

Андрей Баранов

ИНТЕРНЕТ-ПСИХОЛОГИЯ

- Как Интернет повлиял на нашу жизнь?
- Какова психология онлайн-игр?
- Какова «формула любви»?
- Врут ли вам? Психология лжи в Интернете
- Как найти мужа в Интернете?
- Что интересует женщин и мужчин?
- Какова психология денег в Интернете?



Для тех,
кто хочет
понять

ИНТЕРНЕТ-ПСИХОЛОГИЯ

Андрей Баранов
Для тех, кто хочет понять



Как Интернет повлиял на нашу жизнь?
Как наша жизнь повлияла на Интернет?
Почему Интернет так переменчив?

А также «злободневные вопросы»: Что такое психология интернет-знакомств? Как выйти замуж? Какова «формула любви» для обоих полов? Ответы на эти, а также многие другие вопросы, которые тебя давно волновали, ты найдешь в этой книге.

Что такое интернет-психология?

Как эти два слова — «Интернет» и «психология» — сочетаются вместе? Книга представляет собой монументальное исследование и результат анализа процессов, происходящих в Интернете, с точки зрения психологии, начиная с истории возникновения общества и существующей проекции общественных взаимоотношений в Интернете. Для чего? Чтобы ты, дорогой читатель, мог, опираясь на этот обзор и выводы, делать собственные выводы. Возможно, они впоследствии помогут тебе изменить многое, кто знает... Ведь, бывает, прочитаешь одно предложение в книге — оно натолкнет на мысль, и мир вокруг начнет меняться.

Меняете мир! В этом суть прогресса.

Автор — Андрей Баранов. Выпускник Московской школы гипноза Геннадия Гончарова, исполнительный директор и соучредитель Newmann Bauer marketing group. Имеет 12-летний опыт ведения различных направлений бизнеса: интернет-агентства, дизайн-студии, интернет-проекты, социальные сети, маркетинговые исследования, интернет-инновации, BTL-кампании, построение схем эффективного управления бизнесом. В активных продажах работает свыше 18 лет. Проводит регулярные бизнес-тренинги. Является автором «электронной воронки продаж», методов управления уровнем продаж, член Международной ассоциации бизнес-коммуникаторов IABC. Член Гильдии маркетологов. Автор книг «Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг», «3 правила успеха интернет-маркетинга».

NB Newmann Bauer Мы создаем будущее бизнеса в Рунете!
marketing group

ISBN 978-5-369-00768-6



9 785369 007686 >

А.Е. Баранов

ИНТЕРНЕТ-ПСИХОЛОГИЯ

Москва
РИОР
ИНФРА-М

УДК 330.322
ББК 65.2/4-56
Б24

Издается в авторской редакции

Баранов А.Е.

Б24 Интернет-психология. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2012. — 264 с. — (Практическая психология).

ISBN 978-5-369-01000-6 (РИОР)

Как Интернет повлиял на нашу жизнь? Как наша жизнь повлияла на Интернет? Почему Интернет так переменчив? Ответы на эти и многие другие вопросы (например, какова психология интернет-знакомств, какова «формула любви» для обоих полов), вы найдете в этой книге.

В книге представлены монументальное исследование и анализ процессов, происходящих в Интернете, с точки зрения психологии. Для чего? Чтобы читатель мог, опираясь на это исследование, делать собственные выводы, которые, возможно, помогут ему многое изменить.

Адресовано маркетологам, предпринимателям, начинающим свой бизнес в Интернете, а также всем тем, кто интересуется психологией и вопросами развития Интернета.

УДК 330.322
ББК 65.2/4-56

ISBN 978-5-369-01000-6 (РИОР)

© Баранов А.Е., 2012

Подписано в печать 17.08.2011. Формат 84х108/32.

Гарнитура Newton. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 13,86. Уч.-изд. л. 10,87.

Тираж 2000 экз (1-й завод 300 экз.) Заказ №

Цена свободная.

ТК – 120.4.1 – 170811

Издательский Центр РИОР

127282, Москва, ул. Полярная, д. 31в

Тел.: (495) 363-92-15. Факс: (495) 363-92-12

E-mail: book@rior.ru <http://www.rior.ru>

Издательский Дом «ИНФРА-М»

127282, Москва, ул. Полярная, д. 31в

Тел.: (495) 380-05-40, 380-05-43. Факс: (495) 363-92-12

E-mail: books@infra-m.ru <http://www.infra-m.ru>

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
ЧАСТЬ ПЕРВАЯ. ЗАУМНАЯ	15
ОБЩЕСТВО	16
Структура первобытного общества	16
Модель власти	17
Рост популяции людей на планете Земля	19
Ф. Ницше. «Так говорил Заратустра» (о государстве).....	19
Сферы общества.....	21
Общество на примере другой математики	22
ВРЕМЯ	25
Понятие времени в обществе	25
Индивидуальное время каждого человека	28
Еще немного о времени. Интернет-время	29
Теория долголетия.....	30
ВИЗУАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ ПРОСТРАНСТВА	31
Психология пирога	33
ЧАСТЬ ВТОРАЯ. ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-ОБЩЕСТВА...	35
ИНТЕРНЕТ-ОБЩЕСТВО	36
Немного истории Интернета.....	37
Летопись Рунета (выборочно)	38
Виды интернет-сообществ.....	44
ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА	45
Двойственные психологические роли пользователей Интернета.....	45
Психология аудитории поисковых машин	45
Психология поисковых запросов	46
Примеры поисковых запросов с пояснениями	48
Психологическая картина мира пользователей поисковых машин	51
Психология посетителей новостных сайтов/ информационных порталов.....	52
Психология объекта в Интернете	52
ПСИХОЛОГИЯ ФОРУМОВ	54
Правила общения на форумах	54
Словарь форумчанина.....	58
История форумской жизни	61

Популярные темы форумов, тенденции и особенности развития	62
Аудитория форумов	62
ПСИХОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ	64
Образование «кругов» в интернет-сообществах	64
Как привлечь мужчину?.....	66
Как привлечь женщину?	73
«Мертвые души» ВКонтакте	76
Как удалить страницу ВКонтакте.....	78
РУССКИЙ МЕНТАЛИТЕТ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ОСОБЕННОСТЬ	79
Лень в масштабах государства	80
Главное не скорость, а результат	82
«Лучший среди худших»: о тех, кто неплохо смотрится на фоне	84
Логика «дракона»: трудности перевода	85
«Персидские мечты»: ожидание халявы	86
ЧАСТЬ ТРЕТЬЯ. ЛИРИЧЕСКАЯ	91
САЙТЫ ЗНАКОМСТВ	92
МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ НА САЙТАХ ЗНАКОМСТВ	97
Отличия интернет-знакомств от реальных	101
Продажные знакомства	102
Психология интернет-знакомств. Выводы	103
КАК ПОЗНАКОМИТЬСЯ С МУЖЧИНОЙ?	104
Истоки, порой уже забытые... ..	105
Почему мужчины порой не хотят жениться?.....	106
Три основных правила поведения с мужчинами	108
Формула любви мужчины (Баранов А.Е. ©).....	109
Определение типа мужчины по автомобилю	110
Стиль езды мужчины	112
Спор с мужчиной	115
Спор с женщиной.....	116
Поиск мужа	117
Лекарство от бывших мужчин	118
Как определить, женат ли мужчина, через Интернет....	122
КАК ПОЗНАКОМИТЬСЯ С ДЕВУШКОЙ?	123
Женщина – существо будущего, ее нет в настоящем....	123
Зачем мужчине нужна женщина?.....	124

Формула любви женщины (Баранов А.Е. ©)	125
Графическое построение мужской и женской моделей чувства собственной значимости.	
Сегментные треугольники (Баранов А.Е. ©)	126
Гармоничное общение и негармоничное общение.....	128
Чувство собственной значимости. Разбор полетов	128
ГОРОСКОПЫ.....	129

ЧАСТЬ ЧЕТВЕРТАЯ. ПСИХОЛОГИЯ

ИНТЕРНЕТ-ОБЩЕСТВА (продолжение).....	136
ЧАТ (СНАТ)	136
СЕРВИСЫ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЫ.....	140
«САЙТЫ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ», ИЛИ ПСИХОЛОГИЯ В СТИЛЕ ПОРНО.....	141
Структуризация порнографии, структуризация Фрейда	141
Зависимость от интернет-порнографии	142
Ячейка виртуального общества	146
ХЛЕБА И ФАЙЛОВ!	148
Спрос в Интернете	148
Электронная торговля.....	149
Феномен электронных денег	154
Платежная система PayPal	156
Монетизация Интернета.....	161
Спам как проявление бессознательного	163
Психология вирусного маркетинга в Интернете	165
ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-ЯЗЫКА.....	169
Изменение русского языка в Сети.....	169
Отсутствие границ и государств в Интернете	173
Юмор как сигнал об опасности	173
ИНТЕРНЕТ-ЦЕННОСТИ.....	177
Что мы утратили благодаря Интернету	177
Рождение, смерть и реинкарнация в Интернете	183
Виртуальное кладбище: информация продолжает жить....	183
Find A Grave. Поиск могил	185
Настоящие интернет-ценности.....	187
О комплиментах в Интернете	190
ПСИХОЛОГИЯ ЧТЕНИЯ С ЭКРАНА.....	192

ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-СЕРФИНГА	195
Серфинг на работе	196
Рабочее время сотрудников	197
ИНТЕРНЕТ-МЕЩАНСТВО (БАРАНОВ А.Е. ©).....	200
ПСИХОЛОГИЯ ФОТОАЛЬБОМОВ	

ВВЕДЕНИЕ

От самого себя невозможно убежать, уехать, невозможно бросить самого себя. Ответ на любой твой вопрос находится внутри тебя самого, и никто, кроме тебя, на него не ответит, но может навести на мысль, которая приведет к ответу. Цель этой книги – дать толчок к развитию, а не готовые ответы на внутренние вопросы.

Мир, в котором мы живем, находится в наших собственных головах, а не вне их.

Смысл: самосовершенствование вместе с глобальной эволюцией, влияние, таким образом, на саму глобальную эволюцию.

Антисмысл: разрушая глобальную эволюцию, мы разрушаем себя.

Основная сложность заключается в правильном определении положительной и отрицательной стороны. Для этого надо четко отслеживать свои действия и их результаты, а также движения самой глобальной эволюции. Создавая «положительный заряд», мы получаем положительный эффект, создавая отрицательный – получаем отрицательный. Не выбирая ничего, мы рискуем опять-таки получить отрицательный эффект, потому как бездействие хуже любого действия. Выбирая только для себя, мы также получаем внешний отрицательный дисбаланс. Четко проследив свой жизненный путь, мы сможем определить, какие события и действия привели к положительному результату, а какие – к отрицательному. Интернет динамичен, так как создан самими людьми, и, изменяя его в лучшую сторону, мы получим положительные изменения.

Привет тебе, дорогой читатель! В первую очередь хотелось бы поговорить о том, для чего и для кого эта книга, какие мысли она несет, для кого я ее писал (и даже как я ее писал), какие процессы нам с тобой предстоит изучить и какие выводы из всего этого сделать.

Всегда можно сказать: «Да я и так все понимаю», «Да я это знаю, и мне это понятно давно». Дело в том, что интуитивно мы и так всё прекрасно понимаем, поэтому при прочтении книги мы будем находить якобы понятные с детства моменты. Но если ты задумаешься над тем, какие поступки совершаешь и при этом насколько они соответствуют внутреннему интуитивному восприятию, то придет ответ, зачем ты читаешь эту книгу. Так, грубо говоря, все мыслители, философы писали, рисовали примерно одно, и то же, но каждый по-своему, своими словами и на своем привычном языке. Также важно, какая книга попадется человеку, как она повлияет на него, – соответственно, на что он будет ориентироваться впоследствии. Ведь не секрет, что порой, когда прочитаешь что-либо, накладывается сильный отпечаток и создаются стереотипы. Поэтому самое правильное решение – это то, которое ты принимаешь сам.

Книга «Интернет-психология» полезна и тем, кто еще только собирается попасть в Интернет. Но и «бывалые» найдут для себя интересные и вполне забавные моменты. Основная цель книги – сделав весьма глобальный обзор интернет-общества и психологии поведения пользователей, натолкнуть на новые мысли, новые свершения. Поэтому порядок изложения информации в книге именно таков.

Мир Интернета сам по себе не имеет законов изложения информации, поэтому язык книги я постарался сохранить таким же – в чем-то «интернетным», и иллюстрации замечательной художницы Татьяны Сметаниной должны способствовать созданию у тебя определенных впечатлений.

После определенного материала в тексте следуют «выводы», которые обозначаются вот так:

Выводы

Если тебе, дорогой читатель, лень или по каким-то причинам неинтересно изучать материал целиком, так как он весьма обширен – есть варианты: можно сразу пролистать книгу до конца и прочитать только выводы. А можно просто просмотреть главу или одну из частей книги – вдруг что-то окажется тебе полезным. Дело в том, что, раскрывая такое широкое понятие, как интернет-психология, мне пришлось затронуть совершенно разные области, и какие-то из них тебе, дорогой читатель, могут быть интересны, какие-то – менее интересны, так как область ОЧЕНЬ широкая. Но, уверен, практически любой сможет найти для себя интересную информацию. Я не писал «для избранных», а писал для всех.

Навыки:

Если речь идет об интернет-исследованиях, исследованиях интернет-среды и ее пользователей, то тут совершенно не подходят распространенные «офлайновые методы». Также необходимо обладать навыками и большим опытом интернет-пользователя и материалами исследований. Так как все это не имеет таких стандартов, как принято вне Интернета, офлайновым специалистам зачастую непросто проецировать свои знания и опыт на Интернет. Поэтому маркетологи, экономисты, социологи из офлайн-среды достаточно редко обращают свои взоры на Интернет, оставляя эту не такую маленькую область без должного внимания и понимания.

Для того чтобы заниматься изучением психологии пользователя в Интернете «офлайновыми методами», необходимо проводить опросы и тесты и на основании них делать выводы. Но опросы и тесты имеют очень большую погрешность (знаю по опыту), я всегда привожу массу примеров по этому поводу. Например, девушка анкетировала молодого человека, и на вопрос «женаты ли

вы?» она может получить не совсем правильный ответ – и вы понимаете почему. Также на часть вопросов респонденты просто затрудняются ответить и выбирают любой ответ.

Если же брать информационное пространство Интернета, то тут ситуация обратная – люди САМИ оставляют данные о себе, вопрос лишь в способах их сбора и обработки. Такие данные «вернее некуда», не каждый будет обманывать самого себя. За почти 20 лет общения с компьютерами и более чем 12-летнюю работу в Интернете я создал собственные методы обработки и получения таких данных, на основании которых моя компания Newmann Bauer marketing group проводит исследования коммерческого характера для клиентов и внутренних нужд.

Для того чтобы продавать в Интернете, надо хорошо знать его особенности и особенности его пользователей, психологию их поведения. Мое увлечение психологией, изучение трудов мастеров психологии (в детстве я вообще хотел стать психиатром и изучал медицину, даже успел поработать в медицинской сфере) пригодились при написании этой книги.

Используя психологию поведения пользователей в сети Интернет, ты сможешь лучше прогнозировать их действия. Данные, представленные здесь, – это итог более чем 12-летней работы в среде Интернета, результат изучения поведенческого фактора в Интернете на основании разработанных методов сбора и анализа этой информации. Я использовал это для работы – создания проектов и сервисов в Интернете, а также при проведении рекламных кампаний.

Достаточная часть книги посвящена отношениям мужчины и женщины в Сети – еще по той причине, что у вашего покорного слуги в свое время были интернет-знакомства. Не один год ушел

на этот проект и сбор цифр и данных о поведении людей обоих полов. Возможно, в результате воплощения этого проекта, а также многочисленных тестов, опросов и личных наблюдений появилась «формула любви» ☺.

Книга полезна для тех, кто ведет или собирается вести бизнес в Интернете. Одно из самых полезных бизнес-качеств – умение, проработав в одной области долгое время, посмотреть на эту область со стороны, как будто ты только начал этим заниматься. И эта книга поможет получить иное представление о том мире Интернета, который мы, казалось, уже хорошо знаем. Для тех, кто только собирается начать бизнес в Интернете, материал поможет наглядно представить то, с чем придется столкнуться на тернистом бизнес-пути, и, возможно, предупредить определенные ошибки.

С момента появления первого персонального компьютера в 1984 г. прошло не так уж и много времени, но за этот срок одни «цивилизации» сменяли другие, менялись компьютеры, за ними менялись люди, формировалось новое общество, появлялись новые привычки и тут же пропадали, освобождая место для новых. Но что-то все равно осталось неизменным.

Вместе мы рассмотрим те психологические особенности, которые принес нам цифровой мир Интернета, и основные тенденции развития этих психологических особенностей, а также узнаем, как знакомиться в Интернете, как поддерживать дискуссию и даже в чем заключаются психологические особенности поведения мужчин и женщин, создания семьи.

Интернет-общество – что это? С чем мы вошли в XXI век и каково развитие нового цифрового сознания и новоорганизованного общества? Каковы этапы его развития, возможно ли пред-

сказать это развитие как таковое, какие этапы уже пройдены и что нового из этого почерпнуло интернет-общество? Все эти вопросы, возможно, задают себе (или друг другу) многие люди, и мы вместе с тобой, дорогой читатель, ответим на них. Появятся ли после ответов новые вопросы? О да, конечно же! Изменится ли интернет-общество в то время, пока мы тут предаемся философским размышлениям о его изменениях? Да, безусловно!

Интернет создан людьми для самих себя. Развиваясь сам, ты развиваешь мир Интернета и, соответственно, способствуешь развитию других людей. То, что ты почерпнешь из этой книги, будет полезно всем и изменит интернет-общество, как бы тебе хотелось.

Дорогой читатель! Для того чтобы максимально разобраться в психологии Интернета, нам придется рассмотреть очень многое – и рассмотреть очень подробно, чтобы наши выводы совпали, когда мы будем вместе смотреть на мир Интернета со стороны. Мы вместе проследим глубинные процессы формирования общества начиная с первобытных времен, историю его формирования и развития, рассмотрим основные принципы построения государства. Дойдя до момента проявления технического прогресса и возникновения интернет-технологий, рассмотрим, какие из процессов формирования отношений между индивидами в обществе плавно перекочевали в Интернет; как они преобразовались, дав развитие новым формам общения; как создали новые стремления, зависимости, возможности и новое будущее, стремительно развивающееся, захватывающее все больше и больше людей, тем самым меняя психологию человека. Далее мы вместе рассмотрим то, что безвозвратно кануло в Лету благодаря развитию Интернета, что

появилось нового и, главное, как это повлияло (и продолжает влиять) на психологию человека.

Для начала немного истории и аналогий. Еще с древних времен общество развивалось по определенным законам. С этого и начнем, мягко проводя аналогию с возникшим интернет-обществом.

PS. Жду пожелания и отзывы по адресу электронной почты *book@nbmarketing.ru*

Спасибо фотографу Игорю Зак и замечательной художнице Татьяне Сметаниной.

**ЧАСТЬ ПЕРВАЯ.
ЗАУМНАЯ**

ОБЩЕСТВО

Структура первобытного общества

По какому принципу строится первобытное племя? Это весьма интересный факт, почти забытый, но до сих пор на земле существуют уголки, где люди живут именно таким образом. Каждый член племени выполняет определенную задачу: кто-то хорошо ловит рыбу, кто-то быстро бегает, кто-то хорошо готовит, а кто-то хорошо рассказывает сказки или поет песни. Все с благодарностью относится друг к другу, образуя гармонию с природой и в самом обществе.



Каждому члену племени «присваивается» занятие согласно его умениям, и обычно оно с течением времени не меняется. Таким образом решается проблема общности человека – далеко не каждый человек способен выжить в одиночку, а уж тем более прожить счастливую жизнь. Ведь, согласитесь, при всем неприятии общества или возмущении обществом человек продолжает в нем жить, и лишь немногие окончательно разрывают «пути общности» и уходят в отшельничество. Я бы сказал, общество есть продукт самоотрицания, т.е. при всем неприятии человеком общества общество так же не приемлет человека. Образуется сложно построенная форма взаимоотношений, где каждый из «участников» – человек и общество – сосуществует друг с другом. В первобытном обществе из-за малого количества людей в племени такая взаимосвязь отлична от современной.

Жаль, форма первобытного общества непригодна для технологического общества, частью которого в том числе является Интернет. Но тем не менее в чем-то она «созвучна» этой форме.

В написании данной главы использован материал из книги американской писательницы Марло Морган «Послание с того края Земли».

Модель первобытного общества, в котором существовала четкая взаимосвязь его членов, чем-то отозвалась в современном обществе, но из-за масштабов «пещеры» эти взаимосвязи не всегда видны отдельному человеку.

Модель власти

Рассмотрим модель власти, в которой есть «Главный», «Замглавного», «Придворные» и просто люди, выполняющие определенную работу. Без самого «Главного» общество существовать не может. Обязательно должен быть кто-то, кто принимает решения и на кого можно положиться: царь, султан, король, вождь – названий много, но суть одна. Есть ли такое в мире Интернета?





Что такое общество? Общество – это «совокупность людей и их взаимоотношений», гласит научная литература. В западной литературе обществом чаще всего называют «географическое образование, связанное воедино правовой системой и имеющее определенное “национальное лицо”»¹. Возможно и еще одно определение: «Общество – это, прежде всего, такие особого рода отношения между людьми, которые дают им возможность возвыситься всем вместе над своей чисто животной, биологической природой и творить собственно человеческую надбиологическую реальность»².

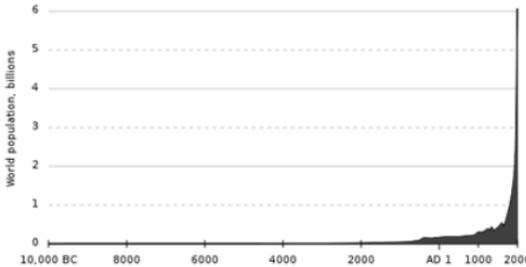
Для чего же люди живут такими большими популяциями? Шло время, условия жизни становились все более благоприятными и еды было все больше, в том числе благодаря развивающемуся сельскому хозяйству и промышленности. И этот «процесс» продолжается до сих пор. Но все ли задумывались, какой процент людей пользуется всеми благами цивилизации? Совсем небольшой, порядка 5% от всей массы 6 664 млн человек на Земле. А сколько людей живут за чертой бедности? И что же получилось построить за те бесчисленные века человеческой цивилизации и куда мы, собственно, пришли? Это уже философские вопросы, требующие нетривиального ответа.

¹ Сметзер Н.Д. Социология // Социологические исследования. 1991. № 2. С. 115.

² Очерки социальной философии. М., 1994. С. 48.

Рост популяции людей на планете Земля

Материал из Википедии. World human population (est.) 10,000 BC–2000AD.



Как мы можем наблюдать, взрыв роста населения произошел совсем недавно, с момента нового витка технологического процесса: **1970 г. – 3 696 588 000 человек, 2007 г. – 6 664 959 522 человека**. Темп роста с 1970 г. вырос почти в два раза! Сейчас, конечно, рост замедлился, но частично те изменения, которые мы с вами наблюдаем, являются последствиями этого «взрыва».

За последние 40 лет население Земли увеличилось почти в два раза, исходя из этого резко возросли потребности и появилось огромное количество новых взаимосвязей между людьми благодаря техническому прогрессу.

Ф. Ницше. «Так говорил Заратустра» (о государстве)

Обратимся к классике – приведем отрывок из монументального труда Ф. Ницше «Так говорил Заратустра».

«Кое-где существуют еще народы и стада, но не у нас, братья мои; у нас есть государства.

Государство? Что это такое? Итак, слушайте меня, ибо теперь я скажу вам свое слово о смерти народов.

Государством называется самое холодное из всех холодных чудовищ. Холодно лжет оно; и эта ложь ползет из уст его: “Я, государство, есмь народ”.

Это – ложь! Созидателями были те, кто создали народы и дали им веру и любовь; так служили они жизни.

Разрушители – это те, кто ставит ловушки для многих и называет их государством: они навесили им меч и навязали им сотни желаний.

Где еще существует народ, не понимает он государства и ненавидит его, как дурной глаз и нарушение обычаев и прав.

Это знамение даю я вам: каждый народ говорит на своем языке о добре и зле – этого языка не понимает сосед. Свой язык обрел он себе в обычаях и правах.

Но государство лжет на всех языках о добре и зле: и что оно говорит, оно лжет – и что есть у него, оно украло.

Все в нем поддельно: краденными зубами кусает оно, зубастое. Поддельна даже утроба его.

Смешение языков в добре и зле: это знамение даю я вам как знамение государства. Поистине, волю к смерти означает это знамение! Поистине, оно подмигивает проповедникам смерти!

Рождается слишком много людей: для лишних изобретено государство!

Смотрите, как оно их привлекает к себе, это многое множество! Как оно их душит, жует и пережевывает!..



Государством зову я, где все вместе пьют яд, хорошие и дурные; государством, где все теряют самих себя, хорошие и дурные; государством, где медленное самоубийство всех – называется – “жизнь”...

Еще свободной стоит для великих душ свободная жизнь. Поистине, кто обладает малым, тот будет тем меньше обладаем: хвала малой бедности!

Там, где кончается государство и начинается человек, не являющийся лишним: там начинается песнь необходимых, мелодия, единожды существующая и невозвратная.

Туда, где кончается государство, – туда смотрите, братья мои! Разве вы не видите радугу и мосты, ведущие к сверхчеловеку?

Так говорил Заратустра».

Из сей, не сильно положительной, тирады Заратустры можно весьма наглядно проследить неприятие человеком общества и обществом самого человека.

Сферы общества

Вот основные сферы, на которые общество исторически поделилось:

- материальная;
- духовная (религия);
- управленческая;
- социальная (обслуживание).

Материальная сфера – мне ли (или Заратустре) о ней говорить? Да, безусловно, современный человек погряз в современном материальном мире и материальных стремлениях. Как бы

религиозные деятели и просветители ни увещевали об обратных сторонах материализма, тем не менее – факт остается фактом: большинство людей стремится к удовлетворению своих материальных потребностей.

Соблазн велик! Наверняка многим приходили такие мысли: «Как это? У него есть, а у меня нет?», «Я хочу... (список)», «Мне необходимо... (список) для чувства собственной значимости, иначе она неполноценна (значимость эта самая)», «Мне необходимо... (список) для продолжения рода, как иначе?».

При этом не все задумываются, что приобретая все вожаделенное, они не станут счастливыми и не решат своих проблем в одночасье (не думайте только, что я решил читать вам религиозные проповеди! Отнюдь! Мы просто рассматриваем общество как таковое и членов этого общества, из которых оно, собственно, и состоит. Затем плавно перейдем к интернет-обществу).

Общество на примере другой математики

Если использовать другую, не древнегреческую математику, то можно получить такой весьма интересный опыт. Допустим, что один человек – это 1, другой человек – это тоже 1, тогда получается, что

$$1 + 1 = 2?$$

Так? Но при сложении мы получаем лишь числа!

Воспользуемся другим, альтернативным, примером. Возьмем вкусный, только что испеченный

пирог с яблоками с хрустящей корочкой и благоухающим ароматом – представили? (Ок, ок! Для страдающих потом дам рецепт шарлотки, которую я люблю.) Из чего состоит пирог? Правильно: яблоки, мука, сахар, сода, ванилин, масло.

Теперь положим все это рядом – ну как, получился пирог? НЕТ! Необходимо совершить действие! Порезать яблоки, замесить тесто, намазать противень маслом и поставить его в духовку – и наш пирог готов!

Что мы получили:

$$1(\text{яблоко}) + 1(\text{мука}) + 1(\text{сахар}) + \\ + 1(\text{сода}) + 1(\text{ванилин}) + 1(\text{масло}) = 6?$$

Нет! = пирог! А не набор единиц $1+1+1+1+1+1$. Итого мы получаем 7! Не 6, а 7! Потому как нам явилось совершенно новое творение путем действия, которое не описано в формуле $1+1+1+1+1+1$.

Поэтому можно рассмотреть «формулу пирога» как

$$1+1+1+1+1+1 (+\text{действие}) = 7.$$

Итого мы имеем набор единиц и действие.

Теперь вернемся к формуле («счастья» хотел написать, НЕТ) общества:

$$1 \text{ человек} + 1 \text{ человек} + \\ + 1 \text{ человек} + 1 \text{ человек} + 1 \text{ человек} + 1 \text{ человек} + \\ + \text{действия этих людей} = 13.$$

Почему? Каждый человек по отдельности совершает действие в обществе, итого получаем: 1 человек и 1 действие. Чтобы он ни делал (даже, собственно, если ничего), он все равно влияет на результат, это отражается и на обществе,

созданном им же в том числе. При этом человек не образует общество в одиночку, пример тому та же математика:

$$1 \text{ человек} + 1 \text{ действие} = 3!$$

Рассмотрим более сложную формулу. Образование 3 можно расшифровать как

$$1 \text{ человек} + \text{его действие} + \\ + \text{результат этого действия} = 3.$$

Но такой человек общества не создает. При этом, когда в дело вступает более двух индивидов, формула получается другой:

$$1 \text{ человек} + 1 \text{ действие} + \\ + \text{результат этого действия} + 1 \text{ человек} + \\ + 1 \text{ действие} + \text{результат этого действия} = 7,$$

потому как два человека и результаты их действия создали новое – ОБЩЕСТВО (знаете, как семья – ячейка общества).

И еще немного цифр. Как можно суммировать «козлов и бабочек»?

$$3 \text{ козла} + 3 \text{ бабочки} = 3 \text{ козла и } 3 \text{ бабочки!}$$

Правильно же? Но если козлы вспугнули бабочек, т.е. произвели определенное действие, опять-таки мы имеем «эффект шарлотки»:

$$3 \text{ козла} + 3 \text{ бабочки} + 1 \text{ действие} + \\ + \text{результат этого действия} = 8!$$

Или, если исключить действия как таковые и не суммировать их, то

$$3 \text{ козла} + 3 \text{ бабочки} + \text{результат действия козлов} = 8!$$

Не хватает еще «одного ряда чисел», если людей считать цифрами одного порядка, то их действия следовало бы считать как-то по-другому:

$$\begin{aligned} & 1 \text{ человек} + 1 \text{ действие человека} + \\ & + 1 \text{ человек} + 1 \text{ действие человека} + \\ & + 1 \text{ человек} + 1 \text{ действие человека} + \\ & + \text{результат действий} = 7, \end{aligned}$$

где семь состоит из трех разного вида составляющих.

Если не следовать распространенной древнегреческой математике, модель взаимосвязей и действий людей будет другой. Принимая на веру что-либо, всегда можно найти еще множество вариантов.

ВРЕМЯ

Понятие времени в обществе

Теперь рассмотрим формулу общества. Введем еще один параметр – ВРЕМЯ! Много ли вы задумывались о времени?

Л. Кэрролл «Алиса в Стране чудес»:

***Шляпник:** Если бы ты знала Время так же хорошо, как я, ты бы этого не сказала. Его не потеряешь! Не на такого напали!*

***Алиса:** Не понимаю.*

***Шляпник:** Еще бы! (Презрительно встряхнул головой.) Ты с ним небось никогда и не разговаривала!*

Алиса: *Может, и не разговаривала. Зато не раз думала о том, как бы убить время!*

Шляпник: *А-а! тогда все понятно. Убить Время! Разве такое ему может понравиться! Если б ты с ним не ссорилась, могла бы просить у него все что хочешь.*

Давайте подружимся со временем и применим его к нашей, ставшей уже совсем не простой формуле.



Что такое время, задумывались ли вы об этом? Для человека как существа, оперирующего понятием времени, опираясь на собственное сознание, **время – это единица измерения протяженности события**. Нет впечатлений – нет и времени. Много впечатлений – плотность событий увеличивается, время замедляет свой бег. Мало впечатлений (событий) – время ускоряется.

Если рассмотреть субъекта, который обладает другим восприятием времени, допустим, с другой планеты, рамки физического времени, существующего изначально в точке, отсчет и формат времени происходят в случайном месте времени и пространства, трансформируя при этом часть физического времени в свое биологическое индивидуальное время.

Ловушка для нашего понимания в том, что мы знаем, что часы идут в независимости от того, находимся ли мы в возвышенном состоянии влюбленности или в пьяном угаре, целеустремленно работаем или просто сидим и смотрим телевизор. Все равно ускорить или замедлить ход внешних часов со стрелками невозможно (если только подкрутить или каждому человеку

сделать индивидуальные часы, которые он будет подкручивать в зависимости от своего состояния). Поэтому точкой отсчета люди и выбрали внешние часы. Такой способ удобен для стандартизации. Он же, в свою очередь, накладывает определенные стереотипы. На вопрос «Сколько времени?» всегда есть внешний ответ («Сколько времени? 12 часов!»). Но этот ответ скорее навязанный, нежели он является ответом на внутреннее чувство времени каждого индивидуального человека. Если же точкой отсчета сделать самого себя и свои внутренние часы, то в течение собственной жизни мы многократно наблюдаем замедление или ускорение течения субъективного времени. Представьте себе общество с индивидуальным временем. Это было бы совершенно другое общество, возможно, с другими выработанными стандартами и нормами. Никто не знает, когда были изобретены первые часы, скорее всего они были солнечными. И, привязавшись к «внутреннему времени солнца», человечество с тех пор живет по тем законам времени, которые мы можем наблюдать с вами сейчас. Но если представить себя как часть Вселенной, как планету (например, чем вы хуже солнца), то мировоззрение будет «планетарным».

Как мы меряем время? Ведь все мы с вами знаем, что в сутках 24 часа, что час состоит из 60 минут и т.д. Если мы возьмем 1 человека, 1 его действие и 1 индивидуальное время этого человека, то в этом случае общество как совокупность этих трех параметров у каждого его члена будет выглядеть так:

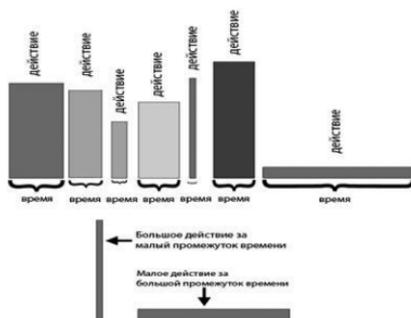


Индивидуальное время каждого человека

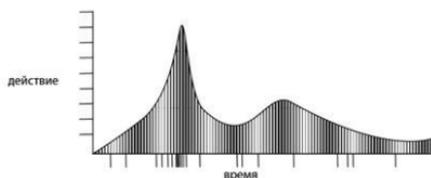
Еще раз тот же пример:

1 человек + 1 действие + 1 индивидуальное
время этого человека + 1 другой человек +
+ 1 действие + 1 индивидуальное время дру-
гого человека + результат этих действий = 7.

Теперь рассмотрим этот пример в виде гра-
фика:



Если у каждого индивида есть свое собствен-
ное время, то можно предположить, что у обще-
ства, образованного данными индивидами, также
есть свое собственное время, и можно посмотреть
на этот график уже со стороны времени общества:



При относительном времени его значение
постоянно меняется, потому как оно зависит от
внутреннего времени индивидов, из которого со-
стоит общество, а также от самого времени и его
колебания, принадлежащего обществу, ведь оно

тоже имеет свое собственное время, созданное путем соединения времени индивидов и их действий. Для того чтобы понять, как это работает, представьте себе анимацию, в которой показано движение оси времени, где деления то сжимаются, то разжимаются, но тебе, дорогой читатель вполне это можно представить, воспользовавшись своим воображением ☺ .

Каждый человек живет в индивидуальном, собственном времени, ориентируясь на общепринятое понятие времени, в том числе на часовой пояс, в котором он живет.

Еще немного о времени.

Интернет-время

Задумывались ли вы о времени в сети Интернет? Безусловно, у каждого на собственном компьютере, с которого он заходит в Интернет, есть часы, показывающие время в зависимости от того часового пояса, в котором он находится. Также у каждого человека есть «свое внутреннее время», которое он порой «подводит» по времени того часового пояса, в котором сейчас находится, но

В Интернете НЕТ ВРЕМЕНИ И ЧАСОВОГО ПОЯСА! Соответственно, В ИНТЕРНЕТЕ НЕТ СВОЕГО ВРЕМЕНИ! Время Интернета состоит из внутреннего времени его же пользователей (с погрешностью на время их часовых поясов, на которое они подсознательно опираются).

Определение интернет-общества:

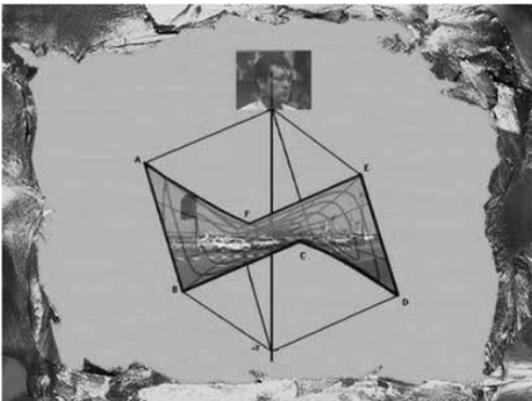
Общество можно рассматривать как результат совместной деятельности людей и их действий, при этом каждый из членов общества влияет на действия другого; и на них же (как и на индивидов) влияют внешние факторы, при этом каждый из членов общества живет в собственном времени, опираясь на принятое между индивидами отдельное «общее» время в зависимости от часового пояса; в свою очередь, Интернет имеет время, состоящее из внутреннего времени его пользователей.

Теория долголетия

Теория долголетия основана на бурной жизни, полной впечатлений и событий. Но эта событийность основана не только на простом восприятии происходящего человеком, но и на активном его участии в происходящих процессах. Участие подразумевает не только визуальное восприятие или участие, например, в разговоре, но и некую деятельность, плоды которой и приносят впечатления индивиду. При осознании четкой конечной цели процесс развития носит осознанный, событийный характер. В момент рождения время человека сильно замедляется из-за огромного количества впечатлений, которые получает ребенок, но с течением жизни бег времени ускоряется и в момент смерти достигает максимальной скорости.

ВИЗУАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ ПРОСТРАНСТВА

Затрагивая данную тему, обратимся к двум теориям. Первая – доказательство гипотезы Пуанкаре, одна из семи главных математических задач, решенная питерским ученым Г.Я. Перельманом. Суть этой топологической загадки состоит в том, что любое трехмерное пространство без дыр эквивалентно растянутой сфере. И вторая – теория построения мира, исходя из Финслеровой геометрии и 4D-пространства с метрикой Бервальда-Моора. Гипотеза состоит в том, что пространство Вселенной не трехмерное, а имеет большее количество измерений. При этом оно может быть математически легко описано. Такое математическое описание геометрии пространства не только включает в себя трехмерный вариант (как частный случай), но еще и разрешает многие проблемы общепринятой теории строения мироздания, так как именно геометрия пространства определяет физические законы в нем. Излагаемая гипотеза имеет экспериментальные доказательства.



Авторы этих двух моделей пространства пытаются объяснить построение мира на основе иных, нежели привычные нам понятия «древнегреческой» математики и геометрии.

Порой отдельный человек хочет доказать то, что интуитивно и так понимает. Но общество не принимает на веру интуитивные доказательства, а верит только тому, что допустимо в рамках самого общества. Поэтому такому человеку приходится доказывать другим то, что понятно ему, несвойственным для себя образом, подгоняя свои доказательства под общепринятые рамки и изобретая новые правила.

Люди склонны к стереотипам, в частности, из-за восприятия мира с помощью собственных органов чувств, а также восприятия, навязанного обществом (например, помните, мы говорили о времени?). А если бы органы чувств были другими? Представляете себе эту картину? При отсутствии интуитивного восприятия мира, бытовавшего у наших далеких предков, объяснить, а главное представить такие сложные понятия с помощью общепринятых способов или придумывая приведенные в пример новые – порой ОЧЕНЬ сложно для понимания!

Иллюзорность восприятия человеком окружающего мира и самого себя является в чем-то моделью построения общества, которое зиждется на выработанных его индивидами законах по усредненным информационным данным этих же индивидов. Также обусловлено государственной моделью управления обществом, потому как в случае управления обществом с таким количеством

индивидуальных мнений и живущих в собственном временном пространстве мы имеем вероятность полного коллапса управления.

Методика управления государством с помощью «усреднения мнений» порой приводит к усреднению самих членов – «пользователей» этого государства, имея обратный эффект.

В чем-то такую же картину мы наблюдаем в сети Интернет, рассматривая, например, анкетирование и его альтернативу – обработку данных, которые оставили пользователи самостоятельно.

Модели построения виртуального мира будут отличаться и от этих моделей, потому как будет введено новое понятие – модель виртуального мира. Данный аспект пока никак не изучен, и, может быть, как раз в процессе чтения книги кого-то осенит, и мы получим что-то совсем новое. Так ли это плохо?

Стоп, стоп, стоп! Заумности закончились – давайте о пирогах! Ура! Закончилась заумная часть!

Психология пирога

Вот обещанный рецепт шарлотки. Вы же не забыли, что мы начали с пирога? ☺

Ингредиенты:

- 500 г яблок
- 200 г сахара

- 5 яиц
- 200 г муки
- 0,5 ч. л. соды
- ванилин на кончике ножа
- масло для выпекания

Приготовление

Яйца взбить с сахаром (взбивать не менее 5–7 минут). Добавить муку, соду и ванилин, все хорошо перемешать. Яблоки почистить, удалить сердцевину, нарезать небольшими дольками. Форму для выпечки смазать маслом.

На дно формы вылить немного теста. На тесто выложить половину яблок (яблоки можно посыпать корицей). На яблоки вылить половину оставшегося теста. На тесто выложить оставшиеся яблоки. На яблоки вылить оставшееся тесто.

Поставить шарлотку в разогретую до 180 градусов духовку. Выпекать в течение 40–60 минут (в зависимости от размера формы). Во время выпечки дверцу духовки не открывать.

Чтобы приготовить пирог – надо готовить пирог!

Я же обещал про Интернет... Ок, ок – все будет!

**ЧАСТЬ ВТОРАЯ.
ПСИХОЛОГИЯ
ИНТЕРНЕТ-ОБЩЕСТВА**

ИНТЕРНЕТ-ОБЩЕСТВО

Человек всегда отрицал государство и сам же к нему стремился. В чем суть противоречивой природы человека? Государство? Мы еще не закончили об обществе. Итак, общество создало государства по национальному и территориальному признаку. Государство создало законы, и общество вынуждено следовать им. Есть ли такая аналогия в интернет-обществе? Да!

Интернет создавался как сугубо государственное сообщество, полностью подконтрольное государству в академических кругах и научно-исследовательских подразделениях. Интернет-общество почерпнуло оттуда свои основные ценности, существующие и поныне, но, может быть, немного уже измененные временем.

Но! В Интернете НЕТ самого «Главного»! НЕТ и «Замглавного» и НЕТ даже правительства! В Интернете НЕТ органов законодательной власти, да и самих законов с печатями и голосованием, в Интернете НЕТ прямого деления по национальному и территориальному признаку и деления на касты и слои общества. При этом, казалось бы, хаосе общество в Интернете существует, но оно состоит только из виртуальных людей. Вопрос в том, насколько они ненастоящие?

Анархия, спросите вы? Нет! И попробуем во всем этом разобраться. В чем-то, а может быть, и в основном, Интернет – это стремление к свободе. Обратившись к примерам выше, можно сказать, что это как раз то отрицание общества от-

дельным индивидом и при этом создание нового общества, интернет-общества, основанного на принципах свободы. Свобода эта весьма эфемерна. Ведь не секрет, что к каждому пользователю «привязаны» номера телефонов, логины и пароли, номера кредитных карт, IP и т.д. Также действия пользователя прослеживаются поисковыми машинами и почтовыми серверами. НО! Это сильно отличается от «офлайнового общества» и его свободы – согласитесь, даже с этими ограничениями это совсем другое, а может, многие читатели даже и не знали о них ☺, тем не менее жили спокойно. Покой нам только снится!

Немного истории Интернета

Интернет был построен его создателями, учеными и студентами, как средство свободной коммуникации. Данные коммуникации способствовали свободному распространению программного кода. Далеко не секрет, что современное программное обеспечение серверов Apache и Linux – это открытый программный код, «дописываемый» любым желающим. Казалось бы, можно контролировать Интернет, если большинство использует один и тот же программный код. Нет... Из-за своей глобальности при возникновении любого давления извне или возникновения нового средства коммуникаций в Интернете пользователь всегда может найти другое средство коммуникаций совершенно легко! (закрыли ICQ (ну, предположим!) – перешли в Skype).



Зарождением Интернета принято считать 1962 г. В Лаборатории ARPANET был разработан первый способ пакетного обмена данными. В первую очередь для обмена данными между институтами в США – в Калифорнии, Юте и Санта-Барбаре. Уже в 1972 г. эта сеть сильно выросла путем слияния с другими сходными сетями PRNET и SATNET. Министерство обороны США, обеспокоенное безопасностью сети, создало собственную – MILNET. Тогда же мы имеем первое упоминание слова «Интернет» – ARPANET стала ARPA-INTERNET.

Уже в 1990-х гг. почти все компьютеры обладали TCP/IP-соединением и с распространением провайдеров создали собственные шлюзы соединений и способствовали развитию сети. «Бывалые» может быть помнят электронную доску объявлений BBS (bulletin board system), распространившуюся в 1970-х гг. Данная сеть также способствовала триумфальному шествию Интернета по планете. В 1975 г. задачей ARPANET стало создание и поддержание компьютерной связи между различными видами вооруженных сил США.

Развитие Интернета в России сильно тормозится из-за ряда факторов: величины покрытия, количества подключенных к Интернету регионов, отсутствием действий со стороны правительства, связанных с монетизацией Интернета, и в чем-то действий бизнеса, стремящегося получить немедленную прибыль.

Летопись Рунета (выборочно)

- 1992–1993 гг. – зарождается российский рынок интернет-провайдеров, первые участники – Demos Plus, Techno, GlasNet,

SovAm Teleport, EUnet/Relcom, X-Atom, FREEnet. Начинается массовое использование протокола TCP/IP. Организуется несколько «выделенных» каналов на Запад, в том числе оптический и спутниковый (через Эстонию, Финляндию и Америку). В эти же годы в регионах России фрагменты Рунета и региональные ISP-компании создавали Бармин Владимир (Ульяновск, «СимТел»), Вахонин Сергей (Екатеринбург, «КОРУС»), Вовк Сергей (Димитровград, «Системотехника»), Ермолаев Александр (Ижевск, «МАРК-ИТТ»), Лещенко Александр (Тольятти, «АВТОВАЗ»), Лисовский Анатолий (Набережные Челны, «КамАЗ»).



- Апрель 1993 г. – вышла первая книга об Интернете на русском языке: Ю.М. Горностаев, «Мировая сеть Интернет – применение в науке и бизнесе» (энциклопедия «Технологии электронных коммуникаций». Т. 43. Издательство «Эко-Трендз»).
- 7 апреля 1994 г. – в этот день международный сетевой центр InterNIC (англ.) официально зарегистрировал национальный домен .ru для Российской Федерации. Администратором домена стало созданное при Курчатовском институте учреждение РосНИИРОС. До этого домены в 1992 г. получили Литва, Эстония, Грузия и Украина, в 1993 г. – Латвия и Азербайджан. В России уже широко использовался .su.
- Создан первый сайт в зоне RU – www.1-9-9-4.ru.
- 27 июля 1994 г. – Министерство науки РФ совместно с Фондом Сороса профинансиро-

вали прокладку интернет-магистральной между научными организациями ЮМОС (Южная московская опорная сеть).

- Ноябрь 1994 г. – основана Библиотека Максима Мошкова.
- 1994 г. – организован первый литературный конкурс Best Russian On-Line Literature, впоследствии – «Тенета».
- 1995 г. – на базе международной телефонной станции ММТС-9 на улице Бутлерова в Москве начинается создание главной российской точки обмена трафиком MSK-IX, она же М9.
- Апрель 1995 г. – создается первый сайт офлайнового СМИ в Интернете – «Учительской газеты».
- Май 1995 г. – открыт первый сайт информационного агентства – «РосБизнесКонсалтинг».
- 19 и 20 августа 1995 г. – в Санкт-Петербурге было проведено первое на территории России демопати под названием ENLiGHT, на которое приехало около 150 человек.
- Сентябрь 1995 г. – программист Андрей Герасимов на базе провайдера «Нетклуб» впервые в России создал механизм для торговли компакт-дисками через Интернет. Магазин начал работу, но почти сразу закрылся из-за нерентабельности.
- 3 октября 1995 г. – открылась первая студия веб-дизайна, снованная Артемием Лебедевым.
- 8 ноября 1995 г. – появился первый в Рунете развлекательный ресурс – Анекдот.ru.

- 22 ноября 1995 г. – появился сайт «Паровоз ИС».
- Декабрь 1995 г. – впервые в Сети публикуются промежуточные результаты выборов депутатов Государственной думы в рамках проекта, созданного Фондом эффективной политики и Центра исследований СМИ.
- 18 января 1996 г. – в Санкт-Петербурге открыто первое интернет-кафе «Тетрис».
- Март 1996 г. – партия «Яблоко» открыла свой сайт – первый сайт политической партии в Рунете.
- Апрель 1996 г. – издан первый в стране печатный справочник интернет-ресурсов Ю.Е. Поляка (энциклопедия «Технологии электронных коммуникаций», т. 68, издательство «Эко-Трендз»).
- 10 июня 1996 г. – появление веб-чата в Интернете – «Кроватка».
- 30 августа 1996 г. – новая попытка создания российского интернет-магазина, на этот раз успешная: открылся интернет-магазин «Символ» (www.symbol.ru), ныне называющийся Books.ru.
- 26 сентября 1996 г. – создана первая российская поисковая система Rambler. Разработчик системы – Дмитрий Крюков.
- 29 ноября 1996 г. – на семинаре РОЦИТ представлена разработка А.Н. Дыбенко и Ю.Е. Поляка – каталог «Ау!» (позднее – «@Rus», «Апорт»).
- 24 декабря 1996 г. – вышло первое интернет-издание, посвященное непосредственно

Сети и ее пользователям – «Вечерний Интернет» Антона Носика (также рассматривается некоторыми как первый популярный русскоязычный блог; отдельную популярность приобрела гостевая книга проекта).

- 19 декабря 1996 г. – открытие первого российского музыкального портала Music.ru, впоследствии Звуки.ру.
- 19 марта 1997 г. – основан союз ЕЖЕ, ныне считающийся гильдией деятелей Рунета; известный также «цеховым» конкурсом РОТОР.
- Март 1997 г. – прошел первый РИФ (Российский интернет-форум).
- 23 сентября 1997 г. – появилась поисковая система Яндекс, производящая поиск на основе морфологического анализа.
- 4 января 1998 г. – открылся RBEM (Play-By-Email) игровой сервер «Мафия».
- 24 июня 1998 г. – Федеральная служба безопасности начала внедрение системы СОПМ («Система оперативно-розыскных мероприятий»), предписывающая каждому провайдеру провести специальный канал данных в ФСБ и обеспечить прочтение электронной почты и отслеживание доступа к ресурсам Сети абонентов оператора. Сетевая общественность предприняла попытки противодействия, проводились виртуальные митинги, демонстрации и забастовки, однако это не помешало ФСБ внедрить систему.
- 1 октября 1998 г. – открылась бесплатная служба Mail.ru, за несколько месяцев, по мнению автора, сумевшая стать лидером

по количеству пользователей своего сервиса и сохранить это положение до сегодняшнего дня.



прихожанин, совершая какое-либо определенное действие, например, кладя камень или делая подношение, способствует развитию религии. Материал, публикуемый в Интернете, моментально становится общим достоянием, а при интересе общества к нему – моментально «облетает» огромные массы людей.

Виды интернет-сообществ

Какова же роль современного интернет-общества? Как реальное общество «отражается» в виртуальном? Рассмотрим следующие виды интернет-сообществ:

- поисковые машины;
- новостные сайты;
- информационные порталы;
- социальные сети;
- сайты знакомств;
- чаты;
- блогосфера;
- форумы;
- сайты-сервисы (например, почтовые);
- интернет-магазины (покупка/заказ товаров и услуг);
- корпоративный Интернет;
- игровой Интернет;
- «сайты для взрослых».

ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

Двойственные психологические роли пользователей Интернета

Всех пользователей Всемирной сети можно условно разделить на два лагеря:

- создающие;
- поглощающие.

Безусловно, существуют создающе-поглощающие и поглощающе-создающие. Вы же можете читать новости и писать в форум или блог – вопрос в том, больше вы читаете-поглощаете или пишете-создаете. Поглощающие информацию создают ее хотя бы косвенным образом – они создают позыв для создания информации. Рассмотрим каждую из аудиторий отдельно.

Психология аудитории поисковых машин

Самой большой аудиторией Интернета является аудитория поисковых машин. В России это Яндекс и Google. Пользователи поисковых машин активны, ведь сам компьютер ничего не будет показывать, если его не спросить об этом. Необходимо проделать какие-либо действия – сформулировать и задать вопрос системе соответствующим образом.

Если сравнивать аудиторию Интернета с офлайн-аудиторией, можно сделать вывод о большей активности первой, желании производить какое-то действие, нежели у более пассивной офлайн-аудитории, попросту смотря-



щей телевизор или читающей журналы, воспринимаемая «данность» информации, но не пытаюсь сделать активный выбор.

Как происходит общение пользователя с поисковой машиной? Пользователь задает вопрос поисковику, рассчитывая получить на него ответ. Например, «что такое счастье», «как сделать свой сайт», «где найти мужа» и т.д. Порой эти запросы становятся совсем лаконичными и односложными. По статистике таких запросов в Рунете большинство: люди либо не знают, как правильно сделать запрос, либо просто банально ленятся.

Таким образом, сокращая свой вопрос, пользователь получает менее точный ответ поисковой системы, и задача поисковика каким-либо образом подстроиться под подобные запросы пользователей и выдавать как можно более адекватные ответы. Но пользователь продолжает общаться с поисковой машиной как с живым человеком, задавая вопросы, схожие с тем, которые он задал бы другому человеку. Получая ответ, большинство пользователей опять-таки не двигается далее «пресловутого» ТОП 3–5 первых трех-четырех результатов поисковой выдачи, а также обращает внимание на контекстную рекламу, располагающуюся как можно выше.

Психология поисковых запросов

Поисковые системы публикуют в свободном доступе данные о запросах пользователей. С такими данными можно ознакомиться, например, в поисковой системе «Яндекс» – <http://wordstat.yandex.ru/>. Существует множество споров о достоверности данной информации.

Дело в том, что публикуемые на страницах <http://wordstat.yandex.ru/> запросы пользователей и данные об их частотности, т.е. количестве показов (показы рекламных объявлений по этим запросам и их статистика), очень усреднены.

Для того чтобы получить более достоверную информацию, следует сверять запросы с данными, например, систем «Рамблер» или Google. Но, безусловно, сделать вывод о популярности набранных слов можно и по <http://wordstat.yandex.ru/>.

Если вы никогда не сталкивались с этим сервисом, возможно, он вам покажется весьма забавным. Ведь узнать, в каком-то смысле, мнение миллионов людей довольно интересно. Другой вопрос заключается в сложности обработки такой информации – чтобы сделать из нее какие-либо выводы, вам понадобится недюжинный опыт. Но тем не менее...

Теперь немного о статистике видеосервиса YouTube и «Яндекс».

Самыми популярными российскими видео на YouTube.ru в 2010 г. были:

1. Осигналили кортеж Медведева – более 3 млн просмотров.
2. «Война» за Химкинский лес – более 2 млн 340 тыс. просмотров.
3. Янукович и венки .mpg – более 2 млн 140 тыс. просмотров.
4. Транснефть: катастрофа под Новосибирском – более 1 млн 390 тыс. просмотров.
5. Mr. Freeman, part 58 – более 1 млн 100 тыс. просмотров.
6. Noize MC «10 суток "Сталинград"» – более 1 млн 90 тыс. просмотров.
7. И. Растеряев. Комбайнеры – Combiners – более 980 тыс. просмотров.
8. Вася Обломов – Магадан – более 830 тыс. просмотров.

9. Пешеход заставляет гаишника соблюдать ПДД – более 740 тыс. просмотров.

10. Хрюши против: Ашан в Сокольниках 23.09.2010 – более 707 тыс. просмотров.

Самые «быстрорастущие» поисковые запросы на YouTube.ru в 2010 г.:

1. Alejandro Lady Gaga.
2. Alors on danse.
3. Eminem not afraid.
4. Eurovision 2010.
5. Gaga Alejandro.
6. Ipad.
7. Iphone 4.
8. Shakira waka waka.
9. Trololo.
10. Waka waka.

Топ-10 запросов к поиску «Яндекса» выглядит следующим образом:

1. В контакте.
2. Одноклассники.
3. Mail.ru.
4. Порно.
5. В контакте вход на сайт.
6. В контакте вход.
7. Авто ру.
8. Порно онлайн.
9. Мой мир.
10. Игры для девочек.

Примеры поисковых запросов с пояснениями

Немного поговорим (с примерами) о психологическом аспекте поисковых запросов.

Уже пора создавать целые институты, которые будут изучать такой непростой вопрос, как психология поисковых запросов. Вы сами можете это посмотреть на странице <http://wordstat.yandex.ru/> и вдоволь побаловаться, изучая статистику набираемых в «Яндекс» слов. Можно подходить к этому процессу и с более научной точки зрения, как это делаем мы, в моей компании Newmann Bauer, – изучаем психологию спроса и предложения.

Морфологией поисковых запросов занимается огромное число людей в научных целях, совершенствуются алгоритмы – формулы поисковых систем – это вопрос сугубо технический. Я в этой книге рассматриваю только психологические вопросы, поэтому технику мы опустим до лучших «технических времен».

Запрос «Интернет» – 12 715 471 человек в месяц. Казалось бы, ну кто будет спрашивать «Интернет» в Интернете? Тавтология!

Давайте задумаемся: о чем размышляли люди, набравшие слово «Интернет», и что они планировали получить? Люди, набирающие такие «общие» запросы, на которые невозможно получить ответ, пытаются использовать поисковую машину как оракул.

Запрос «жизнь» – 5 551 153 раз в месяц, опять! Такой же общий запрос, но при этом «Яндекс» нашел на него 198 млн ответов!

Также множество запросов о смысле жизни, как жить и т.д., т.е. к Интернету относятся как к своего рода оракулу. Однако поисковая машина сделана самими людьми и осуществляет поиск по той информации, которую сами они и создали, не будучи проявлением божественного начала. Поэтому надо понимать, что вы никогда не найдете в Интернете информацию, которая лежит за гранью человеческих возможностей, так как ее нельзя

будет выразить привычным образом – словами или буквами.

Еще о запросах. Запросы – где взять то-то или то-то, купить, скачать, найти и т.д. Ничего особенного, но и среди таких запросов можно обнаружить нечто забавное: запрос «купить» – 23 651 805 человек в месяц. Но что купить-то? Все равно что? Люди, обращаясь к поисковой машине, находясь наедине с собой, пытаются убежать от самих себя или найти ответ на свой вопрос где-то вовне? Кому это удалось? А если я напишу, что «да, удалось»? ☺

Можно ли сделать вывод из вот такой информации: «самоубийство» – 76 908 человек в месяц? Почти 77 тысяч человек в месяц хотят совершить самоубийство? Но зачем они тогда спрашивают об этом? Запрос «любовь» – 10 009 826 раз в месяц. Вообще обзор психологии поисковых запросов и их взаимосвязей в чем-то сравним с серфингом по Интернету (о нем мы поговорим ниже): бесконечное количество информации приводит к следующему бесконечному количеству информации и т.д. Да, запрос «любовь»! Но вот, например, «любовь бесплатно» – 628 116 человек в месяц. Значит, эти люди думают, что изначально она, любовь, все-таки за деньги?

И конечно же, стоит разделить поисковые запросы на две категории – коммерческие и некоммерческие запросы. Коммерческие запросы – если пользователь что-то хочет купить, а некоммерческие – если пользователь просто ищет информацию для своих «некоммерческих целей». Категория коммерческих запросов очень обширна и также имеет свою психологию.

Еще общие запросы – «кирпич», «пластиковые окна». Тут в дело вступают правила русского языка. Некоторые предметы и понятия описываются только односложным образом, как, напри-

мер, «пластиковые окна» или «кондиционеры»; совсем небольшому количеству людей приходит в голову спросить «установка пластиковых окон». Поэтому продавцы таких товаров вынуждены «страдать» в чем-то из-за русского языка, особенностей его использования. Ведь только Интернет позволяет привлечь именно целевого покупателя: узнав, что нужно пользователю, можно тут же предложить ему решение – что может быть быстрее! В результате в некоторых сферах бизнеса конкуренция из-за совсем небольшого количества слов в русском языке для этой сферы бизнеса очень большая, в то время как в других сегментах из-за большего разнообразия словоформ конкуренция ниже. Начиная бизнес, мало кто из вас думает, сколько слов в русском языке описывает то, чем вы собираетесь заниматься. Но правильно, именно изучив эту проблему, сделать выводы и скорректировать направление в самом начале! Именно так можно достигнуть успеха. Ну да, коммерческому успеху в Интернете посвящены 2 мои предыдущие книги – «Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг» и «Три правила успеха интернет-маркетинга». Поэтому не будем уделять слишком много времени в этой книге коммерческим вопросам, а вернемся к психологии.

Психологическая картина мира запросов пользователей поисковых машин

В процессе чтения этой книги мы с вами вместе будем делать какие-либо выводы, разбирать текущую ситуацию и отслеживать возможные тенденции. Так вот какой вывод можно сделать из приведенной выше информации?

Пользователи в поисковой системе не «видят» друг друга и даже не ощущают присутствия миллионов людей, одновременно задающих вопрос поисковой системе. Общение происходит исключительно с поисковой строкой и результатом выдачи.

Такой вид сообщества, когда люди, находясь рядом, доверяют свои вопросы поисковой строке, в реальном виде отсутствует. В чем-то это порой напоминает массовый прием у психиатра. Представьте себе миллионы женщин, которые задают порой сокровенные вопросы типа «как выйти замуж?», но при этом не видят ни друг друга, ни «психиатра», ни сами вопросы – тогда у вас создастся полное впечатление о «сообществе пользователей поисковой машины».

Психология посетителей новостных сайтов/информационных порталов

Данные сайты представляют собой набор тематической информации, будь то новостной или какой-либо другой контент с возможностью поиска и обновления информации. Аудиторию подобных ресурсов составляют тематические сообщества, разбитые по интересам, обычно это постоянная аудитория.

Психология объекта в Интернете

Чем отличается объект, будь то текст, видео или графическое изображение, который мы видим в реальном мире, от того, который находится в мире виртуальном? Даже если фильм или ролик по-

казан по телевизору, на экране компьютера он выглядит совершенно по-другому. Почему? Потому что объект на экране компьютера интерактивен и пользователь сам совершает определенное действие, чтобы «вызвать» его.

Нажал кнопку play и выбрал функцию «проиграть ролик» или же «показать изображение». При этом сам предмет, «вызванный» пользователем, становится несколько другим, потому как пользователь сам совершил действие – выбор. Если «показать» ему этот ролик на экране телевизора, то его восприятие изменится! Потеряются интерактивные качества.

Как выглядит данная сущность в интернет-сообществе? Если взять, к примеру, выборы, то пользователь сам принимает решение – да/нет/воздержался. В онлайн-сообществах прямого голосования нет, есть косвенное – пользователи голосуют «собой», просто посещая отдельные страницы чаще, чем другие, сами производя какие-либо действия. Например, ставят like на понравившуюся новость в социальных сетях или транслируя ее на своей странице. Таким образом, одни страницы проходят «выборы», а другие – нет, притом «предвыборная кампания» на сам выбор влияет весьма слабо.

Удержать пользователей там, где им неинтересно, гораздо сложнее, нежели их привлечь. Таким образом, в большинстве интернет-проектов наблюдается «перетекание аудитории» из одного сообщества в другое.

ПСИХОЛОГИЯ ФОРУМОВ

Форум – это сообщество людей для массового общения по интересам. Для продуктивного общения в каком-либо сообществе нужно соблюдать определенные правила, которые в нем приняты. Также обстоит дело и с форумом: для общения в нем нужно соблюдать правила форумской жизни.

Правила общения на форумах

I. Общие положения

1. Незнание правил не освобождает от необходимости их выполнения.

2. Отправка любого сообщения в форум автоматически означает ваше согласие с настоящими правилами и с необходимостью их выполнения.

3. Все имеющиеся на сайте сведения имеют исключительно информационное назначение. Все сообщения отражают мнения их авторов, и администрация не несет за них никакой ответственности.

4. Не обращайтесь к хулиганам. Не отвечайте им, даже если вы считаете, что вас оскорбили, просто сообщите администратору. Остальное – забота администрации.

II. Создание новых тем и ответы на существующие темы

1. Любой зарегистрированный посетитель форума имеет право создать тему, которая соответствует профилю форума (подфорума) и не является повторной по данному вопросу.

2. Перед созданием новой темы не полнитесь воспользоваться поиском во избежание дублирования тем.

3. В заголовке однозначно указывайте тему вашего сообщения.

4. В форуме все сообщения хранятся неограниченное время, поэтому принято создавать сообщения, представляющие интерес для широкого круга посетителей даже через несколько месяцев после их написания.

5. Для выделения или постановки ударения на слово или фразу, используйте жирный шрифт или выделение цветом. Не используйте ЗАГЛАВНЫЕ буквы.

6. Старайтесь отвечать на сообщения информативно, по существу и по тематике.

7. Если к сообщению прикреплено вложение, уведомьте о его наличии в теле сообщения, например «см. вложение».

III. Запрещается

1. Грубые, нецензурные выражения и оскорбления в любой форме – сообщения, грубые по тону и содержанию, переход на личности.

1а. Разглашать данные о пользователях, такие как реальное имя (если оно не является ником и пользователь не сообщал его сам на форуме ранее), сведения о доходах, имуществе, месте жительства, вероисповедании, национальности, семейном положении, фотографии участников и другие сведения, прямо или косвенно идентифицирующие его личность.

2. Призывы к нарушению действующего законодательства, высказывания расистского характера, разжигание межнациональной розни и всего прочего, что подпадает под действие УК РФ.

3. Размещать заведомо ложную информацию, клевету, а также использовать нечестные приемы ведения дискуссий.

4. Создавать темы, содержащие любую рекламную, антирекламную или коммерческую ин-

формацию, телефоны и адреса, а также ссылки на сайты с целью повышения их посещаемости (за исключением специально отведенных тем). Запрос такой информации осуществляется через личные сообщения.

5. Размещать информацию эротического и порнографического содержания, ссылки и пароли к сайтам данной тематики.

6. Писать бессмысленную или малосодержательную информацию. Флеймить в тематических разделах. Использовать конференцию в качестве чата.

7. Цитировать объемные сообщения других участников целиком. Цитируя, апеллируйте к конкретной фразе.

7а. Без особых причин цитировать сообщение, находящееся непосредственно над размещаемым сообщением.

7б. Цитировать изображения.

8. Вставлять в сообщение рисунок разрешением более 640x480 или размером более 40 Кб. Такие рисунки разрешено указывать только в виде ссылки.

9. Создавать темы, имеющие в названии или содержании непрерывный текст, состоящий из ЗАГЛАВНЫХ букв. Уважайте своих собеседников, у них может сложиться мнение, что вы на них кричите.

10. Создавать темы, имеющие несодержательные названия, бессмысленные наборы букв, символные украшения.

11. Безосновательные и неаргументированные утверждения, не подтвержденные фактами. Упомяните, чей это опыт или мнение.

12. Продолжение обсуждений вопросов из тем, закрытых/удаленных администрацией.

13. Использовать форум в качестве личного дневника.

14. Обсуждение действий Администрации. Если вы хотите что-то сказать, делайте это лично, через письма.

IV. Меры по наведению порядка

1. За порядком следит Администрация форума: модераторы и администраторы.

2. Администрация оставляет за собой право переносить темы и отдельные посты, не соответствующие тематике форума, в подходящий форум; закрывать или удалять темы, нарушающие установленный порядок и противоречащие правилам конференции; блокировать доступ нарушителей к конференции.

4. К посетителям регулярно и/или преднамеренно путающим, что принято, а что не принято, будут применяться следующие меры на усмотрение модератора:

- удаление сообщений;
- предупреждение в привате;
- публичное предупреждение;
- перевод в режим «только чтение» (бан);
- удаление с форума (полный бан).

5. Уровень ограничения или тип предупреждения выбирается модератором в зависимости от нарушенного пункта правил и наличия ранее вынесенных замечаний.

6. С форума удаляются:

- пользователи, зарегистрировавшиеся два или более раз одновременно без согласия на то модератора;
- пользователи с никами, содержащими оскорбления (типа «все козлы»);
- пользователи с никами без смысловой нагрузки (типа «65g7tgu6547»);

- пользователи, технически не справляющиеся с форумом (неправильная расстановка тэгов форматирования текста сообщений);
- пользователи, блуждающие по форумам Рунета с целью нарушать их правила и выдавать ответные действия модераторов за нарушение свободы слова.

Таковы правила общения на форумах. Если вы заглянете в любой форум, то обязательно найдете соответствующий свод правил и положений. Я не зря привел такой большой список для примера. Общение в интернет-сообществе также как и в обычной повседневной жизни требует соблюдения определенных норм и правил.

Словарь форумчанина

У посетителей форумов есть свой язык. Многие пользователи, особенно новички, знают далеко не все жаргонные слова и выражения, принятые на форумах, или даже вообще не имеют представления об их существовании.

Это кажется незначительным, но может случиться так, что новичок не поймет значения какого-нибудь слова и будет продолжать делать по-своему... а последствия могут быть плачевными для самого пользователя.

Для наглядности приведем некоторые примеры слов и выражений, принятые в общении на форумах.

АКА (от англ. *also known as* – а.к.а.) – также известен как...; обычно употребляется в сочетании с ником.

АТТАЧ (от англ. *attach* – прикрепленные данные) – файл, картинка в сообщении.

БАГИ – ошибки в программе, условия возникновения которых известны.

БАН или БАНЯ (от англ. *ban* – запрещение) – закрытие доступа к сайту (в данном случае к форуму), отсюда – «сидеть в бане», т.е. быть забаненным.

БОТ – это еще один аккаунт пользователя, повторная регистрация в форуме под другим ником.

ВАРЕЗ (от англ. *warez*) – разнообразный пиратский софт.

ГЛЮКИ – ошибки, условия возникновения которых установить не удалось. Обычно списываются на «криворукость» и «косоглазость» пользователей.

ЗЫ (в сокращении от англ. *P.S.*) – постскриптум (на русском раскладе клавиатуры буквы «З» и «Ы» находятся там же, где Р и S).

ИМХО (сокращенная форма от англ. *in my humble opinion* – по моему скромному мнению) – употребляется в основном, когда человек высказывает свое мнение, но чтобы не задеть чем-нибудь других. Альтернативный перевод: Имею Мнение Хрен Оспоришь, Истинное Мнение Хрен Оспоришь.

КВОТИНГ (от англ. *quote*) – цитирование.

КРЯК (от англ. *crack* – ломать) – программа, позволяющая регистрировать *shareware* программы, также под это подпадают «отучалки от CD» для игр.

ЛАГИ – тормоза на форумах и в Сети вообще, а также в играх.

НИК (от англ. *nickname* – кличка) – в форумах имя пользователя.

ОВЕРКВОТИНГ – излишнее цитирование.

ОФФТОПИК (от англ. *offtopic*) – отклонение от заданной темы.

РЕСПЕКТ (от англ. *respect*) – «уважаю», дескать, или «мое почтение» вместо «спасибо».

РУЛЕЗ (от англ. *rule*) – что-то невероятно крутое и заслуживающее всяческого поклонения.

САБЖ (от англ. *subj*, т.е. *subject* – субъект, предмет) – тема сообщения.

САКС (от англ. *sucks*) – что-то невероятно тупое и не заслуживающее никакого внимания.

СОПС (Система Обмена Приватными Сообщениями), ПРИВАТ, ЛС, ЛИЧКА – личное сообщение.

СПАМ (от англ. *spam* – мусор) – ссылки на всякую ненужную информацию.

ТЕ – означает «то есть», т.е.

ТОПИК (от англ. *topic* – тема) – всевозможные темы, создаваемые на форуме пользователями.

ФЛЕЙМ (от англ. *flame* – пламя). Флеймить – критиковать, спорить, наезжать на кого-то или на что-то, ругать в легкой форме (без мата).

Пример: в диалоге три пользователя (а,б,в)

а: Лимп Бизкит рулит!!!

б: Ты что охренел! Какой Лимп Бизкит? Это отстой!

в: Ребята, чего спорите? Drum'n'Bass надо слушать...

P.S. спор обычно продолжается долго, пока «Боги» (модераторы) просто не закроют ветку обсуждения.

ФЛУД (от англ. *flood* – потоп, топить). Флудить – писать что-то не по заданной теме, включая просто всякую чушь, тем самым либо бесплатно поднимать себе ранг, либо просто засорять эфир темы.

Пример: В диалоге участвуют три пользователя (а,б,в)

а: Гы!!! (Мне просто нравится гыкать, и все тут.)

б: Мне тоже нравится гыкать!

в: Ну тогда давайте погыкаем вместе!

Все вместе: гы гы гы гы гы гы!!!!

X3 – хрен его знает (возможны и другие расшрифтовки, но смысл мало меняется).

AFAIK (от англ. *as far as I know*) – насколько я знаю.

AIR, AFAIR (от англ. *as (far as) I remember*) – насколько я помню.

(с) – копирайт, типа «сперто у того-то».

DIIK (от англ. *damned if I know*) – черта с два я знаю.

LOL (от англ. *laughing out loud* или *lot of laugh*) – суперсмешно.

RIP (от англ. *rest in peace*) – покойся с миром, часто на могилках.

(sic!) – процитировано в точности с оригинала.

10X, Thanks, Thx (от англ. *thanks*) – спасибо.

История форумской жизни

История форумов, как и история чатов, ведется от «начала времен», т.е. с самого начала возникновения общения в Интернете (Рунете). Это одна из самых первых форм общения, зародившаяся когда-то в информационном пространстве. На ее основе потом возникли новые формы общения – например ICQ.

Несмотря на появление социальных сетей и массу других способов общения, все же достаточно большое количество людей до сих пор обсуждают многие темы именно на форумах. Почему же? В форумах четко видна история переписки, так называемое древо тем. Также здесь есть возможность размещения графических и видеоизображений в темах. На мой взгляд, общение на форуме является более структурированным и более научным, что ли ☺.

Популярные темы форумов, тенденции и особенности развития

Чем отличается общение на форумах от общения, например, в чате? Темы женских форумов такие же, как и темы в социальных сетях (подробнее см. главу «Психология социальных сетей»). Что делать на женских форумах? Если вы мужчина, все просто:

- 1) знакомиться с женщинами и
- 2) интересоваться «женскими делами»

А если вы женщина? Тогда, конечно, женский форум вам нужен не для того, чтобы познакомиться, а для того, чтобы:

- 1) узнать что-нибудь полезное для себя;
- 2) обсудить что-нибудь полезное для себя;
- 3) выделиться перед подругами, подняв чувство собственной важности.

Соответственно, в этом социуме для привлечения внимания к собственной персоне (если, конечно, вы зашли туда не просто почитать), необходимо публиковать информационные материалы и фотографии, которые могут заинтересовать аудиторию конкретного форума. Все так же, как и в социальных сетях, но более структурированно. И помните, форумы индексируются поисковыми системами, и все, что вы там напишете, может быть легко найдено по вашему нику или адресу электронной почты.

Аудитория форумов

Теперь немного цифр. Процентное отношение аудитории форумов: ядро аудитории (постоянно активные пользователи) обычно составляет не более 2–5% от общей массы (вдумайтесь в эти цифры). Подобные показатели взяты из наблюдений с моих собственных сайтов и фо-

румов, сайтов моих клиентов, а также из открытой статистики liveinternet.

Примеры такой статистики – зона RU:

22.09.10		ноябрь 2011 г.		
всего: рейтинг аудитории		22.09.10 22.09.10 10 месяцев		
изменения		ноябрь 2011	декабрь 2011	в среднем
кратковременный		г.	г.	за 3
				месяца
<input type="checkbox"/>	Посетители за 31 день	372,798,807	373,896,932	365,256,792
<input type="checkbox"/>	Посетители за 7 дней	124,576,415	131,906,482	128,306,242
<input checked="" type="checkbox"/>	Посетители за день	43,374,641	47,146,800	48,796,476
<input checked="" type="checkbox"/>	Новые (или не были в течение 31 дни)	8,318,312	8,768,721	8,843,409
<input checked="" type="checkbox"/>	Новопришедшие (были/не были в течение 31 дня)	11,991,790	13,376,381	12,754,878
<input checked="" type="checkbox"/>	Взрос (были/не были в течение 3 месяцев)	25,619,606	27,594,580	26,953,470
<input checked="" type="checkbox"/>	Молодые (были/не были в течение 3 месяцев)	11,294,143	11,887,684	10,602,872
<input checked="" type="checkbox"/>	Постоянные (были/не были в течение 4 месяцев)	28,124,463	31,549,939	31,412,810

Можно ли сделать вывод о том, что процентное соотношение активной аудитории в Интернете именно таково? Вероятно, можно, но с определенной погрешностью.

Имея цифру посещаемости российского Интернета 43 млн человек и высчитав 2%, можно получить активную аудиторию форумов (и вполне вероятно социальных сетей, чатов и т.д.).

Получаем 860 тыс. человек. Также не стоит забывать об иностранной аудитории и аудитории ближнего зарубежья, которая, безусловно, также влияет на посещаемость форумов. Поэтому этот показатель будет несколько больше, чем 860 тыс. человек. Рассмотрим аудиторию Рунета на текущий момент (на момент написания этой книги).

Данные статистики liveinternet.ru:

всего: количество посетителей на разных языках		22.09.10 22.09.10 10 месяцев		
изменения		ноябрь 2011 г.	декабрь 2011 г.	в среднем
кратковременный				за 3 месяца
<input checked="" type="checkbox"/>	Россия	34,345,362	39,491,439	38,525,564
<input checked="" type="checkbox"/>	Украина	8,219,783	8,910,917	8,688,382
<input checked="" type="checkbox"/>	Беларусь	1,388,289	1,388,879	1,364,218
<input checked="" type="checkbox"/>	Казахстан	1,144,800	1,215,847	1,185,917
<input checked="" type="checkbox"/>	Грузия	1,011,296	879,321	888,213
<input type="checkbox"/>	США	889,877	1,018,183	901,800
<input type="checkbox"/>	Другие	580,360	494,384	501,367
<input type="checkbox"/>	Молдова	548,569	583,185	561,134
<input type="checkbox"/>	Латвия	298,549	302,017	299,904
<input type="checkbox"/>	Израиль	288,138	284,361	284,277
<input type="checkbox"/>	Азербайджан	239,187	244,080	236,588
<input type="checkbox"/>	Восточная Европа	232,407	240,309	244,509
<input type="checkbox"/>	Турция	224,179	212,480	218,791
<input type="checkbox"/>	Литва	213,882	217,818	214,800
<input type="checkbox"/>	Ирландия	210,886	216,910	218,991
<input type="checkbox"/>	Испания	187,114	202,205	218,922
<input type="checkbox"/>	Италия	182,840	189,284	186,560
<input type="checkbox"/>	Кипр	181,438	188,284	182,413
<input type="checkbox"/>	Кувейт	188,810	201,081	197,217
<input type="checkbox"/>	Исландия	178,889	174,289	174,220

ПСИХОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Теперь обратимся к социальным сетям и рассмотрим для начала, как образуются «круги» в интернет-сообществах.

Образование «кругов» в интернет-сообществах

Образуя сообщество в социальных сетях, пользователь пытается привлечь внимание других пользователей к собственной персоне путем размещения информации с большей вероятностью интересной другим пользователям. Таким образом он создает вокруг себя «клуб по интересам», сообщество единомышленников или попросту «группу товарищей».

Как это происходит? Пользователь размещает свои собственные мысли, суждение или мнение по поводу чего-либо. Размещая такого рода «посты» в своем или других сообществах, он тем самым привлекает к себе внимание. В дальнейшем, создав какую-либо группу людей (предположим, ему это удалось – определенная группа людей начала заходить на его сообщество), он теперь все время будет пытаться привлечь еще больше людей. Ведь человеку всегда мало, особенно если речь идет о чувстве собственной важности. Затем пользователь начинает следовать мнению и желаниям других людей, зачастую в ответ на их реакцию на размещение той или иной информации.

Обратимся к статистике – что в первую очередь интересует людей? Думаю, этим вопросом задавался не один человек. Пользуясь Интернетом, это несложно сделать. Допустим, вы женщина (ну, предположим ☺). Что в первую очередь может интересовать тех людей, которые интерес-

ны и необходимы вам для создания нового круга общения или создания сообщества вокруг вас? Это сообщество делится на две части – мужскую и женскую, опять-таки возьмем (пока) женскую.

Темы, интересующие женщин:

- материнство;
- отношения / секс / контрацепция;
- отдых;
- покупки / мода;
- здоровье / фитнес;
- астрология / тесты;
- кулинария;
- карьера.

Я бы распределил их именно в такой последовательности. Теперь берем темы по нарастающей и публикуем свои (а можно и не свои....) материалы и комментируем их, организуя дискуссии по заданным темам.

Например, развивая тему материнства, можно обсудить периоды беременности и послеродового периода, а также роды.

Если речь идет об отношениях, то публикуем свои наблюдения или же наблюдения подруг на ту или иную волнующую вас тему. Лучше брать наиболее распространенные – «почему он ушел?» или «как вернуть любимого?». Чем больше тем в результате окажется в вашем списке, тем больше вы получите комментариев.

Далее можно опубликовать какой-нибудь «скандал», и успех вам обеспечен. Конечно же,



это на бумаге все так просто, а в реальности придется сильно постараться, но факт остается фактом – вы получите желаемую аудиторию.

Если вы хотите привлечь внимание к собственной персоне, вам, может быть, придется стать «немного моделью» и сделать себе красивые профессиональные фото – лучше, конечно, в студии, создав необходимые образ, прическу, макияж и, моделируя одежду, создать обсуждение фотографий (тут уж никто вам не советчик, необходимо действовать наверняка ☺).

Темы, интересующие мужчин. Теперь возьмем мужскую аудиторию. Что же интересует мужчин? Здесь все гораздо проще:

- секс;
- чувство собственной значимости;
- автомобили (рыбалка, охота);
- еда.

Как привлечь мужчину?

Для того чтобы привлечь мужчину, вам необходимо сделать фотосессию в стиле ню или хотя бы намек на нее (тут уж карты вам в руки). Затем публиковать сообщения по заданным выше темам, и можно считать, что удача у вас в кармане.

Самое основное – это создать привлекательный, оригинальный образ самой себя. Для этого нужно посмотреть много информации и, скомпилировав ее правильным образом, создать свой неповторимый образ. Пусть даже на это уйдет время – потраченные усилия не пропадут даром.

В этом случае опять-таки для привлечения внимания пригодится «скандал». Очень хорошо подходят нестандартные варианты: например, девушка публикует «советы холостякам» (видите, как четко сегментирована аудитория? в ход идут одни стар...холостяки ☺).

Публикуя советы женатым, вы норовите нарваться на скандал с их женами, например. Тут мы уже уходим в сторону морали, которую в данной книге не хотелось бы рассматривать столь подробно.

Но на первом месте, если мы хотим привлечь как можно больше аудитории, стоит, конечно же, секс! Теперь, опираясь на уже перечисленные аспекты, создаем мужское сообщество. Кого мы хотим привлечь? Единомышленников?

Тогда публикуем материалы и посты «по интересам». Если мы начнем привлекать по первой составляющей, то получим «порно-клуб» (тут опять-таки дело морали, решите – «надо ли оно вам»). Для чувства собственной важности подойдут высказывания и обсуждения других мужчин. Можете вступать в ожесточенную переписку, идя на конфликт – это привлекает внимание, но все в меру ☺. Далее обсуждаем самодвижущиеся средства и, наконец, еда.

Для привлечения к себе повышенного внимания надо делать ВСЕ! Чтобы казаться отличной от всех (любым образом) и всячески избегать тем треугольника (про свадьбу и детей). А потом плавно подвести к кольцам и прочей необходимой атмосфере.

Как сделать себя «другой» и стать привлекательной для противоположного пола? Если у вас нет природного шарма (или вы просто не знаете о том, что он у вас есть), добавьте изюминку в свой образ.

Что нравится мужчинам. Самым популярным женским персонажем у мужчин является

Анджелина Джоли. Почему? Потому что она наиболее соответствует мужскому представлению и близка мужчинам, поэтому такой образ им понятен. Женщины, к примеру, часто общаются с геями в чем-то по похожей причине – понятнее. Также подобный вид женщин-воительниц вызывает еще чувство соперничества и подхлестывает интерес. Итог: построив свой имидж более агрессивно и заимствовав у мужчин часть качеств, можно получить больше их внимания. Многие женщины по этой причине начинают увлекаться автоспортом, занимаются мужскими видами спорта. Если комбинировать такой имидж с типично дамскими качествами, успех вам гарантирован.

Также можете создать просто запоминающийся образ, скажем, симбиоз чужих, если не хочется возиться и работать самостоятельно. Но это должно быть не только внешним проявлением, но и стилем жизни, разговора, увлечений. Можете придумать себе роль и играть ее, в идеале если она соответствует вашему внутреннему «я». Ни один мужчина не должен догадаться о том, что это фикция! И что в действительности вы просто хотите семью и детей. Тогда вы тут же смешаетесь с «общей массой» и к вам потеряют интерес.

Узнайте больше о мужчине: что ему интересно. Если он присылает вам музыку, послушайте ее, вышлите ему в ответ музыку того же стиля (тогда он подумает, что вы тоже это слушаете). Спросите, какие фильмы он смотрит, посоветуйте ему посмотреть что-то в таком же стиле. Но можно казаться загадочнее – предложите что-нибудь «пафосное» из классики, немое кино или Федерико Феллини.

Создание женского образа. Что входит в женский образ? Нет, это не новые тени, модный

аромат духов и «D&G по всему телу». Нет, это не правильно подобранная косметика, не профессиональный макияж, модельная улыбка, фигура и сексуальность! Если вы думаете, что это образ, вы ошибаетесь. Для того чтобы создать образ, поймите свою цель!

Что вы хотите? Остановитесь и подумайте, что действительно вы хотите получить – кого и для чего! Далее, поняв эту цель, узнайте о вашем объекте (или сфере общества, где эти объекты появляются) ВСЕ что сможете. Возьмите лист бумаги и выпишите все, что удалось узнать: интересы, привычки, склонности. Люди объединяются в сообщества, и у членов этих сообществ всегда есть общие черты – выделите их. Так же выпишите и имена женщин. Начинаем создавать «я».

Дело в том, что создать образ для ВСЕХ слоев общества и всех мужчин на свете не получится! Так как люди все-таки делятся на типы и далее на подтипы, у каждого типа существуют схожие интересы и склонности.

Как выбрать свою аудиторию – вопрос весьма риторический, схожий с вопросом о своем предназначении в обществе и в жизни. Оставляю его тебе!

Получив эти два списка – мужчины/женщины (только не надо говорить, что ты все понимаешь интуитивно и что все дается легко и научный подход тебе не годится) внимательно изучи, что получилось. Опираясь на эту информацию, иди от обратного. Все говорят о погоде? Говори о политике. Все спорят о шмотках? Говори об автомобильных чехлах. После того, как ты выбрала тему, изучи ее, почитай повнимательнее – это несложно.

Никогда не отвечай прямо на вопрос (ДА или НЕТ) – отвечай вопросом на вопрос. Возьми зеркало и делай загадочный взгляд, тренируйся, потрать

1–2 дня. Или, если все делают загадочный взгляд в том обществе, куда ты хочешь, – делай наоборот! Потом попроси кого-нибудь сфотографировать то, что получилось, находясь в этой группе, в которую хотела попасть, и оцени результат.

Вуаля! А вот теперь время дополнить образ визуальными эффектами (хлопушками и конфетти – ой, сорри, не о том). Подбираем гардероб. Вопрос нетривиальный, так как женщине сложно вато определить, как все это выглядит со стороны. Даже если советуют подруги, всегда есть вероятность, что они могут посоветовать не то, специально и т.д. Самый верный вариант – сфотографироваться прямо в магазине, выставлять фотографии в социальной сети и смотреть, какие оценки будут ставить, – опрос! Страшная сила! А потом покупать по результатам или смотреть чужие оценки и подбирать визуальный образ исходя из популярности других. Если речь идет о социальных сетях, то чем больше фотографий, тем лучше! Пусть их будет 1000! Ничего страшного.

Как себя вести с мужскими темами при разговоре. Больше загадочно молчите и уклоняйтесь от прямых ответов, отвечая вопросом на вопрос мужчины.

Примеры диалогов:

– Как ты смотришь на политическую обстановку после предвыборной кампании нового президента США?

– Я рада, что тебя интересует будущее общества. Это делает тебе честь. Выборы в чем-то созвучны театру жестов. Ты давно был в театре, милый?

Вы похвалили его эго (плюс); дали понять: вы не равнодушны к тому, что ему интересно; проявили свой интеллект; показали, что вы ин-

тересуетесь чем-то, связанным с искусством, а это может увлечь вашего избранника и даст вам дополнительный плюс.

Другой вариант ответа.

– Как ты смотришь на политическую обстановку после предвыборной кампании нового президента США?

– Пожалуй, рассматривать и вообще обращать внимание на политическую обстановку я буду только в случае, если политика нового президента США настолько коснется России, что не заметить этого будет невозможно. Если, по твоему мнению, это как раз тот самый случай, то с удовольствием послушаю твои наблюдения.

Вы высказали интерес к тому, что ему интересно, показали желание слушать мужчину и то, что вы уважаете его мнение! Одни плюсы.

Другой вариант ответа.

– Как ты смотришь на политическую обстановку после предвыборной кампании нового президента США?

– Я такое не смотрю, ты имеешь в виду телевизор?

Что вы сделали? Ничего – показали непонимание.

Другой вариант ответа.

– Как ты смотришь на политическую обстановку после предвыборной кампании нового президента США?

– Получше, чем в Белоруссии.

Что вы показали? Ничего. То, что вы, может быть, из Белоруссии? Не хочу ничего сказать этим, конечно.

Другой вариант ответа.

– Как ты смотришь на политическую обстановку после предвыборной кампании нового президента США?

– Мне все равно.

Самый неправильный ответ – разговор просто закончен. Итого: чтобы заполучить интеллектуала, надо самой стремиться к «умным» вещам – ну хоть чуть-чуть!

Еще варианты «вопрос-ответ»:

– Черт, мне так нравится Land Cruiser. Как идет, а! Особенно на снегу, проходимость просто блеск!

– А ты знаешь, что производитель Land Cruiser в качестве рекламной кампании затолкал его на Эльбрус? А какому производителю ты вообще отдаешь предпочтение? Японцам или немцам? Почему?

Вы заинтересованы в том, чтобы поддержать разговор, и хотите узнать его мнение. Вы показали интерес к тому, что интересно мужчине.

– Черт, мне так нравится Land Cruiser. Как идет, а! Особенно на снегу, проходимость просто блеск!

– Милый, поскольку ты в этом разбираешься намного лучше меня и ездить в первую очередь тебе, я полностью полагаюсь на твой выбор.

Вы сказали то, что вам все равно. И в следующий раз мужчине будет неинтересно с вами общаться.

Конечно, если вам попался ужасный зануда, который общается только на интересующую его тему, то вы рискуете, заполучив его, так все это и слушать потом. Задумайтесь: надо ли вам это?

Как говорится, хочешь принца – соответствуй!
Конечно, разработать универсальную формулу попросту невозможно! Но даже если приведенные примеры вовсе в вашем исполнении не сработали, всегда есть вероятность, что они наведут на какую-то мысль или станут причиной чего-то такого, чего не произошло бы, если бы вы не читали сейчас эту книгу, а? Основная цель – не дать четкие ответы, а навести на новую мысль, создать новую ситуацию.

Как привлечь женщину?

Как привлечь женскую аудиторию? Опять-таки в ход идут фотоматериалы. Нью для женской аудитории никак не подойдет и даже наоборот, можно только «намек на ню».

Далее берем женские темы и публикуем, например, материалы о счастливых отцах, свадьбах, романтических отношениях. Если пойдете четко по женским темам, это привлечет больше внимания, но вам необходимо будет самому в них разобраться. Тут (как и в мужской аудитории для женщин) необходимо учитывать возрастной и национальный факторы.

Методы привлечения противоположного пола в Интернете уникальны и более нигде не встречаются. До возникновения Интернета не было возможности структурировать поиск, единственным способом привлечения внимания служило лишь увеличение круга общения. В интернет-сообществах действуют такие же законы, с погрешностью на технологический прогресс и цифровой век ☺.

**Российский рейтинг Веб 2.0 сетей:
хостингов, блогов, видео, фото, игр,
статей и знакомств (по материалам libymax.ru)**

Место в рейтинге	Название сети	Адрес	Посещаемость в мире (ранг посещаемости Alexa Traffic Rank)/ рейтинг посещаемости сайта с указанным адресом в своей стране
1	Ютуб	youtube.com	3/4
2	Мой мир	mail.ru	34/2
3	ЛайвДжурнал	livejournal.com	76/8
4	Википедия	wikipedia.org	7/6
5	ЛайвИнтернет	liveinternet.ru	242/12
6	Рутрекер	rutracker.org	284/14
7	Народ	narod.ru	278/15
8	uCoz	ucoz.ru	262/16
9	Блоггер	blogger.com	8/10
10	Я.ру	my.ya.ru	471/21
11	Радикал-Фото	radikal.ru	473/26
12	@дневники	diary.ru	1473/45
13	Рутуб	rutube.ru	1146/53
14	PartyPoker	partypoker.com	141/44
15	Мамба	mamba.ru	1472/64
16	Fastpic.ru	fastpic.ru	1302/65
17	Фликр	flickr.com	36/24
18	Лавпланет	loveplanet.ru	2091/90
19	Беон	beon.ru	4114/170
20	Травян	travian.ru	3848/209

Как мы видим, социальных сетей великое множество. Обычно заказчики рекламы в социальных сетях рассматривают самые массовые из них – ВКонтакте и Фейсбук.

Немного поговорим о популярности социальных сетей в России. Популярность сети ВКонтакте в первую очередь вызвана так называемой хлявой, т.е. загружаемыми видеороликами и фильмами пользователей и музыкальными композициями. Также сеть ВКонтакте привлекательна тем, что в ней есть возможность поиска определенных людей и групп «по интересам».

Но так ли популярен ВКонтакте, как кажется? Так как информация о системе закрыта и количество пользователей в ней известно только владельцам ресурса, то тяжело судить об аудитории этой социальной сети. Данные сильно разнятся, но профессионалы приходят к общему мнению, что ВКонтакте теряет аудиторию и ее часть переходит в Facebook. Большей частью это связано с массовым спамом, делающим не лучшую славу ВКонтакте.

Почему мы наблюдаем такие разные данные по посещаемости и количеству зарегистрированных по всему Интернету? Этому есть множество разъяснений. У нас в стране всегда все принято завышать, отсюда и такие разные цифры. Также это связано со сложностью подсчетов и, видимо, с тем, что пресса подогревает интерес читателей к большим цифрам и скандалам.

«Мертвые души» ВКонтакте

Согласно TNS, ежемесячная аудитория Facebook в России составляет **7,4 млн чел.** А это всего **три раза меньше**, чем ВКонтакте (20,1 млн).

Получается интересная картина – из 90 млн пользователей ВКонтакте месячная аудитория составляет всего лишь четверть от общего количества зарегистрированных, а месячная аудитория Facebook в 3,5 раза больше базы пользователей.

Количество пользователей Facebook в России по данным внутренней статистики – 2,1 млн чел. Предположим, что есть часть экспатов, которые живут в России и пользуются Facebook, но не поменяли свое место жительства в настройках – но это никак не 4 млн. Проверим данные Google ad planner по России – 5,1 млн.

Мы никогда не сможем назвать точной цифры хотя бы потому, что она меняется каждую секунду, ведь среда Интернет – это динамическое и постоянно изменяющееся пространство. Также все данные извне будут неверны, а владельцы этих ресурсов не дадут достоверной информации. Но тем не менее, исходя из определенных цифр, можно делать какие-то выводы.

Всем известен тот факт, что в сети ВКонтакте огромное количество взломанных аккаунтов, а также пустых анкет, с которых рассылается спам. На момент написания книги поисковая система «Яндекс» проиндексировала 20 млн страниц ВКонтакте из 90 млн заявленных.

Говорит ли эта цифра о том, что страниц меньше, чем 90 млн? Неизвестно. Но, исходя из данных Facebook и учитывая заспамленность ВКонтакте, можно сделать вывод о развитии Facebook в России и слишком завышенной статистике сети ВКонтакте.

Также есть один немаловажный факт – удаление страницы ВКонтакте. Возможно ли это? Да! Но все ли пробовали это сделать? Это весьма проблематично и требует длительных поисков. Из этого можно сделать вывод о том, что доста-

точно большая часть аудитории так и не смогла найти заветную кнопку «удалить» и просто бросила свои аккаунты. Это так называемые мертвые души ВКонтакте.

Как удалить страницу ВКонтакте

Это можно сделать следующим образом: *Мои Настройки > Приватность > Кто может смотреть мою страницу > Только я > Сохранить.*

После этого ваша страница будет удалена, но если вы вдруг передумаете, то в течение месяца ее можно восстановить.

К чему приводит излишняя активность в социальных сетях, форумах и прочих средствах интернет-коммуникаций? В первую очередь к потере времени! По данным статистики: *«Россияне оказались в числе самых активных пользователей социальных сетей в мире. Согласно проведенному опросу, в среднем в неделю они проводят в соцсетях полный рабочий день – 8 часов.*

При этом россияне лишь вторые в рейтинге самых социально активных, сообщают «Вести». Первое место – у обитателей Сети из Малайзии, которые тратят на общение в социальных сетях по 9 часов. На третьем месте оказались турки, они тратят 7,7 часа в неделю.

В другом рейтинге, касающемся пользователей, которые имеют наибольшее число друзей в социальных сетях, России нет. По этому параметру опять же лидируют любвеобильные малайзийцы, у которых в среднем по 233 друга. На втором месте – жители Бразилии. Примечательно, что жители Китая, страны, которая

к тому же является первой и по населенности онлайн-пространства, имеют всего лишь в среднем по 68 друзей».

О чем это может говорить? О русском менталитете, уже неоднократно упоминаемом мною в многочисленных интервью.

РУССКИЙ МЕНТАЛИТЕТ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ОСОБЕННОСТЬ

Русский менталитет – что это? Уж сколько ученых мужей разбили свои лбы в поиске разгадки особенностей русского менталитета! И писатели, и политики, и деятели искусства, науки ☺. Сколько снято фильмов про русский менталитет. Их может понять только русский человек.

На каждой территории присутствует свой «дух», и везде он разный, не похожий на другие. На мой взгляд, в первую очередь, этот самый дух зависит от климатических и территориальных условий (погоды, смены времен года, ландшафта, количества населения). Чем больше людей – тем выше конкуренция.

Что касается климатических условий нашей страны, то из 12 месяцев в году только четыре являются наиболее благоприятными с точки зрения сельского хозяйства. Русская земля плодоносит один раз в год, и то для этого надо изрядно потрудиться!



Почему я затронул сельское хозяйство? С него как раз и стоит начать, если мы ведем речь о заселении территории. Давным-давно наши предки начали заниматься сельским хозяйством, когда поняли, что для пропитания растущего населения охотничьих запасов мало. Шли годы, пришло время технологического прогресса, вместе с развитием новых технологий развивалось и сельское хозяйство. Но в России ли? (Ой, это я не о том...)

Возвращаясь к климатическим особенностям, заметим, что они наложили неизгладимый отпечаток на русского человека. Уже практически воспетые русская тоска и пьянство, на мой взгляд, являются как раз следствием этого процесса. Как такового культа труда у нас в стране нет, многие люди озадачены вопросом «А зачем я должен работать?». Такие мысли, например, отражены в русских народных сказках (помните «По щучьему велению, по моему хотению?»).

Лень в масштабах государства

Русские люди настолько же не любят работать, насколько любят выпить. Эти черты менталитета хорошо известны во всем мире и находят объяснение даже в трудах великих историков. Например, Василий Ключевский считал, что все началось с обычных крестьян, которые могли долгое время ничего не делать, а потом в короткие сроки выполнить норму. Да мы и сами порой замечаем за собой подобное, разве нет?

Объяснить это можно тем, что российский климат позволяет крестьянину получать только один урожай в год, для этого ему нужно интенсивно трудиться всего четыре месяца в году – с конца весны по конец лета. Правда, в это

время русский крестьянин проводил в поле по 14 часов в сутки. Зато потом отдыхал всю осень и зиму. В то же время в странах с более теплым климатом крестьянин трудился по восемь часов в день, зато почти круглый год. Правда, и получал при этом два урожая.

Существует множество неплохих примеров, показывающих, что есть ситуации, в которых русский человек может работать ударными темпами. Например, при царях в невероятно короткие сроки были построены Транссибирская магистраль и Туркестанская железнодорожная сеть. При советской же власти, если не брать в расчет первые пятилетние планы и Великую Отечественную войну, даже в годы застоя встречались примеры стахановского труда: строительные отряды студентов или возможность «пошабашить». За пару месяцев стройотрядовец мог легко заработать столько же, сколько рядовой инженер получал за год – до 2000 рублей. Правда, работа была без выходных и по 12 часов в сутки.

В 1990-е гг. в нашей стране только-только начали появляться офисы, тем не менее оказаться в тепле и уюте офиса тогда считалось верхом везения, ведь многие работали на холодных рынках, постоянно челночили или же сидели в киосках. Желающих было больше, чем рабочих мест в офисах, поэтому считалось вполне нормальным остаться на работе на всю ночь, для того чтобы доделать работу.

Но все же ударный труд в России во все времена был скорее необходимостью, чем нормой жизни. Самым главным считалось устроиться в местечко потеплее, где часть доходов можно было утянуть в свой собственный карман. Само собой разумеется, что честный трудяга, вкалывающий в поте лица своего, вызывал подозрение и оценивался не по заслугам. Система, при кото-

рой начальство оценивает эффективность работы сотрудника исходя из собственного самодурства, названа Максом Вебером султанским способом. Другой способ, который идет в противовес султанскому, – меритократический, т.е. объективная оценка соотношения времени труда и его эффективности.

Понятное дело, что в России во все времена любая работа оценивалась султанским способом. При этом, конечно, не исчезал совсем и меритократический способ, иначе российская экономика совсем бы развалилась усилиями тех, кто заботился больше о полноте своего кармана. Всегда были и простые честные работяги, занимающие невысокие должности и редко выбивающиеся в большое начальство.

Проще говоря, русский не любит работать, но работает, когда это действительно нужно. Однако не все так просто. Иначе почему в других странах, где тоже никто особо не стремится к сверхурочному труду, экономика на порядок богаче, чем в России?

Главное не скорость, а результат

После развала Советского Союза многие стали уезжать на заработки за рубеж. В Чехии тогда очень нужны были работники на стройку, а русские были ничем не хуже молдаван и других восточных европейцев. Да и получал строитель гораздо больше филолога с высшим образованием. Так вот, очутился в начале девяностых один такой филолог на чешской стройке. Справедливо рассудив, что претендентов на столь незамысловатую работу хоть отбавляй, он решил вспомнить подвиг стахановцев, да еще так, что сам Стаханов поклонился бы в пояс.

Строить русские в то время умели почти все, ведь каждый студент проводил лето в строительных отрядах. Руководствуясь своими представлениями об эффективности труда, наш филолог вполне представлял, что возвести дом за пару-тройку недель – обычное дело. Вот и на чешской стройке работать он начал с такой же скоростью, как и на советской. Что весьма озадачило самих чехов.

Если понаблюдать за тем, как работают в Чехии, то очень скоро начинаешь недоумевать, как при такой скорости им вообще удастся что-либо сделать? Работать на стройке начинают с восьми, до обеда каждый неспешно выполняет свою функцию, затем уходят на полтора часа перекусить и выпить пива. Потом еще чуть-чуть работают, часов до трех, и расходятся по домам.

Вот и в этот раз к нашему филологу, взявшему ударный темп, подошли чехи и попытались втолковать неразумному русскому, что скорость уместна лишь при ловле блох, зато спокойный труд во много раз продуктивнее: работа идет, никто не напрягается, да и качество на высоте, возведенные здания простоят века.

В пользу чехов стоит также отметить, что хотя работают они медленно, но никто ни с кем не ссорится, с похмелья никто не отлынивает, а перекур – только во время обеда. То есть, натурально, чехи все рабочее время действительно работают. В отличие от русских, которые и покурят, и поговорят, а там и день закончился.

А вот в Южной Европе работают даже меньше, чем в Чехии. Сиеста, послеобеденный отдых в самое жаркое время дня, обычное дело, даже когда дни становятся холоднее и короче, т.е. зимой. Можно смеяться над такой откровенной ленью, но, работая по пять часов в день, даже признанные в Европе лентяи – итальянцы, выпол-

няют гораздо больше, чем русские за восьмичасовой рабочий день.

А все потому, что работать в России – значит автоматически признать себя дураком, недотепой, который не способен достать деньги иным способом, кроме каждодневного «вкалывания». А кому понравится чувствовать себя идиотом? Вот и нарастает раздражение, желание не выполнить работу хорошо, а поскорее вернуться домой. Это можно сравнить с армейскими порядками – работают только новобранцы, а «дедушки» наблюдают да раздают указания. Задача неудачника – работать, задача авторитета – снимать сливки, брать взятки и эксплуатировать неудачников.

При этом, что совсем удивительно, если русского не заж

ж ит

Однако исторически сложилось, что в Восточной Африке, в Полинезии и на Карибских островах индийские общины являются, как ни странно, экономически благополучными. Источником их благосостояния считается ни много ни мало – трудолюбие и ответственность.

Здесь свою роль сыграла выгодность сравнения, ведь местное население Африки, например, не готово уделить труду хоть сколько-нибудь времени и внимания. Доходило до абсурда: жители островов Фиджи инициировали гражданскую войну с индийской общиной, которая составляет в тех местах почти половину населения. Местные обвиняли чужеземцев (забредших на Фиджи, кстати, не по своей воле, а по прихоти британских колонизаторов) в том, что те пропагандируют среди населения культ материальных ценностей и дух торгашества.

Согласитесь, похожие настроения бытуют и у нас, хотя и в другом контексте. Ведь русские общины почти повсеместно уступают местным народам по оборотистости и зажиточности. Невзирая на несколько волн эмиграции, нигде в мире не сформировалось сколь-нибудь авторитетной в экономическом и даже культурном отношении диаспоры. Мы не берем в расчет Израиль, где выходцев из России порядка 30%, поскольку речь идет об этнических русских.

Логика «дракона»: трудности перевода

Обратим взор на Восток. Здесь, в Азиатско-Тихоокеанском регионе, сформировалось классическое понимание трудоголизма. На фоне цветущих экономик азиатских стран мест-

ные готовы жертвовать многие часы жизни на офисный труд. От европейских партнеров азиаты ждут такого же рвения. Раннее ли утро, глубокая ли ночь – азиатские бизнесмены не видят преград для проворачивания очередной сделки. Отсутствие выходных, отпусков и времени на сон также не пугает профессионала с Востока.

Среди российских коммерсантов ходит байка о трудолюбии южнокорейских бизнесменов. Одному московскому предприятию предложили вывести на наш рынок пельмени из Южной Кореи. Все бы ничего, но назывались они специфически – Manda Blind Test. Партнерам намекнули, что продукт с таким названием ничего, кроме улыбки, у российского покупателя не вызовет. В ответ на это недоверчивые корейцы всем офисом прибыли в Москву – решать проблему. Решали они ее четыре дня – все это время из переговорной корейцы не выходили. Говорят, под конец затянувшегося мозгового штурма в помещении стоял душливый запах. Ни пельмени, ни бизнесмены уже явно не благоухали.

«Персидские мечты»: ожидание халявы

Много лет в России лелеют планы по возведению современных ткацких фабрик в дотационных районах Рязанской или Ивановской области. Энтузиазм бизнесменов можно понять: безработица в этих местах колоссальная, а значит, люди будут рады возможности получить стабильную работу с гарантированной зарплатой. На практике эта логика не сработала. Отыскать людей, готовых прилежно рабо-

тать на заводе за 12–15 тыс. рублей в месяц, оказалось нелегко.

Парадокс в том, что средняя зарплата в российской глубинке – 6–7 тыс. рублей в месяц. Причем и эти копейки получают не все. Сегодня, спустя 20 лет со времени развала Советского Союза, в стране почти не осталось людей, способных и желающих трудиться на заводах. Многие предпочитают кормиться с грядки, лишь иногда «подшабашивая».

В большом почете праздное времяпрепровождение – посиделки и сплетни на лавочке, распитие горячительных напитков, курение дешевых папирос. В силу этих обстоятельств редкий житель русской глубинки согласится вставать поутру за станок. Нашли, мол, простачков. Обратитесь к китайцам, а то и гостям с Кавказа. Ценителей призрачной свободы у нас пока значительно больше, чем приверженцев простого труда и умеренных доходов.

На дальневосточной окраине России люди и вовсе смеются над тем, что китайцы с удовольствием берутся за нелегкую работу вроде погрузки-разгрузки за 200–300 долларов США в месяц. Гордые россияне за такие гроши не поднимутся с дивана.

Здесь и лежит корень всех бед нашего народа. Для китайца вырваться из провинции, где он зарабатывал две копейки, на любое городское производство с перспективой заработка в 200 долларов – это радость. Хотя город и несет в себе лишние расходы, китаец ценит свой новый статус и возросшее благосостояние. Тогда как в России всякая работа с более-менее строгим графиком и дисциплиной воспринимается как неудача. И никакая зарплата не послужит аргументом в пользу такого труда. А если от работы уже не отвертеться, русский человек охот-

нее выберет такое место, где можно побольше дуть в ус и поменьше трудиться.

Множатся парковщики, охранники, милиционеры, пиарщики и разного сорта бумагомараки. В нынешней России сложилось своеобразное отношение к работе: местные не должны опускаться до физического труда. Это удел приезжих – узбеков, таджиков, молдаван и все тех же китайцев. Здесь мы похожи на жителей богатых нефтью и газом арабских государств Персидского залива. Там местное население сидит на чиновничьих портфелях, не ударяет палец о палец и пожинает плоды щедрых недр. На месторождениях же работают гастарбайтеры из соседних Индии и Пакистана. Некоторые жители африканских стран до сих пор называют русских туристов жителями русских колоний.

Наши сограждане хоть сейчас готовы перенять арабскую модель жизненного уклада. Но в России это вряд ли возможно. Численность населения в России значительно превышает даже самую густонаселенную из арабских нефтегазовых стран – Саудовскую Аравию. А о крошечных Кувейте, Катаре и Бахрейне нечего и говорить. Таким образом, если честно поделить российские недра между жителями страны, доля каждого россиянина выйдет значительно меньшая, чем на Востоке. Если Россия лежит, с одной стороны, в Азии, а с другой – в Европе, то при чем тут еще арабский колорит? Может, он достался нам от государств бывшего Советского Союза?

Можно принять во внимание и тот факт, что царствующие особы арабских государств хотя и не бедствуют, а все же не чужды социальной ответственности. Во всех восточных нефтяных империях предусмотрен стратегический план действий на тот случай, если нефть и газ подойдут

к концу. У нас работает принцип «на авось»: пока качаем, а там посмотрим. Но и недра, и деньги от продажи и переработки полезных ископаемых – ресурс не вечный.

Здесь уместно обратиться к печальному опыту Западной Римской империи. Тамошние граждане к работе относились с типично «русским» энтузиазмом. Труд лежал на плечах рабов и варваров, которым доверяли и охрану границ империи.

Однажды золотые запасы римлян истощились, еще раньше перестали быть актуальными воля, доблесть и чувство ответственности – качества, когда-то возвеличившие Древний Рим. Варвары воспользовались разбродом среди граждан и поработили державу, превратили некогда цветущую страну в руины.

Близок ли тот день, когда Кремль обратится в руины, а они станут пастбищем для овец? Как скоро воздух навсегда наполнится запахом плова или китайской лапши? Чтобы не допустить этого, надо бы нам вновь проштудировать учебник истории. Впрочем, это предполагает физическое усилие, что гордому русскому народу, как мы заметили, не по душе.

Но все ли так печально и неисправимо? И стоит ли ставить крест на русском человеке как успешном работнике? На мой взгляд, выход есть, если принять во внимание интернет-пространство. Все дело в том, что так называемый султанский принцип в нем попросту не работает. Так как «по знакомству» там сделать попросту ничего нельзя, живая конкуренция накладывает совсем другие законы поведения.

Спасение от вечных российских проблем лежит в Интернете!

Что мешает развиваться русскому человеку, лишенному «султанского принципа», и в эру живой конкуренции в Интернете? Отсутствие монетизации Интернета в России (на момент написания данной книги). Отсутствие наглядного результата действий пользователя или организованного бизнеса в Интернете, выражающегося в денежном эквиваленте, что приводит к беспорядочным действиям, не приносящим пользователю конкретной выгоды.

**ЧАСТЬ ТРЕТЬЯ.
ЛИРИЧЕСКАЯ**

САЙТЫ ЗНАКОМСТВ

Уже ни для кого не секрет, что знакомиться в Интернете намного проще: выбор как на ладони, процесс знакомства отнимает гораздо меньше времени, нежели ставшие привычными другие способы знакомств.

Самыми популярными сайтами знакомств в Интернете, безусловно, являются сервисы **Mamba** и **Loveplanet**. Последнее время небезызвестная социальная сеть **Одноклассники**, по бытующему в народе мнению, также постепенно двигается в эту сторону, и люди начинают использовать ее как сайт знакомств.

ЗАО «Мамба» – это крупнейшая компания на рынке дэйтинга в России. Является владельцем такого проекта, как Единая служба знакомств и общения «Мамба». Она объединяет более 20 тыс. самостоятельных сайтов и разделов знакомств крупных порталов. На сегодня в системе «Мамба» – 11,5 млн пользователей. Среди них активных – около 6 млн. Ежедневно «Мамбу» посещают 2 млн человек. Более 100 тыс. человек одновременно находятся в режиме on-line.

Вторым проектом компании является нишевый портал Mon Amour – агентство поиска серьезных отношений. Проект ориентирован на взрослых людей, ищущих спутника жизни, насчитывает около 2 млн пользователей. Mon Amour работает по предоплатной бизнес-модели, имеет уникальную психологическую систему поиска партнеров и множество других нестандартных для классических сайтов знакомств функций. Ежедневно на портале подбирается более 35 тыс. потенциальных пар.

«Попутчики» – новая партнерская программа. Сервис предназначен для поиска пары или компании для совместного отдыха. Стать партнерами

могут туристические порталы и агентства путешествий России и всего мира.

Контрольный пакет ЗАО «Мамба» принадлежит фонду «Финам – Информационные технологии» (ММВБ: iЗПИФинИТ).



Как попасть в эти сообщества? Что они собой представляют? И какие психологические аспекты привнесли в нашу жизнь интернет-знакомства? Тут есть и положительные, и отрицательные моменты.

Вы заводите анкету на сайте знакомств (пусть это будет Мамба), заполняете стандартную анкету с указанием пола, цели знакомства, размещаете фотографии и видео, если оно есть.



Какие существуют способы, чтобы выделиться, допустим, на сайте Матча (они примерно одинаковые для всех сайтов знакомств)? Для этого можно использовать платные сервисы – выделение анкеты, показ вашей фотографии в бегущей строке сверху и размещение строчных объявлений (слева). Конечно же, можно просто воспользоваться бесплатным поиском, но платные сервисы ускоряют процесс знакомства. Далее мы рассмотрим, какие психологические аспекты принесли нам интернет-знакомства подробнее, а пока поговорим о манерах поведения людей обоих полов на сайтах знакомств.



Немного статистики сайта знакомств Mamba, занимательные факты про отношения полов (по материалам сайта <http://www.procontent.ru/release/5444.html>).

Что такое «Мамба»? Это знакомства, общение, встречи... Да, но на самом деле, «Мамба» – это люди, те 14 млн человек, у которых есть своя жизнь и свое мнение по каждому вопросу. Мы решили воспользоваться нашей аудиторией и спросить, что пользователи думают о себе, окружающем мире, отношениях и противоположном поле. Результаты получились весьма интересные, тем более что в опросах участвовало 239 485 уникальных человек!

Работа и личные финансы. *Мы знаем, что о деньгах спрашивать неприлично, но очень любопытно! Любопытство победило.*

30% пользователей считают, что им хватает зарплаты, тогда как 56% еле дотягивают до дня «X». Что интересно, в такой ситуации 27% тратят на работу только четыре-пять часов в день, а 42% утверждают, что трудятся весь день. Все остальные либо вообще не работают, либо уделяют этому занятию не более трех часов в сутки. Подавляющее большинство людей приходят на работу к 8–9 часам утра (50%) и добираются от дома до офиса не более часа (74%). При этом богатым человеком, по мнению респондентов, называется тот, кто зарабатывает больше 100 млн долларов (24%) либо 1 млн долларов (32%). 59% людей живут в городе, в котором родились, 29% переехало в сознательном возрасте.

Образование. *Как измерить уровень образованности человека? Является ли чтение показателем образования? А читать книги вообще модно в наши дни? Увы, ответы на два последних вопроса нас не порадовали. Чтение, как оказалось, редкая привычка.*

Подавляющее большинство людей считают себя образованными (91%), при этом читают от одной до трех книг в месяц (9%) или две-три книги в год (63%). 26% их не читает в принципе.

Социальность. *Социализация происходит не только в социальных сетях, но и в жизни и, как ни странно, тоже определяется числом друзей и отношениями с окружающим миром. Мы спрашивали пользователей про реальность. Жаль, забыли спросить, сколько у них виртуальных «френдов».*

52% пользователей считают, что у них есть два-три близких друга, 11% уверены, что у них нет друзей. Но только 15% из опрошенных в случае депрессии будут решать проблему с родными и близкими. 23% либо не будут на нее обращать внимания совсем, либо (такое же количество респондентов) просто «уйдут в себя».

Любовь и отношения. *Вы все помните, что «Мамба» – это знакомства, поэтому мы не могли не задать вопросы на свою излюбленную тему про любовь, отношения и секс.*

38% респондентов считают, что флирт – это ни к чему не обязывающее кокетство женщин, 30% пытаются с помощью него выяснить, можно ли двигаться в отношениях дальше, а 24% точно знают, что именно так начинается более близкое знакомство.

Первый сексуальный опыт у 65% опрошенных случился до 18 лет, 66% из них были знакомы друг с другом больше нескольких месяцев. При этом 64% опрошенных верят в длительную любовь, которая со временем становится нежностью и уважением. Первая взаимная любовь случилась у 82% пользователей до 20 лет.

Подавляющее большинство опрошенных мужчин и женщин считают, что самые главные качества в браке – это терпение, готовность уступить и схожесть взглядов. Ревность же вы-

зывают неуверенность в чувствах партнера или обоснованное недоверие к нему (65%).

Большинство респондентов не имеют детей (64%) (что и понятно, ведь мы знакомим людей для создания семей и появления детей, а никак не наоборот), у 28% – один ребенок. При этом люди считают, что оптимальное число детей в семье – двое (71%).

МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ НА САЙТАХ ЗНАКОМСТВ

Мужчины. Образование и культура. 49% мужчин имеют высшее образование, 22% и 27% – неоконченное высшее и среднее, соответственно. 2% получили ученую степень. При этом представители сильного пола считают, что ругаться матом допустимо только в крайних ситуациях (41%) либо в сугубо мужской компании (40%).

Мужские игрушки. Большинство респондентов водили более трех марок автомобилей (21%) или более четырех (25%), подавляющее большинство точного количества не помнит, но считает, что много (31%).

Требования к противоположному полу. 75% мужчин, принимавших участие в опросе, не женаты (а вы, скорее всего, думали, что знакомятся в Интернете «женатки», ищущие случайных связей? А вот и неправда!). По их мнению, хорошая жена – это отличная хозяйка (26%) и заботливая мать (23%), уверенная, что главный в семье мужчина (21%). При этом



50% хотели бы, чтобы их девушка готовила, но не считают это принципиальным моментом в отношениях и семейной жизни. Для 43% это очень важно.

Среди главных женских недостатков мужчины называют излишнюю требовательность (41%) и необязательность (18%). Сетуют на расточительность лишь 12%. Пятая часть опрошенных терпимы ко всем женским недостаткам.

Отношения. 71% мужчин не изменяют своей девушке/жене, 28% признались, что делали это. 57% респондентов готовы на близкие отношения с замужней женщиной. 23% ставят условие – наличие серьезных чувств. Наличие детей у женщины может стать серьезной помехой для отношений. 42% не готовы встречаться с уже мамами, 58% уверены, что они справятся, либо не придадут значения факту наличия детей.

Общение на сайте знакомств. На сайте знакомств мужчины стараются общаться с каждой девушкой индивидуально (45% предварительно внимательно читают анкету), 26% – просто здороваются, 56% никогда не предлагали девушке секс в первом сообщении, 30% пробовали сделать это только один раз.

Секс. На первом свидании мужчины думают о сексе (39%) и о том, насколько серьезны намерения девушки (37%). При этом, если женщина проведет с мужчиной ночь в первый день знакомства, отношение к ней со стороны сильного пола будет абсолютно нормальным. Секс на первом свидании не считается чем-то особенным у 46% мужчин. 37% твердо убеждены, что они просто очень сильно понравились этой девушке, и она не смогла устоять.

Внешность. Самым популярным для мужчин образом остается Анджелина Джоли, 88% предпочитают девушек с женственной фигурой, в элегантно, но при этом сексуальной одежде, а самое

пристальное внимание обращают на лицо (43%). Вопреки расхожему мнению, мужчинам все равно, какой цвет волос у девушек (42%), но джентльмены (36%) все же предпочитают... брюнеток с длинными прямыми волосами. Самое главное значение имеют глаза (34%) и мозг (29%).

Женщины. Знакомства, внешность, требования к противоположному полу. Современные женщины ищут себе пару в Интернете (39%) и среди своих знакомых (27%). На первой встрече девушки обращают внимание в большей степени на лицо мужчины (46%). 69% респонденток уверены, что мужчина должен зарабатывать больше женщины или полностью ее содержать. 21% считает фактор дохода совершенно неважным.

Флирт и свидания. Если девушке нравится молодой человек, то она будет ему улыбаться (53%) или усиленно с ним кокетничать (16%). На первом свидании милые дамы задумываются о том, насколько серьезны намерения мужчины (39%) и... насколько хорошо они сами выглядят в данный момент (36%).

Наиболее распространенным мужским недостатком женщины считают пьянство, скупость, невоспитанность, самоуверенность и чувство превосходства над женщинами.

Ухаживания. Для того чтобы добиться взаимности противоположного пола, мужчинам стоит проявлять настойчивость (32%) и быть внимательными (39%). Мужчина, достойный любви женщины, должен обладать материальными благами (работа, квартира, машина – 28%), но большинству девушек достаточно того, что у них есть взаимные чувства (34%).

Чувства и секс. Если мужчина предлагает секс на первом свидании, то перспективы дальнейшего знакомства у 83% девушек равны нулю. Слова же «я люблю тебя», по мнению 91% деву-

шек, стоит произносить только тогда, когда приходит понимание, что не можешь жить без этого человека. При этом 7% барышень уверены, что сказать эти слова можно только под пытками.

42% девушек ждут предложения от своего возлюбленного в любое время и не ставят каких-то сроков. Только 5% респонденток готовы сделать предложение самостоятельно. 20% женщин считают себя ревнивыми, а 15% говорят, что не знают, что это такое. 60% нужен реальный повод для ревности. При этом 64% девушек уверены, что от 50 до 80% мужчин изменяют своим спутницам жизни. 62% могут простить измену любимого, но никогда этого факта не забудут.

Теперь поговорим о манерах поведения людей обоих полов на сайтах, посвященных интернет-знакомствам. Собственно, прослеживаются две основные модели поведения, конечно же, это мужская и женская манеры.

Особенностью поведения женской аудитории на сайтах интернет-знакомств обычно является выжидательная позиция. Они просто заполняют анкету и ждут, когда им напишут. Такой же вид поведения прослеживается и в реальной жизни – офлайн. Мужская же половина человечества предпочитает активные действия, порой даже граничащие с хамством и повышенной настырностью.

По статистике один мужчина пишет сообщение не только одной женщине, но делает это массово, порой просто составляя шаблон. Такие сообщения вы сможете получать (или уже получали), если у вас женская анкета, или же просто создайте ее и посмотрите, что пишут другие мужчины. Меня лично удивило однообразие сообщений. Женщины, если и пишут первыми, предпочитают это делать более витиевато, предлагая игру, а попросту флирт.

Отличия интернет-знакомств от реальных

Способы выделиться среди массы других пользователей интернет-знакомств отличны от офлайн-способов. В последнем случае, для того чтобы повесить фотографию для всеобщего обозрения, вам потребуется немало средств!

В онлайн же это сделать проще простого. Всего за 1 у.е. вы можете разместить свою фотографию в бегущей строке сверху, за сущие копейки поднять анкету и ее статус, а вот для того чтобы выделиться в строчных объявлениях, вам придется вступить «в бой» с другими участниками, повышая ставку за место под солнцем – система аукциона порядковых мест в строчных сообщениях порой заставляет людей тратить немалые средства – до 1000 у.е. в день!

Но результат превосходит все ожидания, и пользователь получает массу откликов. Некоторые становятся так называемыми рабами татба, бесконечно изо дня в день делая ставки и постоянно привлекая к себе внимание. Если вы мужчина и у вас приличная фотография и оригинальное сообщение (ну и конечно же, анкета), вы имеете все шансы получить массу откликов, и выбор будет огромен.

По статистике женщины предпочитают знакомиться с мужчинами от 30 лет (се ля ви), а мужчины предпочитают знакомиться с женщинами до 30 (се ля ви – 2).

Какого рода сообщения пишут пользователи в первый раз на сайтах знакомств? Женщины предпочитают «свой язык», который они используют в подписях к фотографиям – «красавец», «секси», «ух-ты!» и т.д. – в основном это односложные, простые предложения. Мужчины тоже используют односложные предложения, но несколько другого

вида, а также используются слова и выражения «красотка», «ты секси», «красивая», «влюблюсь» и т.д. Но порой мужская половина человечества превосходит все ожидания женской и переходит в наступательную позицию – «переспим?», «сколько?» или тому подобные еще более грубые выражения. Такое порадовать уж никак не может... Женская часть населения сайтов знакомств не может написать что-нибудь нелицеприятное (возможно, получив сообщение «сколько?»).

Вообще негатив на сайтах интернет-знакомств вещь сугубо обыденная, и некоторые даже к нему привыкают. Можно сказать, это психологическая особенность интернет-знакомств. Редкие пользователи при всем своем активном поведении на этих сайтах проявляют к ним теплые чувства – факт остается фактом.

Продажные знакомства

Ни для кого не секрет, что представительницы древнейшей профессии существуют и поныне. Для них сайты знакомств – это раздолье для бурной деятельности.

Будучи мужчиной, вы обязательно получите сообщение от одной из них – вот поверьте! Хотите вы этого или нет, но этого вам избежать никак не удастся. Увы, администрацией сайтов знакомств это никак не контролируется.

Модерация фотографий на сайте – это то, за что отвечает модератор. Разместить в свой основной альбом фотографии эротического и порнографического характера никак не удастся, но во второстепенные альбомы... Мамба, например, закрывает на это глаза. Также дело обстоит и с видео порнографического характера. Можно ли ска-

зять, что Mamba способствует развитию порнографии? Наверное, нет. Порнографию в Сети можно найти и в другом месте в больших количествах.

В целом, можно сказать, что Интернет породил целые пласты сексуальных отношений, доведя их до систематизации и в чем-то даже до автоматизма. Ведь даже при регистрации анкеты вам будет предложен выбор – ищете мужчину? ищете женщину? или пару? (ММ? ММЖ? ЖЖМ? Птиц? Собак?:)) Интернет-знакомства – это поиск по параметрам. Вы можете выбрать потенциального партнера, используя расширенный поиск, в котором этих параметров великое множество! Также можно подписаться на рассылку новых анкет с заданными вами параметрами. Чем вам не автоматические знакомства!

Расширенный поиск Просто

Я: хочу найти: в возрасте: - лет

Где:

с фото реальные скрывать предложения платного услуг

- ▶ Цель знакомства настроить фильтр
- ▶ Семейное положение настроить фильтр
- ▶ Типаж настроить фильтр
- ▶ Вредные привычки настроить фильтр
- ▶ Материальное положение настроить фильтр
- ▶ Сексуальные предпочтения настроить фильтр

Психология интернет-знакомств.

Выводы

Постоянная активность на сайтах знакомств – удел многих. При всем богатстве выбора крайне сложно остановиться на ком-то. Некоторые ищут лучшего (лучшую), и это переходит в своего рода манию. Но, безусловно, множество людей знакомятся, женятся, создают семьи и заводят детей – уж не будем драматизировать ситуацию ☺. Но!

Анкетирование на сайтах интернет-знакомств привело к «стандартизации» самой процедуры знакомств. В офлайн-среде такое попросту невозможно (хотя, безусловно, анкетирование в офлайн-среде с целью знакомства также присутствует). Так, можно опредметить будущего избранника (цу), задав его (ее) параметры. Поиск по параметрам – удел Интернета, но, подгоняя людей под определенные рамки, сами люди следуют заданным рамкам и далее. И ищущий по определенным параметрам накладывает этот факт поиска уже на всех, также развивая стереотип «параметровых» отношений в реальной жизни.

КАК ПОЗНАКОМИТЬСЯ С МУЖЧИНОЙ?

Женщина – существо логическое, действующее по схеме *муж > семья > дети*: подгузники, дом, ванная, салон красоты, карьера (для разнообразия и чтобы не было скучно), подруги (чтобы было перед кем похвастаться), внуки. Для осуществления этой схемы нужен мужчина. Поэтому при наличии выбора до достижения определенного возраста женщине надо успеть выбрать того, кто лучше (или перспективнее).

Также мужчина нужен, чтобы делать детей – поэтому он должен обладать положительным генофондом и в идеале чем-то отличаться (чтобы не было скучно, было чем похвастаться перед подругами и была возможность заиметь «отличных»

детей). Далее мужчина должен быть в состоянии ВСЕ ЭТО ОБЕСПЕЧИВАТЬ! Ведь женщина во время и после родов нетрудоспособна и нуждается в поддержке и заботе. И нужно постоянно обеспечивать женскую красоту – если ее не будет, мужчина может уйти к другой, а найти другого мужчину будет уже более проблематично.

Мужчина с рождения живет в жесточайшей конкуренции других мужчин. Чем дальше движется технический прогресс, тем сложнее конкурировать. И он созревает гораздо позднее, чем женщина (которая в основном конкурирует только внешностью).

Мужчин, преуспевших и чего-либо добившихся в жизни, в процентном соотношении от общего количества мужчин не так уж и много, и обычно они уже заняты. Но женщина по своей логике не может довольствоваться «тем, что есть», и даже будучи без мужчины, предпочтет жить в одиночестве, потому как «достойных» нет.

Истоки, порой уже забытые...

Во многих странах до сих пор существуют старинные обычаи, имеющие глубокий смысл. Один из них, например, это когда за невестой дают приданое! Собственно, тогда понятно, зачем жениться (се ля ви, материальные аспекты могут быть у обоих полов – правда?).

Если взять живую природу, то в ней все организовано по принципу обмена – «отдающий да получит». Если только отдавать, то этот принцип уже не работает. В оплате «калыма» (который, кстати, не очень большой и обычно идет на свадьбу) и приданом невесты (идет в совместное пользование) имеется прямая логическая выгода. Все это придумано не нами и уже давно.

В нынешнее же время мы имеем в основном поиск по параметрам. Хорошо ли это? Или плохо? Но мы имеем данность, выросшую из самоорганизации онлайн-общества. Что общество хотело, то оно и получило. Теперь мы имеем интернет-психологию! (которую вы сейчас держите в руках ☺).

Почему мужчины порой не хотят жениться?



Во-первых, по материальным соображениям. Некоторые мужчины не считают себя готовыми содержать семью. В случае гражданского брака при прекращении отношений между сожителями и возникновении конфликта по вопросам общего имущества всегда можно добиться справедливого раздела имущества с помощью норм гражданского права. А если же брак официально зарегистрирован, то здесь помимо раздела имущества еще возникает вопрос «раздела» детей (при их наличии).

Во-вторых, боязнь потери свободы. Не все мужчины хотят терять чувство свободы. Некоторые его могут потерять и безвозвратно ☺.

В-третьих, сам факт свадьбы. Свадьба как ритуал у многих мужчин вызывает отторжение. Даже женатые не один раз мужчины крайне неохотно идут на этот шаг повторно.

В-четвертых, система оценок. Женщина по мужской логике проходит ряд «проверок». Каким же образом? Мужчины ставят оценки как в фигурном катании:

- хорошо готовит +5
- молчит +10
- гуляет по ночам –20
- пилит, что не уделяют внимание –10
- пилит, «где деньги?» –10
- «давай заведем ребенка» –15

Итого, женщина «на входе», имея +20 баллов, за один день может получить –20 баллов, и все предыдущие «заслуги» обнулятся, а мужчина может сбежать ☺. По этой причине у многих женщин вызывают недоумение переменчивые мужские решения и поступки, которые со стороны выглядят как непостоянство или обман. Нет, просто у мужчины изменилась оценка происходящего.

А женская оценочная система нарабатывается обратным образом и имеет другие тенденции. Если мужчина в глазах женщины заработал себе много положительных оценок, то данная система заработанных баллов держится годами (а иногда остается навсегда). Тут хотелось бы немного забежать вперед и поднять тему гороскопов. ДА-ДА! Только не говорите – ну во-о-о-от, опять!

Хотелось бы отдельно разобрать поведение женщины под знаком Козерог. Дело в том, что ее выбор и логика абсолютно соизмерима с мужской и мерить ее общепринятыми женскими формулами никак не придется. Вам будет ка-

заться, что она отличается от других – о, да ☺, но в какую сторону – решать вам... Ее система оценок идентична мужской, ее выбор – это набор данных, необходимо точно взвесить все за и против в течение долгого времени. И главное, в итоге вы получите опять-таки «плавающую систему оценок» – женщине-Козерогу нужна стабильность как никакой другой, стабильность выражается в логике, а не в чувствах и эмоциях. Поэтому, столкнувшись с ней, ее кукольно-неприступной внешностью можете быть обмануты, но за этим скрывается простая логическая цепочка, и вы лишь звено в этой в чем то «пищевой» цепи ☺.

Если взять в пример женщину под знаком Скорпион – она также делает свой выбор самостоятельно, но все «данные» обрабатывает почти за секунду, не собирая их – потому как ее мышление интуитивно, а не логично. А любовь вообще логична? Или это отношения двух калькуляторов? Давайте о мужчинах наконец!

Три основных правила поведения с мужчинами

Они подходят для любой манеры поведения, как офлайновой, так и онлайновой.

1. Умейте слушать (не перебивая) и поддерживать разговор.

2. Хвалите его достижения (даже если их нет, мужчина будет стремиться к настоящим подвигам).

3. Мужчины почти всегда в первую очередь обращают внимание на внешность. Вы должны соответствовать его образу и внешним привязанностям, на которые он обращает внимание.

Проверено! Работает ☺. Но последний пункт годится только, чтобы привлечь мужчину, но не удержать. Первые же два годятся как для привлечения, так и для удержания мужчины.

Формула любви мужчины (Баранов А.Е. ©)

1. УМЕНИЕ СЛУШАТЬ МУЖЧИНУ (и поддерживать разговор) + 2. ХВАЛИТЬ ЕГО ДОСТИЖЕНИЯ (разбираясь в них) + 3. СООТВЕТСТВОВАТЬ ТОМУ ВИЗУАЛЬНОМУ ОБРАЗУ, который нравится мужчине = МУЖСКАЯ ЛЮБОВЬ

Давайте теперь то же самое, но в процентах. Если вы находитесь в самом начале развития ваших отношений, то процентное соотношение выглядит следующим образом:

умение слушать мужчину 20% + умение хвалить его достижения 10% + соответствовать его визуальному образу 70% = 100% мужская любовь.

Если дальше рассматривать сам процесс развития отношений, то процентное соотношение поменяется следующим образом:

умение слушать мужчину 50% + умение хвалить его достижения 30% + соответствовать его визуальному образу 20% = 100% мужская любовь.

Для мужчины всегда важнее его дела, так как именно на них держится его самооценка (чувство собственной важности – об этом далее подробно).

Поэтому в случае изменения соотношения, дело, возможно, не в вас, а в его делах, о которых можно у него просто спросить, а не делать новые прически и покупать новую одежду для привлечения внимания ☺ .

Определение типа мужчины по автомобилю

Во времена Средневековья женщины оценивали рыцарей в том числе и по их коням. Считалось, что если рыцарский конь ухожен и наряден, значит, его хозяин достойный мужчина. Сегодня живых коней мужчинам заменили кони железные – автомобили. И женщины теперь оценивают мужчин по их автомобилям.

Mercedes S-Class, Bentley, BMW 7 Series – эти машины говорят женщинам о том, что владельцы автомобилей самостоятельные и обеспеченные мужчины, обладающие хорошим вкусом. Машины черного цвета к тому же подчеркивают сексуальность владельцев, а более яркие цвета говорят об их креативности и, как ни странно, педантичности.

Владелец ретроавтомобиля, например хромированного «мерседеса» середины прошлого века, это, скорее всего, мужчина аристократичный, образованный, интеллигентный. Обычно такие машины слишком дороги для повседневного использования. Поэтому их владельцы приобретают второй автомобиль-труженик – мощный внедорожник или современный «мерседес».

Кавалер подвозит вас из театра на Maybach? Будьте уверены, что этот автомобиль не единственный в его гараже. У богатых людей суще-

ствуует негласное правило – они не ездят на работу на редких дорогих автомобилях.

Легкие на подъем люди, любящие путешествия, покупают в основном джипы. При этом иногда к людям этой категории попадают представители среднего класса, для которых данные машины не по карману. Однако им очень хочется выглядеть VIP-персонами.

Отдельный контингент – это обладатели спортивных авто. Возможно, у них «темное прошлое», однако вкус их безупречен, а верность супруге неоспорима. Все те же негласные правила хорошего тона гласят, что эта машина – для охраны.

Владельцы красных Ferrari или Maserati вызывают у окружающих чувство зависти, а иногда ощущение ветрености, чрезмерной легкости. Благодаря опросам социологи установили, что многие женщины полагают, что владельцы черных автомобилей с красным салоном или с салоном в желто-белую клетку с камнями Swarowski – это «диагноз». Строить отношения с хозяевами подобных автомобилей, наверное, очень трудно из-за их непостоянства.

Как вы уже понимаете, о мужчине можно много рассказать по внешнему виду его автомобиля. Если «железный конь» идеально чистый – значит, перед нами обстоятельный мужчина с лоском. Он следит за собой, вполне вероятно, что регулярно делает педикюр и ухаживает за лицом и волосами. Владельцы грязных, потрепанных автомобилей могут оказаться ленивыми и эгоистичными бунтарями.

Однако оценивая мужчину по автомобилю, не стоит забывать о категории «ковбоев без штанов». Такие мужчины покупают дорогие машины в кредит под огромные проценты и затем долгие годы отдают деньги, надевая единственный костюм и

запонки, чтобы выглядеть статусно. Внешне выглядящие солидно и аристократично, как представители высшего света, на деле они могут оказаться обладателями коммунальной комнаты в 30 километрах от города и скудным поистрепавшимся гардеробом.

К сожалению, встречаются еще и те, кто берет машину у друзей, чтобы познакомиться с девушкой и соблазнить ее. Осторожнее – среди них попадаются хорошие актеры!

Всегда помните, что зачастую автомобиль может придать статусности маленькому человеку или большому негодяю. Сохранить душевное равновесие и личный бюджет в целостности и сохранности вам помогут трезвый взгляд и женская интуиция.

Стиль езды мужчины

Тема стиля езды часто проскальзывает в женских вопросах. Давайте разберем ее подробно, с пояснениями.

Самый лучший пример – представим стаю обезьян. Каким образом самка может определить «лучшего самца», не изучая его медицинскую карту, не анализируя ДНК и наследственную линию (потому как самец – это производитель потомства, и он должен быть лучшим относительно «социального уровня» и уровня чувства собственной значимости самки)? По поведению самца! Чем самец в стае обезьян может доказать свою значимость? Безусловно, агрессивным поведением, в частности, относительно других самцов, а также размерами и силой. Также, если изучить повадки многих животных, «до драки» доходит далеко не у всех – многие споры между самцами обходят-

ся совершенно без руко-лапо-ногоприкладства. Один самец понимает значимость другого и без того, что ему «бьют по морде». Так же и у людей.

Что есть у самца обезьяны против других самцов? Крепкие зубы! Сильные мышцы, громкий рык (макак мы в расчет не берем, давайте о крупных приматах!). Что есть у других животных? Большие рога, крепкий хвост, размеры, «удельный вес». Что осталось у человека (или что есть у человека – как кому удобно с моральной точки зрения воспринимать)? Крепкие зубы? Нет... Большие размеры? Нет... Хвост? Упаси... как говорится... Когти? Нет... Что есть у женщин относительно всех остальных обитателей нашего мира? И гладкая кожа, и голос, и красивые волосы, и фигура, чем другие существа не могут похвастаться, – равноправие? ☺

Видимо, «крепко задумавшись» о «физических недостатках» миллионы лет назад, наш предок взял-таки в руки палку, чтобы достичь большего и «прибавить в свой внутренний и внешний образ» что-то еще, так как природа не наградила его качествами, присущими всем остальным. Та самая пресловутая палка, которую когда-то взяла в руки обезьяна, и кусок камня и послужили источником всех наших комплексов. В чем же чувство собственной значимости? У кого палка длиннее? У кого интересной формы и т.д.? Человек прибавил себе что-то! И вот уверен – это сделал самец, а не самка!

Что еще мужчина прибавил себе за миллионы лет? Что только не прибавил... Посмотрите вокруг повнимательнее и попробуйте отнять «игрушки».

Быстрый конь! Куда без него! Когда передвигаешься со скоростью, превышающей свою собственную, конечно, чувствуешь себя более значимым – возможности растут! Покупая ружье, можно «действовать на расстоянии», и остальные

будут относиться к купившему по-другому (а если бы они не знали возможностей ружья? Им бы пришлось это доказывать? ☺).

Покупая танк, остальным ты будешь казаться еще значительнее. А если сзади еще самолеты запустить и роты солдат, так вообще (и все это потому, что кто-то палку в руки взял?)...

Покупая автомобиль, мужчина покупает себе коня и «чувство собственной значимости», если по марке автомобиля можно судить о его характере (немного поговорим об этом еще раз, но позже), о стиле езды... Агрессивная езда не напоминает ли бой самцов, о котором мы говорили выше? Насколько уверен такой мужчина в себе, если он показывает всем остальным свое мнимое превосходство за счет того, что он «прибавил себе»? Получается, чем больше (в размерах, мощности и т.д.) то устройство, что он себе прибавил, тем он более не уверен в себе, и таким образом он восполняет эту внутреннюю потерю. Поэтому агрессивная езда – это, скорее, обратная сторона того, к чему стоит стремиться.

Еще немного о марках автомобилей.

На чем ездят совсем серьезные люди, политики, владельцы крупных корпораций? Правильно – они ездят С ВОДИТЕЛЕМ! И нанимая водителя, доказывают остальным, что они серьезные.

Bentley, Rolls-Royce – на такой машине можно погонять. Стоит ли? Скорее, это показатель статуса для других или увлечение, как, например, швейцарские часы. Но попробуйте подумать: «стиль езды на Rolls-Royce» – как на нем еще можно ездить? И насколько уверен в себе должен быть человек, чтобы иметь такой стиль езды? И, возможно, отпадет оценка мужчины по агрессивности вождения.

И еще небольшой пример. Смотрели фильм «Адвокат дьявола»? На чем ездил дьявол? На

метро. Вам известен швед Ингвар Камрад? Это один из богатейших людей мира – владелец сети магазинов ИКЕА, его состояние – 31 млрд долларов. На чем он ездит? На Volvo 1993 года выпуска или на метро и автобусе. Тут вопрос личной философии человека – лидера. Она не заключается во внешних проявлениях превосходства над другими. У Ингвара Камрада есть своя философия. Он считает, например, что если бы начал приобретать роскошные и дорогие вещи, другим стало бы завидно и они кинулись бы вдогонку. Важно, чтобы лидеры задавали хороший пример. Безусловно, не надо бегать в метро в поисках миллиардеров (хотя почему вы думаете, что они там не ездят?). И не стоит ориентироваться на проявление внешнего, приобретенного превосходства. Уверенный, серьезный мужчина никогда себя агрессивно не ведет!

Другой метод, применяемый в животном мире, – превосходство без применения силы – это приведение себя в состояние «готовности к смерти». Для того чтобы быть способным привести и приводить себя в такое состояние по желанию, надо иметь длительные тренировки за плечами, работу с собственным сознанием и внутреннюю уверенность в правильности жизненной линии, чего достигнуть так же непросто (о... о чем я пишу – скажешь ты!).

Спор с женщиной

Никогда не спорьте с женщиной! Доказывая свою правоту, вы доказываете ее неправоту. Таким образом вы подорвете ее самооценку, что, согласитесь, не в ваших интересах; вместо правды вы

получите мужчину с заниженной самооценкой, неуверенного в том, что он прав.

Скажите ему: «Ты прав!» (Даже если он не прав.) После этого мужчина (да и любой человек) всегда успокаивается, и разговор уже можно продолжить в другом ключе.

Предположим, что вы правы. Но к этому мужчине надо подвести так, чтобы он сам сказал то, что вы считаете в споре истиной. В этом случае его самооценка не пострадает, а, наоборот, вырастет – в результате вы получите то, что вы хотели, и к тому же с вами, возможно, будут советоваться в дальнейшем.

При возникновении ругани «эффект собаки Павлова» даст знать о себе незамедлительно. Получая один и тот же негативный ответ на свои действия, мужчина либо будет пытаться вызвать их специально, либо постепенно начнет сворачивать общение, не желая больше получать в ответ негатив.

Спор, представляющий собой доказательство женской правоты и выставление мужчины «не в должном свете» и всегда виноватым во «всех смертных грехах», может иметь еще одну сторону. Фактически вы обвиняете мужчину в том, что он не взял на себя ответственности за то или иное действие. Если бы он взял на себя решающую роль, то все было бы по-другому, считаете вы.

Спор с женщиной

С женщиной также не надо спорить, как и с мужчиной ☺. Но раз уж это случилось... Зачастую споры происходят из-за непонимания мужчина-

ми женского статуса и тяги женщин к всяческому улучшению своего внешнего вида.

То время, которое женщина тратит на эти две вещи, зачастую вызывает недовольство у мужчин. Относясь с пониманием к этим двум причинам – статус и внешний вид, – вы уберете причину спора. Если вы присмотритесь, то увидите, что поведение женщин часто имеет схожие моменты. Выявляйте их и делайте выводы.

Поиск мужа

Для того чтобы убедиться в серьезности вашего избранника и далее сделать осмысленный вывод, вам придется разобраться во многих «мужских делах». Как определить перспективность будущего мужа?

Служащий. Если ваш избранник является служащим, то для того чтобы сделать заключение о его перспективности, следует побольше узнать о его карьере. Поинтересуйтесь, какие служащие достигают наибольших высот на карьерной лестнице.

Самыми высокооплачиваемыми направлениями являются должности в крупных компаниях, в частности зарубежных. Работа в зарубежных компаниях предполагает знание иностранных языков. Поинтересуйтесь у своего избранника, какими иностранными языками он владеет.

Обязательно найдите побольше информации о той компании, в которой работает ваш потенциальный муж. Посмотрите (в частности в Интернете) отзывы об этой компании, узнайте ее финансовые показатели. Они не дадут вам 100%-ной уверенности, но, когда речь идет о выборе будущего мужа и отца совместных детей, все играет

роль и лишней информация уж точно не будет. Все это может быть вам полезным.

Также важным фактором является образование вашего избранника. Возможность получения различных грантов, повышения квалификации, освоения новых навыков ускорит путь вашего избранника на вершину олимпа. Вместе с ним вознесетесь и вы!

Бизнесмен. Тут дело гораздо сложнее...

Побывайте у него в офисе, узнайте, сколько сотрудников у него работает. Поговорите с ним о его делах, расспросите, как они идут за последние год-два (для бизнеса это совсем не много). Узнайте, сколько лет его бизнесу, если более чем пять – это уже говорит об основательности и серьезности его предприятия.

Учитывая нестабильность ситуации в кризисные периоды, узнайте, что он будет делать в случае финансовых колебаний. Может быть, у него есть еще один бизнес или ваш избранник-бизнесмен собирается заняться чем-то еще.

И знайте, что мужчине будет крайне приятно, если вы будете говорить с ним о его делах – для него это немаловажно ☺.

Олигарх. Ну а если вам попался олигарх и, более того, он обещает на вас жениться, то узнайте – а не женат ли он уже... ☺

Лекарство от бывших мужчин

Как вы поняли из названия главы, то она в первую очередь адресована прекрасному полу.

Наверняка хоть раз в жизни вы расставались. Был у вас мужчина, а теперь его нет! Если вы с ним общались долгое время, то, конечно, к нему

привыкли. Привыкли к его внешности, поведению (чуть не сказал повадкам), к распорядку дня, его отношению и прочим физическим проявлениям. Но в один момент вы, а может он, решили разойтись. У вас были долгие разговоры, выяснения отношений, может, была ругань или, не дай бог, скандал.

Все это выматывает нервы, на помощь приходят подружки, для обсуждения «какой же он плохой!». Иногда это помогает убедиться в том, что он и на самом деле негодяй ☹. Правда, подружка в этом случае не поможет. Вряд ли она будет переубеждать вас в том, что он так плох.

В такой ситуации чем-то может помочь мама, все зависит от ее отношения к этому самому молодому человеку. А в чем-то она может помешать, если он не нравился ей. Даже если он ей нравился, то это может помешать вам в принятии решения. Тут скорее работает принцип – решай свои проблемы сама, потому что каким бы социальным существом ни была женщина, кроме вас самой никто вас не поймет.

Итак, вы на распутье. Что следует сделать? Замечательный способ – взять листок бумаги и ручку и слева выписать все плюсы, которые были, а справа – все минусы. И просто, без прикрас и, главное, чтобы никто этого не видел, распишите для себя самой все аргументы «за» и «против» (после написания сжечь!). Если перевесили положительные стороны, возможно, вы и не хотите никаких расставаний, а произошедшее было внезапным порывом и необдуманном поступком.

Чтобы расстаться, не должно быть никаких сомнений в том, что вам он не нужен. Отрицательного должно быть больше! Какими же способами можно достигнуть перевеса отрицательного и посмотреть на «проблему» с другой стороны? Взвесить то, что вам кажется положительным и подумать, а так ли оно на самом деле? Тут как раз мо-

гут сыграть полезную роль чужие примеры, и вы узнаете, что для кого-то то, что вам кажется положительным, совсем не положительное.

Но мы же про Интернет? Правильно! Безусловно, у вас есть в Интернете дневник, либо страница в социальной сети, или электронная почта, ICQ, Skype и т.д. Мужчины – удивительные создания и крайне редко бывает, чтобы он пропал совсем и сразу, решив для себя: «А оно мне надо?» До и после принятия решения лучше выключить мужчину из всех средств связи, чтобы не сбивать свои мысли. Ведь если был конфликт, то, наверное, он был не на пустом месте.

Как это сделать? Заблокировать его ВКонтакте, удалить из списка друзей (и лучше удалить всех его друзей и все, что хоть как-то может напоминать о нем). Подумайте, может, стоит удалить все совместные фотографии, чтобы не «пробивало» на ностальгию? Жестоко? Но можно ли отрезать собаке хвост по частям? Ну, чтобы она не так сильно мучалась. Если понемножку отрезать, может быть, ей (и вам) будет легче?

Идеальный вариант – это удалить все напоминания, совместные альбомы фотографий, заблокировать все номера телефонов и интернет-контакты. И вы поймете, что стало легче.

Но есть обратный вариант: постоянно отвечать на его сообщения, рассматривать его подарки и фотографии. Это лишь приведет к тому, что вас будет метать между ДА и НЕТ. А для женщины это недопустимо. Ответ «НЕ ЗНАЮ» хуже всего! При таком ответе возьмите снова лист бумаги с положительными и отрицательными сторонами вашего общения. Если выходит, что НЕТ, лучше скажите себе НЕТ. А если ДА, то скажи себе ДА – в любом случае неизвестность хуже всего.

Стоит понимать, что если вы хотели детей от этого мужчины, то ваш организм «подстроился»

под это чисто физически. Вы грезили мыслью о детях и строили планы (может, он и не знал об этом), скорее всего, этот момент больше всего и влияет на пресловутое НЕ ЗНАЮ. Вы себе говорите: «Как же так? Я хотела от него детей, а он вот...» Тут опять-таки поможет лист бумаги с «за» и «против». Вы удивитесь: «И я хотела от него детей? Он не достоин этого, я ошибалась, я достойна лучшего!» Тогда что вас расстраивает? НЕТ и все!

Подытожив, взвесьте все ДА/НЕТ/НЕ ЗНАЮ! Определите ДА или НЕТ просто по параметрам. Если НЕТ, выключите все контакты и удалите все совместные фотографии и любые напоминания.

Если ДА – продолжайте и пытайтесь выправить ситуацию.

Если НЕ ЗНАЮ – постарайтесь, чтобы не было этого НЕ ЗНАЮ.

Вы сказали себе НЕТ! Ура – поздравляю, потому что, если вы сказали себе ДА, то разговор о лекарстве от бывших мужчин становится неактуальным.

Теперь ответьте на такой вопрос. Можете ли вы быть одна какое-то время или же вас пугает одиночество? Это же может затянуться! Логично было бы выдержать паузу и не бросаться «во все тяжкие» (я совсем не о том, о чем вы подумали ☺). Но можно и развлечься: сходить куда-нибудь. Это, правда, затягивает, но не мне решать...

Если разлука произошла по его инициативе, необходимо поднять свою самооценку. Например, зарегистрироваться на сайте знакомств. Но всегда следует помнить, что вместе с поднятием самооценки вы там можете получить и негатив. И если опять-таки этого негатива больше, то стоит ли там находиться?

Сразу найти кого-то вряд ли получится, но чудеса бывают. Натыкаясь на новые неудачи, расстраиваться не стоит. Ведь только вы знаете, какой мужчина вам нужен.

Ни в коем случае не стоит накладывать черты старого мужчины на других – вы никогда ничего подобного не найдете и, не найдя, будете только еще сильнее расстраиваться. Необходимо воспринимать мужчину таким, какой он есть. Любые воспоминания при мужчине о бывшем будут приводить его либо в уныние, либо в ярость и вызывать конфликты, вызывающие только разочарования.

Предположим, вам попался «понимающий» мужчина. Но стоит ограничить любые воспоминаниям о другом мужчине при нем, иначе это вызовет привычку и будет продолжать вызывать негатив у мужчины, даже если он уж совсем понимающий ☺ .

Как определить, женат ли мужчина, через Интернет

Мы с вами в Интернете, поэтому способы, заключающиеся в том, чтобы посмотреть, есть ли след от обручального кольца на безымянном пальце, «проверить документы» на наличие печати, нам совсем не подойдут. Кто вам скан паспорта пришлет при знакомстве-то?

- Пробуйте общаться с ним в выходные. Если он общается только на работе – тут что-то не так!
- Попросите позвонить в выходные или «прямо сейчас». Если есть какая-то причина, которая всегда возникает при такой просьбе, и звонка не следует – тут что-то не так!
- Если он не дал вам номер телефона (или часто не берет трубку) – тут тоже что-то не так!
- Если он просит не писать СМС ночью – стоит задуматься.

КАК ПОЗНАКОМИТЬСЯ С ДЕВУШКОЙ?

В этой главе мы рассмотрим особенности поведения при знакомстве с девушками. Итак,

Женщина – это существо будущего, ее нет в настоящем

Если вы мужчина, представьте, что все ваши мысли направлены в двух направлениях: 1) это повышение собственного статуса и 2) желание получить качественное потомство. Это и есть женская схема! Представив эту схему в голове, вы поймете женщину лучше. Для чего же Вы (как мужчина) нужны в этой схеме? А вот для чего.

Во-первых, для повышения женского статуса. Мужчину должно быть не стыдно показать родителям, подругам, друзьям (если таковые есть). Мужчина должен вписываться в образ женщины, в ее манеру одеваться, цветовую гамму и прочее... Самое простое для повышения статуса женщины – вы как мужчина должны обладать этим самым пресловутым статусом. Но если его нет, то нужно самыми различными путями изображать его наличие. Например, не секрет, что почти все женщины верят в принца своей мечты – вот и изображайте его. Это дело непростое, но опыт приходит с годами ☺.

Во-вторых, для получения качественного потомства. Если вы отличаетесь от общей массы и обладаете какими-то уникальными качествами и свойствами, то у вас больше шансов получить отклики среди женщин, поскольку они хотят иметь «оригинальное потомство». Если у вас уже есть дети, то хорошо их предъявить для того, чтобы женщина уверилась в том, что они есть, и неплохие ☺. Если она останется ими недовольна, то ей

надо внушить мысль, что если она родит, то гораздо лучше.

Женщине совсем не интересны ваши дела и то, чем вы занимаетесь и живете. Если даже она стоически слушает про ваши важные мужские проблемы, она это делает лишь по двум причинам, которые мы рассмотрели выше. Всегда помните об этих двух пунктах.

Вообще разговор с женщиной о работе, ей-богу, дурной тон. Все равно ей это не интересно. Это то же самое, как если бы женщина начала вам рассказывать о новой туши для ресниц или обсуждать с вами свой любимый сериал. Вы же не будете слушать это ☺.

Лучше, как я уже писал, изучить несколько женских тем и говорить о них. Например, о маме и детях. **ПРЕДСТАВЬТЕ СЕБЯ ЦЕЛЕУСТРЕМЛЕННЫМ В ЖИЗНИ ОТЦОМ!!!** В этом образе (если вы не спугнете этот образ) вы будете иметь 100%-ный успех у женщин. Все просто.

И, о Боже, делайте же комплименты!

Вам следует доказать свою серьезность всяческими путями, делая это постепенно (женщины воспринимают информацию зачастую гораздо медленнее, чем мужчины). Также уже набивший оскомину пример про маму: поговорите с ее мамой, обычно девочки очень похожи на своих мам как внешне, так и не внешне ☺. Таким образом вы сможете увидеть так называемое будущее вашей избранницы и определить психологические особенности.

Зачем мужчине нужна женщина?

Про функцию воспроизводства потомства мы уже много говорили, так что образ «мать моих детей» слишком простой ответ. На мой скромный взгляд,

женщина нужна мужчине как «катализатор» процессов. На создание семьи мужчина по своей природе изначально не настроен – это скорее приобретенный или навязанный, в том числе обществом, факт. Обычно при возникновении трудностей после создания семьи и появления детей большой процент мужчин сбегает, потому как вся эта «канитель» не вписывается в его представление о жизни.

Только не надо сразу обещать жениться ☺.

Формула любви женщины (Баранов А. Е. ©)

ПОВЫШЕНИЕ СТАТУСА женщины + ГЕНОФОНД мужчины + БЕРЕМЕННОСТЬ + ВОЗМОЖНОСТЬ ОБЕСПЕЧИТЬ РЕБЕНКА = ЖЕНСКАЯ ЛЮБОВЬ

Рассмотрим данную формулу в процентном соотношении. На самом начальном этапе развития отношений это будет выглядеть так:

повышение статуса женщины 15% + генофонд мужчины 50% (в том числе его внешность) + беременность 5% + возможность обеспечить ребенка 30% = 100% женская любовь.

Когда отношения между мужчиной и женщиной нормализовались, процентное соотношение составляющих женской формулы будет выглядеть следующим образом:

повышение статуса женщины 15% + генофонд мужчины 5% (он уже понятен к тому времени) + беременность 50% + возможность обеспечить ребенка 30% = 100% женская любовь.

Безусловно, процентные соотношения индивидуальны. Выше приведен пример женщины, решившей родить ребенка от конкретного человека. Если же цель смещается больше в сторону статуса, то проценты изменятся. Но «ингредиенты» формулы останутся теми же.

Женщины больше интересуются личными отношениями, чем делами, поэтому ваши дела обычно им не интересны (даже если они вас слушают). Если вы поговорите с женщиной о межличностных отношениях (например, обсудите ваши с ней отношения или отношения ваших общих друзей), то вы вызовете больше интереса, нежели обсуждая с ней марки автомобилей, результаты футбольных матчей и бокса.

Попробуйте с ней поговорить и о ее занятиях. Если даже вы совсем ничего не понимаете в прическах, попытайтесь проявить внимание к тому, что интересно вашей женщине. Это точно так же, как женщина слушает ваши воодушевленные рассказы про футбол. Такое внимание вам только в плюс.

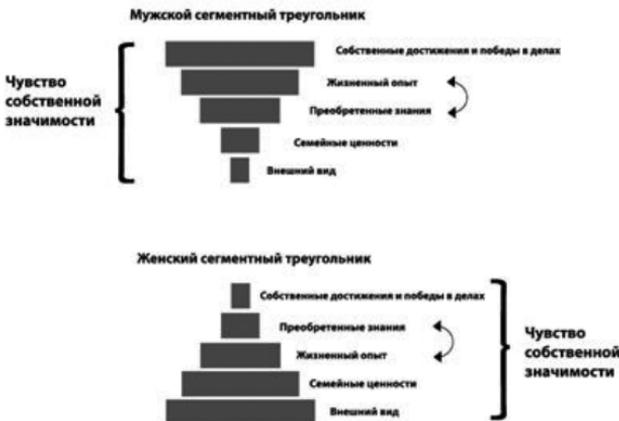
Женщины терпеливее? Проведите эксперимент: послушайте разговор двух подруг, а потом представьте, как они будут слушать ваши разговоры о поршнях двигателя внутреннего сгорания или новых коммерческих сделках ☺. Есть чему у них поучиться.

Графическое построение мужской и женской моделей чувства собственной значимости. Сегментные треугольники (Баранов А.Е. ©)

Говоря о разнице полов, стоит отдельно остановиться на моделях построения личности; на

основе, по которой, в свою очередь, строится поведенческий фактор при делении по половому признаку.

Сегментные треугольники Баранова[©]

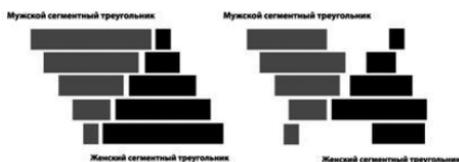


Если при разговоре с женщиной или мужчиной воздействовать на самую большую часть сегментного треугольника (при разговоре с мужчиной нужно учитывать и упоминать его достижения и победы, а при разговоре с женщиной надо делать комплименты ее внешнему виду), то можно достигнуть максимального эффекта.

При негативном воздействии треугольник разрушается, при позитивном – его сегменты растут. При понимании данных процессов у противоположных полов достигается совместимость треугольников и, соответственно, между ними возможно гармоничное общение.

Если постоянно воздействовать на один из сегментов, то можно разрушить сегмент второго треугольника у противоположного пола. Наглядно этот процесс приведен в следующей схеме:

Гармоничное общение и негармоничное общение



Безусловно, с учетом постоянно изменяющейся внешней среды, различных временных факторов и «нестабильного» внутреннего состояния одного из индивидов всегда наблюдаются колебания составляющих сегментов треугольника. Но если стороны стремятся к общему взаимопониманию, то достигается максимальный эффект.

Данные сегменты носят индивидуальный характер и могут быть несколько другими у различных людей, но у людей целеустремленных эта картина выглядит так с большой вероятностью.

Чувство собственной значимости. Разбор полетов

В восточной философии **чувство собственной значимости** (или **важности**) является одним из трех самых страшных грехов наряду с **гневом** и **глупостью**. Эти принципы также прослеживаются в учении Кастанеды и других видных философов и религиоведов.

Психология общества и собственно интернет-психология, рассматриваемая в этой книге, зиждется как раз на первом из этих грехов – **чувстве собственной значимости**.

Потакая этому чувству, человек начинает жить чужой жизнью, направляя всю свою энергию на

повышение чувства собственной важности; и борьба за это чувство всецело поглощает его.

Чувство собственной значимости – вещь исключительно хитрая и может прятаться в совершенно разных местах. В этой книге мы с вами подробно разбираем его проявления в интернет-среде, которые переключались из мира офлайн-общества. Мы наблюдаем, как эти проявления формируются по-новому, являясь, по сути, отражением личности и возникновением базиса отношений в виртуальном пространстве. Я сейчас ни в коем случае не читаю проповеди и не стремлюсь идеализировать людей. Каждый человек принимает решение лишь на основе собственного опыта.

На основании полученной информации каждый читатель может для себя сделать самостоятельные выводы, которые, возможно, повлияют на его дальнейшую судьбу и судьбу других людей.

Исходя из трех основных грехов, описанных выше, «модель» человека, не обладающего этими грехами, выглядит совсем отличной от модели сегментных треугольников, предложенных мной. Но эта тема выходит за рамки данной книги, потому что эти понятия скорее относятся к философии, нежели к психологии.

ГОРОСКОПЫ

Эта тема в каком-то смысле избитая и потому набившая оскомину многим людям. Некоторые слепо верят в них, некоторые полностью отрицают, считая все это пережитками, атавизмами.

Поговорим об этом «с пристрастием». Дорогие мужчины, вам известна женская страсть к гороскопам? Да? Не задумывались ли вы об этом? Да и сами женщины, наверное, тоже не задумываются ☺. Все дело в том, что женщины по природе практичны, и чему-то стоит у них поучиться.

Теперь не о женщинах, а о самих гороскопах. Как вы думаете, те, допустим, 5000 лет, за которые создавались гороскопы и шлифовались их значения, – это все было просто так? Зачем столько времени люди пытались все наперед просчитать, пользуясь знаниями предков и совершенствуя их? Думаете, им было нечего делать и они просто проводили время таким образом? В древности вычислениями и составлением гороскопов занимались целые монастыри.

Конечно, не было умных компьютеров, средств связи, технического прогресса – всего того, что мы имеем сейчас.

Нет, нет, нет! И еще раз да! ☺ Порой лучше пользоваться тем, что есть и всегда было, чем изобретать новое, или, изобретая новое, пользоваться тем, что уже есть.

В Интернете вы без труда сможете найти любой гороскоп: общие гороскопы знаков, гороскопы совместимости, любовные гороскопы и т.д., потратив всего пять–десять минут. Вот он технический прогресс, принесший новаторство и удобство в то, что существовало века.

Но вот о чем хотелось бы поговорить... Допустим, вы читаете свой гороскоп, находя как что-то схожее с собой, так и совершенно не подходящие для себя черты (или, может быть, на первый взгляд не подходящие). Или же, читая гороскопы разных знаков, вы находите у них много одинаковых черт с вами и думаете: «Да ну-у-у... ВРАНЬЕ!» – и забываете об этом навсегда.

Теперь разберем, откуда все это взялось и почему так происходит. Все гороскопы составлены

и, главное, НАПИСАНЫ людьми!!! И эти люди сами разных знаков! Поэтому одно и то же событие или причину они трактуют исключительно со своей стороны, порой меняя смысл на тот, который именно им кажется правильным.

Читая все это, будучи сами другого знака, вы приходите к тому, что отрицаете это видение, и у вас появляется свое! И, таким образом, отказываетесь во все это верить. Если бы гороскопы были написаны самим Создателем, тогда они были бы абсолютно верны и точны и не содержали бы эмоций человека, столь изменчивых, непостоянных и разных. Или же гороскоп должен быть написан человеком, лишенным предвзятости, что бывает крайне редко.

Поэтому, для того чтобы получить достоверную информацию, которую вы примете сами, вам необходимо посмотреть ОЧЕНЬ много гороскопов, сравнив между собой все эти тексты и сделав для себя единственный собирательный вывод, который именно для вас будет правильным, даже если вы не сможете его описать или выразить словами, вы будете знать что это так.

И, уважаемые мужчины, знайте, что женщины читают ваши гороскопы чаще, чем вы сами. Возможно, вы сделаете вывод, почему они читают ваши гороскопы ☺. И, может быть, заметите в их подходе некоторую шаблонность, которая наведет вас на мысль, что, вероятно, стоит почерпнуть у них что-то для себя?

Я по гороскопу Рыбы. Везде, если вы прочитаете гороскоп Рыб, написано что все они мягкотелые и вялые. Как вы думаете, мягкотелые и вялые пишут такие книги, которую вы сейчас читаете? Правильно! Эти слова просто не подходят для характеристики Рыб. Ну нет в русском языке других слов. Уж какие есть, и они накладывают отпечаток на мнение людей, но, если прочитать много мнений, можно составить свое.

Да, вы можете сказать, что Рыбы бывают разные, в зависимости от года рождения и от приближенности к тому или иному знаку. Но, прочитав много информации, вы все равно найдете много общих, повторяющихся черт.

Продолжая тему гороскопов, можно рассуждать о дополнении каждого знака друг другом, таким образом создавая движение для всех остальных. Обратимся к простым числам:

12 знаков, 12 годов, 2 пола, из которых формируется 12 типов людей. Если учесть тот факт, что все они рождены ровно посередине, т.е. если с 20-го по 20-е, это 15-е числа каждого месяца (при учете погрешности в феврале 28-е или 29-е), то 144 человека одного пола и 144 человека другого образуют одного якобы совершенного человека, но при учете того, что все они не образуют пары ☺. В этом случае образуется третья сущность, влияющая на оба знака этих полов, в свою очередь влияющая на сущности других, например 2 знаков обоих полов, и на выработанную сущность этих двух знаков. Итого имеем формулу

$144 + 144 = 288$ и $288 \times 144 = 41\,472$
*состояния/человека, новые возникшие
сущности, влияющие
на самих себя и на 288 человек.*

Так же (еще сложнее!!) все это зависит от фаз луны. Фаз луны 4 с промежуточными 3 стадиями, т.е. 7 состояний луны. Итого $41\,472 \times 7 = 290\,304$ (!) постоянных повторяющихся процессов для 288 взятых «отдельных» людей обоих полов. Если взять людей, рождающихся не 15-го, а в другие числа, то вариаций будет несметно больше и вектор действий будет непредсказуем (что мы с вами и имеем ☺). Существует не 288, а $288 \times 30 = 8640$ человек. $8640 \times 4320 = 37\,324\,800$ и

еще умножить на 7 (ну так, чтобы мало уже никому не показалось) – получим 261 273 600! Такова «структура при житие в вакууме» без внешних воздействий, массовых психозов, проявлений мужских и женских начал, «случайных» событий. То есть, живя все вместе этой толпой, постоянно видя всю эту толпу, мы можем составить одного «видимо совершенного человека», энергетика которого будет в чем-то тоже совершенной!

Человек даже в мыслях своих не в состоянии представить такую сложную формулу. Мало того, мы живем в разных климатических условиях, от которых зависят быт, поведение, сон износенность организма (кстати, если брать 12 лет, то кто-то и умереть может, сорри ☺). И еще – с какого возраста их всех считать! Тогда это будет «совершенный человек» одного отрезка времени! Но еще стоит учитывать факт, что другие 261 273 600 другого периода из 12 лет обоих полов и т.д. будут влиять на эти 261 273 600! или же жить популяцией по 261 273 600 ☺, что физически невозможно. Все население живет в постоянной зависимости от этого огромного количества внешних и внутренних воздействий, и для того чтобы точно предсказать, ЧТО БУДЕТ ЧЕРЕЗ 12 лет ☺, можно лишь, учитывая интуитивную возможность, отследить повторяющиеся тенденции, сделать вывод с большой погрешностью, который будет актуален только на момент его произнесения.

Теперь рассмотрим еще одну часть. Если придерживаться той математики, о которой мы говорили в начале, – т.е. про пирог ☺, помните? – 12 человек дают тринадцатого. Иначе говоря, совмещаясь между собой, они создают что-то новое, и это новое – «тринадцатый». Ну, тут в голову и тринадцатый воин приходит, и число тринадцать как число дьявола, и что угодно как несчастливое ☺, что издревле было не в ходу. Со-

впадение? Теперь если пересчитать нашу (мою, сорри) формулу с учетом такой мини-погрешности, мы получим другое значение.

А возможно ли избавиться от собственных «фобий и ограничений»? Кто-нибудь пробовал, есть ли примеры? «Страдают» ли святые совершенные люди «фобиями своего знака»? Прошу прощения, они были людьми и должны были обладать всеми качествами своего знака гороскопа и быть зависимыми от фаз Луны и прочих воздействий. Рождество Христово празднуется 7 января – Иисус был Козерогом? Дата 25 декабря впервые указана Секстом Юлием Африканом в его летописи, написанной в 221 г. День рождения пророка Мухаммеда – 17 марта (17 Рабиуль-Аввал). Значит, он мог бы считаться Рыбой по гороскопу? День рождения Будды Гаутамы... Тут все сложнее. В период 2003–2012 г. День рождения Будды отмечался (и будет отмечаться) 8 мая 2003 г., 26 мая 2004 г., 15 мая 2005 г., 5 мая 2006 г., 24 мая 2007 г., 12 мая 2008 г., 2 мая 2009 г., 21 мая 2010 г., 10 мая 2011 г., 28 мая 2012 г. В Японии День рождения Будды постоянно отмечается 8 апреля. Итого: Будда был Телец (и по другой версии Близнецы) (данные дат рождения взяты из *wikipedia.org*).

**ЧАСТЬ ЧЕТВЕРТАЯ.
ПСИХОЛОГИЯ
ИНТЕРНЕТ-ОБЩЕСТВА
(ПРОДОЛЖЕНИЕ)**

Появление первых онлайн-чатов в свое время вызвало фурор! Их предшественником можно назвать систему мгновенных сообщений (SMS) по телефону. Также в целом общение по телефону можно назвать в какой-то мере голосовым чатом. Шли годы, а с ними шло развитие компьютеров, и мы в один прекрасный момент пришли к так называемым групповым SMS, т.е. к возможности общения при помощи коротких сообщений сразу с большим количеством народа. К чему же это привело с психологической точки зрения?

ЧАТ (СНАТ)

Чат (англ. chat – болтать) – средство обмена сообщениями по компьютерной сети в режиме реального времени, а также программное обеспечение, позволяющее организовывать такое общение. Характерной особенностью является коммуникация именно в реальном времени или близкая к этому, что отличает чат от форумов и других «медленных» средств (материал из Википедии – свободной энциклопедии).

Ваш покорный слуга провел многие годы в онлайн-сообществах Hotline, которые некогда существовали во Всемирной паутине, поэтому специфику общения в чате я знаю не понаслышке.

Общение с более чем одним собеседником накладывает определенный отпечаток на стиль общения: вам необходимо очень быстро выражать свои мысли и соответственно очень быстро печатать. В частности, рекомендуется писать одно-два слова и нажимать enter, писать длинные предложения в чате не рекомендуется. Это очень похоже на живой разговор.

Чат – аналогия естественного общения человека, которое в Интернете осуществляется с помощью клавиатуры, а не голоса. Благодаря развитию чата, мы получили новый психологический стиль общения – с помощью мгновенных письменных сообщений. Писать же SMS с такой скоростью вы не сможете, если только не присоедините к телефону клавиатуру.

Язык чата, несмотря на свою виртуальность, это все-таки письменный язык. Каким же образом, общаясь в чате, можно показать собеседнику свои эмоции и чувства? При отсутствии эмоций в Интернете их стали заменять определенного рода символами – смайликами, уже ставшими нормой в онлайн-общении и плавно перекочевавшими за последнее время в офлайн-мир. Всем известна со школы фраза «Казнить нельзя помиловать» – в зависимости от постановки запятой меняется смысл предложения. Смайлики получили роль запятой, привнеся в язык онлайн-общения новые символы, которые несут некую смысловую нагрузку.



За время своего существования чат претерпел значительные изменения.

Под словом «чат» обычно понимается групповое общение, хотя сюда можно отнести и обмен текстом «один на один» посредством про-

грамм мгновенного обмена сообщениями, например, ICQ или даже SMS.

Чаты, поделенные на «комнаты» по темам общения, – это совершенно другое направление онлайн-общения, нежели простое общение двух людей с помощью мгновенных сообщений на каких-либо ресурсах, например интернет-знакомствах или в программах ICQ и Skype. Программы позволяют показывать действия пользователя, к примеру, каким образом он набирает текст для вас: где он останавливается, делает паузу, стирает или просто копирует предложения. Или же более простой вариант: вам просто показывают действия – пишет/не пишет. Таким образом можно больше понять человека.

Как я уже писал, интернет-знакомства основаны на анкетно-поисковом принципе. Делая поиск по параметрам, вы экономите время на самом процессе поиска, ведь вариантов огромное множество и поиск по ним очень удобен. Но продираясь сквозь электронные дебри анкет, цифр и данных, вы потеряете много времени: на что в реальном общении потребовалось бы пять–десять минут, в онлайн-общении может пройти и месяц, перед тем как вы что-либо поймете в человеке. Чтобы процесс знакомства с тем или иным человеком в Интернете ускорился, ваш собеседник должен обладать возможностью излагать свои мысли письменно, что могут далеко не многие.

Безусловно, общение онлайн не отнимает столько энергии, как обычное общение с людьми, когда вы общаетесь не только буквами, а слышите интонацию, тембр голоса, видите эмоции и т.д. Онлайн-общение подразумевает поверхностный вариант общения. Вы же не сможете встретиться со всеми онлайн-собеседниками, например, из онлайн-чата mail.ru – на данный момент (сейчас 9.42 утра) в чате 817 человек. Представь-

те себе 817 человек! Сколько же уйдет времени, чтобы со всеми поздороваться отдельно? Поэтому для быстрого общения и быстрого обмена информацией чат подходит как нельзя лучше, но для того чтобы узнать хотя бы одного из этих 817 человек, вам потребуется провести массу времени за компьютером!

При наличии навыка быстрого определения цели и личности с помощью онлайн-общения, вы сможете быстро выделить тех индивидов, которые вам интересны из огромного количества людей, и перейти с ними на невербальное общение. В противном же случае вы рискуете потерять массу времени... но, возможно, приобретете необходимый навык онлайн-общения – почему нет!

Надо чаще встречаться! 😊

СЕРВИСЫ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЫ

Электронная почта! Практически с этого когда-то и начался «народный Интернет» – с бесплатных сервисов почты, например mail.ru. Собственно, после возникновения электронной почты обычная бумажная претерпела серьезные изменения.

Система бесплатных сервисов обмена сообщениями совершила настоящую революцию. Притом если в чате речь идет о живом общении, электронная почта действительно больше напоминает традиционную «бумажную».

Постепенно пользование почтовыми услугами отмирает, пользователи Интернета все больше используют бесплатные почтовые сервисы – хотя бы потому, что можно войти из любого компьютера или не надо спасаться от вирусов в почте (если брать компьютеры РС).

«САЙТЫ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ», ИЛИ ПСИХОЛОГИЯ В СТИЛЕ ПОРНО

Структуризация порнографии, структуризация Фрейда

Те из нас, кто посещал порносайты, заметили, что информация на них подразделяется на группы. Ничего удивительного: структуризация информации возможна только таким образом – «оглавлением». Итого: удалось «структуризовать Фрейда»? Получается, что да. И теперь все фетиши отображаются в виде одного большого списка. А большой ли он? Как оказывается, не такой уж и большой... Теперь пользователь Интернета (пользователь порнографии, хотел написать) выбирает из списка то, что ему «близко», но, видя при этом остальной список, возможно, смотрит и что-то другое? Таким образом, транслируются мысли, подсознание создателей этих роликов и «оглавления».

Для чего это удобно? Понятно, в каком стиле и что снимать, понятен сценарий порно и «реплики актеров». В таком структуризованном виде ставить на поток бизнес гораздо проще. НО!!! Создавая такую структуру порнообразов, построенную

на удобстве для ее создателей, сами создатели навязывают эту структуру другим – тем, кто все это смотрит. Навязывая и создавая фетиши.

Чем это чревато? Подсевший на порно начинает жить «чужой жизнью» и чужими образами, развивая их и требуя новых впечатлений, сам при этом уже их не создавая. Зачем, когда можно легко почерпнуть у кого-то другого? Собственная интимная жизнь при этом также становится конструкцией и развивается по сценарию, вместо того чтобы развиваться индивидуально в соответствии с собственными переживаниями и желаниями человека и его (ее) партнера.

Совместный просмотр такого контента навязывает фетиши обоим, создавая «массовый психоз», притом навязанный извне. Борьбаться с ним – это все равно что бороться с остальными всевозможными удовольствиями, созданными современным информационным обществом: быстропитами, быстросексами, быстрожизнями. Безусловно, такой уклад чужих (!) интимных переживаний влияет на собственное восприятие, в чем-то развивая его за счет дополнительной зрительной информации, но меру и понимание этого процесса может для себя уяснить далеко не каждый, так же как бросить курить или принимать наркотики.

Зависимость от интернет-порнографии

«Зависимость от интернет-порнографии относится к порнографии, получаемой средствами Всемирной сети. Психологи, поддерживающие эту концепцию, считают такой вид зависимости наиболее сильным и более вызывающим привыкание, чем обычная зависимость от

порнографии. Причинами этому служат широкая доступность, обилие и сохранение приватности при просмотре. Для того чтобы удовлетворить свою зависимость, больные регулярно тратят значительные промежутки времени в поисках новой или более жесткой порнографии» (материал из Википедии – свободной энциклопедии).



Вместе с информационными технологиями в нашу жизнь вошло «информационное порно». Хотите вы этого или нет, оно было, есть и будет, потому что если есть спрос (да еще какой!), предложение всегда найдется.

Интернет-порно превратилось в бизнес. В нашей стране он не так развит по причине отсутствия массовой монетизации населения, но тем не менее. Я бы поделил интернет-порно на четыре категории:

- письменное (онлайн-рассказы);
- фото;
- видео;
- онлайн.

Я не Фрейд! ☺ Поэтому рассматривать такой глубокий пласт человеческого сознания, как отношение к сексу, мы не будем (а то я никогда не допишу книгу, а вы ее никогда не прочитаете). Мы затронем именно психологию онлайн-порно.

Что принес человечеству Интернет в этой сфере? Многие рассуждают о порно как о снятии стресса. Обычно женской половине человечества не всегда легко понять тягу мужской половины к подобного рода развлечениям, но несмотря на то что я не Фрейд – попробуем разобраться.

Визуальное восприятие мужчиной сексуальных объектов не совпадает с восприятием их жен-

щиной, поэтому просмотр порно любимым может повергнуть женщину в шок и рассматриваться как измена. Но! Мужчина при просмотре порно-роликов слабо обращает внимание на внешнюю составляющую (внешность порноактеров у него стоит на последнем месте). Мужчине интересен сам факт действия. Женщины же при просмотре порно больше внимания уделяют именно внешней составляющей: кто во что одет, у кого какая фигура и т.д.

Про первые три разновидности порно – онлайн-рассказы, фото и видео – мы рассуждать не будем, потому что это «обычный» интернет-контент, как любая другая информация. А вот онлайн-порно мы рассмотрим более подробно, потому как оно повлияло на некоторые психологические аспекты человека.

«Общение» с видео, которое можно выбрать из списка и посмотреть его, – это совсем не общение с живым человеком! Пусть даже это общение через камеру, но это совсем другое дело. Только не подумайте, что я рекламирую сервисы! Мы ж с вами о психологии! Что делать? Мало ли что придется обсуждать ☺.

Эро-видео-чат.

В России секс есть! Даже по видеокамере



Из описания сервисов эротического видео-чата:

«Как это работает? Это сервис эротического видеочата. Здесь вы найдете девушек,

транслирующих свое секс-видео вживую прямо из дома. Понравившуюся модель можно позвать в приват. Во время привата все другие бесплатные пользователи будут отключены от ее трансляции, и вы останетесь наедине. В привате девушка будет чувствовать себя гораздо более раскрепощенно и сможет позволить себе гораздо больше – не стесняйтесь просить о том, что вам хочется».

Такой вид эротического общения опять-таки развивает новую психологическую зависимость от просмотров видео подобного содержания. Но дело еще в совершенно новом варианте контакта с другим человеком! Также в подобных видео-чатах есть возможность подключения обеих камер с двух сторон.

Устройства для соединения людей.



Компания Distance Lab выпустила устройство под названием Mutsugoto. Работает оно так: один из влюбленных надевает особые кольца, активируемые прикосновением; специальная камера фиксирует его движения, а компьютер трансформирует их в пучки света, при помощи которых этот человек проецируется на кровати – или прямо на теле партнера, который при этом может находиться сколь угодно далеко.



Единственным действительно существующим костюмом для виртуального секса на настоящий момент является разработка Vivid Entertainment Incorporated. Благодаря ей люди, плотно обтянутые в черную резину, могут ощущать друг друга точно в

трех десятках участков на теле, рискуя при том пострадать от короткого замыкания или получить обвинения в использовании запрещенной продукции.

«Обычный» секс-чат или разговор на сексуальные темы – пока остается самым распространенным средством «сексуального интернет-общения». Приборов он не требует, а людям по сей день порой проще написать что-то, нежели сказать ☺. Но благодаря тому, что человек пользуется таким свойством Интернета, как «невидимость» (ведь его в Сети не видно), Интернет, на мой взгляд, можно считать более честным пространством, чем офлайн-мир. Также и интерес к порно можно считать более честным, нежели принимать на веру тот факт, что «в России секса нет!».

Ячейка виртуального общества

Как известно, СЕМЬЯ – ЯЧЕЙКА ОБЩЕСТВА, т.е. пара создает значимые взаимосвязи, на которых в основном держится само общество как таковое – создание семьи, продолжение рода является основной целью.

Если взять Интернет, то тут напрочь отсутствует понятие парности: человек находится один «против» всех остальных. Были попытки создать «ячейки виртуального общества». За их основу

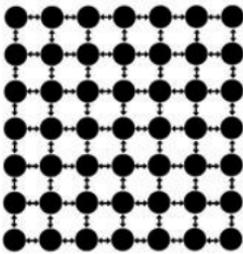
брали различные социальные сети: можно было «выйти замуж в Сети» или как в сети ВКонтакте «отметить», что ты женат/ замужем за кем-то.

Но вспомним, в Интернет мы заходим с помощью компьютеров и других различных устройств, которыми нельзя пользоваться группой! Эти вещи сугубо индивидуальные; это не пианино, где можно в четыре руки исполнить «соло» в каком-нибудь форуме.

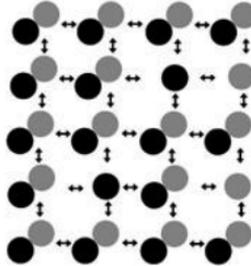
Итак, еще одно отличие интернет-общества от офлайн-общества – это одиночность индивидов, или отсутствие парности. В соответствии с этим фактом цель пребывания индивида в информационном пространстве – это вовсе не создание семейных ценностей.

Изобразим графически взаимосвязи общества и его членов

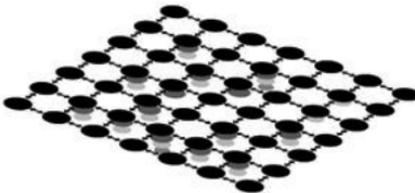
Взаимосвязи пользователей в Интернет-обществе



Взаимосвязи пар в офлайн-обществе



Взаимосвязи индивидов в офлайн-обществе



Семья, где все, кроме 1 члена семьи, не влияют на общество

ХЛЕБА И ФАЙЛОВ!

Спрос в Интернете

Управление интернет-аудиторией зачастую «скатывается» к удовлетворению спроса. То есть мы стремимся дать аудитории то, что она хочет. В Интернете это самый правильный способ для того, чтобы достигнуть поставленной задачи. Но проследив за тем, чего же хотят люди во Всемирной сети, можно выявить четкую тенденцию. Это то, о чем говорят различные деятели культуры и религии, философы и публичные люди.

Также в чем-то управление аудиторией Интернета можно свести к политике – вдумывались ли вы, что обычно обещают нам деятели политики и государства? О да! ХЛЕБА И ЗРЕЛИЩ! Решения насущных проблем, о которых так зачастую сетует население.

Также и в Интернет – СЕКС, НАРКОТИКИ И РОК анд РОЛ, ну, утрированно, конечно ☺. Точнее, «халява», доступность, бесплатность и возможность быстрого получения желаемого – вот, что привлекает в первую очередь массы. Если же брать сегментированную аудиторию, то следует исходить как раз из сегментированных интересов, но опять-таки по тому же принципу – халява, доступность и быстрота.

Безусловно, все эти принципы работают и в других странах, собирая массы людей в стремлении получить что-либо. Но в нашей стране работает именно это и ничего больше. А почему? Опять поговорим о менталитете? Но факт остается фактом.

Я провел массу рекламных кампаний, занимался отслеживанием их результатов, анализом цифр и собранных данных, планируя другие рекламные акции. И могу сказать, что, опираясь на

вышеперечисленные принципы, можно добиться максимального эффекта.

Но стоит ли так потакать желаниям человека и его стремлению получить что-либо? Можно ответить и да, и нет. Любое действие должно нести какой-то смысл и в результате приносить человеку что-то новое, над чем бы он задумался. Именно этим я и руководствуюсь, планируя масштабные кампании в Интернете, и это один из основных принципов работы моей компании.

Просто принеся человеку то, что он хочет, вы не сделаете его счастливым, да и он сам редко останется доволен тем, что он хотел получить. В этом и есть суть противоречивой человеческой природы. Если же ему еще дать то, чего он не ожидал, вы получите большее удовлетворение от собственного труда. И, соответственно, ваша аудитория будет также довольна.

Опять-таки почему именно в России такое поле для халявы и бесплатных удовольствий в Интернете? Другой причиной этого, помимо пресловутого русского менталитета, является отсутствие монетизации в Рунете. Почему? Это мы рассмотрим в следующей главе.

Электронная торговля

Стремление заработать является зачастую хоть и не самым лучшим, но все же двигателем прогресса и развития человечества. Отсутствие монетизации приводит как раз к неконтролируемому размножению различной «халявы», ведь интернет-пользователям просто нечего хотеть за неимением выбора!

Если проследить ситуацию по популярности интернет-ресурсов в Рунете и «буржунете», можно выявить такую же тенденцию. Да, безусловно, многие сервисы «халявы» и общения присутствуют в «буржунете» в таких же масштабах, но все-таки свободное пространство используется для извлечения полезной информации, а также для совершения покупок несколько больше, чем у нас.

Рейтинг сайтов в зонах UK, USA, RU От независимого рейтинга alexa.com

Top Sites in Russia	
The top 100 sites in Russia.	
1	Яндекс yandex.ru Поиск информации в интернете с учетом русской морфологии, возможность регионального уточнения. ... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics Audience
2	Почта@Mail.ru mail.ru Полнофункциональная почтовая система. Адресная книга, антивирус, Web-интерфейс, POP3 и IMAP, Web. ... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics Audience
3	V Kontakte vkontakte.ru The most popular social network utility in Russia. ☆☆☆☆☆ Search Analytics Audience
4	Google google.ru Русскоязычная версия поискового сервера. ☆☆☆☆☆ Search Analytics Audience
5	Google google.com Enables users to search the Web, Usenet, and images. Features include PageRank, caching, and tra... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics Audience
6	YouTube – Broadcast yourself youtube.com YouTube is a way to get your videos to the people who matter to you. Upload, tag and share your... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics Audience
7	Одноклассники.ru odnoklassniki.ru Russian classmates and old friends reunion site. ☆☆☆☆☆ Search Analytics Audience
8	LiveJournal.com livejournal.com LiveJournal is a rich, community media platform that willfully blurs the lines between journal... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics Audience
9	Wikipedia wikipedia.org A free encyclopedia built collaboratively using wiki software. (Creative Commons Attribution-Sh... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics Audience
10	Facebook facebook.com A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and ... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics Audience

- 11 **Рамблер**
rambler.ru
Информационно поисковая система с учетом морфологии русского языка.... More
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 12 **LiveInternet.ru**
liveinternet.ru
Сервис статистики сайтов + рейтинг сайтов. Сервис личных дневников (блогов). Новостные сюжеты.... More
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 13 **rutracker.org**
rutracker.org
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 14 **Narod**
narod.ru
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 15 **Веб - сервис uCoz**
ucoz.ru
SaaS платформа, включающая в себе хостинг и систему управления сайтом.... More
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 16 **Blogger.com**
blogspot.com
Free, automated weblog publishing tool that sends updates to a site via FTP.
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 17 **vk.com**
vk.com
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 18 **Twitter**
twitter.com
Social networking and microblogging service utilising instant messaging, SMS or a web interface.
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 19 **Yandex**
ya.ru
Russian search engine
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 20 **Росбизнесконсалтинг**
rbc.ru
Информационное агентство, постоянно обновляющиеся ленты новостей. Новости бизнеса, социальной, ... More
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►

4.5 Stars Top Sites in United Kingdom

the top 100 sites in United Kingdom 

- 1 **Google UK**
google.co.uk
The local version of this pre-eminent search engine, offering UK-specific pages as well as world... More
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 2 **Facebook**
facebook.com
A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and ... More
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 3 **Google**
google.com
Enables users to search the Web, Usenet, and images. Features include PageRank, caching and tra... More
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►
-
- 4 **YouTube - Broadcast yourself**
youtube.com
YouTube is a way to get your videos to the people who matter to you. Upload, tag and share your... More
☆☆☆☆☆ Search Analytics ► Audience ►

5.	BBC Online bbc.co.uk The BBC Homepage - Your gateway to BBC Online ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
6.	Yahoo! yahoo.com Personalized content and search options. Chatrooms, free e-mail, clubs, and pager. ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
7.	eBay UK ebay.co.uk Person to person online auction site where you can buy or sell new and used items. ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
8.	Windows Live live.com Search engine from Microsoft. ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
9.	Amazon.co.uk amazon.co.uk Online retailer of books, movies, music and games along with electronics, toys, apparel, sports... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
10.	Wikipedia wikipedia.org A free encyclopedia built collaboratively using wiki software. (Creative Commons Attribution-Sh... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
11.	Twitter twitter.com Social networking and microblogging service utilising instant messaging, SMS or a web interface. ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
12.	Blogger.com blogspot.com Free, automated weblog publishing tool that sends updates to a site via FTP. ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
13.	MSN msh.com Portal for shopping, news and money, e-mail, search, and chat. ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
14.	PayPal paypal.com Online payment service for individuals and merchants. Allows users to send money and bills to a... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
15.	LinkedIn linkedin.com A networking tool to find connections to recommended job candidates, industry experts and busin... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
16.	The Daily Mail dailymail.co.uk National tabloid offers news, sport, entertainment, and horoscopes. ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
17.	The Guardian guardian.co.uk Home of the Guardian, Observer and Guardian Weekly newspapers plus special-interest web sites. ... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
18.	The Internet Movie Database imdb.com Features plot summaries, reviews, cast lists, and theatre schedules. ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
19.	WordPress.com wordpress.com Free blogs managed by the developers of the WordPress software. Includes custom design templates... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶
20.	Argos argos.co.uk Offer appliances, DIY, electronics, furniture, garden supplies, gifts, jewellery, sports goods... More ☆☆☆☆☆ Search Analytics ▶ Audience ▶

Как мы с вами можем определить, исходя из данных alexa.com, сайты, популярные в России так же, как и в Англии и США – это, безусловно, социальные сети и поисковые системы. Но популярность Википедии, сайтов онлайн-торговли и платежных систем в «буржунете» на порядок выше, чем в России. Почему? Потому что в России платежная система PayPal работает только на исходящие платежи (на момент написания данной книги) и совершение онлайн-платежей крайне затруднено. Стоит также сказать, что интернет-магазины во многом несовершенны, что делает процесс покупки очень неудобным. Если вы ни разу не совершали покупки в интернет-магазинах или же делали это один-два раза, то у вас такая информация может вызвать недоумение. Но стоит только попробовать...

Чем отличен наш отечественный интернет-магазин? Несмотря на усилия, например, Яндекс-маркета, в котором каждый магазин проходит проверку на наличие товаров, представленных в ассортименте, все равно, сделав заказ через корзину, вы далеко не всегда получите хотя бы письменное уведомление об этом заказе, не говоря уже о том, что получите звонок по указанному вами телефону о принятом заказе и уточнении сроков его выполнения.

Если же вы прибегнете к самому распространенному в России способу связи с интернет-магазином и позвоните по указанному на сайте телефону, то на ваш звонок ответят далеко не везде. Также заказывая товары через Интернет, всегда необходимо интересоваться наличием товара, указанного в каталоге интернет-магазина, потому что – увы! – он далеко не всегда есть. Может быть и такое, что интернет-магазин попросту не работает, несмотря на платную рекламу в Сети.

Все это создает некий рейтинг недоверия у российских покупателей, ослабляя желание поль-

зваться онлайн-сервисами по покупке товаров. Предпочтение отдается крупным магазинам известных брендов.

Почему же так происходит? Этому есть несколько причин. Основной причиной является малая распространенность платежных систем в России – покупателю просто некуда и нечем платить, а связка «телефон–оператор–заказ–доставка» весьма сложна и в ней отсутствует та привлекательность онлайн-покупок, за которую так полюбили электронную торговлю интернет-пользователи США и Европы.

Рейтинг недоверия к онлайн-магазинам при этом весьма высок, потому что их деятельность никем не регулируется и не подлежит проверке. Качество работы интернет-магазинов находится в руках их же создателей. Но знаете ли вы их лично? И что это за люди? А у нас в стране, как известно, следуе́т покупать только в «проверенных местах».

Феномен электронных денег

WebMoney, Яндекс.Деньги, PayPal – вот список платежных систем, популярных в России (на момент написания данной книги). В этих системах мгновенного перевода электронных денег пользователь, используя интерфейс платежной системы, совершает платежи, указывая номер счета для перевода.

Но вдумывались ли вы, какое отношение к электронным деньгам сложилось у самих пользователей платежных систем? Те 100 долларов, к которым вы привыкли в виде бумажной купюры, мирно покоящейся у вас в руке – это совсем не те циферки на экране компьютера, которые можно моментально перевести на другой счет.

По данным исследований, пользователи платежных систем с большей легкостью расстанутся с электронными деньгами, чем с такими же суммами в бумажном эквиваленте. Феномен? О да! Но факт остается фактом. Люди платят электронными деньгами с большей охотой и расстанутся с ними с меньшим сожалением, Посудите сами:



И теперь всем привычная 100-долларовая купюра (надеюсь вы не сильно расстроились, что я привел в пример не российский рубль?).



Разница налицо (я, конечно, имею в виду не портрет на 100-долларовой купюре ☺). Виртуальные деньги менее ценны, чем те, что можно осязать, поэтому человек расстанется с ними с меньшим сожалением.

Платежная система PayPal

В связи с развитием Интернета, повлекшим за собой бурный рост торговли, появилась необходимость в быстрых и надежных способах перевода денежных средств. При этом способы перевода и оплаты должно были бы позволить совершать финансовые операции в независимости от операционного времени банка, курса валюты и сроков зачисления платежа.

Валютный рынок быстро отреагировал на скачок спроса, практически в одно время появилось множество различных электронных платежных систем. Эти системы предлагали широкий набор услуг и обеспечивали своим пользователям комфорт и безопасность при работе с платежами. К тому же электронные системы стали новым удобным инструментом для ведения бизнеса как для физических, так и для юридических лиц.

Сегодня пальму первенства на всем постсоветском пространстве сохраняет за собой российская платежная система WebMoney. Помимо нее существует еще ряд крупных «игроков»: российские Яндекс.Деньги, украинские iMoney и Limonex, американская E-gold.

Однако безоговорочным лидером во всем мире является американская компания PayPal, чье название дословно переводится с английского как «заплати приятелю». Компания была основана в 1998 г. Вскоре была приобретена известным американским монстром онлайн-аукционного бизнеса eBay Inc. за сумму в \$1,5 млрд. Именно после смены владельца PayPal стала самым популярным способом приема и отправки платежей в большинстве интернет-магазинов Америки и Западной Европы, а также на аукционе eBay.

Сегодня система работает более чем в двухстах странах мира, а количество зарегистриро-

ванных пользователей PayPal уже перешагнуло 160-миллионный рубеж. Такие грандиозные темпы развития компании послужили причиной приостановки многих аналогичных сервисов электронных платежей: они просто признали, что не могут на равных конкурировать с PayPal. Специалисты в области электронной коммерции утверждают, что из-за PayPal удерживать свою пользовательскую аудиторию становится с каждым годом все сложнее.

В чем привлекательность PayPal? Причин множество.

Во-первых, система очень популярна: с ее помощью можно оплатить покупку практически в любом онлайн-магазине или онлайн-аукционе мира. Пожалуй, сегодня это главный плюс PayPal.

Во-вторых, система работает быстро и просто. Пользователь, совершая покупку, не должен постоянно вводить длинные реквизиты своей пластиковой карты, при этом переживая, не допустил ли он ошибку, которая может повлечь сброс внесенных данных. В PayPal необходимо знать только идентификатор получателя, соответствующий – и это гениальная находка разработчиков – e-mail адресу пользователя, который он использовал при регистрации. Также прост и удобен интерфейс системы: для работы с PayPal от вас потребуются самые минимальные знания английского языка. К тому же у системы существует полноценный русский интерфейс.

В-третьих, PayPal является одной из самых безопасных электронных платежных систем. Реквизиты вашей кредитной карты не узнает никто, кроме PayPal. Для постоянного увеличения системы безопасности компания тратит значительные средства, однако зачастую принимаемые меры вызывают недовольство пользователей, бесосновательно стесненных в действиях. В этом слу-

чае руководство компании всегда в качестве аргумента приводит статистику, по которой видно, что количество «мошеннических» действий в PayPal значительно ниже, чем при операциях с кредитными картами. При этом пользователи могут решать споры с участием PayPal в режиме онлайн: если будет доказан факт обмана пользователя через систему, то уплаченная сумма будет полностью возвращена владельцу (при отсутствии необходимых денег на счете у «мошенника» сумму пострадавшей стороне вернет PayPal).

В-четвертых, по мнению многих экспертов, PayPal является самым удобным способом оплаты покупок на интернет-аукционе eBay. Как подтверждение этого – более 90% продавцов на аукционе принимают оплату за товары только через PayPal. Компания eBay сегодня – это филиалы в тридцати странах мира, сотни тысяч пользователей и колоссальный объем ежедневных сделок. Популярность eBay с каждым годом растет и на постсоветском пространстве. Для продавцов и покупателей eBay PayPal разработала большое количество дополнительных услуг, позволяющих удобно вести бизнес через Интернет.

Выгодно отличает систему PayPal от конкурентов возможность автоматического обмена валют. Это означает, что если счета отправителя платежа и получателя открыты в разных валютах, то платеж будет конвертирован в нужную валюту (при этом центром конвертации может быть PayPal или банк отправителя по выбору пользователя). В данный момент система поддерживает несколько десятков мировых валют.

Кроме всех приведенных выше преимуществ, PayPal известен мировому сообществу еще и как революционер в мире мобильных технологий. Компания первой сделала реальностью мгновенные платежи с помощью мобильного теле-

фона – так называемые Мобильные Платежи (PayPal Mobile Payments). Правда, они доступны на данный момент только жителям США. Подключившие эту услугу пользователи могут осуществлять все платежи без входа на сайт системы, с помощью SMS. Для этого нужно только отправить на определенный номер сообщение типа «Send \$50 to (идентификатор пользователя)», набрать подтверждающий код, и платеж будет немедленно отправлен. Такая дополнительная услуга превращает мобильный телефон из обычного средства связи в безопасный платежный терминал.

Пользуясь электронными платежными системами, вы должны четко понимать, что к реальным деньгам они не имеют никакого отношения, а денежные единицы в них представлены «титულными знаками». Это означает, что этими «знаками» нельзя расплатиться в большинстве зарубежных интернет-магазинов и на аукционе eBay. В это же время PayPal является мощным комплексным финансовым инструментом, который дает возможность пользователям осуществлять операции настоящими, «живыми» деньгами. За счет чего это становится возможным? Пользователь «привязывает» одну или несколько пластиковых карт или банковский счет к своему PayPal-аккаунту, благодаря чему может автоматически пополнять свой баланс в PayPal или выводить деньги в любое время.

Как пользоваться системой PayPal? Дело в том, что в различных странах PayPal предлагает совершенно разные наборы услуг: их максимальный набор доступен жителям США, чуть меньше возможностей имеют жители стран Западной Европы, Китая и Австралии, а для многих стран Восточной Европы и Азии (в том числе для России, Украины и Казахстана) этот набор минимален и предполагает отправку платежей и «привяз-

ку» к электронному счету кредитной карты. К тому же прием платежей на PayPal-аккаунты на сегодняшний день разрешен только жителям стран Прибалтики.

Какой можно сделать вывод из этого? Онлайн-магазины на постсоветском пространстве не принимают оплату через PayPal, также нельзя отправить деньги пользователю из страны, где PayPal работает только «на отправку». Оплату с помощью PayPal принимает абсолютное большинство американских и западноевропейских интернет-магазинов и пользователей. Это означает, что PayPal для жителей России открывает широкие возможности для зарубежных покупок, ведь раньше их можно было совершить только с помощью кредитной карты, но прямую оплату с карт принимают не все зарубежные онлайн-магазины.

Практически все страны СНГ находятся в списке стран «третьего эшелона», которые могут только отправлять платежи. Несмотря на это, пользователи, живущие в странах СНГ, могут осуществлять в PayPal многие полезные операции: возврат средств, дающий возможность продавцу вернуть на вашу карту уплаченную сумму полностью или частично; диспут – онлайн-спор при неполучении или браке купленного товара, который позволяет привлечь на помощь специалистов из PayPal и с их помощью вернуть деньги покупателю.

Сколько же стоит использование PayPal? Бесплатными являются открытие и содержание аккаунта в системе, а также отправка денежных средств (небольшую комиссию может взять ваш банк за транзакцию вне страны или конвертацию). Оплата в PayPal взимается с получателей средств. Однако сумма оплаты зависит от ряда факторов: вид аккаунта у получателя (Personal, Premier, Business), в одной ли стране находятся Продавец и Покупатель и некоторые другие.

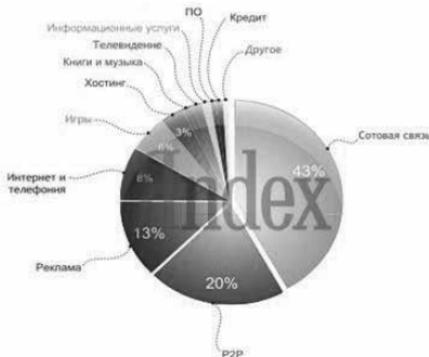
Монетизация Интернета

Безусловно, монетизация Интернета в России есть (на момент написания данной книги), но выражается она в основном за счет SMS и электронных денег – Яндекс.Деньги, WebMoney, но никак не в наличии «официальных банковских каналов». Чем это неудобно? Способы ввода электронной валюты либо недоступны для «простого смертного», не продвинутого интернет-пользователя, либо слишком сложны и для среднестатистического пользователя.

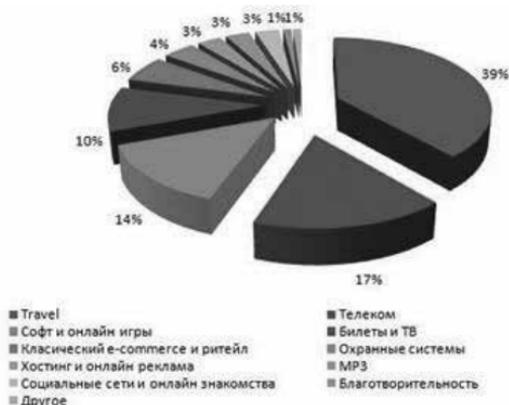
Пополнение счетов в Интернете, посредством SMS (снятие средств с индивидуального номера мобильного телефона) до сих пор остается основным средством и источником многочисленных сервисов в Интернете.

Вместе с тем платежи электронными деньгами – это способ, сравнимый с офлайновым бухгалтерским понятием «банк–клиент». Бухгалтер переводит деньги не вставая с места с помощью программы на своем компьютере, отличие лишь в том, что счет виртуальный – не банковский, а также интерфейс отличен от «привычного».

Ниже приведено распределение платежей по различным сегментам Яндекс.Деньги (по данным Яндекс).



Так распределяется оплата за товары и услуги в Интернете банковскими картами.



Посредник между банком и интернет-ресурсом (Источник: http://art.thelib.ru/business/management/rossiyane_predpochitayut_elektronnim_dengam_nalichnie.html). Всего в России сегодня работает около десятка разных компаний, осуществляющих платежи через Интернет. Среди них системы, работающие преимущественно с юридическими лицами, например с банками. Такие глобальные системы вроде CyberPlat и Assist являются своего рода платежными интернет-шлюзами. Они принимают к оплате банковские карты и помогают крупным сетевым проектам работать с интернет-платежами.

С помощью Assist, детища ИТ-компании «Рексофт», свои платежи проводит через Сеть «Альфа-банк», а также самый крупный интернет-магазин Рунета Ozon.

Смысл таких систем заключается в том, что они являются посредниками между банками, со счетов которых снимаются средства, и интернет-ресурсами, которые принимают эти деньги как плату за услуги. Кроме того, системы дают своего

рода гарантию владельцу кредитной карты, что его средства не будут использованы не по назначению.

Как добиться роста популярности платежных систем среди населения России? Как сдвинуть с мертвой точки русский менталитет и перейти к процветанию электронного бизнеса в Сети? Без действий правительства тут никак не обойтись! Законодательная база должна позволять сделать это, а рычаги управления государства должны способствовать развитию электронного бизнеса как средства роста финансовых показателей населения и формирования нового налогового законодательства.

Спам как проявление бессознательного

Думаю, что все, у кого есть электронная почта, сталкивались со спамом! Куда же без него? Более того, по статистике российские спамеры стоят на втором месте по «популярности» в мире. Есть о чем задуматься! О русском менталитете...

Лень, понимаете, дело такое: никуда ходить не надо, просто получаете то, что вам и так присылают. Иногда это бывает даже полезным. Тут вы можете возразить, дескать, нет! Я никогда не читаю спам, ничего по нему не покупаю и не звоню по указанным в нем телефонам. НО! Цифры – неумолимая вещь. Вду-



майтесь – если звезды (а может быть, и цифры) зажигаются, то это кому-нибудь нужно? И если спам рассылают, то это тоже кому-нибудь нужно. Иначе бы его не было.

Безусловно, спам окупается. Это бизнес, причем весьма распространенный, хотя и не такой простой, как кажется. Тут мало иметь базу адресов, еще необходимо иметь и голову, способную сформировать поведенческий фактор, собственную защиту от обнаружения и «качество» услуг!

Теперь попробуем проследить, какие темы чаще всего затрагивает спам. Это прежде всего известная нам «халява», например: *«Платья от 50 рублей»*, *«Английский за неделю»*, *«Как увеличить грудь за неделю»* или *«Увеличение полового члена»* и т.д. В последнее время часто встречается реклама электронных сигарет. Также это реклама юридических услуг – регистрация и ликвидация фирм, регистрация товарных знаков; услуг в сфере недвижимости – продажа, покупка, аренда домов (квартир, коттеджей, офисов, складов); реклама всевозможного отдыха – путевки, туры, пансионаты и т.д.

Проблема Рунета состоит в нежелании русского человека оставлять какие-либо достоверные данные о себе в Сети, даже в самых безобидных местах.

Это проблема для российского бизнеса в Сети. При такой открытости крайне сложно четко отслеживать действия. А почему же так? Кто-нибудь задумывался? Тут стоит копать в сторону опять-таки русского менталитета! Исторически борьба государства и отдельного человека находилась в состоянии необъявленной войны, и российский

пользователь Интернета подсознательно думает, что за ним кто-то может «следить». Тут, видимо, свою роль сыграли и сталинизм, и коммунизм – в общем, косвенную роль сыграла политика нашего государства. Вот такой он русский пользователь! В чем-то безликий, без имени и данных. И тем сложнее оценивать его действия.

Психология вирусного маркетинга в Интернете

Долгие века и тысячелетия человечество находилось в рамках определенных информационных барьеров. В свое время появились и телеграфы, и традиционная почта, и телефон. Благодаря развитию информационных технологий появилась возможность увидеть воочию и услышать своими ушами то, что происходит в других городах и странах; узнать, как ведут себя люди на другом конце земного шара; и поговорить почти с любым из них.

Таким образом происходит взаимопроникновение культур, что влияет на социальные процессы. Такие возможности информационного пространства породили новые, порой невиданные явления, в том числе вирусный маркетинг, можно сказать международный.

Вирусная реклама, или вирусный маркетинг – один из самых эффективных способов рекламы. Вирусный маркетинг использует свойство людей делиться с ближними забавной информацией и приколами. Методы вирусного маркетинга не новы и появились около ста лет назад. Их суть заключается в создании таких условий, при которых ваш товар или услуги активно рекомендовали бы сами клиенты. вы всегда сможете понять с первого взгляда, является ли какая-то идея основой

«чистого» вирусного маркетинга. Эта та идея, о которой вы сами добровольно расскажете друзьям или разместите в своем блоге.

Стратегия распространения такой информации – это условие, при котором товар, услуга или реклама так влияют на человека, что он «заражается» идеей распространения этого продукта и сам становится ее активным рекламоносителем. Из-за этого «заражения» метод и носит название вирусного.

Стоит ли такой метод распространения считать «примитивным», играющим на инстинктах человека? Какие инстинкты природы приводят к мгновенному распространению информации? Правильно, инстинкт самосохранения. Сигнал об опасности мгновенно распространяется среди животных.

А стоит ли считать юмор сигналом об опасности? Видимо, в каком-то смысле да! Человек, получивший информацию и посчитав таковую для себя забавной, отправляет ее друзьям. Притом визуальные «вирусы», по наблюдению, так и остаются визуальными и не переходят границы того формата, в котором они были получены, т.е. не читаются вслух или не переходят из варианта видео в текст. Форматы, содержащие аудиоряд – видеоролики, аудиоролики зачастую становятся частью «музыкальных» произведений других авторов, создающих песни с использованием частей понравившихся роликов.

Юмор же вирусных роликов может быть весьма специфичен. Взять, например, культивированный в последнее время ролик «Про кандибобер», где дама рассказывает, казалось бы, безобидную историю про те мужские имена, которые ей нравятся.

История кандибобера началась два столетия назад. Еще в «Толковом словаре русского

языка» Д.Н. Ушакова, работа над которым началась в 1928 г., были упомянуты первые варианты употребления значения этого слова: **КАНДИБО́БЕР, а, м.** Только в выражении: с кандибобером (простореч. шутл. фам.) – лихо, отлично, на славу. «Проплясал с шиком, с кандибобером».

Второй виток популярности этого древнего головного убора дала неизвестная «не женщина и не балерина» из Минска, которая с гордостью рассказала о кандибобере на своей голове.



После триумфального шествия ролика по просторам Интернета зачастую увлечение им на волне массовой популярности приводит к созданию коммерческих продуктов – например, по продаже кандибоберов kandibober.ru. Пока интерес не угас, вполне можно заняться их продажей ☺. Ведь Интернет – среда очень динамическая, где взлеты и падения зачастую также сиюминутны.

Отдельного рассмотрения требуют ролики из других стран. Из-за разницы менталитета и языка ролики на иностранном языке «неведомых» исполнителей зачастую достигают сенсационного успеха. Также в ход идет «машина времени», когда совсем старый ролик, набивший оскомину на родине, вдруг становится чудовищно популярным в другой стране.

Вопиющими примерами, пожалуй, являются Trololololo guy – Эдуарда Хилия и «Йожин з бажин» (чеш. Jožin z bažin – Йожин с болот) – песня, написанная Иваном Младеком и исполненная его группой Vanjo Band в 1978 г.



Песня «Я очень рад, ведь я наконец возвращаюсь домой» Эдуарда Хилия побила все рекорды популярности исполнителя в советские времена. В конце 2008 г. ролик с выступлением Эдуарда Хилия был выложен в Сеть, он представляет собой запись фрагмента передачи «По волне моей памяти» с Олегом Нестеровым на ретроканале «Время». Видео стало очень популярным, набрав более 5 млн просмотров и более 13 тыс. комментариев за несколько месяцев. А в 2010 г. вокализ Эдуарда Хилия стал интернет-сенсацией за рубежом (видео). Неповторимое звучание и стиль Хилия сделали песню трендовой, а самого Эдуарда Хилия прозвали «Мистер Трололо» (англ. *The Trololo Man*). Это случилось после того, как его песня и клип присутствовали в одном из эпизодов Рэя Вильяма Джонсона (Ray William Johnson).



В 2008 г. песня «Йожин з бажин» стала популярна в Польше и Венгрии и в течение нескольких месяцев держалась в топах местных радиостанций. Видеоклип «Йожин з бажин» стал интернет-мемом в России, Венгрии, Польше и Австрии из-за своего необычного звучания для аудитории, незнакомой с чешским языком. С января 2008 г. его просмотрели несколько миллионов пользователей Сети. В Интернете выложен ряд пародий и ремиксов клипа «Йожин з бажин», многие видео имеют более трех миллионов просмотров. Между тем в самой Чехии популярность Ивана Младака и группы Vanjo Vand не прекращалась – музыканты выпускают диски-антологии и выступают с концертами.

ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-ЯЗЫКА

Изменение русского языка в Сети

Если вы пользователь Интернета, то вы наверняка заметили, что язык Интернета отличается от общепринятой письменной и устной речи.



Интернет – это территория свободы, и, заходя в Сеть, подросток, изучающий правильный русский язык в школе, видит, что в Интернете нет никаких правил. Здесь можно писать и выражать мысли как угодно. От этого часто возникают смешные искажения слов, часто перерастающие в отдельный язык, который начинает лавинно-вирусно распространяться, как, например, понравившиеся ролики.

Путешествуя по просторам родного Рунета, мы все чаще сталкиваемся с выражениями, которые предлагают нам «купить билет в Бобруйск» или «выпить йаду». Причем часто многие не задумываются о смысле подобных выражений и используют их совсем не к месту. На самом же деле эти выражения относятся к «языку падонков», который распространился в Интернете в начале XXI века.

Слово «падонок» у большинства людей вызывает негативные эмоции и ассоциации, но с распространением Интернета среди русскоговорящих пользователей ситуация в корне изменилась. Нецензурные выражения и грубая, нелитературная речь пришли в Сеть и объединили людей в отдельную культуру, точнее в контркультуру, участники которой и называют себя падонками.

Основное и самое интересное направление деятельности падонков – это литература, или, как они любят говорить, «криатифф». Это текст, который обычно наполнен нецензурными и неграмотными выражениями, причем делается это специально, например: **«привет фсем», «я просто афигел»...**

Никакой цензуры, никаких прав в контркультуре нет, она стала очень популярной, особенно среди молодежи, жаждущей самовыражения. Главным пристанищем падонков остаются их ве-

дущие интернет-сайты, такие как *www.udaff.com*, *www.fuck.ru*, *www.padonki.org*.

Устойчивые выражения «языка падонков» подхватили многие, даже не имеющие отношения к этому движению, пользователи Интернета. Подобные выражения теперь можно прочесть и на страницах уважаемых газет.

Но, например, мало кто знает, что город Бобруйск, существует на самом деле и живут там вполне нормальные люди. Уже сейчас в Интернете можно встретить немало вопросов от пользователей, удивившихся факту реального существования этого «мифического» города.

Возможно, в недалеком будущем падонкам придется придумывать себе новый язык, так как не за горами те времена, когда в Рунете на их «криатифном» языке заговорят ВСЕ.

Вот некоторые выдержки из «языка падонков».

АФФТАР – автор текста.

АФФТАР ВЫПЕЙ ЙАДУ – выражение неудовольствия текстом.

АФФТАР ЖЖОТ НИПАДЕЦКИ – выражение восхищения текстом.

АХТУНГ – призыв к другим комментаторам обратить внимание, что в тексте или в комментариях к нему имеется намек на гомосексуализм.

АХ...ЕТЬ ДАЙТЕ ДВЕ – текст произвел неизгладимое впечатление.

АЦЦКИЙ СОТОНА – выражение восхищения.

БАЯН – уже упоминавшаяся, несвежая шутка или сообщение.

БЕСПЕСТЫ – «безусловно», «точно», «естественно».

В БОБРУЙСК, ЖЫВОТНОЕ – восклицание, призванное донести до того, кому оно адресовано, всю его нравственную, моральную и интеллектуальную несостоятельность.

ГОТИЧНО – хорошо, необычно.

ЖЖОШЬ СЦУКО – восхищение текстом.

ЗАЧОТ НАХ – текст комментатора засчитан как удачный.

КАММЕНТ – комментарий.

КРИАТИФФ – текст, который комментируется.

ПЕШЫ ИСЧО – совет автору писать и другие тексты, так как этот текст понравился комментаторам.

УЧИ АЛБАНСКИЙ – намек на то, что писать по-русски или понимать русскую речь автор текста так и не научился.

ФТЕМУ – искаженное «в тему».

ФТЫКАТЬ – читать «криатифф».

ФТОПКУ – искаженное «в топку».

Мну (по материалам сайта <http://lurkmore.ru/мну>). *Мну – первое лицо единственного числа настоящего времени от глагола «мять». В Интернете некоторые представители вида обычных россиян, фурфаги, некоторые водяные микроорганизмы и в особенности представители семейства кошачьих (просим планктон и кошек не обижаться на сравнение) используют «мну» в качестве местоимений «я», «меня» и «мне», тем самым вызывая лютую ненависть со стороны грамотеевъ-опричниковъ.*

Плз не пиши мне «мну»... мя это слово бесит.

xxx: Мну сегодня девушко бросил :(

ууу: О.о ... так кто кого бросил?

Олечка: а мне тут такой подарок подарили)

*Олечка: *мну*

х: ты мну ждешь?

у: угу, мну в ожидании

х: пошляк!

Капитан Очевидность считает «мну» результатом наивного словотворчества,

свойственного лицам, плохо знающим правила русского языка – детям и иностранцам. Суть в следующем: в некоторых падежах местоимение «я» склоняется одним образом, в других — другим, а в третьих – третьим, являясь, таким образом, словом-исключением.

Отсутствие границ и государств в Интернете

Долгие века и тысячелетия человечество пребывало с определенными информационными барьерами. Да, традиционная почта, да, возникновение телефона, но только благодаря развитию информационных технологий появилась возможность увидеть воочию, услышать своими ушами, что происходит в других странах и городах, как ведут себя люди на другом конце земного шара, и поговорить почти с любым из них. Также произошло «взаимопроникновение культур», что повлияло на социальные процессы. Такие возможности информационного пространства породили новые, порой невиданные явления, в том числе вирусный маркетинг, можно сказать международный.

Юмор как сигнал об опасности

Звуки, издаваемые животными, – это сигналы, выражающие их состояние, желания, чувства ярости, тревоги и любви. Язык человека выражается через его разговорную речь и определяется богатством словарного запаса – у одних людей он богатый и яркий, у других – простой и примитивный, бедный по содержанию.

Язык человека в Интернете – это тоже зачастую «сигналы»: привлечения внимания или, знаете, как детская шалость «сделаю-ка я и посмотрю, что будет».

Сценарий, как сделать вирусный ролик, одновременно невероятно прост и сложен. Самые распространенные вирусные ролики в Интернете это, безусловно, так называемые приколы – они могут быть аудио или визуальные, или в виде анимации и видео, но это именно приколы.

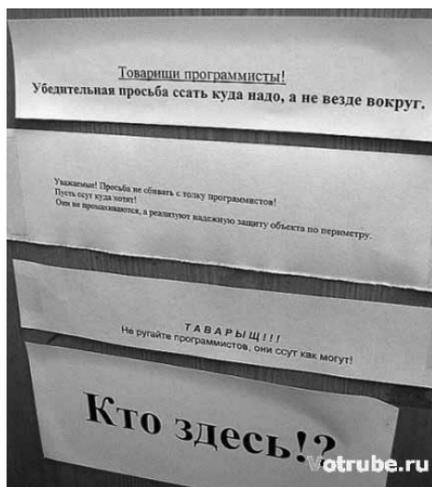
ПОШЛИ ДРУГУ НАЗВАНИЕ КНИГИ «ИНТЕРНЕТ-ПСИХОЛОГИЯ» Андрея Баранова. И мы будем вместе участвовать в вирусном маркетинге! Выигравшему – материальный приз и книга с автографом автора. Прочитали? Теперь дайте прочитать другому!

Звуковая сигнализация существует у всех видов животных: куры издают 13 разных звуков, лягушки – 6, петухи – 15, синицы – 90, грачи – 120, свиньи – 23, вороны – до 300, дельфины – 32, лисицы – 36, обезьяны – более 40, лошади – около 100 звуков. Эти звуки передают общее эмоционально-психическое состояние животных – поиск корма, тревогу, агрессивность, радость общения.

Разные виды животных имеют свой язык, который является средством коммуникации, общения. Благодаря ему передаются подробные сведения обо всем, что с ними происходит.

Вирусный язык человека в Интернете основан на юморе. Это, конечно же, отличает его от животного в первую очередь! Есть человек разумный, а есть «человек вирусный» или человек, который смеется.





Автор, честно говоря, во время размещения данных фотографий сам ухачатывался и рад бы, разместив их на странице книги, послать ссылку знакомому и поучаствовать в вирусном марке-

тинг. Но в книжном мире он невозможен. Разве что вы кому-то перекинете ссылку на эту книгу, и он ее купит ☺.

ИНТЕРНЕТ-ЦЕННОСТИ

Что же является настоящими интернет-ценностями? Что же ценят люди в онлайн-сфере? В первую очередь поговорим о том, что благодаря Интернету перестало быть ценным.

Что мы утратили благодаря Интернету

Хорошие манеры. Это прежде всего хорошие манеры и мода на них. Мода на вежливый спор и дебаты в Интернете полностью отсутствует. Формат общения форумов, чатов и социальных сетей зачастую состоит из оскорблений и унижения оппонентов, также часто используется ненормативная лексика.

В Интернете мы не видим самого человека, не знаем, какого он статуса и сколько ему лет. Это одна из причин, почему старшее поколение избегает Интернета, порой принимая его за «общество детей». Что ж, в чем-то они правы...

Все внешние атрибуты статуса, как то: одежда, бриллианты, автомобили, прически и аксессуары от D&G – в Интернете отсутствуют. Единственное, что можно сделать, – разместить фотографии, повествующие об этих «регалиях», что порой вызывает негатив у тех, кто не имеет всего этого, но имеет возможность посмотреть у вас всю эту информацию, так как интернет-общество открыто и не разделено на подсообщества или «закрытые тусовки». В Интернете все социальные слои смешаны.

Музыкальные альбомы. Кто еще помнит о кассетах, CD-дисках, которые в совсем недавнем прошлом будоражили умы меломанов? Совсем недавно обмен музыкой являлся отдельным ритуалом. Может случиться так, что ни о том, ни о другом будущие поколения уже не узнают.

Согласно данным статистики, продажи полноценных музыкальных альбомов за последние десять лет сократились на 55% до 400 миллионов копий в 2009 г. Примерно за тот же период меломанами было куплено 1,2 млрд одиночных музыкальных композиций. Также затруднились продажи музыки для самих исполнителей. Зачастую на одном CD-альбоме располагается всего один шлягер, остальные песни просто для объема. За счет спроса на этот шлягер идут продажи и самого альбома, и вся реклама нацелена именно на раскрутку этой песни.

Но что происходит при продаже единичных композиций? Теряется смысл продажи целого альбома или же авторов песен подвигают на написание полного альбома шлягеров, что крайне проблематично. Продажи в денежном эквиваленте сокращаются: цена одной песни это не цена одного альбома. Но! Тут важно количество и доступность покупки песен в отличие от заказа или продажи CD в музыкальных магазинах.

Но о чем я говорю? Опять мы с вами подходим к вопросам монетизации. Чем может заплатить наш российский пользователь? Об этом мы уже с вами говорили. Также системы продажи песен в нашей стране крайне не развиты. Взять, например, Apple iTunes – а почему? Опять-таки из-за отсутствия монетизации.

Ведь любую музыку у нас в стране можно слушать БЕСПЛАТНО в сети ВКонтакте, это знает даже ребенок.

Видеофильмы. Да, продажа DVD, как и продажа качественных CD дисков с музыкой для настоящих поклонников кино и музыки, безусловно, присутствует. Но опять-таки каждый ребенок знает, что кино можно смотреть в том же ВКонтакте или качать на других сайтах, в изобилии пребывающих в Интернете. Специфическое видео и музыке более проблематично найти в Сети.

Также носители информации занимают много места в квартире, и складирование CD-дисков как ритуал или собирательство приводит к покупке дополнительной мебели, а зачастую это все просто собирает пыль. Гораздо лучше все это записать на совсем небольшой винчестер (жесткий диск) и с удовольствием проводить долгие зимние вечера за просмотром любимого кинофильма, который будет показываться прямо с электронного носителя.

Экспертное мнение. В былые времена человек мог назвать себя экспертом лишь в том случае, если он в чем-то очень хорошо разбирался или же имел соответствующие регалии, сертификаты или разрешения. В современном мире (если быть точным – в Интернете), для того чтобы стать экспертом, нужен блог, а также наглость и уверенность в себе.

Кстати, согласно недавно проведенному изданием PR Week исследованию, 52% блогеров предпочитают называть себя журналистами. А зачастую ими и являются по сути, собирая и распространяя тот материал, который действительно читают пользователи, а не тот контент, который пишется по заказу издательства и проходит цензуру.

Назвать себя экспертом может каждый, а вот удержать аудиторию никакими сертификатами в Интернете вам не удастся. Если людям не будет интересен ваш контент, заставить их его постоянно читать не представляется возможным.

Хорошо ли это? В чем-то это элемент естественного отбора при отсутствии влияния пресловутых связей и регалий. Плохо ли это? Внимая любому безызвестному «эксперту», вы рискуете получить заведомо ложную информацию.

Как же в нашей стране распространяется та или иная информация? Метод «одна бабушка (знакомая, подруга и т.д.) сказала» до сих пор является одним из лучших средств рекламы – это так называемая реклама по рекомендации.

Случалось ли вам покупать автомобиль, собираться в турпоездку, да и вообще что-либо покупать? Думаю, да. И думаю, что довольно часто необходимую информацию вы ищете в Интернете на различных форумах, читая отзывы других пользователей. Эти отзывы порой играют большую роль, влияя на наш выбор.

Тут опять-таки работает рейтинг недоверия в нашей стране – даже случайным прохожим в Интернете доверяют больше, чем заказным статьям. Естественный отбор? А задумывались ли вы, что эти пресловутые отзывы добавляют сами же продавцы? Или же делают это на заказ ☺. Это часть партизанского маркетинга – работа с отзывами и упоминания бренда в интернет-каналах и СМИ. Плохо ли это? Таков естественный отбор при нынешних условиях, и изменить его возможно, создав какие-либо дополнительные условия.

Правописание. Сегодня в Интернете популярным блогером может стать каждый, независимо от уровня владения родным языком, его правилами, стилями речи и грамматикой. Грамматические и орфографические ошибки в «постах», заметках и статьях уже не вызывают раздражения и не становятся причиной дискуссий. Тогда как раньше, лет десять назад, это было одно из первых правил «флуда», т.е. развитие дискус-

сии ради самой дискуссии – «КТО ТАК ПИШЕТ? ВЫ НЕ ГРАМОТНЫ!».

Конечно, и сейчас встречаются такие пользователи, которые с бурным возмущением обсуждают извращенный русский язык в Сети, но их уже гораздо меньше. Опять-таки естественный отбор: если «ошибка» встречается слишком часто, то она уже переходит в правило ☺.

Знаменитости. Давным-давно знаменитостями становились более-менее привлекательные и талантливые люди. Сегодня благодаря социальным онлайн-сервисам «звездой» может стать любой (при желании, конечно). Вспомним хотя бы героев популярных видеороликов на Youtube, вирусных роликов, герои которых и не собирались становиться знаменитыми. Да и есть ли именно «интернет-знаменитости», известные всем пользователям?

При отсутствии «одного канала вещания», как это происходит в мире телевидения, реклама одной личности в широких массах крайне затруднена. Интернет-аудитория сильно сегментирована и массовым каналом здесь являются лишь вирусные ролики, просчитать популярность которых изначально зачастую проблематично или можно это сделать, но с большой погрешностью. Тем не менее вложения в такие ролики окупаются, в случае успеха результат перекрывает неудачные попытки. В этом сила Интернета!

В Интернете удачный результат превосходит ожидания, и многочисленные неудачи с лихвой перекрываются одним удачным проектом.

Бумажные книги. В каком виде, уважаемый читатель, вы читаете эту книгу? В бумажном? Электронном? Об этом знаете только вы ☺. Но факт остается фактом: интерес к традиционному бумажному носителю из года в год падает – читатели все больше предпочитают бумаге экран монитора, наладонника или модного сейчас Apple iPad.

Революция Apple iPad опять-таки обходит нашу страну стороной из-за отсутствия монетизации. Apple iPad предназначен для электронного контента, для развития нового формата электронных книг и изданий – интерактивного с элементами видео и анимацией. Особого внимания требует продажа онлайн-СМИ посредством iPad. Подписка на новостные издания стала новой формой продажи в США в считанные месяцы, и многие издания теперь выпускают две версии контента для интерактивного использования и в традиционном бумажном исполнении.

Итак, мы утратили множество ценностей благодаря Интернету. Возникает вопрос: а что-нибудь он дал нам взамен?

В эпоху живого общения ценности людей, связанных с компьютерами, были заключены в основном в «компьютерном железе». Такие ценности сродни, например, автомобилю, бытовой технике, домашнему кинотеатру и акустическим центрам. Их скорее можно рассматривать как «ценности реального мира вещей», но никак не виртуального. То, что можно «пощупать», оценить и показать друзьям, никак не является интернет-ценностью!

Что же произошло в «эпоху большой нелюбви»? (А. Макаревич) Я заметил, что ставлю порой слишком много кавычек, буду бороться с этим на протяжении остальной книги – обещаю ☺. Это, видимо, результат длительного онлайн-общения.

Рождение, смерть и реинкарнация в Интернете

Человек и компьютер. Компьютер с бóльшей вероятностью является собственностью того человека, который зашел с него в Интернет. А Интернет – он общий, он не является ничьей собственностью. И пользователь, попадая в Интернет, изначально ПРОСТО ничего не имеет, он как будто бы заново рождается в нем (смелое сравнение, конечно).

Как «умереть» в Интернете? Вопрос забавный. Думаю, многие из нас проделывали такой фокус. Для этого надо стереть «себя»! Стереть, например, свою анкету на знакомствах, ВКонтакте или другой социальной сети, удалить почту или номер ICQ и т.д. ☺

Но можно заново родиться, заведя новую анкету, почту и т.д. По идее, смерть в Интернете можно назвать самоубийством, а взлом вашей анкеты где-либо в Сети можно назвать убийством.

Но несмотря ни на что, процесс перерождения в Интернете весьма легок, поэтому, может, иногда и стоит «переродиться», кто знает! Говорят, это полезно. По опыту, в Интернете практически невозможно «умереть» окончательно и бесповоротно. Все равно вы пройдете через процесс перерождения.

Виртуальное кладбище: информация продолжает жить

Тема похорон в Интернете и создания виртуального кладбища пришла мне в голову еще лет десять и даже более назад. С удивлением для себя лет пять-шесть назад обнаружил такое кладбище в Интернете в США. Некий сайт предоставляет

услуги по созданию отдельной страницы людей, покинувших этот мир, также родственники усопших могут разместить и смонтировать видеоролики и фотоальбомы, в том числе аудио- и текстовые материалы.

Совсем недавно в Гонконге было открыто виртуальное кладбище. Теперь любой пользователь Интернета может помянуть усопших на созданном специально для этого сайте memorial.gov.hk.

Возможно, некоторым из нас открытие подобного сайта покажется нелепым. Однако для перенаселенного Гонконга проблема захоронения усопших является одной из наиболее острых. Многие жители города вынуждены арендовать участки на кладбище на несколько лет вперед, а затем кремировать останки или же перехоронить их на других участках. Поэтому создание виртуального кладбища – один из путей выхода из трудной сложившейся ситуации.

Не стоит также забывать, что для китайцев в соединении древних верований и современных технологий нет ничего странного. По традиции им необходимо поминать усопших несколько раз в год. Но, к сожалению, не все родственники могут себе позволить приезжать на могилы предков: многие живут не только за пределами Гонконга, но и за пределами страны.

Теперь же благодаря Интернету любой желающий может бесплатно создать на подобном сайте страницу, посвященную покойному. Данная страница станет виртуальной могилой. На ней можно разместить информацию о покойном (не только текст, но и фото и видео), принять от посетителей слова соболезнования и виртуальные подарки (цветы, изображения свечей или бумажных денег, традиционные китайские блюда).

Виртуальное кладбище выглядит как покрытое зеленой травой поле, усеянное большими одуванчиками, раскачивающимися на фоне чистого голубого неба.

Чтобы исключить на сайте создание могил выдуманных людей, разработана процедура регистрации: необходимо подтвердить, что покойный проживал и был похоронен в Гонконге. Гонконгские власти утверждают, что интернет-кладбище сможет вместить в себя могилы 100 тыс. человек, а на каждого усопшего будет выделено по десять мегабайт. Безусловно, этот объем довольно скромный. Поэтому не исключено, что родственникам необходимо будет регулярно обновлять страницы покойных, удаляя старые файлы, чтобы соблюсти лимиты сервера.

По некоторым источникам, на создание виртуального кладбища было потрачено около 130 тыс. долларов США. И еще около 800 тыс. гонконгских долларов необходимо ежегодно для поддержания работоспособности сайта.

Find A Grave. Поиск могил

В Интернете открылся сайт Find A Grave («Найди могилу»), дающий пользователям возможность узнать, где похоронен тот или иной известный человек (писатель, художник, актер), а также прочитать его некролог. Проще говоря, в Интернете появилась база данных захоронений по всему миру. Хотя на текущий момент на сайте представлена информация по 41 млн человек (что не так много в мировом масштабе), данные постоянно пополняются.

Не следует думать, что сайт «Найди могилу» посвящен захоронениям только известных

людей. Это всего лишь один из разделов ресурса, хотя и довольно содержательный (например, здесь есть список могил более чем 500 российских звезд). База сайта помогает пользователям находить данные о захоронениях своих родственников или знакомых.

Каждый раздел имеет собственную навигацию. В наиболее популярном разделе – поиск могил известных людей – пользователи могут сортировать информацию по месту нахождения захоронений, фактору известности покойных, дате захоронения и некролога. К сожалению, для пользователей из России, ресурс поддерживает только английский язык, поэтому даже некрологи в его базе данных написаны по-английски.

Дизайн сайта максимально упрощен. Это сделано для увеличения производительности работы ресурса. По сути говоря, 90% всего дизайна – это текст. Однако этот текст уникален, что делает его особо ценным в глазах посетителей.

Сайт содержит не только информацию о покойных людях, но и о кладбищах. С помощью карт Google вы сможете посмотреть фотографии кладбища, увидеть его расположение и получить его GPS-координаты для загрузки их в навигатор.

Для внесения или обновления данных необходима регистрация на сайте. Все остальные действия на ресурсе – в частности, просмотр любой информации на нем – не имеют никаких ограничений для пользователей.

На сайте существует довольно оживленный форум, где можно запросить данные о каком-либо покойном человеке и найти множество полезных ссылок, посвященных местам захоронения людей.

Согласитесь, что подобный сайт достаточно полезен и интересен. Однако несколько портит впечатление о нем один факт: рекламный баннер

предлагает посетителям бесплатные наклейки с надписью «Найди могилу». Довольно-таки странное зрелище, особенно если прикрепить стикер на стекло или бампер автомобиля.

Психология смерти претерпела информационные изменения. После смерти человек может оставить свой след в информационном пространстве.

У меня был такой случай в жизни: одна моя знакомая ушла из жизни после долгой болезни, но я с «удивлением» обнаружил, что ее страница в Одноклассниках «жива», и ей даже можно что-то написать.

Получается, что даже после смерти вы можете общаться с неким «информационным фантомом» в Интернете, не зная о смерти его владельца какое-то время. Или, например, автоответчик в почте «я обязательно отвечу вам на письмо» – вы можете получать такое сообщение сколько угодно времени, не зная, что того, кому вы пишете в Интернете, больше нет в живых!

Смерть в настоящем, реальном мире и смерть в виртуальном пространстве – это не одно и то же, и их нельзя отождествлять.

Настоящие интернет-ценности

Что же приобретает пользователь, находясь в интернет-пространстве? Безусловно, **виртуальные ценности!** А что к ним можно отнести? Что же является гордостью человека нового времени – «**интернет-человека**»? Давайте попробуем разобраться. Это:

- доступ к различным форумам и закрытым его частям;
- репутация на определенных форумах – выражается в цифрах, оценках других пользователей;
- индивидуальная карта закладок (ссылки на определенные ресурсы; раньше ею даже делились друг с другом);
- игровое пространство, в котором есть герой с достаточным количеством «прибабахов»;
- ширина канала Интернета;
- раскрученное сообщество в социальных сетях;
- посещаемая страница в социальных сетях или наполнение этой страницы;
- большое количество «виртуальных друзей»;
- в редких случаях, например, оригинальные адреса электронной почты или их количество;
- «крутой» номер ICQ или страницы ВКонтакте (сродни номерам на автомобилях);
- у девочек студийные фотоальбомы – это также является ценностью;
- у мальчиков ценностью могут быть выложенные альбомы музыки и списки видеофильмов;
- ну и, безусловно, персональный сайт является неоспоримой ценностью, особенно если он популярен;
- также аудитория блогеров в последнее время создала отдельные сообщества, и понятие «персональный блог», пожалуй, стоит вынести из понятия персональный сайт.

Блог (англ. *blog*, от *web log* – интернет-журнал событий, интернет-дневник) – веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху). Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором (в комментариях к блогзаписи или своих блогах).

Людей, ведущих блог, называют блогерами (также распространено альтернативное написание блоггер). Совокупность всех блогов Сети принято называть блогосферой.

Для блогов характерна возможность публикации отзывов (комментариев, «комментов») посетителями. Она делает блоги средой сетевого общения, имеющей ряд преимуществ перед электронной почтой, группами новостей, веб-форумами и чатами (материал из Википедии – свободной энциклопедии).

Ценности реального мира плавно перекечевали в Интернет, создав новые отражения и новые возможности для реализации и развития человека. В большинстве своем «вещизм», обладание какими-либо вещами в интернет-пространстве обрело новое качество. Я бы назвал это виртуальными вещами, их нельзя потрогать, но можно показать другим. Часто нематериальные ценности отражают психологию человека офлайн, где чувство собственной значимости подкрепляется какими-либо предметами.

В мире Интернета такие же «вещи» (эх, не получается пока бороться с кавычками, очень сложно описывать виртуальные понятия, что поделать) приобрели статус виртуальных вещей, способствующих также повышению собственной значимости человека, но уже в онлайн-обществе.

Если в офлайн-мире получить реакцию людей на ту или иную приобретенную вещь зачастую сложно (уж очень много кому придется ее показывать для этого), то в онлайн-мире, в мире Интернета, получить реакцию гораздо проще (но и ценности здесь порой достигаются с гораздо большей простотой).

Вы получили лестный коммент, если ваш старый знакомый (знакомая) решили оставить свой след на виртуальном пространстве вашей «собственности»? – сделать комментарий к фотографии ☺. Ваш блог или сайт пользуется популярностью, и посещаемость растет. Вот вам прибавление к чувству собственной важности.

А если вы получили нелестный коммент? Если ваш старый знакомый (знакомая) решили оставить свой след на виртуальном пространстве вашей «собственности»? То это, конечно, уменьшает ваше чувство собственной важности! И вы пытаетесь его восполнить, вступая в спор с обидчиком либо удаляя эти комментарии. Ведь всем хочется слышать о себе только лестные отзывы ☺. В этом плане женская аудитория, пожалуй, превзошла мужскую в разы.

О комплиментах в Интернете

Видимо, из-за того, что в области семейных ценностей и отношений у мужчин и женщин за последние столетия произошли существенные пере-

мены или же воспитание мужчин и женщин как-то уж больно сильно изменилось, но факт остается фактом: мужчины перестали делать комплименты или делают это в разы меньше, чем в старые времена. Женщины взяли «огонь на себя», и женская солидарность буквально плещет лестными отзывами о друг друге:

- милашка;
- просто красавица;
- секс-бомба;
- обаяшка / очаровашка;
- красотка;
- вот это да!
- тебе очень идет;
- фигурка – просто загляденье;
- 5+.

Дорогие мужчины! Не то чтобы я выступаю с призывом. Но интернет-пространство является двуполом. Это не женский «междусобойчик», содержание которого вам неизвестно. В Интернете все как на ладони, и хотя бы просто взяв на вооружение то, что женщины, сами того не зная, рассказывают нам, мужчинам, обо всем, можно сильно им помочь (может, не без пользы для себя, любимого, конечно. Зачем просто так делать комплименты?).

Но по статистике женщины гораздо чаще делают сами себе комплименты в Интернете, нежели это им делают мужчины. Порой они заводят страницы именно из-за того, чтобы получить подтверждение своей красоте и значимости.

ПСИХОЛОГИЯ ЧТЕНИЯ С ЭКРАНА

Ни для кого не секрет, что чтение с экрана имеет совершенно другое значение для человека, нежели чтение с привычного бумажного носителя. Почему? А все потому, что так устроен человеческий глаз. Он воспринимает отраженный свет, а если человек смотрит на «моргающую лампочку», которой, как бы ни старались производители компьютерной техники, все равно является экран компьютера, это рано или поздно приведет к утомлению глаз и, соответственно, к раздражению человека.

Существуют целые институты, изучающие эту проблему. Врачи и ученые бьются не один год: кто-то предлагает специальные очки, кто-то покрытия для мониторов, но пока «экологического монитора массового производства» не создали (на момент написания этой книги – 2011 г.).

Как же влияет на интернет-общество сей, можно сказать, медицинский факт?

Для книг существуют гигиенические стандарты, определяющие особенности шрифта, расстояние между строками, белизну бумаги. Наличие этих стандартов необходимо, потому что длительное чтение может испортить зрение. Часто по тем же правилам оформляют электронные книги, не учитывая, что нагрузки для глаз при чтении с экрана и с листа различны.

При чтении с экрана нам необходима более высокая концентрация внимания. Это объясняется тем, что разрешение на мониторе ниже, чем у текста на бумаге, поэтому буквы на экране кажутся нам неровными. К тому же строчки на экране дрожат, что создает дискомфорт для глаз. Все это делает чтение с экрана довольно утомительным процессом. Поэтому для электронного текста сегодня разрабатываются новые гигиениче-

ские стандарты, отличающиеся от стандартов для бумажных книг.

Требования к отображению текста на экране основываются на эстетических соображениях, особенностях зрительного анализатора человека и на свойствах дисплея компьютера.

Обобщив данные многочисленных медицинских исследований, можно сделать вывод, что для комфортного восприятия пользователем текста в электронных изданиях необходимо учесть следующие характеристики:

- ширина основных текстовых сегментов должна быть не более 20 см;
- текстовые элементы должны быть разрежены межстрочными интервалами и выровнены по левому краю;
- шрифт целесообразно выбирать с удобочитаемой гарнитурой, без засечек и с масштабируемым размером;
- различные начертания, выделение цветом и динамическое отображение текста – прекрасный метод для привлечения внимания к отдельным словам и фразам;
- для комфортного восприятия пользователем информации в электронных изданиях следует использовать короткие четкие предложения и сжатые параграфы.

Выполнение приведенных рекомендаций позволит сделать текст более комфортным для чтения с экрана монитора, улучшит его привлекательность и ясность, а также повысит производительность работы пользователя с текстом.

Как располагается информация в газете? Правильно – блоками. Заголовок – текст – изображение. Ничего другого, казалось бы, в онлайн-мире

не придумали. Но в чем разница в психологии восприятия информации с экрана компьютера и в чтении газеты?

1. Чтение газеты – это своего рода ритуал, которому отдельно посвящали время. Исторически сложилось, что чтение газет производится с утра за чашкой кофе. Что может быть лучше, чем узнать свежие новости с утра! Чтение газеты также сопровождается «тактильностью»: в ход идет и запах типографской краски, и качество бумаги. Все это создает цельный образ при прочтении текста. Мало того, чтение газет в чем-то престижно и создает определенный шарм и колорит читающему в лице окружающих.



2. Чтение того же самого контента в Интернете обусловлено совсем другими желаниями. Пользователь Интернета редко имеет дополнительное время для чтения. Обычно это «серфинг», перемещение по ссылкам в контенте, зачастую весьма беспорядочное. Зайдя на какую-то определенную страницу в начале такого действия, мы никогда не знаем, где все это закончится. Между тем, читая газету, мы все свое внимание уделяем ей. А при чтении любого интернет-контента наше внимание постоянно захватывается всевозможными отвлекающими моментами.



Для привлечения внимания пользователя, имеющего практически неограниченный выбор передвижения в Сети, обычно используются скандалы (или мнимые скандалы) с участием звезд шоу-бизнеса, кино и политики. Это самый распространенный и проверенный способ. Также в ход идут различные «скандальные изображения».



Чем интересны такие скандальные новости изо дня в день и из года в год? Интерес к ним как новостям падает, и пользователь зачастую передвигается, руководствуясь только лишь инстинктом, получая взамен все больше и больше скандальной информации.

ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-СЕРФИНГА

Что такое интернет-серфинг? Зачастую это просто отдых! Способ занять себя. Притом я бы выделил **конкретный серфинг** – серфинг, нацеленный

на поиск какой-либо информации, и **беспорядочный серфинг** – беспорядочное хождение по ссылкам, не приносящее ровным счетом ничего.

В Интернете очень легко можно потратить время совершенно бесполезным образом, с якобы осмысленной целью и намерением якобы получить что-то полезное. Оглянувшись на потраченное время, мы порой сами принимаем тот факт, что потратили его совершенно зря и не узнали ничего нового. К этому же феномену можно отнести и общение в социальных сетях. Тратя часы, проводя дни и годы в процессе виртуального общения, мы якобы получаем «полезную» информацию и что-то делаем. Но насколько эта информация полезна, можно понять, оглянувшись назад и здраво оценив те действия, которые мы совершили. Процесс необычайно заразителен, так как информации безграничное количество и можно, собственно, всю жизнь провести в Сети.

Серфинг на работе

Уже не секрет для работодателей, что работники проводят за серфингом в Сети очень много времени и, сами того не ведая, понижают свою работоспособность. Чтение спортивных новостей и анекдотов, просмотр всевозможных приколов отнимает массу рабочего времени, и если это время не контролировать, это приводит к падению производительности компании.

Последнее исследование компании Vault показало, что интернет-серфинг в личных целях стал абсолютно нормальным явлением для американских служащих. Этим занимаются 87% всех служащих, кто имеет доступ к Интернету, т.е. подавляющее большинство опрошенных. То, что

когда-то считалось способом увильнуть от работы, теперь стало нормальной повседневной привычкой. Больше половины служащих (53%) ежедневно посещают с рабочего места сайты, никак не связанные с их профессией.

Различные исследования показали, что сейчас личный серфинг вполне нормально воспринимается руководством, если он не мешает работе. Но ведь на самом деле серфинг не только не мешает, но даже помогает работе – 65% респондентов сказали, что такой перерыв нужен как воздух, он помогает восстановить силы и повысить эффективность труда! Но все ли могут держать такой баланс отдых/работа самостоятельно?

Это уже принципиально новый подход. Кто-то много работает над ответственным проектом, сильно устает и боится не успеть в срок. Такого работника нельзя торопить. Пускай лучше почитает анекдоты, проверит почту, поиграет в какую-нибудь смешную флеш-игрушку – и через 15 минут это уже другой человек, полный сил и энергии. Чудесное преобразование, не вставая с рабочего места.

Стоит ли отпускать ситуацию на произвол судьбы и доверять сотрудникам распределять свое время самостоятельно? И да и нет – все зависит от распределения и контроля самой работы на местах и контроля сотрудников как таковых.



Рабочее время сотрудников

Стоит установить систему ограничения посещения сайтов, направленность которых не имеет ничего общего с рабочим процессом. В таких системах обычно применимо выборочное ограничение

посещения сайтов. Отслеживая действия пользователей с персональных компьютеров, самые популярные сайты просто отсекают и при обнаружении новых подобных сайтов их опять-таки вносят в «черный список».

Как поступать в случае, если работники проявили смекалку и начали ходить через свободные прокси-сервера? Для этого необходимо создание сложной внутренней сети предприятия с разграничением доступа с каждого компьютера. Поверьте, вложения в такие технические новшества оправдают себя очень быстро. Экономия рабочего времени приведет к ощутимой прибыли и создаст рабочую атмосферу.

Второй, более сложный путь – это создание такого рабочего настроения в коллективе, когда сотрудник заинтересован в результатах своего труда. Тогда соблазн потратить время просто так впустую снижается. Но такой способ применим далеко не в каждой области. Многие специальности сложно оценить по вкладу каждого сотрудника, и деятельность каждого отдельного работника контролируется не на 100% его непосредственным руководством. Но такой способ имеет право на жизнь.

Также возможно сочетание этих двух способов в разных вариантах. Безусловно, каждое предприятие и компания индивидуальны и обладают собственным колоритом, но при падении прибыли всегда стоит обратить внимание на трату рабочего времени сотрудников – вдруг вы узнаете о них что-то новое?

О чем с точки зрения психологии человека говорит факт траты времени сотрудником на серфинг в Интернете на рабочем месте? В первую очередь о его доступности. Мало кто будет ограничивать себя, имея соблазн, притом этот соблазн стоит тут же, на рабочем месте.

Целью любого человека являются здоровье, активная жизнедеятельность, достижение успехов в своей деятельности. Без этих условий он теряет интерес к действиям. Если наша работа длительное время не приносит результатов и если нам не удастся ничего достигнуть, то это действует очень угнетающе на наше нравственное и психическое состояние.

Интернет-серфинг может нести как раз такую функцию – стимулировать стремление к достижению какой-либо цели, пусть даже путем совершения беспорядочных действий, кажущихся пользователю осмысленными. Но не достигнув какого-либо результата, человек подсознательно понимает, что впустую потерял время. Природа деятельности такова, что положительный эффект не дается нам без труда, без концентрации и без напряжения всех своих усилий на пути достижения к цели.

Интернет-серфинг в какой-то степени является как раз той деятельностью, в которой индивид без труда может отслеживать якобы достижение неких результатов, но вместе с тем подсознательно понимая ложность этих результатов. Поэтому можно предположить, что данный вид деятельности может послужить на руку депрессиям и потере интереса к жизни. Борьба с этим фактом возможно лишь путем «организации» внутреннего противостояния и формирования внутренней цели. Тогда серфинг будет иметь «начало» и «конец» и перейдет из состояния беспорядочного в упорядоченный.

Далеко не каждому это легко дается. Результаты статистики в этом вопросе не утешают.

ИНТЕРНЕТ-МЕЩАНСТВО (БАРАНОВ А.Е. ©)



Всем знаком термин «мещанство». Понятие мещанства имеет весьма размытые границы, однако в современном обществе оно обладает вполне узнаваемым психологическим портретом. Так, в «Социокультурном словаре» А. Ахиезера «мещанство» трактуется следующим образом:

«Особый массовый социальный слой с весьма неопределенными границами, возникший в городе в результате урбанизации, в культурном отношении воплощающий определенные этапы адаптации традиционализма к городской культуре. Мещанство в процессе урбанизации (точнее – псевдоурбанизации, так как она переносила в город традиционные ценности деревни) стало основным почвенным слоем в обществе.»

Мещанство характеризуется увеличением темпов развития умеренного утилитаризма, его ограниченным перерастанием в развитый, отличается ярко выраженным разрывом между ростом потребностей в потреблении и недостаточным ростом потребностей в творческом производстве, высоким уровнем потребностей «достать» по сравнению с потребностью заработать, произвести, тенденцией к уравнительности, парадоксальным образом сочетающейся с утилитаризмом.

Мещанство характеризуется постоянной попыткой установить систему личностных отношений, создающих некоторый комфортный мир, бастионы локализма, центры циркуляции дефицита, системы взаимных услуг и т.д.

Оно постоянно поддается различного рода инверсионным колебаниям в масштабе общества при переходе от одного этапа к последующему.

Мещанство служит обычно объектом нападок с разных сторон за отсутствие духовности, отказ от участия в различного рода политических и нравственных движениях, за приверженность утилитаризму, отсутствие интереса к вершинам культуры и т.д.

Указание на принадлежность к мещанству в русской культуре всегда носило негативный характер. Например, С. Булгаков осуждал «мещанство буржуазных тенденций пролетариата». В основе большинства этих претензий лежит определенный утопизм, стремление быстрее гнать исторический прогресс, подчинить людей предвзятому монологу.

Имеется, однако, и другая точка зрения, что мещанство – далеко не самый худший вариант социального развития: «Слишком часто теперь у нас в России европейское мещанство отрицается не во имя нового благородства и всемирной культуры, а во имя старого русского варварства и нового русского хулиганства. Но если нужно выбирать из двух зол меньшее, то ведь, пожалуй, мещанство лучше хулиганства» (Д. Мережковский, т. XVI). Мещанство консервативно и относительно больше ценит себя и блага жизни, чем почва прошлого».

А есть ли мещанство в Интернете? Казалось бы, нет. Но так ли это? Люди, относящиеся к категории мещан (сами они, конечно, никогда не отнесут себя к ней, но зато со стороны порой виднее, не хочу никого обидеть ни в коем случае), безусловно, пользуются Интернетом и оставляют в нем свой неизгладимый след. Многие из них

возмущаются, оставляя нелицезные комментарии, но нам ли судить других?

Наверняка вы не раз видели в социальных сетях целые фотоальбомы или же фотографии на фоне, например, ковров. Сначала о самих коврах. Нет, я не имею ничего против этих шерстяных изделий – не подумайте. По ковру приятно ходить. Некоторые экземпляры ковров ручной работы занимают достойные места на стенах настоящих ценителей. НО! Узнали? Меня тоже крайне умиляет такой уклад жизни.



Теперь, собственно, о проявлении мещанства в Интернете.

Все ли из вас встречали выражение «Доброго времени суток»? Это очень старое (примерно как ковер на стене) выражение, которое крепко укоренилось в умах некоторых пользователей, и они продолжают его употреблять до сих пор, несмотря на все новые веяния в русском языке в интернет-среде.

К проявлению мещанства в Интернете, пожалуй, стоит отнести так называемые «Баяны» или «Бояны» – данная формулировка уже прижилась в Интернете и даже вошла в интерфейс некоторых сервисов, но уже немного в другом качестве ☺.

Служба поддержки Реклама Рекламная сеть Яндекс Баян Делать тесты

Яндекс

Баян
 Москва/Венгрия

Баян — это инструмент системы Яндекс Директ для размещения **баннерной рекламы** на Яндексе и на лучших тематических сайтах, специально отобранных среди участников Рекламной сети Яндекса.

Медийно-контекстный Баян — это рекламный продукт, сочетающий преимущества медийной и контекстной рекламы. Графическое изображение большого и заметного формата видит максимальное количество пользователей, интересующихся определенной тематикой.

Используйте Медийно-контекстный Баян, если хотите:

- повысить популярность бренда;
- вывести на рынок новый продукт;
- добиться устойчивой ассоциации определенной тематики с вашим брендом;
- провести рекламную кампанию для целевой аудитории;
- привлечь дилеров и оптовых покупателей.

Боян, возможно, славянское имя, от боя-тиса – наводящий страх; по другой версии, имя тюркско-болгарского происхождения (ср. чуваш. пуян – богатый, общетюрк. бай – богатый, от глагола ба – становиться богатым. В казахском языке баян означает повествовать, излагать, докладывать. Вполне вероятно, что Боян (Баян) был тюркского происхождения, так как сказители были широко распространены в тюркской культуре.

Имя Боян является очень распространенным и у южнославянских народов, особенно у сербов, болгар, македонцев, черногорцев. Кроме имени Боян на территориях с преимущественно болгарским населением с X в. засвидетельствованы имена, этимологически схожие – Боимир (X в.), Бояна (XVI в.), Бойо (XV в.) и др. Также стоит упомянуть легендарного основателя Аварского каганата Баяна.

По древнерусским берестяным грамотам XI–XII вв. известен ряд людей по имени Боян, что доказывает реальность этого имени и в различных регионах Руси. Известна также улица Бояна (в древности – Буяна или Бояна) в Великом Новгороде, существующая и поныне, названная, видимо, в честь новгородца, жившего в этом месте. Делались попытки отождествить певца из «Слова» с тем или иным из этих Боянов, но такие гипотезы, разумеется, ненадежны (материал из Википедии – свободной энциклопедии).

В последние годы словом «боян» стали называть несвежую, уже упоминавшуюся шутку. Этот термин возродился снова на портале Анекдот.ру. Кто-то опубликовал уже давно известный всем анекдот «Хоронили тещу, порвали два бояна». Это вызвало огромный всплеск эмоций и юмора. Зачастую такие термины рождаются именно в дискуссиях на форумах, так же было с упомянутым уже Бобруйском и знаменитым «Превед, медвед».

Пользователи стали называть автора «боянистом», а анекдот «бояном». Впоследствии слово «боян» закрепилось за любым устаревшим анекдотом, а «боянист» – за его рассказчиком. Также часто в роли «боянистов» выступают Николай Сологуб и Евгений Петросян.

В русском языке уже довольно давно существует выражение «бородатый анекдот», означающее анекдот, который «все знают». Слово «боян» можно расшифровать как аббревиатуру от «Было, а я не знал».

Столь же популярным в одно время был дневник канадца, которому надоели олени, снег за окном и необходимость его чистить, что привело к кратковременному использованию в некоторых конференциях слова «Канада» в точно таком же смысле. Оттуда же произошел вариант «Канацкий боян» в языке падонков.

Следует отметить, что ассоциирование старой новости, анекдота с различными музыкальными инструментами явление достаточно частое и существовало ранее. В качестве примера можно привести афоризм Веслава Брудзиньского (род. 1920 г.): «В искусстве: скажешь один раз – не заметят, скажешь несколько раз – закричат “Шарманка”». Сравните также выражение «смени пластинку».



И люди, конечно же, люди! Стоит ли обсуждать, давайте радоваться! Думаю, многие поняли, о чем я говорю, без особых разъяснений. Натякаясь в Интернете на подобного рода картинки, мы улыбаемся и задумываемся одновременно.

Аватары. Нет, речь идет не о фильме «Аватар», а о маленькой картинке, отображающейся в «юзер листе» в мессенджерах ICQ, Skype, форумах, социальных сетях – везде, где присутствует общение в Интернете. Таким образом пользователь Интернета передает информацию о себе, вызывая определенное отношение к себе, создавая первичный образ. Ведь диалог между двумя людьми в Интернете, которые не видят друг друга в реалии, это, по сути, диалог двух «первичных образов» или даже можно сказать – диалог двух фотографий. Насколько часто пользователи

Интернета используют личные фотографии для аватаров? Далеко не всегда... Часто это чужие изображения, изображения людей, на которых они хотят быть похожими – например звезды кино или музыки, предметы и просто «картинки» в простонародье.

Аватар – это мини-психологический портрет пользователя Интернета – каким он является для самого себя и каким хочет быть в глазах окружающих. Некая трансформация собственного образа. При изменении отношения к себе самому – аватар меняется на другой, или же если пользователь хочет показать что-то кому-то – он меняет аватар. Если вы заметили, существуют пользователи, которые годами не меняют свои аватары, и пользователи, которые делают это постоянно. Зачастую первых гораздо больше, ведь отношение к себе самому редко у кого меняется часто. Также существует масса пользователей, которые **ВООБЩЕ** не используют аватар, а используют картинку «по умолчанию», т.е. не выбирая ничего – «не заморачиваясь». Такие пользователи не пытаются ничего никому показать и создать образ или же просто не обращают на аватар внимание, не тратя на него свое время – не считают это важным для себя. Вообще, может быть ☺ стоит еще сравнить образ, создаваемый в Интернете пользователем с героем компьютерной игры! Когда герою присваивается аватар, видны его предыдущие «заслуги».

Можно ли по аналогии с игровым миром рассудить о том, что, создавая аккаунт в любом месте в Интернете, где происходит общение, пользователь воспринимает его как некоего игрового героя, проецируя на него свой образ, или же создает образ игрового героя, вкладывая в него определенные характеристики, которые сам пользователь хотел бы иметь?

Скорее всего, можно сказать и так. Тогда созданный аккаунт для общения в Интернете ассоциируется со страницей некоего героя «компьютерной игры Интернет» с качествами, которые сам пользователь хотел бы иметь у себя или же которые хотел бы показать другим.

ПСИХОЛОГИЯ ФОТОАЛЬБОМОВ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Стоит отдельно отметить различные категории пользователей, которые помещают в свои фотоальбомы различные изображения. Рассмотрим их подробно и разобьем на группы. Это основные типы, безусловно, существуют совмещенные подтипы, но тем не менее...

1. Пользователи, которые не размещают фотографии вовсе. Анонимность – «фишка» Интернета. Далеко не каждый хочет, чтобы его можно было найти и опознать. Но тем не менее пользуется аккаунтом в социальных сетях для различных целей (почта, сообщения, музыка и т.д.).

2. Пользователи, которые размещают одну реальную фотографию. Не слишком открытые люди, но при этом они не против, чтобы их опознали.

3. Пользователи, которые размещают реальные фотографии серией (не в альбомах). Также – контингент, который не особо заботится о собственном имидже.

4. Пользователи, которые размещают реальные фотографии, разбивая их на альбомы. Открытые люди, желающие показать себя.

5. Пользователи, которые размещают не свои фотографии. В основном неуверенные в себе, но

желающие что-то показать (возможно, то, чего нет).

б. Пользователи, которые размещают свои фотографии, изменяя и всячески дополняя их. Также неуверенные в себе пользователи, но уже в другом ключе, чем предыдущие (делают себе сродни компьютерной пластической операции).

Повторюсь: психология социальных сетей, фотоальбомов в большинстве случаев основана на чувстве собственной важности пользователя. И на данных примерах можно проследить различное развитие степени чувства собственной важности.

ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА НА СМАРТФОНАХ И ПРОЧИХ МИНИ-УСТРОЙСТВАХ

Чем характерно поведение пользователя таких устройств в Интернете? Во-первых, из-за размера экрана такой пользователь совершает несколько другие действия, нежели пользователь «широкоэкранный компьютера». Также пользователь мини-устройств обычно использует их для выхода в Интернет из каких-то «нестандартных» мест, т.е. Интернет для него не является единственным занятием на этот момент: он может находиться в дороге либо еще где-то, вдали от офиса и дома. В соответствии с этим его поведение в Интернете другое.

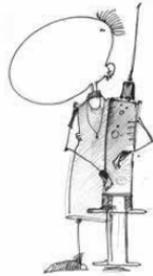
Во-вторых, беспорядочный серфинг для таких интернет-пользователей не характерен. Они заходят в Сеть, чтобы проверить почту, ответить на сообщение или найти что-то конкретное. Пользователями такого мобильного Интернета в основном являются люди деловые. Они постоянно на связи в многочисленных мессенджерах, ICQ, Skype и т.д.

Также такие пользователи с большей вероятностью могут страдать так называемой интернет-зависимостью. Боязнь оторваться от Сети приводит к использованию мобильного Интернета. Это уже не серфинг, а зависимость: зависимость от общения в Интернете или вообще информационная зависимость. Также зависимость может быть просто от компьютера, человек не может с ним расстаться и продолжает носить его с собой.

ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТЬ

Диагноз «интернет-зависимость»

Об этом мы поговорим более подробно. Это понятие носит психологический и даже в чем-то психиатрический аспект и является чистым порождением Интернета. Ведь если бы его не было, не было бы и зависимости от него 😊.



Термин «интернет-зависимость» (*Internet Addiction Disorder*) предложил доктор Айвен Голдберг в 1996 г. для описания патологической, непреодолимой тяги к использованию Интернета.

Термин «**зависимость**» (*addiction*) был заимствован из лексикона психиатров для облегчения идентификации проблемы тяги к Интернету путем ее ассоциации с характерными социальными и психологическими проблемами. Всего может наблюдаться от одного до десяти симптомов, в число которых входят чрезмерное время, проводимое в Сети; увеличивающееся беспокойство при нахождении в реальном мире; ложь или скры-

вание времени, проведенного в киберпространстве или же вялое функционирование в реальном мире. Частично это исследование доказывает, что злоупотребление Интернетом ведет к социальной изоляции, увеличивающейся депрессии, распаду семьи, неудачам в учебе, финансовому неблагополучию и к потере работы.

В последние годы, отмечает специалист Центра когнитивной терапии (*Center for Cognitive Therapy*) Артур Хорват, наряду с зависимостью от алкоголя, сигарет, еды и наркотиков исследователи наблюдают примеры зависимости от видов деятельности – азартных игр, импульсивной сексуальной активности, kleptomании (краж из магазинов), потребности тратить деньги и т.д.

В августе 1997 г. список видов «нематериальной» зависимости пополнился: патологическое использование Интернета (*Pathological Internet Use*, сокращенно *PIU*) стало обозначением официально признанного психического расстройства. Однако многие психотерапевты говорят, что интернет-зависимость не есть самостоятельное заболевание. Как правило, этот диагноз свидетельствует о других серьезных проблемах клиента – депрессия, коммуникационные проблемы и др.

Все они, на мой взгляд, так или иначе являются признаками неспособности справиться со стрессом и формами той или иной дезадаптации к реальной жизни. Генетически заложенный, но не растроченный запас страстей человек стремится разделить с анонимным и виртуальным другом.

Проблема аддикции (патологической зависимости) начинается тогда, когда стремление к уходу от реальности, связанное с изменением психического состояния, начинает доминировать в сознании, становясь центральной идеей, втор-

гающейся в жизнь, приводя к отрыву от реальности. Происходит процесс, во время которого человек не только не решает важных для себя проблем (например, бытовых, социальных), но и останавливается в своем личностном развитии. Этому процессу могут способствовать биологические (например, индивидуальный способ реагирования на алкоголь как на вещество, резко изменяющее психическое состояние), психологические (личностные особенности, психотравмы), социальные (семейные и внесемейные взаимодействия) факторы. Важно отметить, что аддиктивная реализация включает в себя не только аддиктивное действие, но и мысли о состоянии ухода от реальности, о возможности и способе его достижения.

«Интернет-зависимость» – это широкий термин, обозначающий большое количество проблем поведения и контроля над влечениями. Основные пять типов, которые были выделены в процессе исследования, характеризуются следующим образом.

1. Киберсексуальная зависимость – непреодолимое влечение к посещению порносайтов и занятию киберсексом.

2. Пристрастие к виртуальным знакомствам – избыточность знакомых и друзей в Сети.

3. Навязчивая потребность в Сети – игра в онлайн-азартные игры, постоянные покупки или участие в аукционах.

4. Информационная перегрузка (навязчивый web-серфинг) – бесконечные путешествия по Сети, поиск информации по базам данных и поисковым сайтам.

5. Компьютерная зависимость – навязчивая игра в компьютерные игры («стрелялки» – Doom, Quake, Unreal и др., стратегии типа Star Craft, квесты).

Качественный анализ показал, что главенствующим фактором, благодаря которому все эти явления получили широкое распространение, является анонимность личности в Сети. Особенно анонимность увязана с четырьмя главными расстройствами.

1. Усиление различных отклонений от нормы, ложь и даже совершение криминальных действий типа просмотра и скачивания непристойных или же вовсе запрещенных картинок (детская порнография), которые широко распространены на многих сайтах. Важно чтобы люди, которые развлекаются просмотром подобных изображений, тем самым удовлетворяя свои сексуальные фантазии, не пытались контактировать с детьми в реальной жизни. Такое поведение очень часто начинается как любопытство и заканчивается как влечение. В таких случаях показана психотерапия, направленная на нормализацию сексуальных влечений с целью уменьшения потенциального риска.

2. Виртуальный мир, в котором человек чувствует себя намного комфортней, чем в реальной жизни, создает угрозу для успешности реальной жизни. В подобных случаях используется персональная психотерапия, целью которой является уменьшение желания сбежать из реального мира.

3. Интерактивные компоненты Сети облегчают создание киберзависимости, которая негативно влияет на внутрисемейные отношения и стабильность семьи как таковой, что в первую очередь ведет к отдалению людей в реальной жизни и к разводу. В этом случае применяется индивидуальная и семейная терапия, в процессе которой супруги работают вместе над примирением и воссозданием семьи после измен в Сети.

4. Возможность создания альтернативных онлайн-персонажей в зависимости от настрое-

ния и желания самого пользователя, что создает возможность ухода от реального мира с его эмоциональными проблемами (например, стресс, депрессия, беспокойство) или же от простых жизненных сложностей (обилие работы, проблемы в учебе, внезапная безработица, конфликты в семье). Мгновенное бегство в фантастический мир Интернета служит поддержкой для привыкания, за которым следует ухудшение настроения и психологические разногласия, которые лечатся психотерапией и в случае необходимости фармакологическим вмешательством.

Влечение к Интернету развивается благодаря трем главным факторам:

- доступность информации;
- персональный контроль и анонимность передаваемой информации;
- внутренние чувства, которые на подсознательном уровне устанавливают больший уровень доверия к общению онлайн. Модели, подобные этой, упрощают понимание основных проблем и позволяют более эффективно планировать курс лечения.

Краткий тест, с помощью которого можно определить степень зависимости от Интернета.

1. Чувствуете ли вы себя озабоченным Интернетом (думаете ли вы о предыдущих онлайн-сеансах и предвкушаете ли последующие)?

2. Ощущаете ли вы потребность в увеличении времени, проведенного в Сети?

3. Были ли у вас безуспешные попытки контролировать, ограничить или прекратить использование Интернета?

4. Чувствуете ли вы себя усталым, угнетенным или раздраженным при попытках ограничить или прекратить пользование Интернетом?

5. Находитесь ли вы онлайн больше, чем предполагали?

6. Были ли у вас случаи, когда вы рисковали получить проблемы в работе, учебе или в личной жизни из-за Интернета?

7. Случалось ли вам лгать членам семьи, врачам или другим людям, чтобы скрыть время пребывания в Сети?

8. Используете ли вы Интернет для того, чтобы уйти от проблем или от дурного настроения (например, от чувства беспомощности, виновности, раздраженности или депрессии)?

Пациент считается интернет-зависимым в случае пяти или более положительных ответов на эти вопросы.

Что же происходит, когда человек забывает о реальном мире и больше времени проводит в виртуальном? Рассмотрим симптомы интернет-зависимости:

1. Изменения в режиме сна. Чаты и другие места встреч в виртуальном мире оживают ближе к ночи, поэтому неверному супругу придется задерживаться допоздна, чтобы участвовать в этом. Часто такие люди отправляются в постель уже утром или, наоборот, встают на несколько часов раньше, чтобы обменяться романтическими письмами со своими собеседниками.

2. Потребность в скрытности. Если кто-то начинает лгать в реальной жизни, то это может быть симптомом того, что он пытается скрыть свои виртуальные отношения от семьи. В первую очередь это может выражаться в попытках организовать секретность вокруг компьютера и информации. Компьютер может быть перенесен в дальний угол комнаты, запирается на ключ. Также должна насторожить смена паролей и любое другое окружение его секретностью. Если такого человека потревожить в то время, когда он будет находить-

ся онлайн, то это может вызвать у него злобную или защитную реакцию.

3. Игнорирование домашних забот. С возрастанием времени, проведенного онлайн, время, отведенное на выполнение домашних обязанностей, уменьшается, и они часто остаются невыполненными. Это не является автоматическим знаком киберзависимости, но если посуда остается невымытой, белье невыстиранным, то это должно послужить знаком, что внимание человека обращено на что-то другое. Обычно в семье обязанности разделены между ее членами, и их невыполнение означает, что, возможно, у человека возникли какие-то посторонние отношения, которые он ставит выше семейных.

4. Очевидная ложь. Сюда можно отнести такие моменты, как скрывание счетов от провайдера и ложь о необходимости использовать Интернет в таком большом объеме. Многие лгут, чтобы скрыть свои виртуальные связи.

5. Изменения в характере. У киберзависимых людей наблюдаются заметные отличия в настроении и поведении по сравнению с поведением до начала использования Интернета. Например, нежная и ласковая жена может стать холодной и безучастной, а веселый и жизнерадостный муж – спокойным и серьезным. Если их спросить о таких изменениях, то ответом, скорее всего, окажется какое-нибудь рациональное объяснение или же ответа не будет вовсе. Для людей, которые пристрастились к Интернету, подобные разговоры будут казаться лишь досадной помехой, которая мешает им проводить время так, как они хотят.

6. Потеря интереса к сексу. Некоторые киберзависимости превращаются в занятие сексом по телефону и другие сексуальные развлечения. Когда кто-то из супругов неожиданно теряет интерес к сексу, это может быть индикатором того, что по-

явился какой-то другой выход сексуальных эмоций. Это может выражаться в вялости, безразличию к ухаживаниям и потере энтузиазма.

7. Общее безразличие к семейным отношениям. Зависимые люди просто не хотят участвовать в семейной жизни, предпочитая ей Интернет. Они выполняют свои обязанности как какие-то ритуалы безо всякого интереса, избегают говорить о каких-либо долгосрочных планах, не получают удовольствия от совместных поездок на природу. Часто они проводят свое время с кем-то другим и все их мысли сосредоточены на своих киберпартнерах, а не на реальных людях.

Интернет-зависимость и киберсексуальное влечение, в частности, обычно являются симптомами скрытой проблемы, которая присутствовала в семье еще до того, как Интернет вошел в жизнь супругов. Эта проблема может включать в себя:

- недостаточное общение;
- сексуальную неудовлетворенность;
- разногласия в подходах к воспитанию детей;
- отказ от поддержки семьи и друзей;
- финансовые проблемы.

После того как кого-либо из супругов удастся избавить от киберзависимости, главной целью семейной терапии становится восстановление доверия и теплой обстановки в семье. Знание тревожных симптомов, приведенных выше, поможет вовремя заметить возникновение киберзависимости. Семьи с проблемами наиболее подвержены риску. Виртуальные отношения легко возносятся в ранг идола, что впоследствии разрушает отношения семейные и усиливает старые проблемы. Чтобы спасти такие семьи, психологи должны помочь супругам воссоздать атмосферу интимности и дове-

рия. При этом надо аккуратно обратить особое внимание на роль компьютера в семейных неудачах.

Пользователи с серьезными психологическими проблемами могут пойти по «простому» пути, избрав виртуальное общение как основное и усугубив таким образом свои проблемы. Типичная ситуация: он или она не умеет общаться, заводить друзей и испытывает непреодолимую робость в общении с представителями противоположного пола. И тут на помощь приходит Сеть. Место, где вам рады и где вы с легкостью найдете единомышленников, друзей или, на худой конец, собеседников.

Зачем поддерживать старые связи, зачем думать о повседневных проблемах и строить реальные отношения, когда есть такая возможность быть выслушанным и понятым? И Интернет может стать настоящей паутиной, из которой очень нелегко вырваться.

Интернет как уход от реальности

Что же делает Интернет притягательным в качестве средства ухода от реальности?

Во-первых, возможность анонимных социальных интеракций (здесь особое значение имеет чувство безопасности при осуществлении интеракций, включая использование электронной почты, чатов, ICQ и т.п.).

Во-вторых, возможность реализации представлений, фантазий с обратной связью (в том числе возможность создавать новые образы «Я»; вербализация представлений и/или фантазий, невозможных для реализации в обычном мире, например, киберсекс, ролевые игры в чатах и т.д.).

В-третьих, чрезвычайно широкая возможность поиска нового собеседника, удовлетворяющего практически любым критериям (здесь важно отметить, что нет необходимости удерживать внимание одного собеседника – так как в любой момент можно найти нового).

В-четвертых, неограниченный доступ к информации («информационный вампиризм» занимает последнее место в списке, так как в основном опасность стать зависимым от Интернета подстерегает тех, для кого компьютерные сети оказываются чуть ли не единственным средством общения).

В одной статье, размещенной в Интернете, доктор Голдберг характеризует интернет-зависимость как «оказывающую пагубное воздействие на бытовую, учебную, социальную, рабочую, семейную, финансовую или психологическую сферы деятельности». Голдберг предпочитал использовать термин «патологическое использование компьютера» (*PCU – pathological computer use*).

В настоящее время PCU употребляется в более широком значении, когда некто патологически использует компьютер вообще, включая виды использования, не относящиеся к социальным, а термин «интернет-зависимость» используется для обозначения патологического использования компьютера для вовлечения в социальные взаимодействия. Доктор М. Орзак выделила следующие психологические и физические симптомы, характерные для PCU:

Психологические симптомы:

- хорошее самочувствие или эйфория за компьютером;
- невозможность остановиться;

- увеличение количества времени, проводимого за компьютером;
- пренебрежение семьей и друзьями;
- ощущение пустоты, депрессии, раздражения не за компьютером;
- ложь работодателям или членам семьи о своей деятельности;
- проблемы с работой или учебой.

Физические симптомы:

- синдром карпального канала (туннельное поражение нервных стволов руки, связанное с длительным перенапряжением мышц);
- сухость в глазах;
- головные боли по типу мигрени;
- боли в спине;
- нерегулярное питание, пропуск приемов пищи;
- пренебрежение личной гигиеной;
- расстройство сна, изменение режима сна.

Согласно исследованиям Кимберли Янг, опасными сигналами (предвестниками интернет-зависимости) являются:

- навязчивое стремление постоянно проверять электронную почту;
- предвкушение следующего сеанса онлайн;
- увеличение времени, проводимого онлайн;
- увеличение количества денег, расходуемых онлайн.

Проведено оригинальное исследование с использованием теста, предложенного К. Янг (1996 г.). На www-сайте в Интернете размещен переведенный и адаптированный тест на интернет-зависимость. Сайт является участником Rambler, ссылки на него были размещены в ряде www-чатов и телеконференций. За неполных пять месяцев исследования получено более 600 анкет, принято к обработке 570. Из них 196 женщин, 374 мужчины. Возраст опрошенных от 12 до 47, значение медианы возраста – 23 года. 49% имеют высшее образование, 20% – среднеспециальное, 15% – незаконченное высшее. 32% респондентов продолжают образование. 78% используют Интернет для работы, остальные 22% исключительно для отдыха и развлечения.

Распространенность этого расстройства составляет примерно 2% (по данным К. Янг – 1–5%), причем более подвержены ему гуманитарии и люди, не имеющие высшего образования, нежели специалисты по компьютерным сетям. Среди подверженных зависимости преобладают мужчины (67%) (по данным исследования, проведенного университетом в Hertfordshire, Великобритания, пол роли не играет).

Скорее всего, это связано с тем, что в Рунете пока женщин просто в принципе меньше. Также подтвердились данные о том, что сравнительно часто среди лиц, страдающих интернет-зависимостью, встречаются злоупотребляющие алкоголем, патологические игроки. Стаж пребывания в Интернете у зависимых в среднем более двух лет, однако наблюдается значительное количество опрошенных, набравших по тесту К. Янг «пограничное» количество баллов со стажем менее года. Здесь можно предполагать скорее не предрасположенность к зависимости, а увлечение новой «игрушкой».

Терапия

За рубежом существует несколько онлайн-центров поддержки интернет-аддиктов, один из которых основан К. Янг, самым известным исследователем интернет-зависимости. В Рунете на сегодняшний день есть «Служба анонимной помощи» пользователям Интернета, предлагающая психологическую поддержку онлайн с помощью ICQ – сетевой аналог «телефона доверия» и «Виртуальная психологическая служба». Как бы ни были хороши виртуальные службы психологической помощи, все же большинство специалистов рекомендуют очную индивидуальную и/или групповую психотерапию, с акцентом на работе с образами, эмоциями, так как аддикты, как правило, испытывают значительные затруднения в эмоциональном плане. Учитывая определенные трудности в осуществлении межличностных взаимодействий и социальной адаптации у лиц, страдающих интернет-зависимостью, в лечении предпочтительнее использовать именно групповые варианты психотерапии.

МАССОВЫЕ ОНЛАЙН-ИГРЫ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ПСИХОЛОГИИ

Что такое компьютерные игры знают, наверное, все. Каким образом проецируется игромания на интернет-пространство? Компьютерная игра – это обычно процесс одиночный. Пользователь один на один сражается с «ветряными мельницами» – с компьютером.

Каковы же особенности интернет-игр? Пользователь не видит других игроков, но видит их действия, в чем-то таким образом «скрашивая



свое одиночество» и уход от реальности.

Чем это вызвано? Многие женщины жалуются на то, что их мужья проводят слишком много времени за онлайн-играми и меньше времени уделяют семье. Подростковый же синдром больше связан с природной замкнутостью мужского населения. Играя в игры, они таким образом расширяют свой круг общения и повышают «чувство собственной значимости».

Как это часто бывает, бурное развитие каких-либо технологий влечет за собой появление не только новых развлечений, но и множества проблем. Такая ситуация произошла и с компьютерными технологиями.

На определенном этапе развития игровая индустрия проникла в Интернет, благодаря чему появились такие известные проекты, как ММОГ – Mass Multiplayer Online Games. Подобные игры объединяют в себе два фундаментальных принципа: принцип Интернета (свободное и мгновенное общение между пользователями) и принцип Игры (человек попадает в мир, выдуманный разработчиками). К этому добавляется и многое другое – например, взаимодействие игроков не только друг с другом, но и с игровым объектом.

Что же такое ММОГ? Стандартный ММОГ – это особый мир, созданный специалистами, в котором одновременно могут находиться от 2 тыс. человек. Принцип этих игр таков: на едином игровом сервере находится база данных по всем игрокам и игровому миру и клиентская часть игры (игроки загружают ее на свои компьютеры).

Клиент для входа в игру соединяется с сервером и позволяет игрокам взаимодействовать

друг с другом. Получается некая паутина, центром которой становится сервер, а линиями-паутинками – клиенты. Прогресс в игре сохраняется автоматически на сервере. Популярность ММОГ обеспечивают красивое оформление, привлекательная графика и хороший саундтрек.

Система ММОГ. В основе абсолютного большинства онлайн-игр лежит простая стратегия – убивая противников (в основном, это монстры) или проходя задания, вы тем самым повышаете уровень и умения своего персонажа, т.е. делаете его все сильнее и сильнее. При этом сильнее становится не только персонаж, но и сам игрок, который обучается все лучше управлять персонажем.

Во время путешествий по игровому миру вы встречаете других игроков. Именно эти встречи составляют главное отличие от обычной игры, потому что их последствия могут быть совершенно разными – от дружелюбного приветствия до ментальной атаки и «смерти» одного из персонажей. ММОГ равняет всех.

В подобных играх не имеет никакого значения, какого вы возраста или социального положения. ММОГ – совершенно иной мир со своими законами и правилами. В этом мире школьник может запросто управлять целым кланом, состоящим из персонажей, владельцами которых являются топ-менеджеры или учителя, в реальной жизни превосходящие школьника и по жизненному опыту, и по социальному статусу.

Ученые заметили, что игроки, упоминая физический, реальный мир, называют его «реалом». Например: «У меня в реале телефон звонит». Так игроки проводят четкую границу между игровым миром и миром реальным. Однако реальность зачастую относится в мире игроков к разряду раз-

дражающих факторов – она отвлекает от игрового процесса.

Ступени «развития» игрока

1. Проба игры. Игрок впервые знакомится с новым миром, в котором все иначе, даже ощущения. Период ознакомления и привыкания обычно не занимает более двух-трех недель. За это время новоиспеченный игрок усваивает основные правила и принципы игры. Реальная жизнь на данной ступени развития занимает 90% времени.

2. Втягивание в игру. Открываются новые, более глубинные грани игрового мира, не доступные обывателям. Время пребывания в игре увеличивается в два-три раза.

3. Средний игрок. Игра становится для человека вторым домом. Игровой опыт пользователя существенно возрастает, в его лексиконе появляется особый игровой сленг, который при этом начинает входить и в повседневную жизнь.

4. Период мастера. Разговорная речь игрока изобилует игровым сленгом. Это приводит к частому недопониманию при общении со сверстниками, не участвующими в игровом процессе. Игрок по привычке называет «реальные» вещи терминами выдуманного мира. В этот период происходит быстрое продвижение игрока в игровом процессе.

5. Игрок-маньяк. Человек думает только об игре, даже находясь на работе, учебе или отдыхе. В отличие от периода «пробы игры» теперь уже наоборот – игра начинает занимать 90% жизни. Все усилия человека тратятся на то, чтобы продолжать играть. Работа при этом превращается в средство получения доступа к Интернету и оплате игры.

6. Период опытного мастера. Начинается снижение игровой активности из-за усталости. Наступает момент пресыщения игровым миром, человек истощается морально и физически, «остывает». Но продолжает играть 20–30% от своего времени.

6а. Период выхода. Шестой период может привести к полному уходу человека из игры. Причины различны: осознание ненужности этой деятельности, психологическая травма, полученная в игре (например, гибель «прокаченного» персонажа), простая смена игры на более новую и привлекательную. Бывает даже так, что опытные игроки полностью уходят в «реал» и больше никогда не возвращаются к MMOG. Однако наиболее распространенным вариантом является такой, когда игрок уходит из игры на время, чтобы отдохнуть и набраться сил.

Игровой мир. Игровых миров существует ровно столько же, сколько существует на свете игр. Каждая игра – не похожая ни на что вселенная, обладающая собственными законами, собственным оружием, зданиями, едой и т.д. Частым явлением в мире онлайн-игр являются противостояния между кланами, которые обычно выливаются в межклановые войны (Clan War). В таких войнах одновременно тысячи игроков могут штурмовать замок, используя разнообразное оружие и магию, а их оппоненты в это же время будут этот замок защищать.

Игрок – персонаж – личность. По характеру восприятия игроками своих персонажей принято выделять два типа игроков.

1. Создавая персонажа, игрок полностью олицетворяет себя с ним и эмоционально переживает все, что происходит на экране. Таких игроков называют Романтиками.

2. Игрок не проводит знака равенства между собой и своим персонажем и управляет им, как

куклой. Поэтому игроков такого типа называют Кукловодами.

Первый тип игроков легко обижается. Их можно легко привести в шоковое состояние, воздействуя на их персонаж. Второму типу нечего жалеть в игровом мире, потому что для него это просто картинки. Эти игроки не воспринимают события в игре, как что-то личное, тем самым, они могут обезопасить себя от психологических травм.

Табл. 3

Игровые типы и их пересечения

Тип игрока	Манчкин	Фанплеер	Работник
Романтик	Р – М	Р – Ф	Р – Р
Кукловод	К – М	К – Ф	К – Р

По стилю игры принято выделять три типа игроков.

1. Манчкин – этот игрок делает все, чтобы стать сильнее и выше других в игровом процессе. Он заинтересован только в продвижении персонажа. По сути, это эгоист, действующий по принципу «сильнее, выше, богаче других».

2. Фанплеер играет для морального удовлетворения. Он не обращает внимания, что какой-то персонаж выше и главнее его персонажа. Для него важнее сам игровой процесс, с его историями и легендами.

3. Работник – это игрок, который играет только ради заработка, независимо от того, является ли он торговцем игровыми вещами за реальные деньги или тестером игры.

Разные люди приходят в игровой мир с различными целями и стремлениями. Зачастую цели и потребности из мира реального они переносят в игровой процесс. Тем не менее в игровом мире эти люди взаимодействуют друг с другом и создают самостоятельные социальные общности со своими правилами и принципами. Для некоторых игра – это единственная возможность общения с людьми, для других – это рутинная работа. Несмотря на все это, сетевые компьютерные игры сегодня объединяют тысячи людей и воздействуют на их психику.

ПЛОСКИЙ МИР ИНТЕРНЕТА

Компьютерная мышь и курсор

Компьютерная мышь прочно укоренилась в компьютерном мире, и все последующие нововведения не достигли такой популярности, как она. Мыши буквально заполнили мир. Сколько всего было произведено компьютерных мышей за 40 лет – сказать невозможно (одна только фирма Logitech выпускает более 50 млн мышей в год!).

Одни компьютерные легенды гласят, что компьютерную мышь создали в лаборатории Херох, другие – что мышь была создана по заказу компании Apple. На самом деле, компьютерная мышь, она же индикатор позиций x и y , она же компьютерный манипулятор, она же манипулятор типа мышь, «родилась» в 1964 г. Ее изобрел Дуглас Карл Энгельбарт (Douglas Carl

Engelbart; род. 30 января 1925 г.) из Стэнфордского исследовательского института.



Просту это перенесенный из офлайнового мира манипулятор, который используется, например, на производстве или в медицине. Это «продолжение руки» человека ☺.

Использование компьютерной мыши схоже с использованием манипулятора на производстве или даже с подъемным краном, если хотите.



Вопрос лишь в том... что это определение координат x и y ! Но никак не трехмерной модели мира! Мир компьютера плоский! Поэтому движения мыши могут быть только вверх, вниз и вправо, влево, но никак не вглубь и не по направлению к работающему с мышью!

Если работающему с манипулятором приходится совершать (в большинстве случаев) сложные действия в трехмерном пространстве, то

пользователь компьютера и собственно Интернета ограничен двумя осями координат. Что нам это несет в психологическом плане?

Тот плоский мир, который мы видим на экране компьютера, особенно в Интернете, в чем-то ассоциативен с книгой или рабочей тетрадью. Ваше пространство ограничено плоскостью и не имеет объема, поэтому степень слияния и поглощения ниже, нежели поглощение трехмерным пространством.

Может быть, в будущем будет сделан скачок в сторону образования еще одной оси координат, и мы получим объем, который уже используется, например, в интерфейсах системных оболочек и компьютерных играх.

Но мышь... ее придется сильно видоизменить, и она потеряет свой двухосевой шарм. Уже сейчас есть джойстики для компьютерных игр, похожие по своей сути на промышленные манипуляторы. Видимо, их следует рассматривать как прототип будущей мыши при объемном Интернете.

Представьте себе курсор, которым можно дотянуться до чего-то вглубь экрана. И многоуровневые сайты, которые пользователь видит сразу в объеме, а не плоскими. Чем не полноценная виртуальная реальность! Порой именно эта особенность компьютерных игр приводит геймеров в настоящий восторг: за счет трехмерности пространства игры (вид «сверху сбоку») присутствует эффект пространства (в котором зачастую пользователь начинает просто «жить»). Экшн-игры, где движение происходит джойстиком в пространстве, захватывают воображение! А новостные сайты, сделанные по такому же принципу? А? ☺

Уже сейчас компания Apple вместе с выходом нашумевшего iPad сделала прорыв, введя новый вид общения с экраном – мультитач-дисплей как средство работы с информацией, когда пользо-

ватель может «потрогать» ее руками. Это дает совершенно невообразимый эффект наряду с «псевдотактильной» функцией в общении с компьютером.

Технологии, образовавшиеся благодаря Ipad, позволяют преподносить информацию уже в несколько другом виде, нежели привычном «мышковом». Благодаря мультитач-дисплею Ipad можно использовать как настоящую книгу и применять мультимедиа-возможности: добавлять в книгу анимацию и движущиеся предметы, которые придают обычной текстовой информации совершенно другое впечатление. Это уже совершенно иное книгопроизводство, требующее новых технологий и подхода.

Эх! Дал бы я вам ссылку, чтобы посмотреть на этот ролик. Но воспользуюсь скриншотами. Пока книги в таком формате не выпускаются массово. Этот симбиоз компьютерной игры и литературы, абсолютно новый формат. Но пока все равно «плоский».



Благодаря двум осям координат интернет-мир плоский, еще его можно назвать плоской реальностью. Он сравним с книгой и передачей информации традиционным печатным образом. Это накладывает определенный отпечаток при ее восприятии – как на информационное поле. Также это обусловлено техническими особенностями Интернета: размещением информации блоками и особенностями обновления этой информации программным образом. Внеся объем – третье измерение, – мы получим совершенно новую, более сложную технологию.

Интернет-аукционы

Интернет-аукцион (он же «онлайновый аукцион») – аукцион, проводящийся посредством Интернета. В отличие от обычных аукционов интернет-аукционы проводятся на расстоянии (дистанционно) и в них можно участвовать, не находясь в определенном месте проведения, делая ставки через интернет-сайт или компьютерную программу аукциона.

В некоторых аукционах есть зарезервированная цена на товар, т.е. минимальная предложенная цена, за которую продавец согласен продать товар.

Момент окончания интернет-аукциона в отличие от традиционных аукционов заранее назначается самим продавцом при постановке товара на торги. В обычных же аукционах борьба идет до тех пор, пока повышаются

аукционные ставки. По окончании интернет-аукциона покупатель должен перевести деньги продавцу по безналичному расчету (реже – наличными, например – при получении товара из рук в руки), а продавец обязан выслать товар покупателю по почте, нередко в любую точку страны проведения или всего мира. Границы возможной пересылки товара указываются самим продавцом заранее.

Также к интернет-аукционам относят аукционы, которые проводятся не в Интернете, однако желающие могут сделать ставку через Интернет. Такая система работает на «дорогих» аукционах, где некоторые участники не могут присутствовать на месте проведения аукциона.

Самым крупным интернет-аукционом в мире является eBay, основанный в 1995 г. и имеющий оборот в несколько миллионов сделок в день (материал из Википедии – свободной энциклопедии).

Каковы же психологические особенности онлайн-аукционов? Если рассмотреть традиционные аукционы, то мы сможем найти много общего с онлайн-овыми. Безусловно, это ставки! Азарт! Но основная причина такой психологической зависимости от онлайн-аукционов – это огромный, постоянно обновляющийся список товаров, выставляемых самими пользователями системы по всему миру. Также к этому можно отнести тот фактор, что любой товар можно легко приобрести.

Все платежи на онлайн-аукционе eBay производятся посредством PayPal, но в России, где эта система еще слабо развита, можно платить любой электронной валютой через «партнерские» сайты. Возврат средств в случае недобросовестности поставщика гарантирован!

Легкость и надежность покупки делает такие аукционы необычайно популярными. Так же, как и «шопинг-терапию», вид покупок на онлайн-аукционах можно отнести к психологической зависимости.

На онлайн-аукционе eBay пользователей привлекают нестандартные вещи, невиданные в нашей стране: обилие антиквариата, сувениров и одежды. Сам процесс ожидания сделанной покупки (до одного-двух месяцев) превращается в своего рода ритуал. Как мы уже обсуждали выше, пользователь расстается с электронной валютой гораздо легче, нежели с реальными бумажными деньгами – это также подстегивает участие в онлайн-аукционах.

Формирование общества как источника развлечений и удовольствий частично привело к развитию похожего отношения в Интернете, который зачастую используется для создания сиюминутных впечатлений, поглощающих время и не приносящих никакой пользы.

Те места в Интернете, где есть ставки, – это, по сути, аукционы! Они привлекают людей, заставляя их «болеть». К такому же аукциону можно отнести и контекстную рекламу с аукционом оплаты за переход. Рекламодатели зачастую становятся контекстно-зависимыми и боятся выключить контекстную рекламу, несмотря на катастрофические расходы. Сам «контекстно-зависимый» пользователь Интернета понимает свои действия как неадекватные, но боязнь «потерять все» останавливает его при желании выключить контекстную рекламу.

Какой вывод можно из этого сделать? Зависимость от алкоголя, табака, Интернета, порнографии... Как лечить такие зависимости или, напри-

мер, определить их у себя? Обычно зависимости подвержены люди, не склонные идти к какой-то цели или видящие эту цель «неправильной», скучной и неинтересной. Они уходят от реальности, ищут выход, например, за сидением в виртуальном мире. Порой они задумываются о том, зачем это делают? Такие здравые мысли вполне могут избавить от разного рода зависимостей, в том числе и интернет-зависимости.

Психология информационного пространства в Интернете

Люди, люди, люди... Психология людей... Психология «интернет-людей»... Интернет – это информационное пространство, и он служит не только для общения в нем. Интернет еще состоит из информации, добавленной самими пользователями. Сами «роботы Интернета» информацию не создают и не читают ее.

Какова психологическая особенность создания популярных ресурсов с обновляемой самими пользователями информацией? Пользователь оставляет свой след в том случае, если он видит уже созданную группу людей, пытаясь таким образом привлечь к себе внимание. Он делится той информацией, которая у него есть, по принципу «отдающий да получит».

Я бы сравнил такой принцип деления информацией с религиозными принципами. У многих народов существуют обычаи делиться чем-то конкретным, например, местом, делая ему подношения, или даже миром духов.

Вот так выглядит «оваа» (Республика Тува, РФ). Обычно оваа сооружались на перевалах, ме-

стах силы с целью совершения церемонии принесения жертвы духам гор.



Делая «подношение» информацией, пользователь, возможно, подсознательно использует древний принцип, имеющий религиозную историю. В то место, куда другие пользователи уже «принесли» информацию, другие пользователи несут ее гораздо охотнее. Таким образом, развивается тот или иной ресурс, что способствует привлечению других пользователей.

Идеальным примером такого информационно-душевного обмена является Википедия – огромная энциклопедия, созданная самими пользователями в общих целях.

Также подношение информацией используется при общении с противоположным полом. Если в реальном офлайн-мире можно подарить девушке цветы, то в мире Интернета мужская половина человечества одаривает прекрасный пол более эфемерными вещами – виртуальными подарками, ссылками на песни, фотографиями.

Таким образом человек делится своими впечатлениями с другим и хочет донести до него свои переживания. Но донести свои мысли до другого человека попросту невозможно, потому что это связано с чередой личных жизненных переживаний и опыта. При одинаковом жизненном опыте и переживаниях реакция на одно и то же будет одинаковой, но, как мы с вами понимаем, это невозможно, тем более у противоположного пола, восприятие которого отличается от вашего с точностью до наоборот. Но тем не менее «информационные подношения» – это в чем-то модернизированные офлайновые подношения и подарки, но точку, например, вы не сможете подарить в реальном мире, а в Интернете, пожалуйста, – любой знак препинания – что угодно! ☺

Одиночество в Интернете

Чувство одиночества – субъективная реакция на несоответствие желаемого и достигнутого уровня социальных контактов. Может не соответствовать частоте и широте реальных контактов. В качестве терапевтических мероприятий, призванных устранить чувство одиночества, используются тренинг социальных навыков, когнитивн-поведенческая терапия, терапевтические группы, специальные семинары для разведенных и холостяков. *Синоним – эмоциональная изоляция* (Психологический толковый словарь).

Как мы уже с вами обсуждали, дорогой читатель, Интернет состоит из множества одиноких людей. Общение в Интернете происходит таким образом – человек один на один общается с информационным пространством.

Какова психологическая картина подобного одиночества? Вопрос весьма спорный и в чем-то уже совсем философский. Попробуем, не особо вдаваясь в детали, рассмотреть одиночество человека на всем пути эволюции и плавно подойти к «одинокому» восприятию информации в Интернете.

Понятие одиночества настолько широкое, и на этот счет существует так много мнений... что материал грозит быть очень большим. Поэтому я лишь приведу ту информацию, которая может относиться к одиночеству и в интернет-сообществе.

Человек – существо социальное и подсознательно стремится к общению с себе подобными. Рассмотрим «крайние степени» – полное одиночество присуще, например, тибетским монахам. Так называемая форма мауны, когда монах замуровывает себя до конца жизни в небольшом помещении, выбирая для этого своего «стража», который будет приносить еду, пока он не умрет. Такой добровольный уход от общества обусловлен медитативными процессами, при которых общество только мешает. Другая обратная форма – гипербобщительный человек, который без общения начинает испытывать чувство беспокойства.

Человек, веря в то, что его истинное «Я» отвергнуто другими, замыкается в своем одиночестве и, чтобы не быть отвергнутым обществом, продолжает придерживаться своих социальных норм, что приводит к опустошенности. Иными словами, в одиночестве проявляется несоответствие между действительным и идеализированным «Я».

Также можно сказать, что одной из причин одиночества является ориентация на других, а не на себя. Люди с такой ориентацией хотят нравиться, постоянно приспособливаются к обсто-

ятельствам и общественному мнению, изучают его, а также обособлены от своего истинного «Я», своих чувств и своих ожиданий в сторону общественных усредненных ожиданий и мнений. Это приводит к тому, что такая личность может приобрести «синдром обеспокоенности» и зависимость от внимания окружающих к себе. Причем эта потребность никогда не может быть удовлетворена, ведь сколько ни заводи себе друзей, сколько ни общайся со «стадионами» народу, все равно в воображении можно нарисовать еще большее количество людей. Или общаясь со «стадионом» и теряя хотя бы «один ряд стадиона» из круга своего общения, можно ощутить одиночество.

Одинокие люди направлены «из себя», а не вовнутрь, поэтому вся энергия уходит на изучение окружающих, но не на самих себя. Большие сборища таких одиноких людей, бурно общающихся между собой, можно назвать одинокой толпой.

Казалось бы, если у человека много друзей и он общителен, то его нельзя назвать замкнутым! Да, он замкнут на окружающем пространстве и, потеряв в нем себя, становится одиноким. Медицинские факты: люди, ведущие парный образ жизни, меньше страдают перееданием, алкоголизмом и т.д.

Другая сторона одиночества – это **уединение**. Скорее, общение с информационным пространством в Интернете можно сравнить именно с уединением, но оно рискует перерасти в одиночество, если ему уделять слишком много времени. Человек рождается один (исключая близнецов) и умирает также один. Казалось бы, факт весьма противоречивый, но противоречивость присуща человеку и тому, что он создает, в том числе и в Интернете.

Медитация и Интернет

Длительные уединения (тихо с самим с собой) и время, проводимое наедине с информацией, можно рассматривать как в чем-то «медитативный процесс», за исключением того, что для медитирования необходимо иметь соответствующую подготовку и знания. Но и без них процесс несколько схож.

При медитации информационный поток исходит из окружающего мира и самого медитирующего, при использовании Интернета мы видим схожую модель. Но! Здесь пользователь получает информацию зрительным путем, в отличие от медитации, которая производится с закрытыми глазами, чтобы исключить зрительные образы и сосредоточиться на внутренних.

Также нахождение в Интернете можно сравнить с чтением книги или просмотром видео за исключением того, что пользователь сам выбирает, что и как ему смотреть из бесконечного потока информации.

Интернет, созданный для объединения людей и обмена информацией между ними, способствует уединению (одиночеству) этих людей, которые из-за общения между собой и с информацией все больше становятся одинокими и начинают порой как раз вести эту жизнь «наружу», все больше ориентируясь на мнение извне. Также одиночество можно сравнить с неудовлетворенным чувством важности в какой-то мере.

Достоверность информации в Интернете

Интернет в XXI в. – самый популярный источник информации. Популярность его объясняется просто: поиск данных в Сети прост и удобен, при этом существенно экономит время по сравнению с походом в библиотеку или просмотром телевизора. Непрерывное совершенствование IT-технологий привело к появлению бесчисленного множества онлайн-сервисов и ресурсов, что повлекло за собой формирование в обществе позитивного общественного мнения о полезности Интернета.

Теперь поиск информации с помощью Интернета – это не привилегия, а канал повседневной информационной подпитки как для рядовых пользователей, так и для государственных служащих и бизнесменов. Причина в том, что своевременное получение информации может приносить ощутимую прибыль: обратная связь с клиентами, реклама, доступная большому количеству потенциальных потребителей.

Такой массовый ажиотаж вокруг Интернета рано или поздно приводит каждого пользователя к необходимости решения вопроса «Можно ли доверять информации из Интернета?». Доверять на 100% онлайн-информации – это, конечно же, глупость. Необходим постоянный контроль достоверности информации, полученной в результате поиска. Не стоит забывать, что Глобальная сеть – это зона свободного доступа, а значит, любой человек может принимать участие в ее наполнении.

Существует несколько традиционных способов проверки достоверности данных, полученных через Интернет.

1. Проверка фактического материала. Любые факты имеют источники, именно поэтому

их и называют фактами. Факт невозможно выдумать, так как главным его условием является достоверность. Проверка точности фактов может показать уровень авторитетности сайта и той информации, которую он размещает. Замечательно, если информационный материал обладает ссылками на авторитетные источники (агентства сбора статистики, научные институты). Если фактический материал не соответствует действительности, то и остальной материал вряд ли будет заслуживать доверия.

2. Поиск других источников информации. Одним из способов поиска истины является сравнение. Недостоверную информацию редко публикуют на нескольких ресурсах одновременно. Поэтому расположенные на нескольких независимых друг от друга ресурсах данные вызывают доверие. Однако и здесь не стоит забывать об источнике информации. Часто бывает, что сайты ссылаются на один и тот же недостоверный источник.

3. Установление использования материала другими источниками. Если источнику доверяют, значит, материалы, расположенные на нем, часто перепечатывают и копируют. Это может служить знаком надежности ресурса. Чем больше ссылок на исходный материал – тем выше его авторитет в Интернете.

4. Выяснение рейтинга и авторитета сайта. Хотите убедиться в правдивости информации – узнайте о репутации сайта, на котором она размещена. Популярные ресурсы заботятся о своем рейтинге, а поэтому тщательно следят за правдивостью используемой информации. Они не станут разминивать имидж на «желтые» сенсации. Популярность ресурсов отражается в специальных рейтинговых системах: например, топ «Рамблера» и «Яндекса». Есть и другой способ: на-

брать название ресурса в любом поисковике и почитать отзывы о нем. Также знаком качества ресурса служит наличие свидетельства о регистрации СМИ.

5. Получение информации об авторе материала. Любая статья имеет своего автора. Зная компетентность и статус журналиста в интернет-сообществе, вы можете судить и об уровне правдивости его статьи. Если данный автор встречается вам впервые, познакомьтесь с другими его работами, а также комментариями к ним читателей. Кроме того, в Интернете можно найти его блоги или страницы в социальных сетях, которые помогут составить вам мнение об авторе.

Психология лжи в Интернете

Мы с вами рассмотрели информацию в Интернете, теперь поговорим немного о людях, размещающих ложную информацию и психологических причинах этого интернет-феномена.

В процессе общения мы получаем помимо основной информации, заключенной непосредственно в слова говорящего, еще и множество косвенной. К такой информации относятся ширина зрачков собеседника, положение его рук, ритм дыхания и многое другое. Часть этого мы откладываем в памяти сознательно, что-то регистрируем бессознательно, однако только десятая часть всей полученной из разговора информации поступает к нам из слов собеседника, его речи.

Ученые Америки приводят следующие данные процентного распределения внимания при

общении: 55% – невербальные (жесты, мимика, положение в пространстве, взгляд), 38% – характеристики речи (высота и тембр голоса, ритмичность), 7% – содержание речи. Вы видите, что максимальная концентрация внимания при общении приходится на то, КАК говорят люди, а не на то, ЧТО они говорят. Но ведь в Интернете (в чатах, форумах, социальных сетях) нельзя увидеть собеседника, а значит 93% информации мы теряем изначально. Мы не можем увидеть, как сидит перед монитором собеседник, расширяются или сужаются его зрачки при общении с нами. В итоге нам остается лишь 7% информации для того, чтобы определить – говорит человек правду или врет. Существуют, конечно, веб-камеры и Skype, однако ими пользуются далеко не все и не при каждом онлайн-общении.

Для начала, давайте определимся с понятием «ложь». Наш мир не черно-белый, поэтому рассматривать любую информацию с точки зрения «правда – вранье» будет неправильно. Ложь обладает не только философскими, но и морально-нравственными характеристиками. Например, является ли ложью недосказанность? Ведь в этом случае вы не говорите неправду, вы просто ничего не говорите. Или пример, когда человек искренне верит в то, что он говорит, хотя информация в его сообщении неверна. При обсуждении вопросов лжи не существует точных ответов. В данном случае мы будем считать ложью заведомый обман с корыстными целями.

Есть несколько простых советов, которые помогут вам при переписке с человеком с большой долей вероятности определить, лжет он или нет.

Во-первых, постарайтесь увеличить поток информации (так как 7% явно недостаточно): перейдите с переписки по e-mail на ICQ, с ICQ

на Skype и т.д. Идеальным вариантом, конечно, станет личная встреча. Если человек ничего не скрывает, то более «открытые» способы общения не вызовут у него негативной реакции. Если же со слов собеседника окажется, что ни ICQ, ни Skype, ни свободного времени у него нет – вам следует насторожиться, ведь заинтересованный в контакте человек найдет способ поговорить с собеседником.

Во-вторых, ищите противоречия. Сделать это при переписке сложнее, чем при живом общении (где вы можете сопоставлять слова собеседника и его поведение), но можно. Для этого следует задавать как можно больше открытых и уточняющих вопросов, т.е. тех, которые требуют от собеседника рассуждений, а не односложных ответов. После того как беседа начала набирать обороты – сделайте паузу, потяните время. А после – вновь задайте собеседнику вопросы, которые были заданы ранее, только перефразируйте их. Если ответы будут существенно различаться – здесь, вероятно, скрывается ложь. При этом лживый ответ повлечет за собой цепочку вранья, а это значит, что при большом количестве уточняющих вопросов собеседник просто запутается в том, о чем и кому он врал.

Чтобы распознавать в тексте ложь, вам необходимо научиться проверять его на наличие некоторых косвенных признаков лжи. Наиболее явными признаками этого являются недочеты при описании произошедших событий.

Эти недочеты могут проявляться в нескольких случаях:

- 1) размытость указываемых сведений, вызванная тем, что события не были в действительности пережиты рассказчиком, а значит, закрепились в его памяти поверхностно;

2) наоборот, чрезмерная точность описания прошедших событий, являющаяся следствием заранее заученной информации. Если же данная точность присутствует одновременно у нескольких собеседников – вероятность того, что вам предоставляют ложную информацию, увеличивается. Еще одним недочетом может являться различная трактовка собеседником одного события на разных этапах общения. Причина подобных нестыковок проста – человек забывает детали, которые он когда-то выдумал, а не пережил по-настоящему.

Помимо описания фактов следует обращать внимание на то, как человек говорит о самом себе. Если он нарочито часто и без необходимости ссылается на свою добропорядочность, а также сообщает вам исключительно позитивную информацию о себе – вероятно, он что-то скрывает. Обычно люди не боятся говорить о своих небольших просчетах и неудачах.

Если вы уже знакомы с собеседником, значит вам не составит большого труда выявить нетипичные для него выражения и термины, а также изменение эмоционального фона речи. Например, если человек всегда пишет короткими предложениями с использованием нейтральной лексики и вдруг начинает использовать профессионализмы и длинные, сложные синтаксические конструкции – это может свидетельствовать о том, что он выражает не свою точку зрения, а навязанную кем-то другим.

Кроме всего вышеперечисленного, отмечайте при переписке «оговорки» собеседника. Подобное бессознательное сообщение достоверных фактов отражает борьбу в сознании человека правдивых и ложных вариантов трактовки событий. Кроме «оговорок» человек может неоднократно повторять одни и те же

утверждения, когда ход беседы не требует этого. Почему это является свидетельством лжи? Восточные мудрецы говорили: «Ты сказал мне в первый раз, и я поверил. Ты повторил – и я усомнился. Ты сказал в третий раз – и я понял, что ты лжешь».

Повторами человек обычно старается заполнить бреши при ответе на вопросы, на которые он еще не придумал правдоподобных ответов. Также собеседник может уклоняться от вопросов, объясняя это своей забывчивостью или же неясностью вопроса.

Все приведенные выше факторы могут помочь вам предположить наличие или отсутствие в тексте лжи. Если же вам удалось пообщаться с человеком с помощью телефона или Skype, значит в вашем арсенале должны быть задействованы новые инструменты.

Человеку свойственен один определенный тип мышления. Поэтому на вопросы он отвечает всегда с примерно одинаковой скоростью. Появление больших пауз после того, как ваш вопрос был задан, означает, что у человека появляются трудности с воспроизведением фактов. Вполне возможно, что во время паузы он придумывает ложный ответ. Помимо пауз в речи собеседника могут появляться также запинки и «вредные» слова (эм-м-м, как бы), постоянные повторы слов, резкое увеличение или снижение скорости речи.

Голос предоставляет нам дополнительный ценный материал при анализе достоверности материала. Диктофоны есть в большинстве моделей современных сотовых телефонов – старайтесь всегда записывать важные разговоры. Наличие оцифрованной записи беседы дает вам дополнительные возможности для анализа речи, который можно осуществить с помощью

специальных программ. Эти программы сегодня уже не являются секретными военными разработками и, как правило, работают по технологии речевого анализа стресса, применяемой также в детекторах лжи.

Применение данных программ основано на регистрации изменения частоты звука голоса человека в случае вранья. Программа анализирует изменения целого спектра различных акустических показателей: высота и тембр голоса, напряженность голосовых связок, тон голоса. Неспециалисту заметить эти тонкости в процессе живого общения практически невозможно, так как они не проявляются в поведении человека и сложно уловимы на слух. Однако считать данные программы за панацею тоже не стоит. Даже наиболее точные их разновидности обладают точностью не более 80%. Безусловно, это высокий показатель, но делать на его основании выводы о правдивости или лживости информации было бы крайне неосмотрительно.

Следование всем перечисленным советам поможет вам более тщательно анализировать получаемую извне информацию. Однако никогда нельзя делать выводы, исходя только из своих предположений и косвенных факторов лжи. Даже при анализе всего возможного комплекса информации – речь собеседника и его невербальные жесты – мы можем лишь подозревать о том, что нам сообщают ложную информацию. Поэтому необходимо стараться избегать резких суждений и выводов о недостоверности той или иной информации, а в особо важных случаях не бояться обращаться за помощью к профессионалам по выявлению лжи.

Рассмотрев всевозможные уловки лжи, задумался, о чем чаще врут и какую ложную инфор-

мацию размещают в Интернете, рассчитывая на интерес пользователей. Вспомнил, что тема «Как бросить курить» является весьма злободневной и решил написать еще и об этом ☺. Но уже в следующей главе.

**ЧАСТЬ ПЯТАЯ.
ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ,
НО НЕ МЕНЕЕ ПРЕКРАСНАЯ**

Как бросить курить в Интернете

Ну-у-у-у... курить в Интернете пока никак нельзя ☹. Тут вы правы, конечно: еще не придумали USB-сигарет, заряжающихся на определенных сайтах волшебной информацией, и генерирующие на определенных страницах при вводе правильного пароля различные, например, психотропные вещества ☺.

Рассмотрев всевозможные зависимости, захотелось поделиться своим опытом бросания курить. Хуже точно не будет. Это не про Интернет, зато про зависимости.

Что дает курение? Когда человек постоянно курит, у него возникает пауза с потреблением сигарет. Когда этой паузы нет, у него возникает чувство беспокойства, и, заново закуривая, курящий убирает это чувство. Курильщик думает, что это чувство беспокойства убрал табак, и у него есть стимул закурить заново.

Но! Проблема курения состоит в том, что само курение табака образует эту ситуацию «беспокойства», и последующее потребление табачного дыма просто гасит это табачное беспокойство. Для большего понимания: если бы вы никогда не курили, вам было бы вовсе незнакомо табачное беспокойство.

Табак вызывает беспокойство, появляясь в организме курильщика единожды, и сам же табак поглощает это беспокойство при появлении дополнительной дозы в организме. Поэтому бросить курить порой весьма проблематично: вам надо полностью удалить дополнительный элемент вашего организма, с которым вы уже свыклись и который сам производит беспокойство в вашем организме.

Бросание курить больше психологическая проблема, чем физическая. Решите – хотите вы курить или нет? Если сомневаетесь – курите дальше и все.

А если Вы курите и не уверены в том, что вам это мешает – бросать бесполезно. У вас должен быть аргумент или причина, почему вы решили бросить курить. По этой причине вы, собственно, и бросаете это занятие. Не каждый курильщик понимает, что ему не надо курить.

О сомнениях и бросании курить

Перед тем, как вы решили бросить курить, вас будут одолевать сомнения. Если вы все-таки решились, вы будете выбирать и оттягивать день бросания курить. Допустим, вы решились, но после этого вас будут одолевать сомнения о правильности решения.

Все ранние, казалось бы, незначительные моменты жизни могут показаться вам в темном свете, и в эти моменты вам захочется избавления – опять закурить!

Метод наполовину пустого/полного стакана при желании закурить. Для того чтобы НЕ ЗАКУРИТЬ, вам надо просто знать о том, что будет, и заранее подготовиться к этому, мотивируя свои внутренние негативные эмоции. Я называю это переворачиванием стакана. БАХ! – и стакан стал наполовину пуст! А вы задумайтесь и рассмотрите ситуацию с другой стороны: посмейтесь над ней, и он станет наполовину полон! ☺

Впредь, когда ситуация ВДРУГ будет приобретать негативный оборот, знайте, что это результат того, что вы раньше курили, и если вы закурите заново, ситуация не поменяется, потому что вы САМИ ее придумали. Человек живет в иллюзорном мире, созданном им самим, и курение табака сильно влияет на этот мир, создавая беспокойство.

Психологический портрет интернет-пользователя

Пришло время, оглянувшись на рассмотренный материал, «нарисовать» портрет интернет-пользователя. Станем немного художниками ☺.

Российский пользователь Интернета:

- находится в уединении, если уединение прогрессирует, то в одиночестве;
- является либо создателем информации, либо ее потребителем (также может зависеть от психологического портрета «одиночества» пользователя – «направленный наружу» или «направленный внутрь»);
- находится в своем внутреннем времени;
- является членом какого-либо интернет-сообщества (с вероятностью 80%);
- чувствует свободу действий;
- зачастую не понимает размеров того пространства (Интернета), в котором пребывает, и количества людей в нем;
- использует Интернет больше для развлечения (в процентном соотношении) вследствие менталитета и возможностей монетизации Рунета;
- подвержен какой-либо из зависимостей или массе зависимостей – информационной, серфинг и т.д.;
- общается с плоским/необъемным пространством;
- переносит «проблемы» своего мира в Интернет и порой там ищет их решение;
- портит зрение.

**ЭПИЛОГ.
ВСЕ ВЫВОДЫ**

ЭПИЛОГ

Все вместе мы, дорогие читатели, можем изменить мир Интернета, воздействуя на него. Ведь этот мир создан нами же, значит, мы можем его изменить! Руководствуясь тем, что нам с вами удалось для себя почерпнуть из этой книги, мы должны совершать действия, руководствуясь одной целью – создать мир Интернета, положительно влияя и на других людей.

Надеюсь, мой опыт, которым я поделился на страницах этой книги, и та информация, которую удалось донести, помогут вам сформировать собственные уникальные мысли и мнения, которые сформируют у вас собственное восприятие мира Интернета. И только так мы вместе сможем его изменить.

И напоследок.

1. Делая что-либо в Интернете, задумайтесь, а для чего это? Несет ли это пользу для вас самих и для других пользователей?

2. Проводя время в Интернете, задумайтесь, а рационально ли вы его используете? Используя свое внутреннее время для собственных развлечений, вы рискуете прожить чужую жизнь или просто прожить ее, ничего не принеся в жизнь других людей и в свою собственную.

3. Неся сиюминутные или личные цели, мы рискуем никуда не прийти.

4. Вместе с вами в мире Интернета находятся одновременно миллионы людей. Если вы их даже не видите, это не значит, что их не существует. Они есть, и при этом совершают примерно такие же действия, что и вы.

5. Рационально используя собственное внутреннее время, вы имеете больше возможностей к действию, потому что Интернет НЕ ИМЕЕТ СОБСТВЕННОГО ВРЕМЕНИ! Потому

что он лежит во всех временных полюсах и взаимосвязан с внутренним временем всех людей, из которых он состоит.

6. При отсутствии неписаных законов, карательных органов в Интернете он частично живет по принципам саморегуляции (в чем-то соизмеримым с живой природой). Поэтому ваши действия, несущие «отрицательный заряд», с большей вероятностью вернуться к вам обратно.

ВСЕ ВЫВОДЫ

Модель первобытного общества, в котором существовала четкая взаимосвязь его членов, в чем-то отозвалась в современном обществе, но из-за масштабов «пещеры» эти взаимосвязи не всегда видны отдельному человеку.

За последние 40 лет население Земли увеличилось почти в два раза, исходя из этого резко возросли потребности и появилось огромное количество новых взаимосвязей между людьми благодаря техническому прогрессу.

Если не следовать распространенной древнегреческой математике, модель взаимосвязей и действий людей будет другой. Принимая на веру что-либо, всегда можно найти еще множество вариантов.

Каждый человек живет в индивидуальном, собственном времени, ориентируясь на общепринятое понятие времени, в том числе на часовой пояс, в котором он живет.

В Интернете НЕТ ВРЕМЕНИ И ЧАСОВОГО ПОЯСА! Соответственно, В ИНТЕРНЕТЕ НЕТ СВОЕГО ВРЕМЕНИ! Время Интернета состоит из внутреннего времени его же пользователей (с погрешностью на время их часовых поясов, на которое они подсознательно опираются).

Общество можно рассматривать как результат совместной деятельности людей и их действий, при этом каждый из членов общества влияет на действия другого; и на них же (как и на индивидов) влияют внешние факторы, при этом каждый из членов общества живет в собственном времени, опираясь при этом на принятое между индивидами отдельное «общее» время в зависимости от часового пояса; в свою очередь, Интернет имеет свое собственное время, состоящее из внутреннего времени его пользователей.

Порой отдельный человек хочет доказать то, что интуитивно и так понимает. Но общество не принимает на веру интуитивные доказательства, а верит только тому, что допустимо в рамках самого общества. Поэтому такому человеку приходится доказывать другим то, что понятно ему, несвойственным для себя образом, подгоняя свои доказательства под общепринятые рамки и изобретая новые правила.

Методика управления государством с помощью «усреднения мнений» порой приводит к усреднению самих членов – «пользователей» этого государства, имея обратный эффект

Чтобы приготовить пирог – надо готовить пирог!

Но! В Интернете НЕТ самого «Главного»! НЕТ и «Замглавного» и НЕТ даже правительства! В Интернете НЕТ органов законодательной власти, да и самих законов с печатями и голосованием, в Интернете НЕТ прямого деления по национальному и территориальному признаку и деления на касты и слои общества. При этом, казалось бы, «хаосе» общество в Интернете существует, но оно состоит только из «виртуальных» людей. Вопрос в том, насколько они «ненастоящие»?

Интернет – это общество свободы, создаваемое самими членами этого общества путем размещения информации в открытом доступе.

Удержать пользователей там, где им неинтересно, гораздо сложнее, нежели их привлечь. Таким образом, в большинстве интернет-проектов наблюдается «перетекание аудитории» и одного сообщества в другое.

Методы привлечения противоположного пола в Интернете уникальны и более нигде, кроме как в Интернете, не встречаются. До возникновения Интернета не было возможности структурировать поиск, единственным способом привлечения внимания служило лишь увеличение круга общения. В интернет-сообществах действуют такие же законы, с погрешностью на технологический прогресс и цифровой век ☺.

Что мешает развиваться русскому человеку, лишенному «султанского принципа», и в эру живой конкуренции в Интернете? Отсутствие монетизации Интернета в России (на момент написания данной книги). Отсутствие наглядного результата действий пользователя или организованного бизнеса в Интернете, выражающегося в денежном эквиваленте, что приводит к беспорядочным действиям, не приносящим пользователю конкретной выгоды.

Анкетирование на сайтах интернет-знакомств привело к «стандартизации» самой процедуры знакомств. В офлайн-среде такое попросту невозможно (хотя, безусловно, анкетирование в офлайн-среде с целью знакомства также присутствует). Так можно определить будущего(ую) избранника(цу), задав его (ее) параметры. Поиск по параметрам – удел Интернета, но, подгоняя людей под определенные рамки, сами люди следуют заданным рамкам и далее. И ищущий по определенным параметрам накладывает этот факт поиска уже на всех, также развивая стереотип «параметровых» отношений в реальной жизни.

Формула любви мужчины (Баранов А.Е. ©)

1. УМЕНИЕ СЛУШАТЬ МУЖЧИНУ (и поддерживать разговор) + 2. ХВАЛИТЬ ЕГО ДОСТИЖЕНИЯ (разбираясь в них) + 3. СООТВЕТСТВОВАТЬ ТОМУ ВИЗУАЛЬНОМУ ОБРАЗУ, который нравится мужчине = МУЖСКАЯ ЛЮБОВЬ

Формула любви женщины (Баранов А.Е. ©)

ПОВЫШЕНИЕ СТАТУСА женщины + ГЕНОФОНД мужчины + БЕРЕМЕННОСТЬ + ВОЗМОЖНОСТЬ ОБЕСПЕЧИТЬ РЕБЕНКА = ЖЕНСКАЯ ЛЮБОВЬ

На основании полученной информации каждый читатель может для себя сделать самостоятельные выводы, которые, возможно, повлияют на его дальнейшую судьбу и судьбу других людей.

При наличии навыка быстрого определения цели и личности с помощью онлайн-общения вы сможете быстро выделить тех индивидов, которые вам интересны из огромного количества людей и перейти с ними на невербальное общение. В противном же случае вы рискуете потерять массу времени... но, возможно, приобретете необходимый навык онлайн-общения – почему нет!

Надо чаще встречаться! 😊

Как добиться роста популярности платежных систем среди населения России? Как сдвинуть с мертвой точки русский менталитет и перейти к процветанию электронного бизнеса в Сети? Без действий правительства тут никак не обойтись! Законодательная база должна позволять сделать это, а рычаги управления государства должны способствовать развитию электронного бизнеса как средства роста финансовых показателей населения и формированию нового налогового законодательства.

Проблема Рунета состоит в нежелании русского человека оставлять какие-либо достоверные данные о себе в Сети, даже в самых безобидных местах.

ПОШЛИ ДРУГУ НАЗВАНИЕ КНИГИ «ИНТЕРНЕТ-ПСИХОЛОГИЯ» Андрея Баранова. И мы будем вместе участвовать в вирусном маркетинге! Выигравшему – материальный приз и книга с автографом автора. Прочитали? Теперь дайте прочитать другому!

В Интернете удачный результат превосходит ожидания и многочисленные неудачи с лихвой перекрываются одним удачным проектом.

Психология смерти претерпела информационные изменения. После смерти человек может оставить свой след в информационном пространстве.

Ценности реального мира плавно перекечевали в Интернет, создав новые отражения и новые возможности для реализации и развития человека. В большинстве своем «вещизм», обладание какими-либо вещами в интернет-пространстве, обрело новое качество. Я бы назвал это виртуальными вещами, их нельзя потрогать, но можно показать другим. Часто нематериальные ценности отражают психологию человека офлайн, где чувство собственной значимости подкрепляется какими-либо предметами.

Интернет-серфинг в какой-то степени является как раз той деятельностью, в которой индивид без труда может отслеживать якобы достижение неких результатов, но вместе с тем подсознательно понимая ложность этих результатов. Поэтому можно предположить, что данный вид деятельности может послужить на руку депрессиям и потере интереса к жизни. Борьба с этим фактом возможно лишь путем «организации» внутреннего противостояния и формирования внутренней цели. Тогда серфинг будет иметь «начало» и «конец» и перейдет из состояния беспорядочного в упорядоченный.

Разные люди приходят в игровой мир с различными целями и стремлениями. Зачастую цели и потребности из мира реального они переносят в игровой процесс. Тем не менее в игровом мире эти люди взаимодействуют друг с другом и создают самостоятельные социальные общности со своими правилами и принципами. Для некоторых игра – это единственная возможность общения с людьми, для других – это рутинная работа. Несмотря на все это, сетевые компьютерные игры сегодня объединяют тысячи людей и воздействуют на их психику.

Благодаря двум осям координат интернет-мир плоский, еще его можно назвать плоской реальностью. Он сравним с книгой и передачей информации традиционным печатным образом. Это накладывает определенный отпечаток при ее восприятии – как на информационное поле. Также это обусловлено техническими особенностями Интернета: размещением информации блоками и особенностями обновления этой информации программным образом. Внеся объем – третье измерение, – мы получим совершенно новую, более сложную технологию.

Легкость и надежность покупки делает такие аукционы необычайно популярными. Так же, как и «шопинг-терапию», вид покупок на онлайн-аукционах можно отнести к психологической зависимости.

Делая «подношение» информацией, пользователь, возможно, подсознательно использует древний принцип, имеющий религиозную историю. В то место, куда другие пользователи уже «принесли» информацию, другие пользователи несут ее гораздо охотнее. Таким образом, развивается тот или иной ресурс, что способствует привлечению других пользователей.

Интернет, созданный для объединения людей и обмена информацией между ними, способствует уединению (одиночеству) этих людей, которые из-за общения между собой и с информацией все больше становятся одинокими и начинают порой как раз вести эту жизнь «наружу», все больше ориентируясь на мнение извне. Также одиночество можно сравнить с неудовлетворенным чувством важности в какой-то мере.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Egger O. Prof. Dr. M. Rauterberg. Internet Behavior and Addiction. 1996.

Goldberg Ivan. MD Web Publishing 1996–1999.

Young Kimberly. Web Publishing 1996–1999.

Orzack Maressa Hecht. Ph.D. Web Publishing 1996–1999.

Короленко Ц.П., Дмитриева Н.В. Социодинамическая психиатрия. М. – Екатеринбург, 2000.

Автор – Андрей Баранов. Выпускник Московской школы гипноза Геннадия Гончарова, исполнительный директор и соучредитель Newmann Bauer marketing group. Имеет 12-летний опыт ведения различных направлений бизнеса: интернет-агентства, дизайн-студии, интернет-проекты, социальные сети, маркетинговые исследования, интернет-инновации, BTL-кампании, построение схем эффективного управления бизнесом. В активных продажах работает свыше 18 лет. Проводит регулярные бизнес-тренинги. Является автором «электронной воронки продаж», методов управления уровнем продаж, член Международной ассоциации бизнес-коммуникаторов IABC. Член Гильдии маркетологов. Автор книг «Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг», «3 правила успеха интернет-маркетинга».