алгоритм проведения интернет-тренинга соответствует техническим возможностям интернет-технологий и позволяет реализовывать групповую психологическую работу в Интернете.

3. «Апробация подтвердила оптимальность заданного периода времени на выполнение задания участниками и на осмысление ответов ведущим» (Львова, Рязанцева, *op.cit*).

Полностью соглашаясь с тем, что пошаговый алгоритм является методологически наиболее эффективным способом проведения интернет-тренинга, отметим, что оптимальная продолжительность выполнения задания зависит, конечно же, от самого задания и вполне может варьироваться от нескольких часов и даже минут до недели.

Авторы этой, хотя и не слишком широкой, но интересной и методологически ценной статьи делают оптимистические прогнозы относительно развития групповой психологической работы в Интернете. По их мнению, «перед психологами возникает проблема теоретического осмысления интеграции различных направлений психологии и новых технических решений для развития дистанционных форм психологической помощи в Интернете, таких как интернет-консультирование и интернет-тренинги» (*там же*).

В сфере сетевого психологического консультирования остаются открытыми многие серьезные вопросы. Возможно ли с помощью интернет-тренинга формирование навыков эффективного общения в реальной жизни? В каких случаях какие формы и способы *online*-консультирования более предпочтительны? Какие психотерапевтические методы, а также техники и в какой степени могут быть «перенесены» в Сеть? Мы полагаем, что разрозненный разнородный опыт различных исследователей и практиков вряд ли даст ясные ответы на поставленные вопросы. Несравненно более эффективной могла бы стать концентрированная целенаправленная работа, реализуемая в рамках специального *центра психологического online-консультирования*. Работа такого центра могла бы быть ориентирована на решение сразу нескольких важных задач:

- содействие развитию рынка психологических услуг: как было отмечено, за *online*-консультацией обращаются люди, не имеющие решимости или возможности обратиться к психологу лично. В этих случаях первый *позитивный* опыт виртуального общения мог бы иметь значение для последующего открытого обращения за консультацией лично;

- содействие становлению рынка психологического *online*-консультирования (для клиента это – положительный опыт, для консультантов – практика, обкатка методик и т.д.);

- содействие обучению начинающих психологов-консультантов. Поскольку психотерапевтическая *online*-сессия представляет собой текст (сразу, без расшифровки аудио или видеозаписи), мы в режиме реального времени имеем готовый материал для супервизии и анализа;

- помощь начинающим психологам-консультантам в решении маркетинговых задач: освоение интернет-технологий может быть полезным для психологов-консультантов в плане продвижения собственных услуг;

- развитие тематики и получение материала для исследований в области психологии, психологического консультирования, сетевой коммуникации и т.д.

Работа центра психологического *online*-консультирования могла бы характеризоваться, в частности, разнообразием применяемых видов

интернет-коммуникации, которые были рассмотрены выше (групповые краткосрочные тренинги, продолжительная групповая работа на тематических форумах, индивидуальное консультирование по *e-mail*, консультирование в режиме реального времени). В рамках работы центра могли бы регулярно проводиться учебно-практические и методологические семинары.

Указав на «сильные» стороны и потенциальные возможности *online*-консультирования, мы считаем необходимым обратить внимание и на его «слабые» места. Прежде всего, к таковым следует отнести отсутствие у психолога-консультанта невербальной информации о клиенте. Это обстоятельство затрудняет каждый этап психотерапевтической сессии, а некоторые процедуры, например применение большинства диагностических методик, делает просто невозможным.

Консультант не получает невербальной обратной связи от клиента, не видит и не слышит паравербальных компонентов коммуникации. Он не имеет возможности использовать собственные невербальные и паравербальные ресурсы для построения эффективной коммуникации, лишен возможности непосредственного выражения эмпатии и сопереживания и других средств экспрессивного общения с клиентом. Последнее обстоятельство – одна из наиболее «слабых» сторон *online*-консультирования, поскольку известно, насколько важным психотерапевтическим фактором является восприятие клиентом принятия и поддержки со стороны психотерапевта, а это происходит отнюдь не только на вербальном уровне.

К существенным недостаткам сетевого консультирования можно отнести все виды чисто технических проблем, о которых уже упоминалось выше (вероятность потери или несанкционированного уничтожения электронного письма; прекращение возможности доступа пользователя к средствам сетевой коммуникации по вине провайдеров и пр.).

Отдельного упоминания заслуживает такой фактор, как условия выхода клиента в Интернет. В отличие от кабинета психолога, окружающие клиента условия (в офисе, дома, в интернет-кафе) могут в большей или меньшей степени мешать ему совершать ту внутреннюю работу, которая происходит во время консультирования.

Все это заставляет сделать вывод о том, что *online*-консультирование наиболее эффективно в условиях первого контакта клиента с психологом-консультантом. Именно в такой ситуации максимально «работают» «сильные» стороны сетевой коммуникации и в меньшей степени проявляются ее «слабости». В процессе первой *online*-консультации могут быть решены такие задачи, как помощь клиенту в преодолении страха и неуверенности перед ситуацией обращения за профессиональной психоло-

гической помощью; фасилитация осмысления клиентом его проблемы благодаря необходимости кратко ее изложить в письменной форме; первичная эмоциональная поддержка, а также предоставление необходимой психологической информации (в виде текста или ссылок на соответствующие интернет-страницы).

Заключение

Интернет можно рассматривать и изучать под разными углами зрения. Психолог со своей профессиональной позиции обращает внимание на множество психологических феноменов и процессов, существующих в системе «Человек – Интернет». Среди них – «интернетизация» нашей среды обитания, все большее проникновение Сети в нашу повседневную жизнь, интернет-аддикция, интернет-коммуникация, *e-business*, *e-therapy* и т.д. Во всех этих случаях речь идет, разумеется, не столько о технической стороне дела, сколько о психологической. Для психолога-консультанта Интернет может стать новой *рабочей средой*, имеющей свои особенности, свои сильные и слабые стороны.

И научно-психологические исследования Интернет-коммуникации, и практика *online*-консультирования находятся в нашей стране лишь на стадии своего становления. Вопросов пока больше, чем ответов. Зато пространство для работы открывается практически необозримое. И поскольку нет никаких сомнений в перспективах развития Интернета, как во всем мире, так, надо надеяться, и в России, психологам предоставляются прекрасные условия для интересной плодотворной творческой деятельности – исследовательской и практической.

ЛИТЕРАТУРА

- Арестова О., Бабанин Л., Войскунский А.* Психологическое исследование мотивации пользователей Интернета. 2-ая Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. (Москва, МГУ, 12-14 апреля 2000г.). М.: Экопсицентр РОСС. – С.245-246.
- Белинская Е.* К проблеме групповой динамики сетевого сообщества. 2-ая Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. (Москва, МГУ, 12-14 апреля 2000г.) М.: Экопсицентр РОСС. С.249-251.
- Васюков И.* Общение – золото и главное полезное ископаемое Интернет. Опубликовано 2.09.2000 г. на <http://flogiston.ru/articles/netpsy/vasukov2>.
- Войскунский А.* Интернет – новая область исследований в психологической науке // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. Выпуск 1. М.: Смысл, 2002. С.82-101.

- Герасимюк Т., Соломович Т.* Интернет как среда и инструмент реализации Паблик Рилейшнз // Маркетинг в России и за рубежом, 2002, № 5. 2-я Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. (Москва, МГУ, 12-14 апреля 2000г.). М.: Экопсицентр РОСС. С.269-270.
- Грязнова Е.* Компьютерное общение как социальный феномен. Авт. канд. дисс. филос. наук. Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, 2001.
- Жичкина А., Белинская Е.* Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. Опубликовано 14.02.1999г. на <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>.
- Жичкина А.* Социально-психологические аспекты общения в Интернете. Опубликовано 14.02.1999г. на <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>.
- Жичкина А.* Взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста. Авт. канд. дисс. психол. наук. М.: МГУ, 2001.
- Клюев Н.* Между двух стульев. Приор, 2001г.
- Львова А., Рязанцева И.* Интернет-тренинг как новая возможность групповой психологической работы. Опубликовано 28.06.2004г. на http://flogiston.ru/articles/netpsy/inet_training.
- Нарицын Н.* Дистанционная программа консультативно-дидактической психотерапии. Мастер-класс доктора Нарисына. Реферат по проекту для конкурса «Золотая Психея». 2004г. Опубликовано на <http://www.naritsyn.ru/master/org/refer.htm>.
- Пелевин В.* Принц Госплана // Желтая стрела. М.: Вагриус, 1999.
- Сатин Д.* Системные исследования профессиональных сообществ в сети Интернет (на примере участников рынка ценных бумаг РТС). Междисциплинарный семинар «Информационное общество: экономика, социология, психология, политика и развитие Интернет-коммуникаций», организованный «Российской сетью информационного общества» (29 сентября 1999г.). Опубл. на <http://www.isn.ru/index08.shtml>
- Смыслова О.* Психологические последствия применения информационных технологий.: (МГУ: факультет психологии, дипломная работа), 1998.
- Сосланд А.* Фундаментальная структура психотерапевтического метода или Как создать свою школу в психотерапии. Москва: Логос, 1999.
- Шевченко И.* Некоторые психологические особенности общения посредством Internet. (Казанский гос. университет, кафедра психологии факультета журналистики, социологии и психологии) Опубликовано 27.05.1997г. на <http://flogiston.ru/articles/netpsy/shevchenko>.
- Чудова Н.* Особенности образа Я «жителя» Интернета. 2-ая Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. (Москва, МГУ, 12-14 апреля 2000г.). М.: Экопсицентр РОСС. С.269-270.