



ФЕНОМЕН СЕЛФИ



ДЕТИ

В ИНФОРМАЦИОННОМ

ОБЩЕСТВЕ

Линия помощи «Дети онлайн» делится опытом

Робот-библиотекарь

Нужно ли бороться с интернет-страшилками

Человек, первым пославший «мыло»

16+



ДЕТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Издатель

Фонд Развития Интернет



При поддержке

Министерства образования
и науки Российской Федерации

Научная поддержка:

Факультет психологии МГУ
имени М.В. Ломоносова,
ФГАУ МОН РФ
«Федеральный институт
развития образования»

Главный редактор

Галина Солдатова

Заместитель

главного редактора
Александра Толстихина

Выпускающий редактор

Мария Лебешева

Редакционная группа

Мария Журина
Владимир Шляпников
Оксана Олькина
Алина Ярмина

Дизайн

Наталья Соловьева

Корректор

Наталья Боровичева

Редакция:

«Фонд Развития Интернет»
Москва, Пресненский вал, д.17 стр.1
Телефон: 8 (499) 702-83-43
www.detionline.com
www.fid.su
e-mail: journal@detionline.com

Мнение редакции может не совпадать с точкой зрения авторов публикуемых материалов.

Копирование или перепечатка материалов возможны только с письменного разрешения редакции и обязательным указанием ссылки на источник.

Свидетельство о регистрации СМИ
ПИ ФС77-45884 от 15 июля 2011 г.,
Роскомнадзор

Отпечатано в ООО «Вива-Стар»
Тираж 1000 экз.

Электронная версия журнала доступна по адресам: www.detionline.com/journal/, и <http://www.educom.ru/ru/works/chinfo/>. В свободном доступе представлены все изданные номера за 2009–2015 гг. Основные темы: влияние Интернета на развитие детей и подростков, информатизация школьного образования, интернет-зависимость, цифровой разрыв между поколениями, риски и опасности информационной среды для юных пользователей, цифровая компетентность и другие. На сайте вы можете подписаться на электронную версию журнала.

Новое слово «селфи»

У нас летний номер, но в связи с главной темой вспомнилось про прошлую зиму. В одну из декабрьских суббот, когда, наконец, выпал первый снег, я поймала себя на том, что с упорством, заслуживающим лучшей цели, фотографирую свои ноги в валенках, купленных на рынке в подмосковной Истре. Еще раз проглядев эти фото, сделанные в разных ракурсах: с ветками туи и можжевельника, у так называемой альпийской горки, на еще зеленой, слегка запорошенной снегом траве, в сугробе и рядом с ним — я осознала, что эпидемия селфи не обошла меня стороной. Снимки с валенками — это специфический русский вариант одного из многочисленных селфи-трендов — «шуфис» — фото ног в обуви и без.

Селфи популярно уже третий год. Это новое слово в человеческом лексиконе уже заняло свое место в словарях. Оно не просто обозначает товар или технологию, а порожденное ими новое явление массовой культуры, напрямую связанное с Интернетом и инфокоммуникационными технологиями.

Кто-то не поленился и посчитал: из всего множества фотографий, попадающих в Интернет, селфи составляет лишь двадцатую часть. Это заметное, но не повальное увлечение. И все же этот жанр привлекает пристальное внимание — в основном по причине активно обсуждаемых трагических селфи-историй. На общем фоне негативных событий их ничтожно мало, но резонанс значителен. Кроме того, исследователи уверяют, что изображения людей и особенно их лица и притягивают, и раздражают одновременно.

На селфи стоит взглянуть и более широко. Это не только фото себя и своих частей тела, а также все, что мы сообщаем о себе: еда, которую мы съедим через минуту, ландшафт и помещения, в которых мы пребываем, наши песики, котики, хомячки, цветы, выращенные нами или нам понравившиеся, наши близкие, ну и другое наше человеческое окружение. В целом при определенной активности такое комплексное «о себе» — глобальное селфи — серьезное самооцифровывание, уникальная информация о каждом, запечатленная в Сети. Кроме того, селфи — это не только фотография, а целая программа последовательных действий, включающих три этапа: запечатление себя, работа над собой виртуальным и выкладывание результата в Сеть, а также получение обратной связи в виде комментариев и лайков. Таким образом, селфи в целом — это яркий пример одной из новых культур-



ных практик, возникших в век Интернета и связывающих две реальности сегодняшнего мира — онлайн и офлайн. Подростки мгновенно усваивают такие практики, превращают их в повседневность. Селфи становится инструментом, который помогает удовлетворить потребность в самопознании, признании, идентичности, самореализации, способствует формированию навыков самопрезентации и цифровой грамотности. Главное, чтобы селфи осталось увлечением и не превратилось в синдром — пограничный, хронический, острый и даже патологический, как это иногда случается со взрослыми.

Я решила не поддаваться селфимании: удалила без сожаления все валенки, с некоторыми колебаниями — кучу других своих фото. Ведь фотографии, не выложенные в Интернет, — всего лишь наполовину селфи, а с незаконченным действием и до селфи-невроза недалеко.

Кстати, работа над номером и пристальный взгляд на феномен селфи с трех точек зрения — философской, психологической и психиатрической — помогли всей редакционной группе заметно снизить свою селфи-активность.

Галина Солдатова,
главный редактор

ТЕМА НОМЕРА:

ФЕНОМЕН СЕЛФИ



20

Семейный альбом для одиночки

В какую реальность попадает подросток, впервые размещая в соцсетях снимок самого себя?

30

Мы и наш автопортрет

Интервью с профессором кафедры нейро- и патопсихологии МГУ имени М.В. Ломоносова, доктором психологических наук Еленой Соколовой

36

Култ публичности

Почему «эпидемия» селфи рискует превратиться в эпидемию селфицида. Взгляд психотерапевта

10

ГОСТЬ НОМЕРА

Дети сегодня те же самые, но изменилась среда вокруг

Создатель и директор школы для увлеченных детей Павел Шмаков о роли учителя и технологий в современном образовании

14

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО

Первое социально- сетевое

Портрет поколения, выросшего вместе с технологиями

44 ИССЛЕДОВАНИЯ

Онлайн-угрозы глазами детей и взрослых

Итоги пятилетней работы Линии помощи «Дети онлайн» показывают: школьники видят больше всего проблем в интернет-общении, а их родители – в содержании размещенных в Сети материалов

4

Вопрос - ответ

6

Новости

80

Глоссарий

56 ЗАРУБЕЖНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Родители и соцсети

Мамы и папы составляют две трети пользователей социальных медиа. В соцсетях они получают ответы на вопросы по воспитанию, обмениваются опытом и поддерживают друг друга

62 ПРАКТИКУМ

Личное и публичное

уроки по управлению персональными данными в Сети

72 БИБЛИОТЕКИ: ТРАДИЦИИ И НОВАТОРСТВО

Найти эко-чудо

Из опыта работы Самарской областной детской библиотеки

76 ИМЕНА

Человек, первым пославший «мыло»

В создание электронной почты не было вложено ни копейки





Моя одиннадцатилетняя дочь увлекается крипипастой. На мой взгляд, это молодежное течение агрессивного толка, направлено на воспитание у подростков жестокости, склонности к совершению убийств самыми жестокими способами. Почитать рассказы крипипасты можно в Сети совершенно открыто. Кроме того, дочь при любой возможности

сидит в социальной сети, где у них есть группа почитателей этого направления. Они сами пишут рассказы на темы крипипасты, рисуют картинки, на которых изображают себя в виде героев этой крипипасты с окровавленными ножами в руках. Что я могу сделать в такой ситуации? Как я могу предостеречь дочь от опасных последствий этого увлечения?



Увлечение ужастиками и крипипастой может иметь в своей основе разные мотивы. В зависимости от конкретных причин этого интереса будет вестись разная профилактическая работа. Первая возможная причина связана с психологической спецификой — дети в этом возрасте часто увлекаются страшилками и страшными историями. В детской субкультуре издавна существовали и пересказывались истории-ужастики: можно вспомнить рассказы про черную комнату, черную руку и т. д. Функцией подобных историй, которыми обычно делятся в темноте, является работа по преодолению страхов. В условиях современного информационного общества увлеченность детьми предпубертатного возраста подобными тематическими интернет-сообществами может играть ту же самую роль. В таком формате чтение подобных рассказов вряд ли приведет к повышению уровня агрессивности. Однако важно помнить, что для современных детей в информационной культуре часто стираются границы виртуального мира и реальности. Как результат, возможен перенос сформировавшихся агрессивных установок в повседневную жизнь подростка. В этом главная опасность подобных увлечений.

Другая возможная причина увлечения ужастиками и крипипастой — вы-



сокий уровень агрессивности, которая выражается в таких безопасных, с точки зрения социальной оценки, формах поведения в интернет-сообществах. Обязательно надо посмотреть, насколько вашей дочери свойственна агрессивность в других сферах жизни: в семье, в отношениях со сверстниками в школе. Можно выделить 4 распространенные причины повышенного уровня агрессии. Во-первых, чувство «недолюбленности», дефицит внимания, ласки и заботы, вплоть до отвержения со стороны родителей. Во-вторых, непринятие сверстниками и, как следствие, поиск (в том числе и в форме агрессии) принимающей группы.

Крипипаста (от англ. *creep* — жуткий и *copy/paste* — копировать и вставлять) — жанр интернет-фольклора, представляющий собой разного рода страшилки: жуткие истории, созданные на основе городских легенд, иногда реальных событий, страшные картинки или видео. Обычно это короткие рассказы о привидениях или пришельцах, создаваемые интернет-пользователями с целью внушить ужас. В них непременно присутствуют убийства, самоубийства, потусторонние явления. Как отмечает журнал Time (<http://time.com/2818192/creepypasta-copyypasta-slender-man/>), в англоязычном Интернете этот жанр возник в 2006 году и достиг пика популярности в 2010. Жанр жив и сегодня, хотя его аудитория уже не столь массовая.

Самый популярный герой крипипаст — Тощий человек (Slender Man). Он был создан в результате конкурса Create Paranormal Images, проведенного на одном американском форуме в июне 2009 года: участникам пред-

лагалось с помощью графического редактора добавлять на обычные фотографии какие-либо сверхъестественные и пугающие детали. У этого персонажа множество поклонников, которые верят в его существование и занимаются его изучением, а некоторые утверждают, что сталкивались с ним. Это делает его первой полноценной городской легендой, созданной в Интернете. Тощему человеку быстро придумали имя и сочинили историю с убийствами, преследованиями и похищениями. На YouTube появилась серия псевдодокументальных фильмов «Мраморные шершни» (Marble Hornets), герои которых искали правду о страшном существе. Были созданы блоги искателей правды («Еще один глупец», «В поисках истины», «Сны во тьме»), видеосериалы.

Самые большие собрания крипипаст на русском языке: <http://kripipasta.com/page/about>; группа ВКонтакте (около 40 000 подписчиков) <http://vk.com/kripipastacom>

В-третьих, низкий уровень социальной успешности (например, плохая школьная успеваемость, отсутствие достижений в различных внешкольных видах активности, отсутствие интересов). В этом случае увлеченность ужастиками и их сочинением дает возможность почувствовать себя героем в эпатажных играх. И, наконец, общая моральная атмосфера группы, к которой принадлежит человек. Ребенок может попасть в компанию, где культивируются успех любой ценой, жестокость и т. д. Важно понимать, что причины повышенной агрессивности могут пересекаться и действовать вместе.

Что же делать родителю, который столкнулся с такой ситуацией? Не надо ничего категорически запрещать и наказывать за такую увлеченность: приближается период подросткового возраста, и ребенок может начать

действовать назло родителям, вопреки их воле. Однако в такой ситуации риски есть всегда, даже когда идет просто отработка страхов. Среди факторов риска — изменение порога чувствительности к другому человеку, притупление чувства недозволённости. По этой причине необходимо действовать. Во-первых, нужно стремиться к тому, чтобы сбалансировать и уравновесить деятельность ребенка, привлекая его к участию в добрых, милосердных делах. Это будет способствовать развитию ориентации на другого, формировать просоциальное поведение, привычку совершать добрые поступки. Кроме того, важно расширять информационную социализацию ребенка фильмами, книгами, знакомить его с произведениями искусства, что позволит приобщить подрастающего человека к значимым и актуальным ориентирам.

Подведены итоги конкурса «Телеком Идея ЮНИОР 2015»

Компания МТС в рамках программы «Лифт в будущее» АФК «Система» по поддержке и развитию талантливой молодежи провела конкурс для школьников 7–11 классов «Телеком Идея ЮНИОР 2015». Конкурс проходил с 15 апреля по 23 июня 2015 года на интерактивной площадке МТС «Телеком Идея» (<http://telecomideas.com>).

В конкурсе приняли участие дети в возрасте от 13 до 17 лет из Москвы, Читы, Нижнего Новгорода, Барнаула, Таганрога, Пятигорска, Обнинска, Московской и Самарской областей.

Участникам предлагалось представить город будущего и предложить современные инфо-телекоммуникационные технологии, которые позволят сделать его комфортным, удобным, безопасным и экологичным.

Победителями конкурса стали:

■ **Васинюк Артем** из Москвы занял 1 место со своей работой «Гибридный транспорт будущего – Авто-леть».

■ **Громушкина Дарья** из Москвы заняла 2 место со своей работой «Дистанционный мировой суд».

■ **Замахов Евгений** из Пятигорска занял 3 место

со своей работой «Система безопасности и информирования для транспорта на ИК лучах».



Финалистами конкурса стали:

■ **Тугаринова Александра** из Читы с работой «Поисковая система Isearch».

■ **Шикерина Анастасия** из Москвы с работой «Образовательный видео-сервис».

■ **Ощепкова Софья** из Барнаула с работой «Применение Big Data вычислений в медицине».

■ **Артемов Сергей** из Москвы с работой «Информационная система – Центральный музей вооруженных сил МО РФ».

■ **Акбаров Артур** из Самарской области с работой «Мобильное приложения для бездомных животных или «Я ищу хозяина!».

■ **Баранова Софья** из Москвы с работой «Информационная система работы с документооборотом MEDICAL.CARD V1.0».

■ **Трофимец Екатерина** из Москвы с работой «Vabadus».

■ **Гуляев Павел** из Таганрога с работой «Беспилотные автомобили – будущее наступит завтра».

■ **Сорокалетова Ольга** из Москвы с работой «Защита данных, передаваемых по ВОЛС».

Победители и финалисты

конкурса получили дипломы и памятные призы. Также им была предложена бесплатная путевка в летнюю научно-образовательную школу «Лифт в будущее» БФ АФК «Система». Работы ребят можно посмотреть на сайте: <http://telecomideas.com/2015/telecom-junior>.

Поступившие проекты оценивало профессиональное жюри, в состав которого в этом году вошли:

Серегина

Елена Ильинична – директор Департамента корпоративно-социальной ответственности группы МТС.

Терехов

Денис Эдуардович – генеральный директор агентства «Социальные Сети».

Солдатова

Галина Владимировна – член-корр. РАН, доктор психологических наук, профессор факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова, директор Фонда Развития Интернет.

Марчак Игорь Степанович – руководитель проектного офиса «Школа новых технологий» ДИТ Москвы.

«Конкурс для детей «Телеком Идея Юниор» существует второй год, – рассказал вице-президент компании МТС Михаил Архипов. – И мы видим, как растет интерес к этому конкурсу и как вырос уровень работ. Считаем, что такие проекты расширяют творческие возможности: ребята учатся мыслить, исследовать проблемы и предлагать альтернативные инновационные решения. А это самый эффективный способ активного развития личности».

Для юных механиков и программистов

В нашей стране будет создана сеть детских технопарков, где школьники смогут заниматься техническим творчеством и естественными науками, сообщает gia.ru. Соглашение о реализации соответствующей программы было подписано между Минобрнауки России и Агентством стратегических инициатив (АСИ). Пилотными регионами для реализации проекта станут Татарстан, Алтайский край и Ханты-Мансийский автономный округ.

По словам гендиректора АСИ Андрея Никитина, проект должен ликвидировать пробел, сложившийся в системе дополнительного образования школьников в постсоветское время. Он отметил, что в России сейчас достаточно развито спортивное образование, обучение школьников музыке, но мало кружков и секций, которые знакомят детей с техническим творчеством. Такого рода занятия посещают сейчас только около 4% школьников России.

«Наша задача – создать сеть детских технопарков, где дети могли бы выбирать профессии, связанные с

информатикой, механикой, другими инженерными специальностями», – сообщил Никитин.

По его словам, это будет способствовать ранней профориентации школьников, чтобы они могли попробовать себя в научно-техническом творчестве и выбрать будущую профессию.

Глава Минобрнауки Дмитрий Ливанов сообщил, что в этих технопарках ребята смогут попробовать себя в моделировании, создании 3D-прототипов, освоить азы нанотехнологий, погрузиться в изучение естественных наук. Обучающиеся, напри-



мер, смогут попытаться составить свой прогноз погоды на основе данных наблюдения Земли из космоса.

Начинание уже поддерживали крупные госкомпании, в том числе Росатом и Объединенная ракетно-космическая корпорация. По словам Ливанова, интерес к участию проявили и другие государственные и частные компании – машиностроители, IT-бизнес. Расширится и охват программы. «Пока речь идет об одном технопарке в каждом регионе, но для

нас очень важно тиражировать эту модель», – отметил министр.

Все библиотеки на одном сайте

Начал работу сайт Национальной электронной библиотеки России (НЭБ), сводного хранилища отсканированных книг и журналов из российских библиотек.

НЭБ объединит электронные фонды российских публичных библиотек федерального, регионального и муниципального уровня. На данный момент в хранилище доступно более 1,5 млн электронных книг и 30 млн записей каталогов. Это древние рукописи, советские журналы, учебники и т. д. Оцифрованные документы можно скачать или полистать прямо в браузере.

В разделе «Коллекции» составляются подборки по авторам и событиям.

Реализация проекта началась в 2004 году по инициативе Российской государственной библиотеки (РГБ) и Российской национальной библиотеки (РНБ). В 2014 году портал НЭБ объединил ресурсы шести федеральных (РГБ, РНБ, Государственной публичной исторической библиотеки, ГПНТБ, Российской государственной детской библиотеки, Всероссийской государственной библиотеки иностранной литературы имени М.И. Рудомина) и 27 региональных библиотек.

Смартфоны отвлекают родителей от воспитания

Исследователи из университета города Дерби, Англия, пришли к выводу, что привязанность родителей к смартфону негативно сказывается на воспитании и образовании детей, сообщает портал eureka.net со ссылкой на газету «The Telegraph».

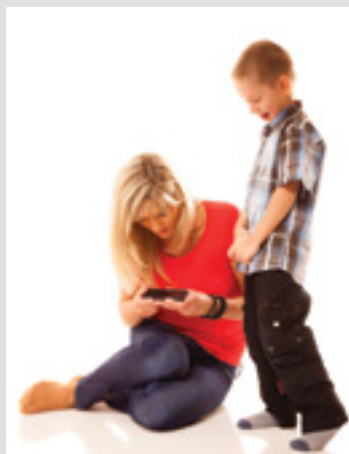
Школы все чаще сталкиваются с разнообразными задержками в развитии детей, в частности с задержками в развитии речи. Особенно это касается ребят из социально незащищенных слоев населения: они значительно уступают своим сверстникам из более благополучных семей в способности говорить, играть и взаимодействовать друг с другом.

Одна из причин в том, что мамы и папы зачастую не хотят общаться друг с другом и с детьми — имея в кармане смартфон, они в одно касание к экрану получают доступ к самым интересным новостям и отвлекаются от родительских обязанностей. Недостаток общения приводит к тому, что школьники не умеют правильно говорить. В ходе исследования выяснилось, что количество детей, имеющих в начальной школе проблемы с устной речью, растет. При этом дети, которым сложно общаться в раннем возрасте, часто

сталкиваются с трудностями в учебе.

Печальная ирония ситуации состоит в том, что век цифровой экономики требует еще более высокого уровня навыков общения. Коммуникационные навыки являются самыми необходимыми в информационный век, хотя инструменты этого века подрывают их развитие в раннем детстве. Школам необходимо прикладывать все больше усилий и тратить больше времени для развития коммуникационных навыков детей.

Слишком часто восполнение пробелов в развитии ребенка оставляют на откуп школе. Однако ответственность за сложившуюся си-



туацию несут родители. Это не вопрос денег — каждый может позволить себе поговорить со своим ребенком. Это вопрос культуры и осознанности, считают исследователи. Часто родители не понимают, насколько важнее общаться со своим годовалым ребенком, чем с телефоном. Ученые прекрасно осведомлены о том, каким критически важным явля-

ется период от рождения до пятилетнего возраста для интеллектуального и эмоционального развития ребенка. К сожалению, это известно не всем родителям. Детские песенки и сказки им не так интересны, как социальные сети, но от них зависит успех ребенка в долгосрочной перспективе.

Школа на колесах

Пенсионерка из Флориды Эстелла Пайфром по своему интерпретировала понятие «мобильное образование». Она приобрела автобус, наполнила его компьютерами и отправилась колесить по школам.

Проект «Образовательный автобус» родился 9 лет назад — сначала Эстелла посещала школы графства Палм Бич, где жила сама. Так как Интернет и компьютеры были тогда далеко не у всех, Эстелла стремилась хоть на время сделать технологии доступными каждому, как школьникам, так и взрослым людям. Проект поддержали спонсоры и волонтеры со всего мира. Появилась целая команда, которая совершает туры по всей стране, цель которых сегодня — повышение цифровой грамотности. В прошлом году автобус проехал по маршруту: Палм Бич (Флорида) — Атланта (Джорджия) — Бирмингем (Алабама), Мемфис (Тен-

несси) — Джэксон (Миссури), Новый Орлеан. «Пассажиры» образовательного автобуса используют его по-разному: ищут материалы для подготовки к выпускным экзаменам, делают домашние задания, читают электронные книги, пишут резюме, делятся кулинарными рецептами. Сегодня просветительские туры включают и мастер-классы, например, по робототехнике.

Виртуальные выпускники

Пятеро школьников стали первыми выпускниками Maine Connections Academy, независимой виртуальной школы в штате Мэн, США. Школьники, пришедшие на небольшую церемонию получения дипломов, никогда раньше не встречались лично, сообщает eureka.net.

Выпускники приняли решение учиться в виртуальной академии, потому что их не устраивало качество образования, которое они получали в своих бывших школах.

Серена Горхэм перешла на онлайн-обучение, потому что она сама и ее родители были недовольны уровнем обучения, которое Серена получала в своей обычной школе. После попытки домашнего обучения она подала заявление в академию.

Шейна-Чероки Симс отметила на церемонии, что

академия дала ей возможность учиться в комфортном для нее темпе и оставлять достаточно времени для ее увлечений — охоты и рыбалки. Она быстрее других детей усваивает новые знания, и в обычной школе ей было просто скучно.



На сегодняшний день в школе учатся 270 учеников, в 2016 году, как ожидается, их число вырастет до 400.

Еще в 2011 году конгрессмены штата Мэн разрешили независимым школам предоставлять желающим виртуальное обучение. В настоящее время эту образовательную услугу оказывают всего 6 школ штата. Maine Virtual Academy стала первой и пока единственной, у которой абсолютно все уроки проводятся в виртуальном пространстве.

Британские дети разлюбили слово «e-mail» и полюбили значок

Издательство Oxford University Press (OUP) назвало обозначение «хэштег» главным словом 2015 года для юных

британцев, сообщает «Би-би-си».

Как уточняют в издательстве, дети используют слово «хэштег» или символ #, применяемый для его обозначения, не только в поисковых пометках в социальных сетях, но и для усиления эмоциональной окраски высказывания. Кроме того, они выделяют таким образом свои пояснения в текстах.

Популярные ранее слова вроде email и Facebook стали реже употребляться подрастающим поколением. Их место заняли такие слова, как Instagram и «эмодзи» (смайлики, которые используют в электронных сообщениях). Дети меньше упоминают телевидение и чаще телефоны.



В издательстве проанализировали около 120,5 тысяч сочинений, присланных детьми в возрасте от 5 до 13 лет на конкурс «500 слов». В отчете отмечается, что в работах этого года нередко повторялся сюжет, когда к герою приходит интернет-слава благодаря видео, размещенному на сервисе YouTube.

Конкурс «500 слов» проводится «Би-би-си» с 2011 года. Согласно условиям состязания, участники сочиняют рассказы объемом не более 500 слов.

Дети сегодня те же самые, но изменилась среда вокруг

**Создатель и директор школы для увлеченных детей
Павел Шмаков о роли учителя и технологий
в современном образовании**

❖ В каждом ребенке живет какое-нибудь увлечение, только у одних детей оно на поверхности, у других – запрятано глубоко внутри. Если «разбудить» увлеченность, то она даст мощнейший импульс для учебы, творчества, общения с единомышленниками. Именно на этой идее – обучения и воспитания, основанных на собственном желании ребенка, без принуждения и насилия, строятся современные подходы к образованию в школе и вне ее. Вот уже 20 лет эту идею исповедует российский и финский педагог Павел Шмаков, директор уникального учебного заведения – школы для интеллектуально увлеченных детей «СОЛНЦе» в Казани.

– Павел Анатольевич, вы создали свою первую школу для увлеченных ребят почти 20 лет назад, когда до технологической революции было еще далеко, поэтому можете сравнивать детей и их увлечения тогда и теперь. Увлеченных детей сегодня стало больше или меньше? Изменился ли характер увлечений?

– Увлечения детей не сильно меняются, пока они маленькие. Я сравнивал детей в России и Финляндии, и опять же, лет до 15–16 лет они примерно одинаковые. Другое дело, что сейчас присутствует очень сильный фактор Интернета: дети не на улице играют, а сидят перед компьютером. Если раньше мы играли в футбол, хоккей, ракеты запускали, по крышам лазили, то сейчас они проводят время в Интернете. Но это напрямую с учебой никак не связано. Сейчас у нас в школе идут вступительные экзамены, работают кружки, и я вижу много ребят с разными

интересами. Увлечения у них те же, что были и прежде у их сверстников. Как и 30 лет назад, дети играют в шахматы, в го, взрывают что-то на химических кружках. Если учитель литературы начинает с ними красиво, интересно разговаривать, тогда они все больше и больше читают. Они не будут читать столько же, сколько читали ребята 50 лет назад, но точно больше, чем до встречи с этим учителем. Другое дело, что вне контакта с живыми людьми, с родителями, предоставленные сами себе, они свободное время будут проводить не так, как 50 лет назад, а по-другому. Это отличие принципиальное.

– А сами дети, их характер, их способность к обучению изменились?

– Я об этом много думал и пришел к выводу, что дети сегодня те же самые, но изменилась среда вокруг. У них планшеты, компьютеры, продвинутые телефоны – это их среда, поэтому с

Павел Анатольевич Шмаков,

российский и финский педагог, создатель и директор школы «СОЛНЦе» (Казань). Окончил МИФИ (факультет экспериментальной и теоретической физики) в 1982 году. В 1992–2000 годах – директор академического колледжа при Казанском государственном университете, где в основе образовательного процесса лежала выдвинутая им идея интеллектуальной увлеченности школьников. В 2000 году уехал работать в Финляндию. В 2004–2006 годах учился в Хельсинки, в педагогическом училище и университете. Работал преподавателем математики, физики, химии в школах Хельсинки, Вантаа, Эспоо (2006–2010). «Я обучаю детей математике и физике, а они учат меня финскому – это как игра», – рассказывал Павел Шмаков о своей работе в финских школах. Ученики общеобразовательной школы имени Алексиса Киви



(Хельсинки) избрали Павла Шмакова лучшим учителем 2009 года.

В 2011 году вернулся в Казань, где по приглашению мэра города Ильсура Метшина занял пост директора лицея им. Н.И. Лобачевского при Казанском университете. В 2013 году с коллективом единомышленников создал специализированный олимпиадно-научный центр (школа «СОЛНЦе») для детей, проявивших выдающиеся способности.

ними легче разговаривать на эти темы. Но на прежние темы, которые мы обсуждали и 20 лет назад, разговоры идут точно так же, без всяких отличий. Правда, компьютеры облегчили им общение с кем угодно. Они добавляют в друзья любого человека и умеют общаться больше, чем мы когда-то умели.

Теперь о способности к обучению. Информатика – это понятно, современные дети легко ее осваивают. Но с информатизацией жизни очень многое связано и в других областях. Некоторые учителя преподают, например, географию так же, как и 50 лет назад. Сейчас, когда ребенок может набрать в поиске любое название и моментально получить информацию, к учителю предъявляются новые требования. Поскольку дети живут в другое время, они умеют быстро получить информацию обо всем на свете.

А вот в тех областях, где думать надо, например, решение олимпиадных задач по математике и другим предметам – там ничего не изменилось. То есть дети обладают ровно такими же способностями к обучению, но быстрее осваивают то, что требует получения информации.

Поэтому сегодня в образовании становятся все менее значимыми те вещи, которые требуют запоминания

или механического повторения. Например, в Финляндии перестали в младших классах обучать детей писать. Умеешь писать – хорошо, пиши, но если не умеешь – этого не требуют. Зато они обучают детей быстро набирать на компьютере – для того, чтобы они умели быстрее извлекать информацию.

– Это очень интересно – не обучать писать. Но обучение письму вроде бы необходимо для развития какой-то особой моторики. Нет?

– Касательно моторики они много чего делают, но в этом случае обучение направлено не на то, чтобы ребенок умел писать, а на то, чтобы пальцы работали. А обучение письму не совсем ушло, просто его роль стала менее значимой. Если раньше они тратили на это много времени, как и везде, то сегодня мы по-прежнему тратим много времени, а они нет. Они изменили приоритеты.

– Согласно тесту PISA, финская школа самая эффективная в Европе. Почему?

– Финны не стесняются экспериментировать в образовании. До 70-х годов прошлого столетия у них была такая же школа, как у нас. В середине 70-х они начали свой эксперимент.

Первое, что они сделали – убрали надзор над учителем. У них есть что-то вроде методических кабинетов, но нет надзора, нет открытых уроков, нет чиновников. Учитель не пишет гигантское количество отчетов. Когда я начал работать в финской школе, уже ввели электронные журналы. Я месяца два не успевал их заполнять и все ждал, что меня поругают, но никто так и не пришел меня проверять.

Сейчас идет новый эксперимент: они отказались от предметов и учат по темам, которые выбирают сами дети. Не уверен, что это правильный шаг. Но в любом случае, когда они экспериментируют, они получают результаты эксперимента, делают выводы и идут дальше. И это принципиально лучше, чем застой, когда школа не меняется никогда.

Ученики в финской школе не отличаются от наших ребят. Но там много внимания уделяется тому, чтобы в школе не было плохих учеников. В России, если ребенок плохо учится по биологии, то для учителя биологии он очень часто не плохой ученик, а плохой человек. У нас могут плохо относиться к ребенку просто потому, что у него не идет

сказывается на интересе к реальному миру, общем развитии, на других увлечениях, кругозоре?

– Если в этом процессе рядом есть доброжелательный, дружелюбный взрослый или старший, который немножко влияет на то, чтобы игры были хорошими, развивающими, тогда это становится фантастически полезным. Если дети сами по себе, а взрослого рядом нет, они тратят много времени на простые, тривиальные игры. Раньше дети могли часами играть в футбол, в однотипную игру, это тоже плохо было. Принципиально ничего не изменилось.

– Дети часто увлекаются особыми вещами, которые выходят за рамки школьных курсов. Помогают ли вам работать с такими детьми технологии и Интернет?

– Мой принцип в том, чтобы в школе было очень много всего разного. В том числе много разных учителей, с разными темпераментами. Порой, когда один делает одно, а другой другое, возникают противоречия, но принципиально это здорово. У меня в школе преподают люди всех возрастов, включая старшеклассников и студентов, то есть

Развитие идет лучше, если есть принцип экологического биоразнообразия. Чем больше разного в системе, тем она жизнеспособнее. Я стремлюсь к тому, чтобы в ней все сосуществовало и работало: и разные учителя, и школьники, и технологии.

учеба – школа отторгает этих детей. В Финляндии школа счастливая. Там тратят много времени на то, чтобы не было отстающих совсем, при этом у них часто не хватает сил на самых лучших. Хочется, чтобы всем всего хватало, но все же важнее, чтобы не было плохих учеников в школе, чтобы все были счастливы.

– Многие дети сегодня увлекаются компьютерными играми и другими технологическими вещами – как это

возрастного разрыва между теми, кто учится и кто учит, нет вовсе. Я привлекаю разных людей, разные системы. И в Монтессори, и в школе Толстого – в любых системах есть свои красивые вещи. Интернет – одна из них. Это мощная, красивая вещь, когда она не единственная.

Мне не кажется, что компьютеризованная школа – это передовая школа. Компьютер только усиливает какие-то стороны. Есть много чего в

мире, кроме компьютера. Когда вы читаете «Мастера и Маргариту», вам не нужны технологии. И даже современные книги, например, «Гарри Поттера» лучше читать на бумаге и так, чтобы рядом были ручка и бумага. К примеру, в одной из книг фантастически интересная математическая задачка про яды, помните?

Я пытаюсь сказать, что развитие идет лучше, если есть принцип экологического биоразнообразия. Чем больше разного в системе, тем она жизнеспособнее. Я стремлюсь к тому, чтобы в ней все сосуществовало и работало: и разные учителя, и школьники, и технологии.

— Вы заботитесь о том, чтобы ваша школа была доступна не только казанским детям, но и школьникам из села, поэтому у вас предусмотрено обучение с проживанием. А не думали о том, чтобы работать с такими ребятами дистанционно, по крайней мере по некоторым предметам?

— Я не верю в дистанционное обучение, где не нужен учитель. Другое дело, когда оно частично дистанционное, когда человек может приехать, поучиться месяц в школе, и на месяц-два уехать обратно. Но если полностью убрать живое общение, что-то принципиально важное уходит. Большую часть обучения можно сделать дистанционной, от половины до двух третей, но 100% точно нельзя. Совсем дистанционно можно передавать знания, но это будут мертвые знания. Живые знания может передавать только живой человек, потому что он понимает нюансы.

У меня в школе есть система кружков по очень многим предметам — их около 40 на 120 учеников. На многие кружки ходят не только мои ученики, но и дети из других школ города. Кроме того, на учебные занятия к нам тоже приходят ребята из других школ. У меня школа открыта, и это очень важно. Они не все время у меня учатся, а приходят иногда. И этого им достаточно, чтобы подпитываться в среде своих едино-

мышленников.

— Ваши увлеченные дети в старших классах и после выпуска сохраняют свою увлеченность или становятся такими, как все? Можно ли как-то подкреплять, подпитывать эту увлеченность, организовывая группы и сообщества в Интернете, через общение с единомышленниками в других городах?

— В этом году у меня выпуск 17 человек, один класс. Из этих 17 человек 5 уедут в Москву и Питер. Остается 10. Из этих 10 человек 8 будут постоянно приходить в школу. Трое будут просто так приходить, а еще 5 будут что-то делать, если им предложить вести кружок, читать с ребятами книжки, разговаривать. Вот они сохраняют увлеченность. Так было в школе, в которой я работал в 90-е годы. Когда я приехал через 11 лет, мои ученики сильно изменились. Но те, кто в течение нескольких лет, с 90-х по 2000 год постоянно приходили в школу, остались увлеченными людьми. Не все, но много. Людям необходим какой-то поддерживающий источник. Наша школа — один из примеров такой поддержки. Очень мощный фактор, поддерживающий увлеченность во взрослых людях — это научная работа либо еще какое-то творческое дело. А те люди, которых некому поддержать, теряют свою увлеченность.

— А с теми, кто уедет в Москву и Питер, можно же общаться по Интернету и таким образом их поддерживать?

— Можно, но, повторяю, я не очень верю в 100-процентную поддержку по Интернету. Если человеку есть куда иногда приехать, в хорошую среду, тогда интернет-поддержка работает. В Москве, Питере, Казани с помощью Интернета можно жить, потому что недалеко все остальное. Но если жить в отдаленном уголке Красноярского края, куда самолеты летают не каждую неделю, то даже очень хорошая интернет-связь не поможет — без поддерживающей среды человек все равно затухает.

Беседовала Александра Толстихина

Первое

СОЦИАЛЬНО-СЕТЕВОЕ

Портрет поколения, выросшего вместе с технологиями

❖❖ Поколение миллениума, представителям которого ныне от 18 до 34-х, прокладывает во взрослой жизни свою колею. Это первое поколение, выросшее и повзрослевшее в эпоху технологического скачка. Они мало ассоциированы с политикой и религией, связаны друг с другом социальными медиа, обременены кредитами, меньше своих ровесников 10–20 лет назад верят людям, не торопятся под венец – и с оптимизмом смотрят в будущее. Такой портрет поколения миллениума составил один из ведущих социологических центров США Pew Research Center (PRC).



Половина представителей поколения миллениума считает себя политически независимыми. Трое из десяти не соотносят себя ни с какой из религий. Эти уровни – самые высокие за те четверть века, что PRC задает однотипные вопросы представителям разных поколений.

Проводя свое исследование в США, PRC назвал поколение тех, кто родился после 1980 года и кому сейчас от 18 до 33 лет, поколением миллениума («двухтысячных»). В теории поколений Хоува и Штрауса – наиболее распространенной в мире классификацией поколенческих циклов – миллениумы соответствуют поколению У (1985–2000 или, по другой схеме, 1982–

2004; родившиеся после 2004 относятся к самому младшему поколению Z). Прочие ныне живущие поколения названы в исследовании в соответствии со сложившейся традицией:

■ «поколение X» (икс), родившиеся между 1965 и 1980 годами, в возрасте от 34 до 49 лет;

■ «беби-бумеры» – послевоенное поколение, представители которого появились на свет с 1946 по 1964 год, в возрасте от 50 до 68 лет (пенсионный возраст в США – 65 лет);

■ «молчаливое поколение» – все те, кто родились между 1928 и 1945 годом, в возрасте от 69 до 86 лет.

Рожденные в цифровой среде

Поколение «двухтысячных» – единственное из живущих, кому не нужно было адаптироваться к новым цифровым технологиям. Неудивительно, что они и наиболее широко их используют. К примеру, у них наибольшее число «френдов» в соцсетях – на 20% больше, чем у предыдущего «поколения X» и в разы больше, чем у вступающих в пенсионный возраст «беби-бумеров» и их родителей, «молчаливого поколения», активного в 50–60-е.

В то же время миллениумы критич-

Бедные, бодрые, холостые

Американские миллениумы пре-бывают в худших материальных обстоятельствах, чем в том же возрасте находились представители двух предыдущих групп – «поколение X» и «беби-бумеры». Нынешние молодые американцы чаще берут кредит на получение высшего образования, среди них выше доля бедных и безработных. Это неудивительно, так как пик массового материального благополучия пришелся в Америке на 1999 год, а потом случились коллапс «интернет-пузыря»

Весьма показателен разрыв в размещении в сетях селфи. Здесь с каждым старшим поколением происходит уменьшение более чем в два раза – от 55% у «двухтысячников» до 4% у пенсионеров «молчаливого поколения». Среди «беби-бумеров» почти половина даже не знает значения этого слова.

ны – они полагают, что люди в соцсетях размещают слишком много информации о себе. Это перекликается с тем недоверием, которое новое поколение продемонстрировало, отвечая на вопрос: «Могли бы вы утверждать, что в целом люди заслуживают доверия, что вам можно не осторожничать в общении с окружающими?» Положительный ответ на вопрос дали только 19% миллениумов. Среди людей прочих поколений положительный ответ дают более 30%.

в 2001-м, глобализация, отправившая множество производств в дешевые заморские края, и финансовый кризис 2007–2009 годов.

Несмотря на все это, доля тех, кто считает, что лучшие годы ждут их страну впереди, выше среди нынешнего поколения, чем среди более старших возрастных страт.

Новое поколение – самое образованное в истории США, среди его старшей части, в возрасте от 26 до 33 лет, каждый третий имеет высшее

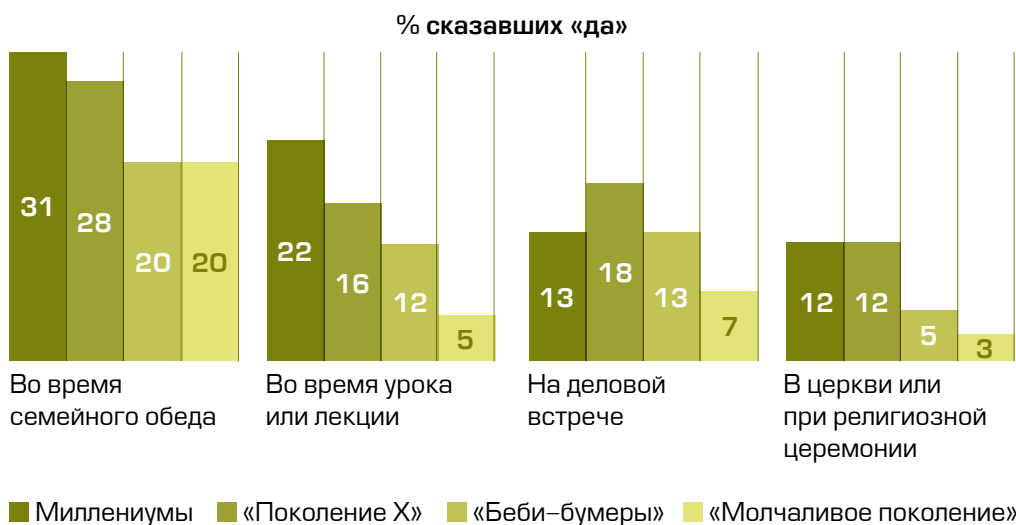
Уменьшение числа браков среди «двухтысячников»

% людей, вступивших в брак в возрасте от 18 до 32, по поколениям



Источник: Данные исследований 1960, 1980, 1997 и 2013 гг.

Допустимо ли использовать мобильный телефон
для отправки/получения СМС или выхода в Сеть
в следующих ситуациях:



образование. В современной «экономике знаний» влияние образования на личный доход особенно велико. В то же время те, кто образования не получил, сейчас оказываются в более трудной экономической ситуации, чем их предшественники в предыдущие десятилетия.

ское будущее верят 85% миллениумов. Здесь они совпадают с предшественниками из «поколения X», которые в их возрасте были столь же оптимистичны. Здесь, безусловно, сказывается эффект радужных ожиданий молодости. Ныне, слегка постарев, «поколение X» понизило число оптимистов до 68%,

Новое поколение – самое образованное в истории США, среди его старшей части, в возрасте от 26 до 33 лет, каждый третий имеет высшее образование. В современной «экономике знаний» влияние образования на личный доход особенно велико.

Цена образования тоже выросла. Среди нынешних выпускников со степенью бакалавра две трети обладателей дипломов должны будут выплачивать образовательный кредит. Его средняя величина – 27 тыс. долларов. Два десятилетия назад образовательный кредит выплачивала только половина выпускников, его средний размер равнялся 15 тыс. долларам.

В свое благополучное экономиче-

что, впрочем, тоже неплохо.

Зато нынешние молодые люди очень скептичны в отношении своего будущего пенсионного обеспечения. Половина считает, что пенсионная система не даст им ничего, 39% полагают, что система обеспечит им очень ограниченный уровень поддержки. Только 6% считают, что пенсия позволит им наслаждаться жизнью.

Возможно, экономические за-

труднения нового поколения — одна из причин того, почему они мало женятся. Средний возраст вступления в первый брак сейчас наиболее высокий в новейшей истории — 29 лет для мужчин, 27 — для женщин. По контрасту с предыдущими поколениями, в которых представители разных социально-экономических групп создавали семьи совершенно одинаково, браки нынешнего поколения — это в основном привилегия более обеспеченных и образованных.

В то же время растет доля внебрачных рождений. В 2012 году 47% детей у представителей поколения 2000-х появились на свет вне брака. В 1996 году, когда предыдущее «поколение X» было в таком же возрасте, доля внебрачных детей составляла 35%.

Что касается конкретных проблем, то миллениумы показывают свою сильную приверженность либеральным ценностям по широкому кругу политических и социальных проблем.

Технологии и сети

И все же самая главная отличительная черта поколения 2000-х — использование технологий.

Прежде всего, речь идет о характере общения с другими людьми, которое для этого поколения стало во многом строиться на основе социальных сетей. Здесь разница между поколениями впечатляет. Если у миллениумов в среднем есть 250 «френдов» в соцсетях, то у «поколения X» их 200, у молодой части поколения «беби-бу-

меров» — уже менее 100, а у «беби-бумеров», уже вышедших на пенсию, присоединившись к «молчаливому поколению» — всего 50.

Весьма показателен разрыв в размещении в сетях селфи. Здесь с каждым старшим поколением происходит уменьшение более чем в два раза — от 55% у «двухтысячников» до 4% у пенсионеров «молчаливого поколения». Среди «беби-бумеров» почти половина даже не знает значения этого слова. Женская часть юного поколения более активна в размещении собственных изображений, чем мужская (68% против 42%).

Еще одно интересное поколенческое отличие обнаружилось во мнении об уместности пользования мобильным телефоном (отправление-получение СМС или выход в Интернет) в определенных ситуациях. Как правило, миллениумы считают допустимым использовать мобильник в наибольшем числе ситуаций — за семейным ужином, на лекции или уроке, в церкви. Только в одном случае — на деловых встречах, молодое поколение уступило по числу положительных ответов более старшим предшественникам из «поколения X». Возможно, потому, что именно при молодости «поколения X» мобильные телефоны входили в обиход и воспринимались тогда как предмет престижа. Впрочем, во всех без исключения поколениях сторонники использования мобильного в вышеописанных ситуациях остаются в значительном меньшинстве.

Поколения, социальные сети и «френды»

Среднее число друзей в Facebook

«Двухтысячники»	250
«Поколение X»	200
«Молодые беби-бумеры»	98
«Пожилые бумеры»/ «Молчуны»	50

«Молодые беби-бумеры» — в возрасте от 49 до 57, «Пожилые бумеры» — в возрасте от 58 до 67, «Молчуны» — от 68 до 85 лет.

Тема НОМера:

ФЕНОМЕН СЕЛФИ





Семейный альбом для одиночки

**В какую реальность попадает подросток,
впервые размещая в соцсетях снимок самого себя?**

Автор:

Кирилл Мартынов,
кандидат философских наук, доцент кафедры онтологии,
логики и теории познания Высшей школы экономики, публицист

Полная версия статьи опубликована в журнале «Логос», № 4 (100), 2014.



❖ Новые медиа породили такой феномен, как селфи. Оксфордский словарь назвал selfie словом 2013 года и определил это понятие как «фотографию самого себя, обычно сделанную с помощью смартфона или веб-камеры». Дети почти не делают селфи, но уже начиная с 13 лет подростки, особенно девочки, фотографируют себя достаточно много, а пик селфи-активности приходится на 24–25 лет. Это явление пока не изучено и, как любая загадка, порождает множество версий как мрачных, так и вполне оптимистичных. Стремительное распространение моды на селфи интересует психиатров, социальных психологов, искусствоведов, философов, публицистов. Автор публикуемого ниже эссе попытался разобраться в существующих гипотезах и представить объемную картину того, что стоит за этим новым, но уже таким привычным понятием.

В производство и потребление селфи как медийного формата включились все: от подростков из Африки до Президента Обамы и Папы Римского. В феврале 2014 года ученые из Городского университета Нью-Йорка представили проект Selficity – первое в мире полноценное исследование феномена селфи, сочетающее в себе, по словам авторов, «теоретические, художественные и количественные методы».

В рамках Selficity за основу были взяты 3200 фотографий из пяти городов мира: Бангкока, Берлина, Москвы, Нью-Йорка и Сан-Паулу. Итоги исследования оказались отчасти предсказуемыми. Во-первых, доля селфи в общем потоке фотографий в социальных медиа оказалась невысокой – не более 3–5%. Во-вторых, большинство авторов селфи – женщины, причем соотношение мужчин и женщин в разных городах выборки может быть очень разным. Наконец, селфи – это в основном молодежная культура, средний возраст авторов фотографий в выборке составляет 23,7 года.

На этом тривиальные закономерности заканчиваются и начинаются загадки. В московской выборке по-

давляющее большинство фотографий (82%) сделано женщинами. В других городах эта цифра колеблется от 55 до 65%. К тому же Москва стала самым неулыбчивым городом. Также отмечено, что мужчины старше 30 лет во всех городах чаще делают селфи, чем женщины того же возраста. Отсюда, помимо того обстоятельства, что москвичи живут в городе несчастных женщин, – можно построить несколько социальных гипотез.

Как относиться к селфи?

В условиях, когда каждое социальное взаимодействие отражается в новых медиа, селфи становятся базовым довербальным языком коммуникации, который используется людьми для репрезентации себя и конструирования идентичности, а также служат социальными сигналами-симптомами. Язык селфи амбивалентен и открыт для взаимоисключающих толкований. С одной стороны, культура селфи описывается как проявление болезненного нарциссизма, предположительно характерного для современной эпохи и достигшего своего пика в момент появления Facebook и смартфонов. С другой стороны, говорят о том, что селфи –



Одновременно полароидный снимок, семейный альбом для одиночки и цифровая подпись, манифестирующая наше присутствие, селфи выполняет психотерапевтическую функцию.

форма реализации человеческой потребности видеть и узнавать лица, которая в эпоху массмедиа была присвоена «звездами». Оптимистичный взгляд на культуру селфи связывает их с общей демократизацией медиа в эпоху Интернета, с установкой на право каждого лица стать запечатленным образом.

Другая пара дополняющих друг друга противоположностей связана с критикой селфи как феномена новейшего потребительского капитализма. На простейшем уровне речь идет о маркетинге, традиционно ориентированном на подростков и молодежь. Крупные корпорации – производители смартфонов проводят таргетированные рекламные кампании,

утверждающие, что, купив новую модель их продукции, вы станете звездой Instagram и начнете делать неповторимые селфи. «Смартфоны для селфи становятся очередным бессмысленным товаром среди уникальных кроссовок, компьютеров, которые сделают вас умнее, и фермерской еды». Более сложной – и одновременно претендующей на статус мейнстрима – становится линия культурной критики, помещающая феномен селфи в контекст самообъективации и самоовеществления человека. В мировых медиа широко обсуждается также проблема приемлемости селфи в тех или иных условиях с точки зрения этики: скажем, в церкви или на похоронах. Такие провокационные

мотивы для селфи не редкость, поскольку саморепрезентация должна быть связана с демонстрацией тех или иных качеств (например, остроумия и нонконформизма) либо, наоборот, готовности эффектно следовать моде. Отсюда возникает вопрос о мобилизационном потенциале селфи, включая возможные формы политической активности и протеста.

художник держит в левой руке зеркальный шар, где отражаются рука, комната и автор. Благодаря характерному ракурсу и жесту Эшера можно с полным основанием считать одним из пионеров культуры «аналогового» селфи, существовавшей до появления веб-камер и смартфонов. На роль самого легендарного «праотца» претендует Пармиджанино, который

Селфи стали великим демократизатором. Жизнь звезд была отделена от нас пропастью: они были по ту сторону экранов, мы по эту. Теперь каждый из нас сам себе звезда.



Селфи и автопортрет

В широком смысле слова селфи – разновидность жанра автопортрета. В нем заложена та же самая идея – желание запечатлеть себя и предъявить запечатленное миру. Селфи однако обладают собственными чертами – расстояние до лица автора на вытянутой руке, ракурс, наклон головы. Один из автопортретов Ван Гога, сделанный в 1889 году, очень напоминает современные селфи: в кадре верхняя часть фигуры художника и его левая рука, держащая палитру с красками. В 1935 году Эшер создает литографию «Рука с отражающим шаром» – автопортрет, на котором

в 1524 году пишет «Автопортрет в выпуклом зеркале», на котором рука художника больше его головы. Утверждается, что первый фотографический автопортрет был сделан Робертом Корнелиусом в Филадельфии в 1839 году. Корнелиусу для этого пришлось неподвижно сидеть перед камерой около минуты – путь к первому селфи с помощью фотоаппарата был непростым испытанием, а результаты не отличались особой непринужденностью.

XIX столетие оставило после себя десятки известных исторических селфи. Подборки таких фотографий сейчас пользуются большой популярностью и публикуются даже серьезной прессой. Селфи стали повальным увлечением после изобретения компактных камер, которыми было довольно удобно фотографировать самого себя, просто протянув руку в сторону, – для этого больше не требовалось ни специальных знаний, ни даже зеркала. По всей видимости, первое пришествие европейского селфи случилось в Германии накануне Второй мировой войны. Нацистские журналы того времени в карикатурах высмеивали привычку немцев-обывателей при всяком удобном случае делать снимки самих себя. Художе–

ственной ценности такие фотографии чаще всего не имели, поэтому до изобретения социальных сетей они оставались делом сугубо частным.

Селфи хронологически появляются в эпоху массмедиа, но раскрывают свой потенциал только после ее окончания, с приходом новых цифровых медиа. Жанр селфи в узком смысле слова возникает после того, как была создана технологическая инфраструктура. Это мобильные устройства с цифровыми камерами, имеющими встроенные средства редактирования фотографий, подключенные к скоростному Интернету, либо, первоначально, стационарные веб-камеры, подключенные к настольным компьютерам. Безусловно, важную роль сыграли платформы в социальных медиа, позволяющие мгновенно публиковать фотографии и получать обратную связь в виде лай-

duckface), компании сидят в барах, юноши принимают героические позы, а туристы позируют на фоне мест, которые считаются престижными и необычными. Однако, несмотря на это, исследователи говорят о селфи как об особом жанре. В своем эссе «Искусство на расстоянии вытянутой руки» американский арт-критик Джерри Салц (Saltz J.) определяет селфи как снятый с вытянутой руки автопортрет (за исключением тех случаев, когда вместо смартфона используется зеркало). Это отличает кадрирование и композицию типичного селфи от всех остальных разновидностей автопортрета. Салц пишет о том, что сегодня история селфи, по всей видимости, находится на стадии «наскальной живописи», и тем удивительнее видеть, сколь многое изменилось с 1999 года, когда появились первые автопортреты, снятые для

Из-за социальных медиа пластической хирургией чаще пользуются молодые люди: более 60% хирургов в последние годы стали чаще видеть среди своих пациентов лиц моложе 30 лет. Аналогичную функцию до некоторой степени могут играть специальные приложения для смартфонов, которые улучшают лицо и тело в соответствии с принятыми стандартами красоты.

ков и комментариев. С этого момента селфи претендуют на серьезный разрыв с традицией классического автопортрета. Автор снимка действует спонтанно, делает десятки кадров и выбирает лучший, автопортрет становится частью повседневности, меняются представления о телесности, интимном и публичном (прежде нам редко приходилось пристально разглядывать людей с расстояния в несколько десятков сантиметров).

Селфи как массовый продукт довольно однообразны. Девушки делают губы «уточкой» (это называется

публикации онлайн. Тогда самый естественный способ сделать такой автопортрет предполагал использование веб-камеры. Обстановка для съемок почти всегда была домашней, подтекст — сексуальный.

Салц полагает, что нынешняя популярность селфи — лишь начало пути. Нам посчастливилось стать свидетелями рождения жанра изобразительного искусства, причем, очевидно, одного из жанров, претендующих на господствующее положение, — событие чрезвычайно редкое. Язык селфи будет развиваться.

Салц предсказывает появление новых мастеров, создающих селфи протеста, приключений, семейной истории, скуки и смерти. Правда, для начала, с точки зрения критика, нужно избавиться от самого названия этого феномена: «У нас не будет Рембрандта в области селфи, пока мы используем это глупое слово». Искусствоведческие фантазии Салца — дело будущего, а пока футуризм, космическая романтика, антропоморфность нашего мышления слились воедино в селфи марсохода Curiosity. Возможно, этот автопортрет заслуживает того, чтобы стать единственным кадром, оставшимся от нашей цивилизации.

Сам себе звезда

Заметим, что даже история селфи делает возможными амбивалентные интерпретации этого явления, где тезисы будут зависеть от предпосылок/предрассудков исследователя. Можно легко предположить, что сказали бы по этому поводу марксисты, постструктуралисты, какой лагерь настаивал бы на освобождающем потенциале нового жанра, а какой подчеркивал бы его консервативные черты. В течение большей части человеческой истории медиа тиражировали только лица элиты — правителей, затем знаменитых актеров, писателей и ученых, наконец звезд. Начиная со Средневековья и вплоть до эпохи глянцевого журналов это правило оставалось неизменным. Селфи стали великим демократизатором, эмансипировавшим бесчисленное множество человеческих лиц, которых больше не сдерживали ни сословия, ни звезды, ни профессиональные редакторы, ни отсутствие массового интереса публики или профессиональных навыков. Жизнь звезд была отделена от нас пропастью: они были по ту сторону экранов, мы по эту. Теперь каждый из нас сам себе звезда.

Критик Алиша Элер (Eler A.) определяет селфи через историю о том,

как каждый человек стал «самым большим фаном самого себя, личным папарацци». В свою очередь для звезд селфи становятся способом заявить о том, что они такие же люди, как все, запустив персональную PR-машину собственной личности. Говорят, что телеведущая Тина Канделаки каждый день делает селфи по дороге на работу, в лифте. С точки зрения технологии это можно рассматривать как тактику присутствия в социальных сетях, часть личного бренда. Тина Канделаки, помимо всего, что мы можем о ней узнать, тот самый человек, селфи которого мы каждое утро можем найти в своем Instagram. Для того чтобы делать каждое утро селфи в лифте, необходима достаточно высокая дисциплина. Нужно каждое утро попадать в лифт, не болеть, не валяться в постели, выглядеть хорошо. Так формируются новые стандарты профессионализма для медиазвезды — они отличаются от других людей повышенной концентрацией на своем образе, которому каждый может бросить вызов.

Все люди на одно лицо

Молодые люди в России, стране традиционных ценностей, не делают *duckface*, по крайней мере если это не иронический снимок, передразнивающий девушек. Известно, что девушкам в нашей культуре можно делать определенные вещи, а молодым людям — нет. Девушки могут гулять, взявшись под руку, а молодые люди не могут держать друг друга под руки. Мы не просто делаем снимок себя, мы производим образ «нормального мужчины», «нормальной женщины», «хорошего друга», «весельчака», «туриста», «семьянина» и т. д. Я механически снимаю с себя этот образ и переношу его в пространство социальных сетей, где ко мне будут относиться соответствующим образом. Мы сами делаем из себя визуальный объект, который продается как товар на рынке медийного капитала. Если

вы этим не занимаетесь, это уже сегодня вызывает подозрения: «Почему вашего лица нет в социальных сетях?» Марина Гальперина, делавшая в США крупнейшую «Национальную портретную галерею #selfie», говорит, что селфи — это превращение самого себя в цифровой аватар.

Селфи становятся платформой для деперсонализации. Социальные медиа, видеочаты и селфи повлияли на рост интереса к пластической хирургии. Кристофер Мэлони из Института пластической хирургии в Аризоне рассуждает о росте числа пациентов, которые готовы на операцию ради идеальной картинки. Исследование, проведенное Американской академией лицевой пластической и реконструктивной хирургии в 2013 году, показало, что в одном из трех случаев пациенты обращаются к помощи пластических хирургов, чтобы улучшить свой облик в социальных сетях. В частности, из-за социальных медиа пластической хирургией чаще пользуются молодые люди: в том же исследовании отмечается, что более 60% хирургов в последние годы стали чаще видеть среди своих пациентов лиц моложе 30 лет. Аналогичную функцию до некоторой степени могут играть специальные приложения для смартфонов, которые улучшают лицо и тело в соответствии с принятыми стандартами красоты. Например, приложение Beauty Mirror, название которого очевидно отсылает к известной сказке, позволяет применить различные варианты формы лица, улучшенного программой, и выбрать наиболее выигрышный вариант перед публикацией селфи в социальных сетях. Beauty Mirror по умолчанию делает ваши глаза больше, щеки тоньше, а губы пухлее. Вы можете конструировать свою внешность из исходного материала на снимке в режиме реального времени. Похожие приложения существуют и для того, чтобы сделать более стройной фигуру — например, Spring. Реальная

пластическая хирургия в этом смысле становится предметом «реальной» гордости и свидетельством подлинных, аутентичных изменений. В этой тенденции можно увидеть перспективу будущего, где красота, то есть представление о том, кто выглядит хорошо, — предельно стандартизирована. Доведенная до логического конца комбинация цифровой и «реальной» пластики может привести лишь к унификации всех фотографий в социальных сетях, бесконечной череде одинаковых лиц, вытянувших утиные губки.

Стабильность жанра селфи склоняет к рассуждениям о том, что «все люди на одно лицо». Именно в тот момент, когда они начинают делать селфи, ты начинаешь видеть, что они одинаково держат фотоаппарат, одинаково наклоняются, наконец, за счет типичной мимики вроде duckface у них похожие черты лица. Выделиться в рамках селфи, заявить о себе как о частной персоне, как о личности — трудно.

Зачем нужны селфи?

Социальные сети, в которых публикуют селфи, — это место одобрения, отмечает в своем эссе публицистка Эрин Райан (Ryan E.G.). Типичный лайк — не столько знак того, что вы делаете что-то крутое, сколько социальное одобрение ваших действий: «В реальном мире подойти к незнакомцу, наклонив голову на 45 градусов, сделав губы «уточкой» и выкрикивая «Ну как я вам?», — значит заставить окружающих вызвать психиатра. Но в Интернете это типичная форма поведения людей». Молодые женщины не уверены в том, что выглядят идеально, что они привлекательны и круты, и именно поэтому они нуждаются в оценках со стороны пользователей социальных сетей, знакомых и незнакомых. Делать селфи молодых женщин заставляют стандартизированные и идеализированные представления о женской

красоте и сексуальности, которые ежедневно распространяют массмедиа. Достаточно ли я хороша для того, чтобы выглядеть как модель? Вот тот вопрос, который подразумевается публикацией селфи молодой женщины в социальной сети. Конечно, Райан признает, что иногда селфи – это акт иронии, а женщины, в принципе, действительно могут просто нравиться себе, но это не отменяет общего контекста культуры селфи. Тот факт, что большинство селфи делают молодые женщины, подводит Райан к выводу о том, что мода на селфи в условиях современного общества лишь способ усвоения женщиной декоративной функции в качестве естественной. Вы должны радовать подписчиков социальных сетей своей красотой каждый

Выхватив мгновение и заморозив его, каждая фотография свидетельствует о неумолимой плавке времени. Только селфи сделали наконец эту игру честной, направив ее на самого фотографа. Женщина, подросток, атлет, пациент клиники пластической хирургии направили свой взгляд внутрь, уподобившись античным философам. Они открыли тревожный разрыв между статикой наклона головы, сохраняющейся в памяти смартфона всякий раз, когда вы нажимаете на спуск, и временностью, изменчивостью ускользающего человеческого существования, организованного в промежутках между селфи. Селфи уравнили нас со звездой, высвободили наш творческий потенциал, дали новый визуальный язык и

«В реальном мире подойти к незнакомцу, наклонив голову на 45 градусов, сделав губы «уточкой» и выкрикивая «Ну как я вам?», – значит заставить окружающих вызвать психиатра. Но в Интернете это типичная форма поведения людей».

день, так же как радовать ею мужа и работодателя. Райан заключает: селфи – логичный, обусловленный развитием техники ответ на идею о том, что единственное, что по-настоящему имеет значение, – это насколько ты милашка.

Одновременно полароидный снимок, семейный альбом для одиночки и цифровая подпись, манифестирующая наше присутствие, селфи выполняет психотерапевтическую функцию, ежедневно доказывая стабильность саморепрезентации и идентичности невротического обитателя социальных сетей. Все френды будут отфренжены, все лайки забыты, все статусы Facebook перейдут в собственность корпораций, но селфи устоят и продемонстрируют мимолетным свидетелям нашего существования, что оно было подлинным.

способ самоописания, объективировали нас. Каждый сегодня существует для того, чтобы стать селфи и закончиться в одном из них.



НЕКОТОРЫЕ ФАКТЫ О СЕЛФИ



РОБЕРТ КОРНЕЛИУС

Первым человеком, который сделал автопортрет с помощью фотокамеры, стал Роберт Корнелиус. Фотография была создана в 1839 году.



#SELFIE

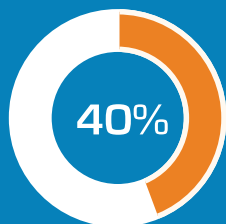
Первое упоминание хештега #SELFIE относится к 2004 году, когда он появился на ресурсе Flickr

С 2012 года использование слова «селфи» в английском языке увеличилось на

17 000%



В 2013 году составители Оксфордского словаря сделали «селфи» словом года

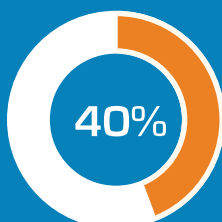


ПОЧТИ ПОЛОВИНА
ВЗРОСЛЫХ
ПРИЗНАЕТ,
ЧТО КОГДА-ЛИБО
ДЕЛАЛИ СЕЛФИ

ЖЕНЩИНЫ ФОТОГРАФИРУЮТ СЕБЯ ПОЧТИ
В ПОЛТОРА РАЗА ЧАЩЕ, ЧЕМ МУЖЧИНЫ



ОПРОШЕННЫХ
18–34 ЛЕТ
СНИМАЮТ СЕЛФИ
НЕ МЕНЬШЕ
ОДНОГО РАЗА В
НЕДЕЛЮ



В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ФОТОГРАФИИ
С ИЗОБРАЖЕНИЕМ ЛИЦА ЧЕЛОВЕКА



БОЛЬШЕ НРАВЯТСЯ
ЛЮДЯМ



БОЛЬШЕ
КОММЕНТИРУЮТСЯ

38%

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ СЮЖЕТЫ СЕЛФИ:



СНИМОК
НА ОТДЫХЕ



ФОТОГРАФИЯ
С ГУБАМИ
УТОЧКОЙ



ТРЕНАЖЕРНЫЙ
ЗАЛ



ПРИМЕРОЧНАЯ



ЕДА



ЗНАМЕНИТОСТЬ

ПЕРЕД ПУБЛИКАЦИЕЙ СЕЛФИ



ПО КОЛИЧЕСТВУ СЕЛФИ ЛИДИРУЮТ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ, ЖИВУЩИЕ В СЛЕДУЮЩИХ ГОРОДАХ



По данным компании Sony

Мы и наш автопортрет



Селфи увлекаются и взрослые, и подростки, но относиться к этому надо по-разному. В чем состоит различие, объясняет профессор кафедры нейро- и патопсихологии МГУ имени М.В. Ломоносова, доктор психологических наук Елена Соколова

– Елена Теодоровна, явление под названием «селфи» получило такое распространение, что в 2013 году это слово было даже включено в оксфордский онлайн-словарь английского языка. Как относиться к увлечению селфи?

Во-первых, как к многогранному явлению современной культуры со всеми его «плюсами» и «минусами». Современная цивилизация производит множество эрзац-заменителей объектов человеческих потребностей, и значительную часть из них мы «потребляем» ради создания и поддержания идеализированного образа «Я», публичного, созданного для самопрезентации внешнему социальному миру и

есть такое понятие – аутоманипуляция – создание человеком приемов и уловок самообмана (и обмана других), мотивированное стремлением к самовозвышению и самоидеализации.

Если увлечение селфи выходит из-под контроля, используется бесконечно, независимо от ситуаций, и человек не может оторваться, не может жить без этого, то можно говорить об аддикциях, об объективных расстройствах личности, признаки которых есть в международных психиатрических руководствах.

Но это касается взрослых людей, у которых процесс формирования самоидентичности если и не завершился (мы развиваемся всю жизнь), то по крайней мере перестал быть ведущей

Это одна из наших базовых потребностей – находить подтверждение в глазах окружающих. Но не быть привязанным, не быть рабом этих оценок, не глядеть на себя исключительно глазами своих отражений.

своего рода «продажи». Иными словами, это массовое явление современной культуры, которое может приобрести нездоровые черты и стать «культурной патологией», новым видом психологической зависимости, еще одним «лицом» нарциссического перфекционизма – избыточной и неуправляемой привязанности к идеализированному образу «Я». Здесь важно подчеркнуть некоторые специфические особенности селфи как рода психологической зависимости: во-первых, это навязчивость – обычно это не одиночная, случайная фотография, а целый сериал. Во-вторых, разработка технологии селфи: правил самоподачи, подробные рекомендации по выбору наиболее выигрышных позиций и поз, разных ракурсов, использованию технических средств для «отшлифовки» своего облика (иногда до неузнаваемости). В социальной и клинической психологии

потребностью, на удовлетворение которой мы бросаем все силы. Ведь как развивается самоидентичность, в чем состоит этот процесс? У человека как социального существа есть два стремления, две базовых потребности, без которых целостная и достаточно устойчивая идентичность не складывается. Первая потребность – это самоопределение себя как отличающегося от всех остальных, уникального существа. Для этого необходимо дифференцировать себя от «Другого», найти свое отличие, сформировать устойчивую и относительно независимую самооценку, свою жизненную позицию, систему ценностей и смыслов. Другая тенденция – это потребность в ощущении себя среди людей, в связи с ними стремление быть принятым, оцененным, адекватно отраженным в глазах и мнениях других. Человеку необходимо наличие известного консонанса между



тем, как я себя представляю и как меня представляют, оценивают и относятся ко мне люди. Становление самоидентичности заключается в гармоническом сочетании этих тенденций, в способности человека их регулировать.

В этом смысле можно рассматривать нарциссический перфекционизм — часто встречающееся состояние или расстройство, когда эти тенденции действуют «в раскорячку». Человек стремится не просто выделиться среди других, но превзойти всех и во всем, быть «совершенством». Одновременно он ожидает, что принимать, восхищаться и любить его «обязаны» буквально все, иначе — крах, «нарциссическая рана» на всю жизнь. Но невозможно быть ни совершенно уникальным и ни на кого не похожим (тогда тебя не примут), ни любимым всеми на свете, а уж «совершенство» — и вовсе химера. Для людей с подобными чертами личности селфи становится еще одним продуктом цивилизации, который можно поставить на службу удовлетворения этих «самовозвышающих» манипулятивных стратегий.

— Как показывает статистика, 90% всех селфи делают подростки и молодые люди от 15 до 35 лет. Почему люди в этом возрастном диапазоне наиболее склонны фотографировать себя?

— С подростками ситуация несколько иная. Поиск собственной идентичности — естественная стадия развития и в младенчестве, и в подростковом возрасте. Он состоит в попытках найти себя вовне, представить себя, услышать отклик и примерить на себя тот или иной образ, ведь собственное представление о себе еще не вполне сложилось, оно фрагментарное и очень сильно зависит от собственного состояния, настроения, ситуации; оно еще хрупкое и уязвимое к мнениям других людей.

Эрик Эриксон описывал это состояние как подростковую диффузность: я пробую — какой я? Я такой или вот такой? Другой вопрос, что надо найти внутреннюю точку отсчета, когда «выставленный на продажу» образ не замещает того человека, каким ты сам себя чувствуешь. И если поиск за-

тягивается за пределы юношеского возраста и перетекает в пору зрелости, тогда мы уже говорим об инфантилизме или нарастающем нарциссизме.

Что такое инфантилизм? В своей практике я встречаю множество уже не очень молодых, ближе к сорока годам женщин, которые не работают, не имеют близких друзей и пребывают в святой уверенности, что фитнес, красота и доход родителей обеспечат им счастливое будущее. Вот это крайне упрощенное, нереалистическое «я этого достойна» в результате при-

ему не нужно без конца прибегать к каким-то пробам: вот ты что обо мне думаешь, что обо мне скажешь? У него нет самой потребности постоянно получать подкрепление для своего «Я».

В явлении селфи находит подтверждение еще одна своеобразная культурная особенность: мы все сейчас очень зависимы от зрительного образа. Всякое существование в Интернете теперь есть какой-то вид самопрезентации. Мы что-то пишем, чем-то делимся, в том числе фотографиями, сделанными кем-то. И в этом смысле мы открываем

Поиск собственной идентичности – естественная стадия развития и в младенчестве, и в подростковом возрасте. Он состоит в попытках найти себя вовне, представить себя, услышать отклик и примерить на себя тот или иной образ.

водит к тому, что они оказываются абсолютно неприспособленными к жизни. У таких женщин одно из увлечений – это бесконечные селфи. Они все время что-нибудь делают с собой, это бесконечные ходки по фитнесам, салонам, СПА, эстетическим хирургам. Психологи описывают это явление как телесный перфекционизм: они должны быть великолепны во всем до кончиков пальцев. Они шлифуют свой автопортрет, но это никоим образом не касается их внутреннего содержания – внутри они остаются детьми, которые полагают, что поверхность – это и есть они, фасад – это и есть они, и их за это будут любить. А за это не любят. В устойчивые человеческие отношения нужно душу вкладывать, а они не умеют это делать.

– Кроме подростков и молодых людей, кто и почему делает селфи?

Вообще говоря, серьезный человек не так часто глядит в зеркало: у него уже сложились представления о себе,

себя, демонстрируем себя, являем себя. Тут все дело в нюансах. Если возникает чувство того, что ты без гаджета, без Интернета, без селфи какой-то голый, что тебе надо быстро-быстро пощелкать, что без этого дискомфортно – это признаки зависимости.

Другое дело – интерес к тому, чтобы открыть миру себя, может быть, развить какие-то качества в себе, сделать свою жизнь осмысленной в отношениях с другими людьми. Но селфи, поставленное на службу нарциссизму, нуждается в «Другом» лишь как в зеркале («Свет мой, зеркальце скажи...»), предполагая, что «Другие» – всего лишь призваны служить отражателями твоего совершенного «Я», а сами по себе они не интересны и равные отношения с ними не нужны. Конечно, мы нуждаемся в «Других» как в «зеркала», особенно в детстве и юношестве, это действительно одна из наших базовых потребностей – находить подтверждение в глазах окружающих. Но не быть привязанным, не быть рабом этих оценок, не глядеть на себя исключительно глаза-



ми своих отражений. Вот об этом идет речь — когда постепенно человек становится зависимым от тех отражений, которые он демонстрирует и получает. И в этом смысле, желая выделиться, он как бы растворяется.

— Хотя селфи составляют не более 5% всех фотографий, выкладываемых в социальных сетях, исследования показывают, что они раздражают многих пользователей. Особенно негативно к ним относятся люди старшего поколения. С чем это может быть связано?

— Как мы уже говорили, к чрезмерному увлечению селфи больше всего склонны люди либо нарциссически отчужденные в своем самоутверждении, либо люди, которые желают исключительно «получать лайки» в широком смысле слова и потому становятся хамелеонообразными, стараются угодить, заслужить похвалу окружающих, в том числе и с помощью селфи. В данном случае селфи — идеальная возможность для формирования идеологии манипуляций восприятием других людей. Когда так ведут себя взрослые, это вызывает у окружающих известное раздражение, как раздражает бесконечное самолюбование, «самовы-

пячивание» и неприятное ощущение, что тебя попросту «используют» — это несовместимо с чувством собственного достоинства и воспринимается как нарушение границ «Я» или как своего рода психологическое насилие.

— Если подросток чрезмерно увлечется селфи, как реагировать родителям?

Родителям тоже необходимо быть внимательным к нюансам. Как я уже говорила, стремление растущего человека попробовать себя в разных образах понятно и в принципе не должно вызывать особого беспокойства. Но когда мы видим, что это превращается в неотступное желание, то есть смысл задуматься: какую нехватку в реальной жизни компенсирует подросток? Слишком сильное увлечение селфи может быть сигналом о его социальной нереализованности, который необходимо правильно истолковать. Прежде всего это сигнал для близких: возможно, им надо как-то перестроить свои отношения с сыном или дочерью. Ведь у подростка очень многовалентные отношения с ближайшим окружением: ты уже взрослый — ты молчи, ты еще не взрослый. Возможно, есть нужда, с

одной стороны, в подтверждении его значимости в семье. С другой стороны, это может быть сигнал о том, что ему не хватает эмоциональной поддержки. И так, и так может быть. В любом случае для родителей это информация к размышлению. Любящие родители, которые внимательны к ребенку, смогут понять и добавить в реальности то, что подросток пытается компенсировать.

— Может ли селфи принести пользу?

— В подростковом возрасте как проба, как поиск себя, как знакомство с собственным «Я» селфи может быть полезно. Но до определенной степени. К сожалению, пространство Интернета устроено таким образом, что в ответ люди чаще всего получают только лайки. Адекватной обратной связи не возникает, и та поддержка, которую мы можем получить, не всегда искренна.

Хотя чаще всего люди обращаются не за поддержкой, а хотят получить именно лайк. На это, как правило, реагируют доброжелательно и ставят этот лайк: ты хочешь — получи. Взрослый без патологической зависимости от лайков и селфи способен подняться над этой ситуацией и отразиться: мне плохо, я захотел поместить эту свою фотографию, ну лайкните, и мне на минутку станет легче. А дальше можно пойти делать другие дела. Это так же, как мы обращаемся к кому-то и говорим: скажи мне что-нибудь хорошее.

Но это не должно превращаться в постоянное и единственное средство утоления эмоционального голода. Есть разница между стремлением получить поддержку в узком кругу и желанием абсолютной социальной поддержки. Вот тут опять нюанс. Если тебе важно, чтобы твой референтный круг, твои близкие тебя поддержали, — это святое. Но когда ты стремишься к тому, чтобы 300, 400, 500, 1000 человек тебе лайкнули, и ты без этого не удовлетворен — здесь уже теряются чувство меры и ощущение адекватности.

Другое дело, когда в процессе

становления идентичности подростки примеряют на себя те или иные образы: «Мама, я красивая?», «Папа, дай мне посидеть за рулем — ну как я выгляжу?» Когда идет проба идентичности, современная психология позволяет и этот способ использовать, но постепенно увлечение собой должно сходить на нет.

То есть именно нюансы этого явления позволяют его оценить либо как переходную стадию к становлению более или менее самостоятельного «Я», либо как патологическую зависимость.

— А что было до селфи? В каких формах выражалось становление идентичности растущего человека до того, как возникла эта новая возможность искать себя в разных образах?

— Люди писали в альбомы, сочиняли стихи, рисовали граффити — все это тоже своего рода селфи. Сегодняшний человек более визуален, у него так называемое клиповое мышление, и культура «подкидывает» ему все новые и новые способы удовлетворения его естественной потребности быть собой и быть любимым. Главное — не стать рабом этих технологий, пусть они служат нам, а не мы им.



Культ публичности

Почему «эпидемия» селфи рискует превратиться в эпидемию селфицида. Взгляд психотерапевта

Автор:

Марк Сандомирский,
кандидат медицинских наук, член Общероссийского совета
по психотерапии и консультированию



Селфи (selfie), или интернет-авто-портреты стали модным виртуальным поветрием, охватившим миллионы пользователей глобальной Сети. Оно влияет и на повседневное поведение людей, и на культуру общества, и даже на язык. Селфи становятся таковыми только после «выкладывания» в публичный доступ в Интернете (поэтому неправомерно в качестве их аналогов и «прародителей» рассматривать обычные, доинтернетные фотопортреты). Селфи — часть интернет-революции, той радикальной трансформации культурных кодов и социальных практик, которая порождена массовым проникно-

вением в жизнь общества Интернета. Или, если посмотреть шире, развитием и распространением информационно-коммуникационных технологий, поскольку селфи получили популярность благодаря массовому распространению смартфонов с камерами достаточного для высококачественных снимков разрешения и мобильного доступа в Интернет. Именно благодаря мобильным ИКТ селфи и становятся инструментом заочного общения с референтной виртуальной группой по принципу: «Пришел — сфотографировал — запостил». И, конечно, получил обратную связь («собрал лайки»).

Селфидемия

Именно благодаря ИКТ увлечение селфи (селфизм) становится настолько массовым явлением, что можно говорить уже об этом феномене как о социомедийной эпидемии – «селфидемии». Сравнение социального явления с распространением заболеваний – не только метафора. Аналогия более глубокая: на фоне массового вовлечения селфизм в ряде случаев может приобретать крайние, патологические формы, несущие социально–психологический ущерб (селфи–зависимость и ее негативные последствия, включая репутационные и иные риски) либо чреватые серьезными последствиями для здоровья или даже жизни «жертв» селфидемии. Конечно, речь идет лишь о незначительном проценте пользова-

ми душевными заболеваниями, явно нарушает социально–психологическую адаптацию человека или наносит ущерб физическому здоровью – актуально или потенциально, в связи с травмоопасным поведением. В остальных случаях речь может идти про обычный, непатологический стереотип социомедийного поведения, навязанный сетевым подражанием или конформизмом.

Фактически, селфизм – это внутренне неоднородный синдром, имеющий различную природу. О каких расстройствах психики он может говорить?

■ Интернет–пользователь одержим непреодолимым стремлением постоянно делать селфи и ежедневно выкладывать в Сеть по несколько десятков своих фотографий. В подобном сетевом

Селфи – часть интернет-революции, той радикальной трансформации культурных кодов и социальных практик, которая порождена массовым проникновением в жизнь общества Интернета.

телей в общей массе любителей селфи, однако травмоопасное поведение, которое ассоциируется с этим феноменом, приводит к человеческим трагедиям, вызывающим широкий социальный резонанс.

В каких же случаях применительно к селфи можно говорить об их действительно нездоровой природе (как с точки зрения зависимости, так и склонности к суициду)? С точки зрения Всемирной организации здравоохранения (WHO), пока селфизм не признан отдельным заболеванием. Однако, по мнению экспертов Американской психиатрической ассоциации (APA), в некоторых случаях пристрастие к селфи действительно приобретает крайние формы и может быть охарактеризовано как психическое расстройство – патологический селфизм.

Об этом можно говорить, если пристрастие к селфи сочетается с други-

поведении проявляются черты навязчивых мыслей (обсессии) и действий (компульсии). Соответственно можно его рассматривать как обсессивно–компульсивную форму селфизма.

■ Интернет–пользователь попадает в болезненную зависимость от привычки «выкладывать» свои фотографии на публичное обозрение в Сети. Конечно, речь идет о психологической зависимости, однако имеющей характерные черты патологических зависимостей: и абстиненцию, если на какое–то время он лишается возможности «залить фотки» в Интернет, и толерантность, и социальный ущерб. Подобная аддиктивная форма селфизма является одной из форм интернет–зависимости.

■ Для людей, страдающих селфизмом, порой характерно болезненное недовольство собственной внешностью

Разновидности селфи

■ В зависимости от запечатленных на них людей и окружающих объектов:

селебрити-селфи (снимок со «звездой»), релфи (relationship selfie, селфи как иллюстрация близких отношений), груфи (group selfie, коллективное селфи), фелфи (farmer selfie, селфи с животными, изначально — «фотографии на ферме»), селфи с едой (food selfie).

■ В зависимости от запечатленных на них частей человеческого тела:

«уткоселфи» (duckface) или губные селфи («губки бантиком»), брелфи (breast selfie, то есть селфи молодых мам, запечатлевающее кормление грудью), бифи (bikini selfie, селфи в бикини), шуфис (shoes selfie, фото-портрет ног, обычно в обуви), мелфи (man selfie, в стиле «гора мышц»), белфи (butt selfie), то есть селфи, за-

печатлевающие не лицо, а противоположную часть тела.

■ В зависимости от обстоятельств съемки:

лифтолук (селфи в зеркале лифта), туалук (туалетный лук — автопортрет в ванной или туалете напротив зеркала) и баселфи (bath selfie, селфи в ванне), фитнесселфи (fitness selfie), селфи в момент отдыха (rest selfie), просо-ночные селфи (wake up selfie, селфи после пробуждения), алкоселфи (в момент распития алкоголя) и «по-хмельные» селфи, after-Sex-Selfie и Sex-Selfie, скотч-селфи (Sellotape selfie), сагли (selfie ugly, «изуродованное» селфи) и наконец экстремальные селфи (eXtreme selfie, XS).

Все перечисленные разновидности — это не просто автопортреты, сделанные, как правило, с помощью камеры мобильного телефона — они представляют собой сетевой контент.

(дисморфофобия). Такой интернет-пользователь делает огромное количество своих снимков и выставляет их в социальную сеть, чтобы получить лайки и тем самым успокоить внутреннее недовольство собой. Соответственно его поведение представляет собой дисморфофобическую форму селфизма.

■ В основе пристрастия к селфи может лежать личностная дисгармония, которая способна варьировать по степени выраженности от акцентуации до расстройства личности. Речь идет о нарциссизме, включающем как склонность к самолюбованию, так и повышенную потребность находиться в центре внимания. Подобные случаи можно рассматривать как нарциссическую форму селфизма. Это нарциссизм, виртуальный по форме (в смысле интернет-представленности) и вполне реальный — по содержанию.

Возможно и сочетание вышеперечисленных вариантов (комплексная или «мозаичная» форма селфизма). Что же касается нарциссической

формы, то подобный социомедийный нарциссизм тоже имеет несколько разновидностей, в зависимости от того, как именно селфи-нарцисс пытается привлечь к себе внимание интернет-пользователей: «соблазнить», шокировать, испугать.

■ В первом случае он имеет эротический подтекст, это эротически-нарциссический селфизм. Потенциальный риск такого сетевого поведения очевиден, особенно для подростков — привлекая к себе внимание определенной категории интернет-пользователей, они могут стать объектом интернет-груминга или секстинга.

■ В другом случае нарциссизм оказывается парадоксальным, анти-эстетичным, протестным. Это обезображивающий дисфигуративно-нарциссический селфизм: показать в своем образе нечто неэстетичное и даже отвратительное, обезобразить себя, например, с помощью скотча, и потом выставить в таком шокирующем виде на всеоб-

щее обозрение. Либо для привлечения внимания демонстрировать нелепое поведение (к примеру, планкинг) так, как ведут себя непослушные дети. С подобным поведением связаны репутационные риски: выкладываемый пользователем «в шутку» сетевой контент в итоге может всерьез оказаться порочащим, унижающим его достоинство, несовместимым с социальным статусом или профессиональной принадлежностью (вследствие нарушения этических норм и/или негативного социального примера). Причем как для него самого, так и для близких родственников.

■ И наконец есть пользователи, которые стремятся «покорить» публику шокирующими, пугающими фотографиями, запечатлевая себя на фоне экзотических мест, в травмоопасных условиях. Так возникает экстремаль-

минимум, собственную, а порой еще и окружающих? Подобное поведение, неадекватное для взрослых людей, бывает свойственно детям, которые в силу дефицита жизненного опыта еще не осознают его реальную опасность. Здесь проявляется еще одна психологическая особенность характера людей, навязчиво делающих селфи: инфантильность. Будучи взрослыми, они ведут себя как дети – так влияет на них пребывание в онлайн, особенно в социомедийной среде.

С одной стороны, регрессия пробуждает инфантильный стереотип социализации – «детскую непосредственность». Это парадоксальный детский эгоцентризм, как способ преодоления противоречий условной и безусловной родительской любви. Парадоксальность состоит в том, что он совмещает и сверхценное убеждение ребенка в собственной значимости (взрачива-

Феномен селфи отражает глубокие перемены в социальном пространстве. Атомизация общества на фоне кризиса социального института семьи и цифрового разрыва поколений приводит к дефициту искреннего общения и психологической поддержки в офлайне. Этот дефицит компенсируется в онлайн.

ный селфизм (точнее, экстремально-нарциссический) – наиболее опасная форма описываемых расстройств. Ведь ценой таких рискованных экстремальных селфи порой становится жизнь, попытка привлечь внимание к собственной персоне превращается в непредумышленное самоубийство – селфисид.

Назад в детство

Почему же пользователи Интернета, увлекающиеся селфи сверх разумных границ, начинают и в офлайне вести себя столь же неразумно, подвергая риску человеческие жизни – как



емое заботой родителей), и в то же время – наивное стремление снискать одобрение родителей («посмотрите, я сам сделал!»). Отсюда и неустойчивость

самооценки — для поддержания последней ребенок нуждается в похвале. И поведение пользователей, жаждущих снискать лайки за описание того, где они побывали и что при этом скушали, точь-в-точь напоминает подобный детский нарциссизм.

С другой стороны, пробуждается и «детское любопытство», стремление к поиску ощущений. Следствием возрастной регрессии и воспроизведения «детского» мышления становится недооценка риска, неумение прогнозировать реальные перспективы травмоопасного поведения. От неумения предвидеть последствия своих действий — и упомянутые риски нарушения digital privacy: и юные,

тального поведения самоубийц (селфи-вариант синдрома Вертера).

Пробуждаемое возрастной регрессией «детское» любопытство вкупе с воспроизведением свойственных детскому мозгу особенностей концентрации внимания и ориентировочной реакции приводит к виртуальному эскапизму, бегству в онлайн из офлайн-реальности. В результате происходит своеобразная переоценка ценностей: онлайн-события оказываются эмоционально более значимыми, чем офлайн-события. Так, мнимое одобрение виртуальных друзей оказывается более ценным, чем действительная похвала близких, находящихся рядом в реальной жизни.

Некоторые пользователи стремятся «покорить» публику шокирующими, пугающими фотографиями, запечатлевая себя на фоне экзотических мест, в травмоопасных условиях. Так возникает экстремальный селфизм.

и великовозрастные сетевые пользователи не понимают, что выкладываемый ими в Сеть контент может дискредитировать их собственную репутацию. Отсюда же и наивное «детское» стремление к подражанию, основанное на инфантильном конформизме, особенно подражание онлайн- и офлайн-знаменитостям, замещающим собой авторитетные родительские фигуры. Яркий пример — на шумевшая сетевая эстафета обливания холодной водой (с выкладыванием видеозаписи в онлайн), в которой «отметились» многие селебритиз. Отсюда и «детская» соревновательность как инфантильный способ самоутверждения (сакраментальное «Слабо?»). Ведь главная опасность селфи-экстремизма заключается в его «заразительности». Так, многочисленные упоминания селфицида в Сети, особенно с демонстрацией трагического контента, становятся его косвенной пропагандой, провокацией подража-

Это, кстати, касается не только селфи-адептов, как «великовозрастных детей», но и обычных детей, юных интернет-юзеров поколения Z. Ведь жизнь в Сети, вследствие большей информационной насыщенности для современных детей, с дошкольного возраста растущих со смартфонами и планшетами в руках, оказывается интереснее реальной (один из феноменов цифровой социализации).

Кризис семьи и селфи

Необходимо также признать, что феномен селфи отражает глубокие перемены в социальном пространстве. Атомизация общества на фоне кризиса социального института семьи и цифрового разрыва поколений приводит к дефициту искреннего общения и психологической поддержки в офлайне, социальной аутизации. Этот дефицит и компенсируется в онлайн.

Уход из реальной жизни в онлайн

Популярность в Сети требует жертв

Печальные примеры экстремального селфизма, перерастающего в селфицид, общеизвестны. Вот краткий обзор сюжетов русскоязычных интернет-СМИ, посвященных трагическим происшествиям при съемке экстремальных селфи весной и летом этого года.

■ Туристка из Италии пострадала в московском метро, делая селфи.

■ В Чечне подросток погиб под бетонной плитой при попытке сделать селфи.

■ Школьница погибла при попытке сфотографироваться у открытого окна.

■ Селфи со змеей: рыбаки попали в больницу после неудачной фотосессии.

■ В Петербурге подросток разбился при попытке сделать селфи.

■ В Екатеринбурге дети придумали суицидальную игру «Перебеги на красный», снимают на видео и выкладывают в соцсетях.

■ Неудачная попытка сделать селфи привела к гибели девушки в Москве.

■ Тульского подростка убило током при попытке сделать селфи.

■ Смертельное селфи: рязанский школьник упал с железнодорожного моста и погиб.

■ В Подмоскowie школьника ударило током при попытке сделать селфи.

■ Сотрудница московской фирмы выстрелила себе в висок, делая селфи с пистолетом.

■ Поезд сбил семью, пытавшуюся сделать селфи на путях: видео.

■ Девушка сгорела заживо, пытаясь сделать селфи на крыше поезда.

■ Школьницы из Ростова чуть не сгорели заживо, делая селфи на цистерне.



■ В Индонезии турист рухнул с обрыва скалы при попытке сделать селфи.

■ В США любитель селфи погиб под колесами поезда.

■ В Индии студенты делали селфи на фоне приближающегося поезда и погибли страшной смертью.

■ Бесстрашные туристы делали селфи за секунды до смерти на вершине японского вулкана.

■ Умерла счастливой: американка разбилась, сделав селфи для френдов.

■ В США любителя селфи сбил поезд.

■ Попытка пилота сделать селфи привела к авиакатастрофе.

Инциденты с экстремальными селфи выступают как «великий уравниватель», их «героями» становятся не только рядовые граждане, несчастный случай не обходит и знаменитостей.

■ Внук Пугачевой чуть не погиб из-за селфи на музыкальной премии.

■ Абрамович помог пострадавшему при попытке сделать селфи на фоне яхты.

■ Майк Тайсон врезал навязчивому фанату за попытку сделать селфи.

В тех же случаях, когда физический ущерб от экстремальных селфи удалось предотвратить, на первый

план выходит ущерб сопутствующий, в том числе социальный, культурно-исторический или моральный.

■ Туристы в Италии изуродовали древнюю статую Геркулеса ради эффектного селфи.

■ Фанат «Спартака» сломал нос мужчине за испорченное селфи.

■ «Полный садизм»: селфи де-вушки – убийцы животных шокировали Рунет.

■ Российского туриста арестовали в США за опасные фото с Бруклинского моста.

■ Пьяный житель Кузбасса уничтожил памятник Ленину, пытаясь сделать селфи.

■ Пилота «Боинга» отстранили за селфи со стюардессой во время взлета.

Последний эпизод заслуживает более подробного рассмотрения: сам пилот, возможно, в момент съемки не считал это селфи экстремальным, но оно, несомненно, являлось таковым и для экипажа, и для пассажиров самолета. На этом примере можно говорить о расширенных экстремальных селфи (по аналогии с расширенным суицидом), создающих риск ущерба для здоровья не только для тех, кто их делает, но и для тех, кто находится рядом.

Еще одна психологическая особенность характера людей, навязчиво делающих селфи: инфантильность. Будучи взрослыми, они ведут себя как дети – так влияет на них пребывание в онлайне, особенно в социомедийной среде.

(цифровая миграция) может варьировать по интенсивности от мягкой формы – снижения повседневных офлайн-контактов (аскетизм) до жесткой – их сокращение почти до полного отрицания (виртуальный эскапизм).

Эта подмена социального взаимодействия замещает и переживание собственной неполноценности, и дефицит общения, эмоциональной близости, когда человек не находит достаточной поддержки в ближайшем социальном окружении, особенно в семье. Типичные психологические защиты – замещение, переключение, фантазирование – реализуются в виртуальной форме, одним из вариантов которой и служит селфизм.

В этом смысле патологическое пристрастие к селфи часто бывает проявлением общего тренда интернетизации психических расстройств,

когда традиционные душевные недуги находят новые внешние проявления в виртуальной среде. Это означает, что в «селфидемии», виртуальной эпидемии селфи, виноваты не IT-технологии, не мобильные телефоны или видеорекамеры. Мы наблюдаем всего лишь новый способ проявления традиционных душевных расстройств, их социомедийной трансформации и «канализации» в информационной Сети.

В свою очередь, интернетизация психических расстройств является отражением более общей закономерности интернетизации общества, или, можно сказать, его коллективной интернет-зависимости. Это зависимость в широком смысле уже не психологическая, а экономическая и социокультурная. От «проникновения» Интернета в социум мы приходим к новому этапу развития информационного общества, к интернет-интеграции: социум реаль-

ный и виртуальный сливаются так, что не могут жить друг без друга, как сيامские близнецы. Скоро, пожалуй, придется констатировать: жить в обществе и быть свободным от использования Интернета нельзя.

Отражением всепроникающей интернетизации выступает виртуализация общества, его глубокая социокультурная трансформация. К сожалению, нередко при этом технологический прогресс сопровождается социально-психологическим регрессом. Как пишет С.С. Хоружий, «виртуализация человека

веб-технологий (SEO, SMM, «накрутки») или PR-технологий. В последнем случае известный рецепт популярности медиаконтента, обозначаемый «ЗС» (Страх + Сексуальность + Скандалы) дополняется еще двумя «С»: «Слом Стереотипа», неожиданное или парадоксальное информационное наполнение, противоречащее общепринятым взглядам, а порой и здравому смыслу. Неудивительно, что подобные требования к интернет-контенту вступают в противоречие не только с этическими принципами, но порой и с природными

В «селфидемии», виртуальной эпидемии селфи, виноваты не IT-технологии, не мобильные телефоны или видеокамеры. Мы наблюдаем всего лишь новый способ проявления традиционных душевных расстройств.

несет с собою и виртуализацию общения... с ростом виртуализации общения неуклонно усиливается его неполнота, что не может не приводить к появлению все новых и новых дефектов общения. Информационный прогресс сопровождается антропологической деградацией».

В результате стираются границы между реальностью социальной и сетевой. При этом у «зависающего» в Сети пользователя может исподволь происходить и растворение границ собственного «Я». Подобный процесс виртуальной психической регрессии у интернет-зависимых юзеров приводит к оживлению инфантильного комплекса неполноценности, компенсация которого заключается в виртуальной социализации, в поиске внешних психологических опор все в той же Сети. Эту функцию и выполняет бурное увлечение селфи.

Следствие антропологической деградации – сложившийся в Интернете «культ публичности». Сетевая, социомедийная популярность в значительной мере является искусственной: она достигается с помощью



человеческими инстинктами, включая упомянутое выше нарушение инстинкта самосохранения. В результате возводимая в культ популярность в Интернете требует от адептов жертв. Кто-то жертвует работой или профессией, кто-то социальным положением, а кто-то здоровьем или даже жизнью. «Эпидемия» селфи рискует превратиться в эпидемию селфицида.

Онлайн-угрозы глазами детей и взрослых

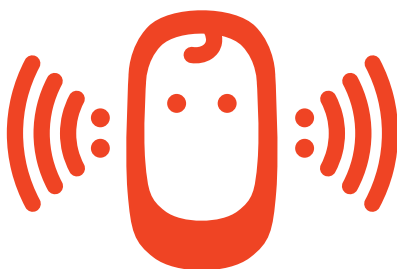
Итоги пятилетней работы Линии помощи «Дети онлайн» показывают: школьники видят больше всего проблем в интернет-общении, а их родители – в содержании размещенных в Сети материалов

Авторы:

Галина Солдатова,
доктор психологических наук, профессор, член-корреспондент РАО

Владимир Шляпников,
кандидат психологических наук

Мария Журина



дети онлайн
8 800 25 000 15

15 декабря 2009 года была создана Линия помощи «Дети онлайн» – единственная в России уникальная служба телефонного и онлайн – консультирования, которая оказывает психологическую и информационную поддержку детям, подросткам и их родителям, столкнувшимся с различными проблемами в Интернете. Помимо своей главной функции, Линия помощи – источник достоверной информации о рисках и угрозах, с которыми юные пользователи сталкиваются в Сети. Качественный и количественный анализ обращений, поступивших за 5 лет существования Линии помощи, дает возможность непосредственно оценить реальный масштаб, характер и динамику онлайн-угроз.

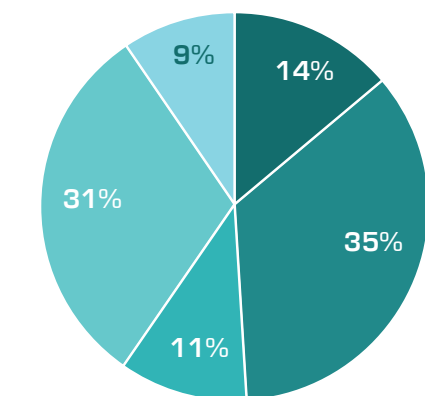
Проект Линия помощи «Дети онлайн» был создан в рамках Года безопасного Интернета в России в 2009 году Фондом Развития Интернет и Фондом «Дружественный Рунет». В настоящее время работа Линии помощи осуществляется сотрудниками Фонда Развития Интернет и факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова при поддержке ОАО МТС и ОАО МГТС. За 5 лет работы Линии помощи ее операторами было принято 7236

звонков, обработано более 31 17 электронных обращений (1957 писем и 1160 через онлайн-чат), поступающих как от детей, так и взрослых. Обратиться на Линию помощи можно по телефону 8–800–25–000–15, бесплатно позвонив из любой точки страны, либо по электронной почте: helpline@detionline.com, либо в онлайн-чате на сайте detionline.com. Звонки принимаются в рабочие дни с 9.00 до 18.00 по московскому времени.

На основе анализа эмпирических данных и обращений на Линию помощи все онлайн-риски были разделены на четыре категории, соответствующие четырем основным сферам деятельности в Интернете: коммуникационные, технические, контентные и потребительские. В отдельную категорию были выделены запросы, связанные с интернет-зависимостью. По своей

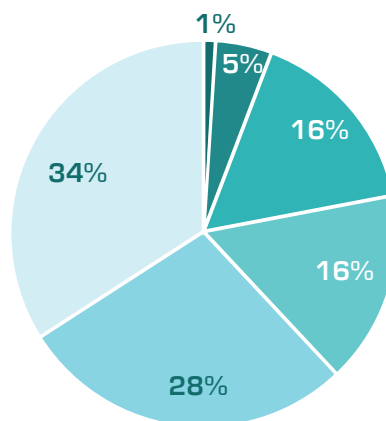
цели обращения были разделены еще на две категории: по факту столкновения с проблемой и запросы на профилактику тех или иных рисков. По каждой категории подсчитывалась частота обращений как в абсолютных, так и в относительных показателях. Помимо этого, была проанализирована динамика обращений на Линию помощи за пять лет, а также проведено сравнение

Доля обращений по основным типам онлайн-рисков на Линию помощи «Дети онлайн» за 2010–2014 годы



- контентные
- коммуникационные
- потребительские
- технические
- зависимость

Доля обращений по основным видам коммуникационных онлайн-рисков на Линию помощи «Дети онлайн» за 2010–2014 годы



- кибербуллинг (профилактика)
- секстинг и груминг (профилактика)
- другое (профилактика)
- кибербуллинг (столкновение)
- секстинг и груминг (столкновение)
- другое (столкновение)

половозрастных групп (совершеннолетние и несовершеннолетние, мужчины и женщины).

Коммуникация — зона повышенной опасности

По данным исследований Фонда Развития Интернет, основное место, где дети и подростки сталкиваются с коммуникационными рисками, — это социальные сети. Хотя, по данным опросов, российские школьники сталкиваются с коммуникационными рисками существенно реже, чем с контентными или техническими, проблемы, возникшие в процессе онлайн-общения — это основная причина обращений на Линию помощи «Дети онлайн». На долю таких обращений приходится более трети всех звонков и сообщений (35%). Данный факт позволяет говорить о том, что столкновение с коммуникационными рисками — наиболее серьезная проблема для детей и подростков и, по сравнению с другим типам онлайн-рисков, чаще причиняет ощутимый вред. Отчасти это обусловлено тем, что проблемы, связанные с онлайн-общением, не имеют простых и надежных технических решений. Антивирусы и программы фильтрации не могут защитить ребенка от травли или сексуальных домогательств, с коммуникационными рисками сложнее справиться самостоятельно.

Наиболее распространенные виды коммуникационных рисков — это кибертравля или кибербуллинг (16% всех обращений по коммуникационным рискам) и различные формы сексуальных домогательств: секстинг, груминг, онлайн-знакомства и т. д. (28% всех обращений по коммуникационным рискам). Коммуникационные риски — один из наиболее быстро эволюционирующих типов онлайн-рисков. Каждый год на Линию помощи поступают обращения в связи с новыми видами коммуникационных угроз, которые связаны с репутацией в социальных сетях, общением с незнакомцами, участием в потенциально опасных со-

циальных группах. Доля таких обращений составляет 34%, причем от детей они исходят примерно в два раза чаще, чем от взрослых.

Статистика Линии помощи показывает, что большая часть родителей еще не видит или недооценивает новые потенциальные угрозы, связанные с общением в Сети. Взрослые, как правило, чаще обращаются по вопросам, связанным с кибертравлей и сексуальными домогательствами, а также общением детей с потенциально опасными онлайн-друзьями, в первую очередь это относится к общению со взрослыми.

Дети и родители обращаются на Линию помощи по проблемам общения в Сети примерно с одинаковой частотой. Это единственный тип рисков, по которому девочки обращаются на Линию помощи в среднем в 2–3 раза чаще, чем мальчики, мамы — в 3 раза чаще, чем папы.

И дети, и родители чаще всего обращаются на Линию помощи, когда столкновение с коммуникационными рисками уже произошло (80% случаев).

Динамика обращений по основным типам онлайн-рисков на Линию помощи «Дети онлайн» за 2010–2014 годы



– Я мама девятилетней девочки. Она вместе с подружкой познакомилась в ВКонтakte с женщиной, которая предлагалась фотографом и предложила им стать моделями. Когда дома никого не было, она связалась с ними по Skype и предложила позировать без одежды. Я узнала об этом слишком поздно. Сейчас эта женщина шантажирует мою

По данным исследований Фонда Развития Интернет, это один из наиболее распространенных онлайн-рисков. Ежегодно с ним сталкивается, как минимум, половина российских школьников. На долю технических рисков приходится примерно треть всех обращений на Линию помощи «Дети онлайн» (31%), и это соотношение со-

Проблемы, связанные с онлайн-общением, не имеют простых и надежных технических решений. Антивирусы и программы фильтрации не могут защитить ребенка от травли или сексуальных домогательств.

дочь, принуждает позировать снова, угрожая выложить фотографии в Сеть. Подскажите, что делать.

С годами количество обращений, связанных с коммуникационными рисками, неуклонно растет – за пять лет число таких обращений выросло в 12 раз. Если в 2010 году количество запросов, связанных с коммуникационными рисками, составляло около 20% от общего числа запросов, то в 2014 году их доля возросла до 50%. Увеличение числа обращений происходит в основном за счет детей и подростков. В 2014 году количество обращений несовершеннолетних превысило количество обращений взрослых в два раза. Учитывая динамику обращений на Линию помощи, а также существующие тренды развития социальных сетей, можно предположить, что в ближайшей перспективе количество столкновений детей с коммуникационными рисками будет расти.

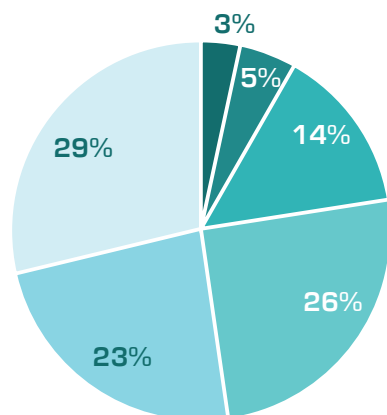
Технические аспекты: зона контролируемых рисков

Понятие технических рисков подразумевает повреждение устройств, имеющейся на них информации и программного обеспечения, а также кражу персональных данных в результате действия вредоносных программ.

храняется на протяжении всех пяти лет существования проекта.

Общее количество обращений по техническим рискам растет пропорционально росту аудитории Линии

Доля обращений по основным видам технических онлайн-рисков на Линию помощи «Дети онлайн» за 2010–2014 годы



- потеря личных данных (профилактика)
- вредоносные программы (профилактика)
- другое (профилактика)
- потеря личных данных (столкновение)
- вредоносные программы (столкновение)
- другое (столкновение)

помощи: за пять лет оно увеличилось примерно в 6 раз. Динамика различных видов технических рисков неоднородна. Число обращений, связанных со столкновением с вредоносными программами, постепенно снижается, с освоением новых устройств и приложений – растет, а со взломом аккаунтов и кражей персональных данных – остается постоянным.

Один из наиболее распространенных видов технических рисков – столкновение с вредоносными программами. По данным исследований Фонда Развития Интернет, более трети российских школьников (37%) ежегодно сталкиваются с этой проблемой в Сети. По статистике Линии помощи, на долю звонков и сообщений по этой проблеме приходится почти четверть (23%) всех обращений по техническим рискам. Чаще всего абоненты Линии помощи сталкиваются с вредоносными программами при скачивании нелегального контента (приложений, игр, мультимедийных файлов и т. д.). Однако в некоторых случаях ситуация может быть сложнее – так, с помощью вредоносных программ мошенники могут вымогать у пользователей

деньги, запугивая их угрожающими сообщениями.

– Мне 12 лет, я столкнулась с такой проблемой. Мой комп заблокирован. Высвечивается сообщение о том, что надо выплатить штраф за использование несовершеннолетними порнографии. Я не смотрела ничего плохого, как можно убрать эту блокировку? Я боюсь, что родители узнают и подумают, что я смотрела порносайты.

По данным Лаборатории Касперского, в 2014 году в Интернете было обнаружено более 123 млн новых уникальных вредоносных объектов (<http://securelist.ru/analysis/ksb/24580/kaspersky-security-bulletin-2014-osnovnaya-statistika-za-2014-god/>). При этом количество обращений, связанных с вредоносными программами, начиная с 2012 года постепенно снижается, что свидетельствует о росте осведомленности российских пользователей об этих угрозах и способах защиты от них. Как показывают результаты исследований Фонда Развития Интернет, 83% родителей, имеющих детей подросткового возраста, используют антивирусные программы.

Еще один распространенный вид технических рисков – взлом аккаунтов и потеря персональных данных. Каждое четвертое обращение по техническим рискам на Линию помощи связано с потерей личных данных. Знание простых правил безопасности в большинстве случаев позволило бы избежать этой проблемы, однако далеко не все российские подростки осознают необходимость защиты персональных данных и ведут себя в Сети достаточно легкомысленно. Исследования Фонда Развития Интернет говорят о том, что каждый третий российский школьник готов поделиться личной информацией о себе в социальных сетях, и почти половина из них давала свой пароль друзьям или родственникам. Как следствие, дети чаще, чем взрослые об-

Динамика обращений по основным видам технических онлайн-рисков на Линию помощи «Дети онлайн» за 2010–2014 годы

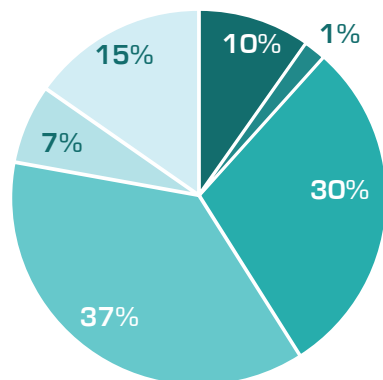


ращаются с этой проблемой на Линию помощи.

С 2010 по 2014 год в 10 раз выросло число обращений детей и взрослых по проблемам, возникающим в процессе освоения новых устройств, приложений и онлайн-сервисов. Сегодня оно составляет около трети (29%) всех обращений по техническим рискам. Неопытному пользователю бывает трудно понять, в какую именно службу поддержки ему необходимо обратиться в той или иной ситуации. «У меня не работает Интернет, я не понимаю, что происходит, и не знаю, что мне делать, к кому обратиться?» — примерно с такими запросами нередко приходится работать операторам Линии помощи. Основная причина таких обращений — низкий уровень цифровой компетентности пользователей. Главная задача операторов в такой ситуации — помочь преодолеть чувство беспомощности, разобраться в проблеме и найти возможные пути решения.

С вопросами технического характера на Линию помощи обращаются и дети, и взрослые. При этом взрослые довольно часто просят помочь в решении проблемы, с которой столкнулись они сами, а не дети. Такая картина наблюдается только по этому типу рисков. И дети, и родители, как правило, обращаются на Линию уже после возникновения проблемы (80% случаев). Запросов на профилактику по данному типу рисков относительно мало, и исходят они в 1,5 раза чаще от детей, чем от взрослых. За последние три года количество обращений, связанных с техническими типами рисков, от детей возросло почти в 10 раз. Школьники активнее, чем их родители, осваивают новые устройства и приложения, чувствуют себя в Интернете более уверенными и самостоятельными, поэтому они оказываются в состоянии сами позаботиться о своей безопасности. Все вместе это позволяет охарактеризовать техническую сферу как зону относительно контролируемых рисков.

Доля обращений по основным видам контентных онлайн-рисков на Линию помощи «Дети онлайн» за 2010–2014 годы



- порнография (профилактика)
- насилие и агрессия (профилактика)
- другое (профилактика)
- порнография (столкновение)
- насилие и агрессия (столкновение)
- другое (столкновение)

Контент: зона повышенного внимания родителей

Контентные риски возникают в результате использования размещенных в Сети материалов, содержащих незаконную или потенциально опасную информацию. Столкновение с негативным контентом — самый распространенный тип онлайн-рисков.

По данным исследований Фонда Развития Интернет, каждый второй школьник сталкивается в Сети с негативным контентом (52%). Тем не менее за пять лет с этой проблемой к операторам Линии помощи обратились всего 28 детей, что составляет менее 1% всех обращений. Как можно объяснить это расхождение? Очевидно, что дети и взрослые по-разному воспринимают и оценивают контентные риски. Для школьников характерен упрощенно-положительный образ Интернета, поэтому они склонны недооценивать негативное влияние информации, размещенной в Сети. Взрослые, напротив, склонны переоценивать угрозы, исходящие от онлайн-контента: каждый

десятый родитель обращается на Линию помощи с вопросом о контентных рисках (11%). Информация, которую взрослые оценивают как негативную, подростки могут считать нейтральной и даже позитивной. Анализ обращений на Линию помощи позволяет увидеть, что вкладывают в понятие «негативный контент» дети и родители.

Более трети обращений на Линию помощи по контентным рискам связано с порнографией (37%). По данным опросов Фонда Развития Интернет, в 2013 году каждый третий подросток (35%) хотя бы раз сталкивался в Сети с

подавляющее большинство запросов по этим темам поступает от родителей.

— На сайте «Одноклассники» в альбоме одного из пользователей размещены фотографии трупов людей, растерзанных медведями, что недопустимо, так как они в свободном доступе для детей, для которых просмотр данных фотографий нанесет психологическую травму. Обращался в администрацию сайта, никаких действий принято не было. Подскажите, куда можно обратиться по данной проблеме?

Родители отмечают проблемы в отношениях со сверстниками, отсутствие друзей, дефицит общения. Однако трудно сделать однозначный вывод, является ли социальная изоляция причиной или результатом чрезмерной увлеченности Интернетом.

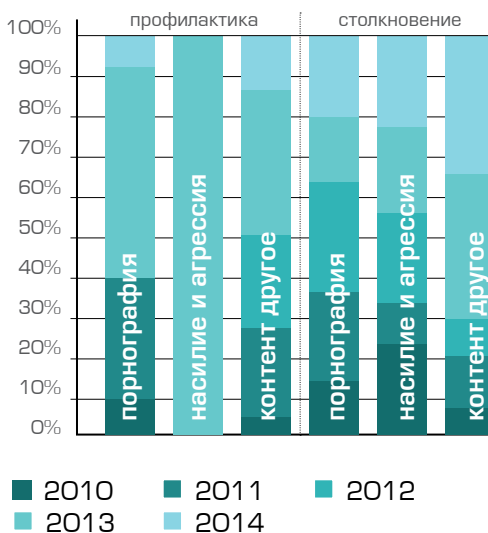
материалами сексуального характера. Тем не менее школьники крайне редко обращаются с этой проблемой на Линию помощи. Как правило, их запросы содержат беспокойство не за себя, а за своих младших братьев и сестер. Большинство обращений по данному вопросу поступает от родителей.

— Случайно обнаружила, что моя дочь (10 лет) набирает в поисковике «секс-игры для девочек» и выходит на различные порносайты. Что мне делать? Как поговорить с ребенком на эту тему?

Обращения, связанные со столкновением с другими видами негативного контента, довольно редки. На долю информации, содержащей жестокость, насилие и агрессию, приходится всего 7% обращений, хотя, по данным опросов, как минимум, треть школьников хотя бы однажды сталкивалась с этим видом контента в Интернете. 17% обращений касаются пропаганды наркотиков, алкоголя, сигарет, самоубийств, опасных способов похудания.

Почему одни виды контента беспокоят родителей больше, чем другие? Хотя школьники примерно с одинако-

Динамика обращений по основным видам контентных онлайн-рисков на Линию помощи «Дети онлайн» за 2010–2014 годы



вой частотой сталкиваются в Сети как с порнографией, так и с информацией, содержащей жестокость, насилие и агрессию, количество обращений на Линию помощи, которые касаются материалов сексуального характера, почти в 6 раз превышает число сообщений про жестокость и насилие. Возможно, это связано с тем, что представления родителей о негативном контенте основываются на стереотипах общественного сознания. Кстати, пик обращений по контентным рискам пришелся на 2013 год, когда в российском обществе обсуждался Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Родители также часто обращаются по вопросам технической защиты от вредоносной информации. На их долю приходится почти половина звонков на Линию помощи, связанных с контентными рисками (41%), что примерно в два раза выше, чем по другим видам онлайн-угроз.

Для школьников характерен упрощенно-положительный образ Интернета, поэтому они склонны недооценивать негативное влияние информации, размещенной в Сети. Взрослые, напротив, склонны переоценивать угрозы.

— Подарили сыну планшет на день рождения. Как оградить его от порно? Какие есть средства родительского контроля для планшетов?

Многие школьники воспринимают Интернет как пространство свободы и вседозволенности и нередко размещают в Сети такие материалы, которыми они никогда бы не поделились с родителями. Взрослые часто не понимают контент, который создают дети, а иногда он просто шокирует их. Нецензурная лексика, откровенные сексуальные сцены, насилие и жестокость — все это можно увидеть на

страницах и в закрытых группах подростков ВКонтакте. Многие родители не понимают, как оградить детей от созданного ими контента.

— Совершенно случайно обнаружила, что моя дочь вместе с подругой создали группу, куда выкладывают свои видео с нецензурной лексикой. Я потребовала удалить это видео и группу, но они говорят, что забыли пароли к странице. Куда мне обратиться, чтобы удалить эту группу?

Хотя сегодня существуют технические решения, позволяющие хотя бы частично оградить детей от нежелательного контента, лишь 8% взрослых знают о программах контентной фильтрации и родительского контроля. Опыт работы Линии помощи свидетельствует: взрослых прежде всего беспокоит контент, затрагивающий темы, о которых они не готовы говорить со своими детьми. Родителям проще незаметно следить за ребенком, используя программы контроля, чем поговорить с

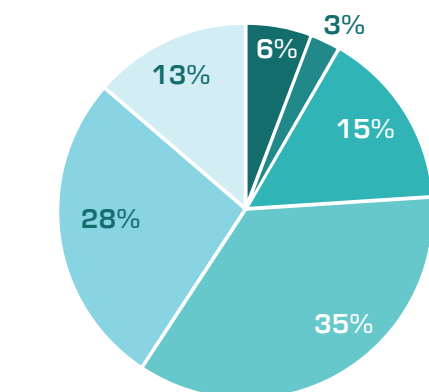
ребенком на «запретные темы».

Судя по количеству обращений на Линию помощи, вред от столкновения с негативным контентом не так велик, как принято думать. Тем не менее взрослых эта проблема беспокоит, поэтому они уделяют повышенное внимание ресурсам, которые посещают их дети.

Потребление:
зона потенциальных угроз

Понятие потребительских рисков включает приобретение некачественной или контрафактной продукции, потерю денежных средств и хищение

Доля обращений по основным
видам потребительских
онлайн-рисков
на Линию помощи «Дети онлайн»
за 2010–2014 годы



- мобильное мошенничество (профилактика)
- другое мошенничество (профилактика)
- другое (профилактика)
- мобильное мошенничество (столкновение)
- другое мошенничество (столкновение)
- другое (столкновение)

персональной информации в процессе интернет-шопинга.

Несмотря на невысокий уровень потребительской онлайн-активности, российские подростки чаще, чем их родители, сталкиваются с различными видами мошенничества. Каждый четвертый школьник сталкивался в Сети с фишингом («выуживанием» персональных данных), а каждый десятый — с кражей денежных средств. Доля обращений на Линию помощи, связанных с потребительскими рисками, составляет всего 11%. Причем взрослые звонят по этим вопросам в два раза чаще, чем дети, и гораздо чаще они сообщают о своих собственных проблемах.

Основная причина обращений — мобильное мошенничество (35%).

— Вышел в магазин на 15 минут. Дети были дома и решили посмотреть кино, через сайт в Интернете. Для подтверждения (как дети мне объяснили) надо было отослать 3 БЕСПЛАТНЫХ СМС. Действительно, о платных услугах информации там НЕ БЫЛО! Они позвонили мне по телефону. Придя домой, обнаружил, что у меня со счета сняли 630 рублей! Я СРОЧНО позвонил сотовому оператору и попросил заблокировать короткие номера!

Доля обращений, связанных с другими видами онлайн-мошенничества, составляет 28%.

— Я стал жертвой интернет-мошенничества — у меня украли игровой аккаунт, на который было потрачено более пяти тысяч рублей. Более того, мой аккаунт в данный момент пытаются продать на одном из форумов. Я хотел бы узнать — возможно ли как-либо наказать моих обидчиков? Информации у меня мало, но все же есть что-то — номер онлайн-кошелька и Skype двух людей (один из них совершил кражу, а другой продает). Помогите мне, пожалуйста! Мне 16 лет, и я не хочу обращаться к правоохранительным органам, но также не хочется, чтобы эти люди остались безнаказанными!

Каждое десятое обращение связано с проблемами, возникшими в ходе приобретения товаров и услуг в Интернете (13%).

— Я скачал файл игры из Интернета, и после его открытия на телефон пришел шквал смс о покупке и подписках. Деньги со счета сняли и оставили 0,01 р. Прошу вас помочь и по возможности вернуть деньги.

Доля запросов на профилактику потребительских рисков относительно невелика и составляет всего лишь пятую часть от общего числа обращений (21%). Абонентов Линии помощи в первую очередь интересуют вопросы

возврата потерянных денег и возможностей блокировки смс-сообщений с коротких номеров.

Количество обращений на Линию помощи, связанных с потребительскими рисками, остается относительно постоянным на протяжении всех пяти лет. Однако низкий уровень потребительской активности школьников означает отсутствие опыта, необходимого для формирования компетентности в этой сфере. В условиях быстрого развития электронной коммерции можно прогнозировать рост обращений по данному типу рисков.

За последние три года количество детских обращений, связанных с техническими типами рисков, возросло почти в 10 раз.

Интернет-зависимость: зона свободы от реальности

Отдельная тема обращений на Линию помощи «Дети онлайн» — интернет-зависимость и чрезмерное использование цифровых устройств. Количество таких обращений невелико, но стабильно на протяжении пяти лет работы проекта: оно составляет примерно десятую часть всех запросов (9%).

По данным опросов Фонда Развития Интернет, почти половина российских детей и подростков (43%) отмечают у себя, как минимум, один из симптомов, свидетельствующих о чрезмерном использовании Интернета. Чаще всего (67%) на Линию помощи обращаются в ситуации, когда у пользователя наблюдается сразу несколько симптомов интернет-зависимости. По данным исследований Фонда, у каждого десятого школьника в России (11%) наблюдается подобная картина.

Наиболее распространенный симптом чрезмерной увлеченности Интернетом — это потеря контроля в Сети. По данным исследований, этот симптом наблюдается у 43% российских школьников.

— Мне 11 лет. Обычно, когда мама просит меня перестать сидеть за компьютером и заняться другими делами, я ей отвечаю: «Ну, еще 10 минут...» Но потом эти 10 минут затягиваются на часы. Я понимаю, что так не правильно, но ничего не могу с этим поделать. Из-за этого я все время поздно ложусь спать, не успеваю выполнять домашние дела, мама меня ругает. Подскажите, как мне проводить в Интернете столько времени, сколько нужно, не затягивая, чтобы можно было делать и другие дела.

Другой распространенный симптом — синдром отмены, с которым, по данным Фонда Развития Интернет, сталкивается более половины российских школьников (52%).

— Мой внук постоянно играет в компьютерные игры. Он забросил все увлечения, не гуляет с собакой, врет. Когда мы пытаемся запретить ему играть на компьютере, он бьет мебель, может сильно толкнуть. Внук игнорирует отца, не берет трубку, когда тот звонит. Я стараюсь поддерживать контакт с внуком, интересуюсь его играми, но это не помогает. Подскажите, что мне делать?

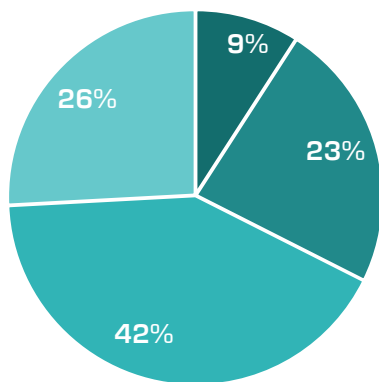
Наиболее серьезный симптом интернет-зависимости — это «замена реальности». По данным опросов, он встречается у четверти российских подростков. Его основные проявления — пренебрежение учебной или работой, семьей и домашними обязанностями, личной гигиеной, сном и питанием, а также сокращение социальных контактов.

— Моему сыну 18 лет. Последние несколько лет «сидит в Интернете», поступил в институт, но был отчислен.

за неуспеваемость, сейчас поступил во второй, но тоже не учится. Практически не спит, часто забывает поесть. Тетради сына исписаны высказываниями суицидальной направленности, на словах также заявляет, что не хочет жить. В последние два года агрессивен, бьет мать, крайне замкнут и раздражителен. Подскажите, как мне ему помочь?

Чрезмерная увлеченность Интернетом сопряжена с другими типами рисков, в том числе: потерей денег, столкновением с негативным контентом, общением с незнакомцами, вовлечением в группы антисоциальной направленности, формированием суицидальных мыслей. Подростки с интернет-зависимостью, как правило, используют любую возможность, чтобы выйти в Сеть, врут родителям, воруют деньги.

Доля обращений по основным видам онлайн-рисков, связанных с чрезмерным использованием Интернета, на Линию помощи «Дети онлайн» за 2010–2014 годы



- игровая зависимость (профилактика)
- другая зависимость (профилактика)
- игровая зависимость (столкновение)
- другая зависимость (столкновение)

— Моя дочь 14 лет все свое свободное время проводит в социальных сетях. Пребывание ее в Интернете я не могу проконтролировать, так как она выходит в Интернет с телефона через

незапароленный Wi-Fi какого-то жителя нашего или соседнего подъезда. Как можно по официальным каналам найти владельца этого Wi-Fi и заставить его запаролить Wi-Fi, чтобы у моего ребенка не было возможности без моего контроля выходить в Интернет?

Чаще всего на Линию помощи обращаются по проблеме игровой зависимости (42%). Также среди подростков распространено чрезмерное увлечение социальными и медиаресурсами. Практически любой онлайн-ресурс может вызвать свою специфическую форму интернет-зависимости, даже Википедия.

— Я студентка. У меня проблема с Интернетом. Я не могу контролировать, сколько времени я провожу здесь. Это мешает моей учебе. Я постоянно открываю сайт ВКонтакте, чтобы посмотреть на сообщения или на новости. Также я постоянно пишу в свой блог в ЖЖ. У меня есть потребность публиковать каждую ерунду, которая приходит мне в голову. Сначала мне кажется, что это очень остроумно, и другим будет интересно прочесть. Но потом я понимаю, что все это полная ерунда, на которую не стоило тратить время! Я даже удаляла блог, но каждый раз заводи́ла новый и ничего не могла с этим поделать. Когда я попадаю на сайты типа Википедии, я «залипаю» там на пару часов. Сначала я читаю информацию про какую-нибудь историческую персону, потом через нее перехожу на другую персону, потом в той статье встречаю незнакомое определение и читаю еще про него. В общем, это может длиться бесконечно! Из-за этого я ложусь спать очень поздно, иногда забываю поесть. Я начинаю «залипать» и на другие страницы, очень вредные. Например, на порнорассказы. Или даже видео. Любое интересное видео становится причиной моего отвлечения от дел еще на пару часов. Недавно я узнала про такую забаву как «собачий кайф». Прочла статью в газете, что дети

этим увлекаются. Пробила по Яндексу и решила взглянуть на видео. Потом еще на одно. Потом еще. Я уже взрослая, мне совсем не хочется эту ерунду повторять. Мне страшно: а вдруг я перестану себя контролировать и посмотрю что-то еще более шокирующее? Или сделаю?

В подавляющем большинстве случаев по вопросам зависимости на Линию помощи обращаются взрослые (72%). Часто запрос исходит не от родителей, а от других членов семьи: бабушек и дедушек, старших братьев и сестер, а в некоторых случаях даже от супругов и детей.

Исследования показывают, что выраженность симптомов интернет-зависимости увеличивается с возрастом. Это подтверждается статистикой обращений на Линию помощи. По вопросам чрезмерного увлечения цифровыми устройствами чаще всего обращаются родители старших подростков, студентов и даже взрослых людей. Был случай, когда за помощью обратился сын пятидесятилетней женщины, страдающей сильной формой интернет-зависимости. Однако есть и противоположная тенденция: в последнее время участились обращения родителей детей дошкольного возраста, которых беспокоит чрезмерное увлечение детей цифровыми устройствами.

Анализ обращений на Линию помощи позволяет выделить некоторые причины формирования чрезмерной увлеченности Интернетом. Большинство родителей отмечает проблемы в отношениях со сверстниками, отсутствие друзей, дефицит общения. Однако трудно сделать однозначный вывод, является ли социальная изоляция причиной или результатом чрезмерной увлеченности Интернетом.

Нередко запрос исходит из неполных семей или семей, в которых ребенок воспитывается не родителями, а другими членами семьи. Можно предположить, что часто интернет-за-

висимость возникает в тех семьях, где у ребенка не складываются отношения с родителями, когда они в силу разных жизненных обстоятельств не могут или не хотят быть рядом с ребенком, когда они подают дурной пример, сами увлекаясь онлайн-играми.

По сравнению с другими видами рисков, достаточно много родителей (33%) обращаются по вопросам профилактики интернет-зависимости, что свидетельствует о росте осведомленности взрослых о данной проблеме. Родители интересуются техническими и педагогическими способами предотвращения зависимости от цифровых устройств. Взрослые задают как конкретные вопросы, например, как заблокировать конкретную программу или сколько времени ребенку можно проводить за компьютером, так и общие: как бороться с желанием постоянно быть в Сети?

Большинство обращений по вопросам интернет-зависимости поступает на Линию помощи из регионов, что связано с недостатком квалифицированных специалистов, способных справиться с этой проблемой. Результаты исследований показывают, что во многих крупных российских городах проблема интернет-зависимости стоит острее, чем в Москве. В этой ситуации Линия помощи оказывается едва ли не единственным местом, где родители могут получить консультацию по данной проблеме.

Таким образом, интернет-зависимость – это самостоятельный тип рисков, с которым сталкивается достаточно большое количество пользователей Интернета. Пока еще невозможно сказать, является ли она самостоятельным психическим расстройством или это следствие других проблем. Но очевидно, что Интернет как насыщенное информационно-коммуникационное пространство способствует формированию тенденции к бегству от реальности в иллюзорные виртуальные миры, характерной для подросткового возраста.

Родители и соцсети

Мама и папы составляют две трети пользователей социальных медиа. В соцсетях они получают ответы на вопросы по воспитанию, обмениваются опытом и поддерживают друг друга

**Авторы:**

Мэв Дагган (Maeve Duggan) и Аманда Ленгарт (Amanda Lenhart),
Pew Research Center;
Клифф Лэмпе (Cliff Lampe) и Николь Эллисон (Nicole B. Ellison),
University of Michigan's School of Information

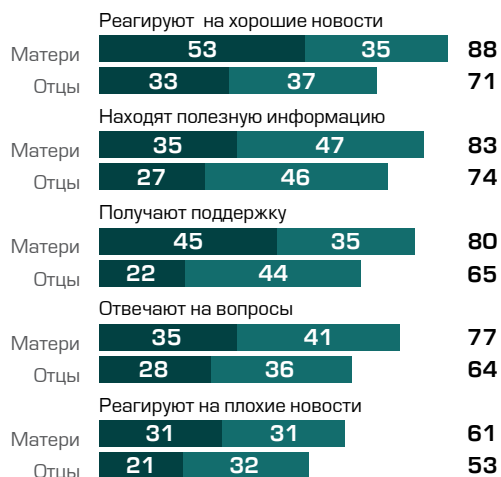
❁ Социальные сети сегодня играют очень большую роль в жизни всех тех людей, которые ими пользуются. Но совершенно особое место они занимают в жизни родителей, главным образом мам, для которых социальные медиа – это возможность обменяться опытом, поделиться проблемой или просто узнать, что происходит у родственников и друзей. Таковы результаты исследования «Родители и социальные медиа» («Parents and Social Media»), которое провел ведущий американский центр по изучению общества, технологий и Интернета Pew Research Center.

Социальные медиа стали жизненно важными каналами для ежедневного взаимодействия американцев. С помощью соцсетей они поддерживают связь с родными и близкими, получают информацию и делятся тем, что им кажется наиболее важным. В докладе



Матери оказывают и получают поддержку в социальных медиа

Среди пользователей социальных медиа процент матерей и отцов, отметивших «Полностью согласен(а)» или «Скорее согласен(а)» относительно следующих действий в социальных сетях...



исследуется, как родители – а это 75% все тех, кто использует социальные медиа, – обращаются к ним как к источнику информации по воспитанию детей, а также за помощью и поддержкой. Под «социальными медиа» подразумеваются такие площадки, как Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, а также предоставляемые работодателями социальные инструменты и другие СМИ, не включенные в этот список. Среди взрослого населения США 66% отмечают, что используют какой-либо тип социальных медиа.

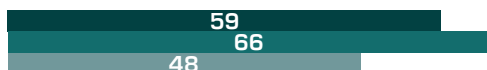
Представленные здесь данные были получены с помощью двух телефонных опросов 2003 американцев старше 18 лет, проводившихся в сентябре 2014 года. Интервью проходили на английском и испанском языках.

Место, где всегда поддержат

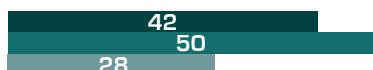
Социальные медиа включают в себя широчайший спектр человеческого опыта: они помогают людям общаться и взаимодействовать во всех случаях жизни – и когда им хорошо, и когда

Социальные медиа — один из источников советов и информации по воспитанию детей

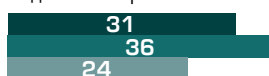
Находили информацию по воспитанию детей при просмотре контента в социальных медиа



Получали поддержку, когда сталкивались с проблемами в воспитании детей



Задавали вопросы по воспитанию



■ все родители ■ матери ■ отцы

нужна поддержка. Родители — а в исследовании это мамы и папы, чьи дети не достигли 18 лет — оказались особенно отзывчивыми пользователями соцсетей. Они с большой вероятностью откликнутся на сообщения, помогут с

те, друзья друзей и другие категории «френдов». Почти две трети (71%) всех родителей стараются ответить, если они знают ответ на опубликованный в их соцсети вопрос. 58% родителей откликаются на плохие новости своих друзей в онлайн.

Обмен информацией и опытом по воспитанию

В то время как большая доля родителей использует социальные сети как источник информации в целом, многие мамы и папы отмечают, что находят там и полезные сведения по вопросам воспитания детей. Около четверти признаются, что в соцсетях они обретают поддержку, когда возникают те или иные трудности с детьми. Матери, как выяснилось, получают такое содействие в 3 раза чаще, нежели отцы.

79% родителей, вовлеченных в социальные медиа, согласны с тем, что они узнают много полезной информации именно через соцсети. Треть (32%) «полностью согласны» с этим. Матери гораздо чаще, чем отцы, «полностью

Количество френдов у родителей существенно меньше, чем у тех, кто родителями не является, зато среди них больше действительно близких людей — родственников и реальных друзей.

каким-либо вопросом, а также, при необходимости, получают поддержку сами. Это касается не только тех аспектов, которые связаны с воспитанием детей, но и самых разнообразных личных проблем. При этом мамы с более высокой вероятностью, нежели папы, готовы оказать содействие и поддержку в социальных медиа. 81% родителей, использующих соцсети, стараются как-то отреагировать на хорошие новости своих знакомых и охотно делятся ими. 74% родителей отмечают, что получают в соцсетях поддержку от тех, с кем они общаются. Это самый разнообразный круг людей: семья, коллеги по рабо-

согласны» с тем, что они находят нужную информацию через свои социальные сети (35% против 27%).

59% родителей (66% матерей и 48% отцов), являющихся пользовате-





лями социальных сетей, отмечают, что за месяц, предшествовавший опросу, они случайно находили полезную информацию о воспитании, пока искали какой-либо другой контент.

В течение месяца 42% родителей (50% матерей и 28% отцов) получили в соцсетях поддержку, когда возникали те или иные трудности с детьми. Это был не только обмен информацией и опытом, иногда — просто сочувствие. 31% зарегистрированных в соцсетях родителей в течение 30 дней поднимали вопросы воспитания детей на своих онлайн-страницах.

Приватность — не проблема

Большинство родителей не чувствует неловкости, когда контент, затрагивающий их ребенка, размещен в Сети другими членами семьи или воспитателями. 12% родителей, чьи дети еще не достигли 18 лет, признаются, что ощущали дискомфорт, когда их супруг или супруга размещали в социальной сети информацию про ребенка. 88% ничего подобного не чувствовали. 11% всех родителей хотя бы однажды просили членов семьи, воспитателей или друзей удалить сообщения об их детях из социальных сетей.

Родители гораздо чаще добавляют в друзья своих родителей и соседей

Среди пользователей Facebook % родителей и не родителей, отметивших, что они добавляют в друзья следующие категории людей:

Члены семьи, помимо родителей и детей



Фактические друзья



Друзья из прошлого



Коллеги по работе



Ваши родители



Ваши дети



Соседи



Люди, которых никогда не встречали лично



■ родители ■ не родители

Родители – активные пользователи разных платформ

91% родителей используют Интернет – это существенно больше, чем 77% взрослых людей – не родителей и 81% всех взрослых в целом. В своих предпочтениях тех или иных социальных платформ родители не особенно отличаются от взрослых пользователей Интернета в целом, однако между мамами и отцами все же есть различия.

Три четверти родителей зарегистрированы на Facebook, как и 70% людей, родителями не являющиеся. Мамаи гораздо чаще используют Facebook, нежели папы (88 и 66%). 28% родителей используют Pinterest, включая 40% матерей и 15% отцов. Среди родителей 27% приверженцы LinkedIn, отцы и матери в равной степени. 25% родителей общаются в Instagram. Матери используют эту платформу чаще отцов, 30% против 19%. А вот среди молодых родителей (до 40 лет) процент юзеров здесь выше: 33% против 18% тех мам и пап, кому за 40. 23% родителей пользуются Twitter, соотношение мам и пап почти что одинаково.

Самыми активными оказались те родители, которые пользуются Facebook: 75% из них заходят в свою социальную сеть ежедневно, включая 51% тех, кто делает это несколько раз за день. Эта весьма существенная разница в сравнении с теми, кто не является родителями: среди них лишь 67% ежедневно проверяют Facebook, 42% из которых – несколько раз в сутки. Матери чаще, чем отцы, посещают платформу не единожды за день, 56% против 43%. Родители, использующие LinkedIn, гораздо чаще, нежели другие, заходят на сайт ежедневно (19% про-

тив 10%). А вот на Instagram мамы и папы не так активны, как пользователи, не являющиеся родителями, из которых 54% признаются, что открывают приложение ежедневно, в отличие от 39% родителей.

Как родители используют Facebook

Учитывая статус Facebook как самой популярной социальной медиа-платформы, исследование несколько глубже рассматривает связанные с ней привычки родителей.

94% использующих Facebook родителей делают посты, делятся новостями и комментируют посты своих друзей (а не просто читают или просматривают контент), причем 70% делают это «часто» или «иногда». В этом родители не отличаются от других взрослых американцев, 93% которых когда-либо размещали информацию на этой платформе.

Как матери, так и отцы отвечают, что постят и комментируют на своей страничке в Facebook. Однако мамы проявляют себя активнее: «часто» или «иногда» это делают 76% матерей и 61% отцов.

С кем дружат мамы и папы

Исследование показало, что количество френдов у родителей существенно меньше, чем у тех, кто родителями не является, зато среди них больше действительно близких людей – родственников и реальных друзей. У мам и пап среднее количество друзей на Facebook приравнивается к 150, в то время как у пользователей, не имеющих детей, это число в среднем приближено к 200. Довольно большая группа родителей (42%) имеет от 0 до 100 друзей на Facebook. Еще 20% отцов и матерей утверждают, что имеют от 101 до 250 друзей, остальные 23% – от 251 до 500 друзей. Остальные взрослые имеют более широкий круг друзей в Сети, нежели родители: у 16% пользователей – больше 500 френдов (среди родителей таких всего 11%).





Среди френдов у пользователей Facebook может быть множество самых разных людей, зачастую совсем не близких. Родителей спросили, как много из своих друзей на ленте Facebook они считают реальными друзьями. Большинство (76%) отметили, что фактических друзей у них от 0 до 100. Среднее число настоящих друзей у родителей близко к 50, а вот у остальных оно равно 40. Как уже говорилось, в среднем у мам и пап есть 150 друзей на Facebook, у других взрослых – 200. Таким образом, у типичного родителя около трети фактических друзей на Facebook, у остальных же их меньше четверти.

Семья и друзья, как старые, так и новые, – самый распространенный вид взаимоотношений между пользователями Facebook. 93% родителей, которые используют Facebook, дружат с другими членами семьи, помимо их собственных родителей и своих детей; 88% дружат в соцсети со своими реальными друзьями; 88% общаются с друзьями из прошлого: бывшими одноклассниками из школы или колледжа; 60% дружат с коллегами по работе;

53% добавляют в список друзей родителей; 47% дружат со своими детьми; 41% переписываются с людьми, которых никогда не встречали лично; 41% дружат и со своими соседями.

Родители гораздо чаще добавляют в друзья своих собственных родителей, нежели остальные (53% против 40%). Они также с большей вероятностью дружат со своими соседями (41% против 34%).

Состав френдов на Facebook в определенной мере зависит от возраста родителей. 93% молодых родителей (до 40 лет) переписываются со своими старыми друзьями. Среди тех мам и пап, кому за 40, это делают лишь 83%. Молодые родители также, скорее всего, добавляют в друзья на Facebook своих родителей (71% против 35%). Зато родители постарше охотнее подружатся с собственными детьми (65% против 30% более молодых родителей). С возрастом люди более склонны замыкаться в кругу своей семьи – и, как оказалось, в соцсетях тоже.

Перевод Анастасии Лебешевой

Личное и публичное: уроки по управлению персональными данными в Сети

Авторы:

Галина Солдатова,
доктор психологических наук, профессор, член-корреспондент РАО
Владимир Шляпников,
кандидат психологических наук
Оксана Олькина



❖ В этом номере мы начинаем публикацию серии уроков, направленных на повышение цифровой компетентности школьников в сфере управления персональными данными в Интернете. Программа занятий основана на результатах исследований Фонда Развития Интернет и опыте работы Линии помощи «Дети онлайн». Уроки рассчитаны на учащихся 6–11 классов и могут быть использованы как самостоятельные курсы, например, в рамках дополнительного образования, так и на занятиях по основной образовательной программе (информатика, обществоведение или ОБЖ). Материалы могут быть также использованы для проведения единого урока безопасного Интернета.

Урок № 1

Что такое персональные данные?

Цель:

Знакомство с понятием «персональные данные».

Время: 45 минут.

Упражнение «Мини-викторина»

Задача упражнения:

сформировать у учащихся интерес к теме занятий, актуализировать их знания об онлайн-ресурсах, помочь им осознать, что полноценное использование большинства ресурсов предполагает регистрацию и предоставление личных данных.

Необходимые материалы:

карточки для викторины (Приложение № 1.1), доска.

Время проведения: 15–20 минут.

Процедура проведения:

Начиная цикл занятий, ведущий предлагает участникам проверить их знания об Интернете: насколько хорошо им знакомы различные онлайн-ресурсы. С этой целью проводится мини-викторина. Ведущий зачитывает карточки с необычными фактами об известных интернет-ресурсах, а участники долж-

ны их угадать (см. Приложение № 1.1). Если задание вызывает затруднения у группы, ведущий может дать подсказку, которая также содержится на карточке. Названия угаданных сайтов ведущий выписывает на доске. По ходу викторины ведущий ведет счет: за каждый правильный ответ участник получает один балл. Побеждает участник, набравший больше всего баллов. Он получает от ведущего символический приз, например, шоколадную медаль.

Обсуждение:

- Что нового вы узнали из этого упражнения?
- Какие факты больше всего удивили вас?
- Что объединяет все отгаданные онлайн-ресурсы?

Упражнение «Мой профиль»

Задача упражнения:

объяснить учащимся, что такое персональные данные, и показать, как безличная информация становится персональной.

Необходимые материалы:

форма для заполнения (Приложение № 1.2), доска.

Время проведения: 20–25 минут.

Процедура проведения:

Переходя от обсуждения результатов предыдущего упражнения к следующему, ведущий обращает внимание участников группы на то, что все отгаданные онлайн-ресурсы объединяет одна важная особенность — для получения полного доступа ко всем возможностям этих сайтов, на них обязательно необходимо зарегистрироваться.

Наверняка процедура регистрации хорошо знакома всем участникам группы, как правило, она предполагает заполнение регистрационной формы или профиля. Чтобы разобраться в этом вопросе более глубоко, ведущий предлагает участникам выполнить следующее задание:

«Представьте, что в Интернете появился новый популярный ресурс — он объединяет возможности уже существующих ресурсов: социальных сетей, видеохостингов, викисред, онлайн-каналов, а также содержит новые, уникальные возможности для учебы и отдыха. Большинство ваших друзей уже зарегистрировано на новом ресурсе, поэтому вам не терпится тоже туда поскорее попасть. Для этого вам всего лишь нужно заполнить простую регистрационную форму».

После этого ведущий раздает участникам пустые формы регистрации и просит их заполнить (см. Приложение № 1.2). На выполнение этого задания отводится 5 минут.

Когда задание выполнено, ведущий собирает заполненные формы и говорит участникам группы о том, что после регистрации на ресурсе вся информация из профиля, кроме пароля, становится доступной для всех пользователей, зарегистрированных на сайте, а иногда и для посторонних.

Что же говорит о нас информация, размещенная в профиле? Чтобы получить ответ на этот вопрос, ведущий в случайном порядке раздает заполненные профили участникам группы и ставит перед ними задачу: угадать, чей это

профиль, и написать свою догадку на форме. На выполнение этой задачи отводится 5 минут. Важно, чтобы в это время участники группы не подсказывали друг другу, а также не высказывали свои догадки вслух.

После того, как все участники выполняют задание, ведущий просит каждого по кругу зачитать логин хозяина профиля, высказать предположение по поводу его личности, а также объяснить, чем обоснован такой ответ. Далее свой ответ озвучивает следующий участник и т. д. Только после того, как все догадки будут озвучены, ведущий просит хозяев профилей подтвердить или опровергнуть правильность ответов. На эту часть упражнения может уйти от 10 до 15 минут, в зависимости от числа участников и активности группы.

Обсуждение:

- Какой профиль было угадать проще/тяжелее всего?
- Что помогло/помешало угадать личность хозяина профиля?
- Какими соображениями мы руководствуемся, заполняя профили?

Итоги занятия:

Подводя итог, ведущий говорит о том, что информация, размещенная в профилях, называется персональными данными.

Определение:

Персональные данные — это любая информация, которая имеет отношение к конкретному человеку.

Как можно было убедиться в ходе упражнения, персональные данные позволяют нам установить или идентифицировать личность человека. Чем больше информации о себе мы размещаем в Интернете, тем проще другим пользователям установить личность. Информация, размещенная нами в Интернете, влияет на нашу репутацию в Сети и помогает находить новых друзей со сходными увлечениями и интересами.

Приложение № 1.1

Foursquare Этот сервис позволяет любому пользователю стать мэром. <i>Подсказка</i> Название этого сервиса переводится как «четыре в квадрате».	Instagram Всего за один месяц со своего старта этот сервис набрал более 1 000 000 пользователей. <i>Подсказка</i> Это сервис быстрого обмена фотографиями и видеозаписями.
Википедия Статистика свидетельствует, что этим сервисом пользователи чаще пользуются при плохой погоде. <i>Подсказка</i> Этот ресурс содержит в 65 раз больше статей, чем последнее издание Британской энциклопедии.	Twitter Библиотека Конгресса США ведет архив всех сообщений, опубликованных пользователями этого ресурса. <i>Подсказка</i> Объем сообщения на этом сервисе ограничен 140 знаками.
Facebook В Австралии повестка в суд, размещенная на странице пользователя этого ресурса, является юридически обязательной. <i>Подсказка</i> Сегодня этот ресурс – крупнейшая в мире социальная сеть.	YouTube Если бы этот ресурс был голливудской кинокомпанией, у него было бы достаточно материала для выпуска 60 000 новых фильмов каждую неделю. <i>Подсказка</i> Для просмотра всех роликов, размещенных на этом ресурсе, понадобится 1700 лет.
ВКонтакте Этот ресурс начинался как закрытое приложение к форуму СПбГУ. <i>Подсказка</i> Сегодня это самая популярная социальная сеть в России.	LiveJournal Символом этого ресурса является козел Фрэнк. <i>Подсказка</i> Название этого сервиса переводится как «живой журнал».
Яндекс Слоганом одной из рекламных компаний этого ресурса была фраза: «Найдется все!» <i>Подсказка</i> Этот ресурс является четвертым по популярности поисковиком в мире.	WhatsApp Это приложение позволяет пользователям смартфонов бесплатно обмениваться мгновенными сообщениями. <i>Подсказка</i> Название этого ресурса созвучно с фразой, которая переводится как «Что происходит?»

Приложение № 1.2

Логин*	
Пол*	
Возраст*	
Электронная почта*	
Номер мобильного телефона	
Пароль*	
Подтверждение пароля*	
Страна	
Город	
Сайт	
Страницы в социальных сетях	
Skype	
Семейное положение	
Образование	
Место работы/учебы	
Интересы	
Любимая музыка	
Любимые книги	
Любимые кинофильмы	
Любимые телепередачи	





 Урок № 2**Какими бывают персональные данные?**

Цель: знакомство с видами персональных данных.

Время: 45 минут.

Упражнение «Личное–публичное»**Задача упражнения:**

сформировать у учащихся интерес к теме занятия.

Необходимые материалы:

небольшой мячик.

Время проведения: 5–10 минут.

Процедура проведения:

В начале урока ведущий напоминает участникам группы о понятии «персональные данные», введенном на прошлом занятии, и обращает внимание учеников на то, что любая безличная информация становится личной, как только мы сами или кто-то другой устанавливает отношение между этой информацией и собой. Эти отношения могут быть очень разными, например:

■ Безличная информация: «Москва – город герой». – Персональная информация: «Я живу в Москве».

■ Безличная информация: «Луна – искусственный спутник Земли». – Персональная информация: «Я мечтаю побывать на Луне».

■ Безличная информация: «Шарик – небольшая сфера». – Персональная информация: «Моего пса зовут Шарик».

Чтобы лучше закрепить этот материал и подготовиться к следующему упражнению, ведущий предлагает группе поиграть в простую игру. Ведущий бросает одному из участников группы мячик и вместе с сообщением, содержащим определенную безличную информацию, например: «Великая Китайская стена – самая длинная постройка в мире». В ответ участник должен переделать безличную информацию в личную, например: «Я никогда не видел Великую Китайскую стену», и вернуть мячик обратно ведущему. Игра продолжается

5–10 минут.

Обсуждение:

■ Насколько легко/трудно устанавливать отношение между собой и безличной информацией?

■ Как вы понимаете фразу: «отсутствие информации» – это тоже информация? Насколько информативным может быть отсутствие информации?

■ Всякая ли безличная информация может стать личной? Если нет, то попробуйте найти примеры такой информации.

Упражнение «Информационный светофор»**Задача упражнения:**

объяснить учащимся, какие существуют виды персональных данных, помочь им осознать, какие виды персональных данных они считают для себя более или менее значимыми.

Необходимые материалы:

разноцветные стикеры двух цветов (красные и зеленые) по 5 на каждого участника, доска или проектор.

Время проведения: 20 минут.

Процедура проведения:

Упражнение выполняется в три этапа:

Первый этап:

Ведущий напоминает участникам группы о выводах, сделанных на прошлом занятии. Каждый из нас сам принимает решение, какую персональную информацию выкладывать в Интернет, а какую нет. Чтобы разобраться в этом вопросе подробнее, ведущий предлагает выполнить следующее задание. Он раздает каждому участнику группы по 5 красных и по 5 зеленых стикеров и просит их подумать: какую информацию о себе они с легкостью готовы выложить в Интернет, а какой

информацией они бы ни за что не поделились в Сети. Информацию, которой участник готов делиться, нужно написать на зеленых листочках (например, мое имя, мой возраст, мой пол и т. д.), а информацию, которой участник не готов делиться, — на красных (например, мой номер телефона, мой адрес, мой вес и т. д.). На выполнение этого задания отводится 5 минут. Упражнение можно усложнить, если выдать участникам группы еще по 5 желтых стикеров и попросить их написать на них информацию, которой они готовы поделиться только с друзьями.

Второй этап:

После того, как первое задание выполнено, ведущий предлагает посмотреть, что получилось. Для этого группа должна разделиться на несколько микрогрупп, по 3–5 человек в каждой. Участники микрогруппы должны объединить свои стикеры и сделать их классификацию, то есть разложить на группы по принципу, что на что похоже, что к чему больше подходит, и назвать каждую группу. На выполнение этого задания отводится 5–7 минут. Затем ведущий просит каждую микрогруппу назвать группы стикеров, которые у них получились, и описать их содержание. Названия групп выписываются на доску.

Третий этап:

Ведущий показывает с помощью проектора или выписывает на доску виды персональных данных (см. Приложение № 2.1) и обсуждает их с группой. Затем он предлагает участникам выйти и наклеить свои стикеры рядом с названием соответствующего вида персональных данных.

Обсуждение:

- Какой вид информации набрал больше всего красных/зеленых стикеров? Почему?
- Какой вид информации набрал меньше стикеров? Почему мы о нем забыли?
- Какой информацией мы делимся более/менее охотно? Почему?



Упражнение «Детективное бюро»

Задача упражнения:

научить определять, какую персональную информацию могут содержать различные материалы, размещаемые в Сети.

Необходимые материалы:

карточки с заданиями (см. Приложение № 2.2).

Время проведения: 20 минут.

Процедура проведения:

В начале упражнения ведущий говорит: «Мы с вами узнали, что существуют разные виды персональных данных. Однако одно и то же сообщение, выложенное в Интернет, может содержать сразу несколько видов персональных данных. Например, фотография или видеозапись может рассказать другим пользователям не только о нашей внешности, но и о

нашем местоположении, наших друзей и т. д.». Для того чтобы научиться аккуратно обращаться с личными данными и по ошибке не выложить в Сеть информацию, которую хотелось бы сохранить в тайне, ведущий предлагает участникам группы выполнить следующее задание. Группа делится на несколько микрогрупп по 3–5 человек. Каждая микрогруппа – это небольшое детективное агентство, которое получает в качестве улики карточку с постом из социальной сети. Задача группы – провести расследование и узнать как можно больше информации о человеке, сделавшем этот пост. На выполнение этого задания отводится 5–7 минут. Затем каждая группа кратко представляет результаты своего расследования. Участники других групп могут задавать вопросы и делать свои комментарии. В конце занятия общим открытым голосованием определяется группа, которая провела самое тщательное и точное расследование и собрала больше всего точных персональных данных.

Обсуждение:

- Какие материалы содержат в себе больше информации: текст или изображение? Почему?
- Какие виды персональной информации, размещенной в Сети, более/менее однозначны? Почему?
- Всегда ли информация, которую мы размещаем в Интернете, говорит о нас то, что мы хотим?

Итоги занятия:

Подводя итоги занятия, ведущий еще раз напоминает участникам, что существуют разные виды персональной информации. Некоторыми видами данных большинство из нас охотно делится с другими, в том числе в Интернете, другие виды данных мы предпочитаем хранить при себе. О некоторых видах данных мы вообще не задумываемся. В любом случае

каждый из нас имеет право принимать решение, какой информацией о себе делиться с другими пользователями, а какой – нет.

Тем не менее необходимо помнить, что неосторожное обращение с персональными данными может привести к «утечке» важной и значимой для нас информации, которой бы мы не хотели делиться с другими. Прежде чем выкладывать материал в Интернет, следует хорошо подумать, какая персональная информация в нем содержится и как она может быть истолкована другими пользователями.

Приложение № 2.1

Виды персональных данных

- Регистрационные идентификационные данные (паспортные данные, пароли, пин-коды).
- Физические характеристики (внешние данные, биометрические данные, состояние здоровья и др.).
- Пространственная локализация (фиксация местоположения и перемещения).
- Материально-экономическое положение (движимое, недвижимое имущество, зарплата, накопления и др.).
- Официальные статусы (семейное положение, достижения, награды, наличие судимостей и т. д.).
- Профессиональная занятость (включая образование).
- Социальные связи (информация о родственниках, друзьях, знакомых, принадлежность к различным формальным и неформальным группам).
- Образ жизни и поведенческие установки (мировоззрение, ценности, интересы и хобби, социальные привычки и действия, настроения, вкусы, особенности интимной жизни).
- Психологические особенности (черты характера, способности, знания, умения, навыки, личностные черты).
- Хроника личных событий.

Приложение № 2.2

1.



Каринка:
Еще вопросы будут?



Тимур:
А еще СНИЛС и ИНН))))))))))))

2.



Ольга: Кто был в Париже?
Посоветуйте хороший
ресторан с VIP столиками!



Виктория: Le Versance – замечательное место, но там за месяц места нужно резервировать.

3.



Олег:
Мы – чемпионы 2015!!!



Геннадий:
браво ребятам и тренеру!

4.



Игорь: снова с Витьком
на американском футболе
в Юте! Болею вовсю!



Виктор: да, Аня и Макс тоже
с нами были тогда.

5.



Полина:
пять лет прошло, мы таки-
ми смешными были)))



Катя: да, с тобой без шуток
и приключений никуда!

Комментарии для ведущего:

При обсуждении результатов упражнения ведущий должен обратить внимание учеников на то, что информация, размещенная в Интернете, никогда не может быть однозначно интерпретирована на 100%. Всегда существует вероятность того, что мы имеем дело с подставным профилем или информацией, намеренно искаженной автором. Еще более неоднозначную информацию содержат отдельные посты, вырванные из ленты. Во всех случаях по комментариям мы можем проследить социальные связи авторов постов.

Кейс № 1

В данном посте ярко представлена категория регистрационных данных: автор выложила фотографию своего паспорта, на которой видны его серия, номер, дата и город выдачи, а также дата и место рождения девушки. Помимо этого в посте содержатся физические характеристики (овал лица, цвет глаз, форма носа и губ девушки).

Кейс № 2

Из фотографии, опубликованной в данном посте, а также комментариев к нему, можно узнать информацию о текущем местонахождении автора (Франция, Париж). Кроме того, по наличию драгоценного камня в кольце, планшета и намерению забронировать столик в VIP зоне можно сделать вывод о достаточно высоком материальном положении автора поста.

Кейс № 3

Из фотографии, опубликованной в данном посте, можно получить информацию о профессиональной занятости автора – он теннисист (это видно из надписи «теннис» на заднем плане снимка). Пост содержит статусную информацию об авторе – он стал чемпионом, победителем турнира по теннису в 2015 году.

Кейс № 4

Из фотографии, опубликованной в данном посте, а также комментариев к нему можно получить информацию об образе жизни автора: он является поклонником американского футбола и регулярно посещает международные матчи. Также содержатся данные о социальных связях автора: он принадлежит к сообществу футбольных болельщиков и ездит на матчи вместе со своими единомышленниками – Виктором, Анной и Максимом.

Кейс № 5

Из фотографии, опубликованной в данном посте, а также комментариев к нему можно получить информацию о событии из жизненной хроники автора поста – свадьбе, которая состоялась пять лет назад. Помимо этого можно сделать приблизительные выводы об особенностях личности автора – она отличается чувством юмора, любит смешные истории и разные приключения.



Найти эко-чудо

Из опыта работы Самарской областной детской библиотеки

Автор:

Вера Чудинова,
главный научный сотрудник Российской государственной детской библиотеки,
кандидат педагогических наук.



Ежегодно какой-либо город страны становится библиотечной столицей и принимает библиотекарей из всех регионов страны. 17–22 мая этого года таким городом стала Самара, где состоялся очередной Всероссийский библиотечный конгресс – юбилейная XX ежегодная конференция Российской библиотечной ассоциации. Ключевая тема конгресса: «Библиотеки в год литературы в Российской Федерации». Большую помощь библиотекарям области, занимающимся обслуживанием детей, оказывает государственное бюджетное учреждение культуры «Самарская областная детская библиотека» (СОДБ), которую автору удалось посетить в период проведения конгресса.

Ежегодно библиотеку посещают более 9 тысяч читателей. Среди них дошкольники с 1 года, школьники, родители, воспитатели, специалисты, профессионально связанные с детской книгой: учителя, библиотекари, издатели, студенты и преподаватели высшей школы, социальные работники.

Библиотека красива и интересна для детей и взрослых, в ней нарядно и уютно. Самарские детские библиотекари знают, чем привлечь и удивить посетителей. Так, недавно здесь появился новый помощник библиотекарей – симпатичный и хорошо обучаемый промо-робот R.BOT (<http://www.sodb.ru/node/157>). Дети дали ему имя Вася (<http://sodb.ru/node/305>). У робота имеются мощный процессор, богатый набор датчиков, встроенная видеокамера с дистанционно управляемым зумом, микрофон, аудиокolonки и возможность дистанционного управления. Он умеет разговаривать, передвигаться и забавно крутить головой. На сегодняшний день сотрудники библиотеки учат робота распознавать книги, обслуживать читателей, проводить интересные экскурсии и другие мероприятия. Но главная его задача – быть помощником детей с ограниченными возможностями, а также ребят, которые по какой-либо причине не могут прийти в библиотеку. По «дистанционной просьбе» ребенка робот сможет проехать по библиотеке, поискать нужную книгу и даже посмотреть в ней определенные страницы. Для этого ребенку нужен только домашний компьютер с подключением к Интернету.

Библиотека активно работает в информационном пространстве и вносит большой вклад в его развитие. СОДБ может предложить своим читателям не только выбрать книги из своего фонда детской литературы, но и получить бесплатный доступ к 65 тысячам электронных книг; с 1 сентября здесь можно будет скачивать электронные книги из каталога книг «ЛитРес» прямо на мобильное устройство (телефон или планшет) с операционными системами

Android, Windows8 или iOS.

Специалисты библиотеки много сил вкладывают в обучение ребят и родителей безопасному использованию ресурсов Интернета, развитию у детей и подростков информационной грамотности. Недавно у нее появился новый интерактивный сайт, ориентированный прежде всего на самых юных читателей. Сайт создан в стилистике детской книжки, на видном месте помещены разделы о детском творчестве и конкурсах для ребят (<http://sodb.ru>). При библиотеке работает музей детской книги: здесь есть редкие издания, дарственные экземпляры с



автографами писателей и др. На сайте библиотеки можно почитать и полистать некоторые книги этой коллекции в электронном виде (http://sodb.ru/books/book_shelf.html).

Библиотека стала без всякого преувеличения центром детского творчества, объединяя вокруг себя детей и подростков из города и области, сельских библиотекарей, учителей и родителей. Здесь работают передвижной кукольный театр «Веселый балаганчик», литературно-игровой семейный салон «ЛИС». Вместе со своими малышами родители могут посетить занятия «Страны понимания» и «Сто фантазий в голове». Для родителей на сайте библиотеки также работает «Инфомост» – идеи, советы, предложения по воспитанию и развитию детей, консультации специалистов по чтению, рекомендации обучающего характера (<http://www.sodb.ru/for-readers/parent-club>).

А еще в библиотеке можно познакомиться с настоящим писателем и спеть песню вместе с композитором. Дети могут прочитать стихи собственного сочинения, устроить персональную выставку рисунков или поделок и даже провести свой мастер-класс! На

сайте библиотеки все желающие могут познакомиться с некоторыми мастер-классами, которые проводят и сами дети, и библиотекари. Например, здесь представлен видеосюжет с мастер-классом «Аленький цветочек», который показывает маленький читатель А. Самсонов, а мастер-класс по изготовлению миниатюрной книги проводит сотрудник библиотеки Т.П. Каргина (<http://www.sodb.ru/lis/creativ>).

В библиотеке проходят различные творческие конкурсы, такие, например, как «160 миниатюрных книг о Самарском крае», а также различные акции: «Мама и малыш», «Награда для героя», «Из детства в юность».

Красивая природа Самарской области оказывает большое и благотворное влияние на работу библиотечарей в области экологии. В 2005 году детские библиотекари здесь инициировали конкурс «Эко-чудо».

произведение, проза, рисунок, фотография, видеоролик. В каждой номинации – три возрастных категории, а в каждой категории – три победителя, которые получают не только награды: их произведения войдут в сборник, который будет издаваться по результатам конкурса. Организаторы размещают работы в Интернете, и жюри будет учитывать результаты интернет-голосования при подведении итогов.

С результатами предыдущего конкурса «Эко-чудо – 2013» можно ознакомиться на виртуальной «Эко-дорожке – 2013» (<http://www.sodb.ru/node/540#overlay-context=actions-and-contest/contest/eco-miracle>). Здесь говорится следующее: «Эко-чудеса могут оказаться совсем рядом, нужно только уметь их увидеть! Они везде: в лесу, в поле, в озере, во дворе и даже на подоконнике! Да разве не чудо: ставшая редкой не-

Недавно в библиотеке появился новый помощник библиотекарей – симпатичный и хорошо обучаемый промо-робот R.BOT. Дети дали ему имя Вася. Главная его задача – быть помощником детей с ограниченными возможностями, а также ребят, которые по какой-либо причине не могут прийти в библиотеку.

География его участников год от года расширяется. В 2015 году СОДБ проводит уже IV открытый межрегиональный конкурс детских творческих работ читателей библиотек Поволжья «Эко-чудо» (<http://www.sodb.ru/taxonomy/term/145#overlay-context=user/5>). Цель конкурса – приобщение детей и подростков к творческой и читательской деятельности, направленной на формирование экологической культуры. По условиям конкурса, участники от 7 до 15 лет присылают свои творческие работы, в которых они стараются отразить «красоту, богатство, уникальность и хрупкость» родной природы. В конкурсе пять номинаций: поэтическое

приметная травка, излечивающая от многих недугов ... или озеро, овеянное легендами, где обитают редкие виды животных?! Да мало ли на свете чудес! Мы с нетерпением ждем ваших рассказов, стихов, рисунков, видеороликов и фотографий об эко-чудесах! Обещаем, что будем помогать вам в пути». На «эко-дорожке» можно познакомиться с работами эко-искателей – детей из разных мест, узнать об их путешествиях и находках. На сайте библиотеки выставлены лучшие работы детей – участников этого конкурса: рисунки, фотографии и видеоролики, здесь можно прочитать стихотворения и маленькие прозаические произве-

дения, написанные ребятами (<http://www.sodb.ru/actions-and-contest/contest/eco-miracle>).

В 2015 году библиотека пригласила желающих принять участие в онлайн-проекте «Мое любимое зверье». Организаторы пишут: «Присылайте нам видеосюжеты, рисунки, фотографии, рассказы и стихотворения о своих домашних животных, и через несколько дней вы сможете посмотреть их на сайте библиотеки. Для участия в проекте принимаются творческие работы, посвященные самым разным представителям фауны – большим и маленьким, бегаящим и плавающим, молчаливым и шумным. Творческая работа должна быть выполнена автором самостоятельно и с любовью к своему питомцу. Давайте бережно относиться к живым существам, обитающим рядом с нами! «Мы в ответе за тех, кого приручили» (Антуан де Сент-Экзюпери)».

В этом небольшом очерке я не сказала о многом: о международных и российских акциях, инициированных детскими библиотекарями, о коллекции буктрейлеров на сайте Самарской областной детской библиотеки, о новых идеях по украшению детьми городов, где они живут (в городах Октябрьске и Самаре) и роли библиотек в этих



Конгресс Российской библиотечной ассоциации собрал 1027 участников из 62 регионов России: специалистов и руководителей библиотек различных типов и территориальных уровней, преподавателей профильных вузов, представителей органов власти, издательств, книготорговых и книгораспространительских организаций, журналистов.

Самара стала «библиотечной столицей» далеко не случайно, поскольку в городе и области прекрасно работают библиотеки. На территории Самарской области действуют 799 общедоступных библиотек (4 государственных и 795 муниципальных), из которых 569 находятся в сельской местности. Библиотеки области ежегодно посещают более 1 млн человек, из них 390 тыс. человек – дети в возрасте до 14 лет.

акциях, о работе самарских библиотекарей с малышами и дошкольниками, их помощи родителям и многом другом. Сегодня многие детские библиотекари активно развивают позитивное информационное пространство для детей и вместе с детьми. Это не только электронные ресурсы библиотек (например, оцифрованные редкие и ценные детские книги), электронные каталоги и сайты библиотек. Неотъемлемой частью этого пространства становится детское творчество.

Детские библиотекари – это неформальные педагоги, они инициаторы развития у маленьких читателей интереса к самым разным видам деятельности – от рисования, литературного творчества до создания медиапродуктов (буктрейлеров, мультфильмов, видеороликов). Умело и творчески используя технологии, всего несколько сотрудников способны включить в этот процесс тысячи ребят. Опыт Самарской областной детской библиотеки – яркое тому свидетельство.

Человек, первым по- славший «мыло»

В создание электронной почты не было вложено ни копейки

❖❖ Один из главных способов коммуникации во Всемирной сети появился в результате личного энтузиазма компьютерщика, желавшего упростить общение с коллегами в разных городах.



Рей Томлинсон (Ray Tomlinson) родился в 1937 году в небольшом городе Амстердам, где-то среди лесных просторов штата Нью-Йорк. В 1963 году он окончил Политехнический институт Ренсселера, где получил степень бакалавра в области электротехники. Желая продолжать совершенствоваться в этой области, он поступил в престижнейший Массачусетский технологический институт (MIT) и, окончив его в 1965 году с дипломом магистра электротехники, проработал там еще несколько лет над диссертацией.

В 1967 Томлинсон устроился в компанию Bolt Beranek and Newman (BBN), которая сыграла ключевую роль в создании Всемирной паутины. В конце 60-х — начале 70-х эта компания создала основную часть аппаратуры и программного обеспечения, ставших основой предшественницы Интернета — компьютерной сети ARPAnet. Это была финансируемая государством сеть, соединявшая различные исследовательские организации страны. BBN создала интерфейсные процессы сообщений для ARPAnet, при помо-

щи которых каждое исследовательское подразделение подключалось к обширной сети.

В 1971 году Томлинсон и его коллега по BBN Джерри Берчфил получили задачу сделать новую операционную систему для этих машин. В связи с этим их самих подключили к сети ARPAnet, что сделало их частью довольно компактного сообщества исследователей, работавших над ее совершенствованием. Исследователи здесь регулярно обменивались идеями, отправляя друг другу документы с пометками Request For Comment (RFC)*. Как-то раз Томлинсон обнаружил RFC, в котором предлагался протокол для отправки и получения почты через сеть. Нужно отметить, что до этого на протяжении многих лет ученые-кибернетики уже обменивались сообщениями через машины. В 60-е годы в Массачусетском технологическом институте работала Compatible Time-Sharing System (совместимая система с разделением времени). По сути дела, это был массивный компьютер, в который могли дистанционно входить многие люди. При помощи этой системы пользователи обменивались информацией, сохраняя файлы на диске ЭВМ. Для обмена текстовыми сообщениями использовалась программа Send Message (SNDMSG). Но у нее был существен-

что нужно было сделать Томлинсону, — это добавить возможность пересылки сообщений на другие компьютеры. Результат его усилий не был верхом совершенства, но годился для работы на первое время. Для удобства он решил завести на каждом компьютере виртуальный почтовый ящик и обновил интерфейс Send Message — программа превратилась в виртуальный аналог почтовой открытки с графами «кому» (имя пользователя), «куда» (адрес пользователя) и самим текстом письма. В заголовке электронного письма требовалось как-то разделить поля «кому» и «куда». Рэй понимал, что нужно найти на клавиатуре такой знак, который наверняка не мог встретиться ни в имени, ни в адресе. «Я смотрел на клавиатуру и думал над тем, какой символ здесь можно использовать так, чтобы не спутать с именем пользователя, — вспоминает Томлинсон. — Если бы у каждого человека в адресе был знак «@», то это бы вряд ли сработало. Но такого знака не было ни у кого. Да, они использовали запятые, тире и скобки. У меня оставалось три или четыре знака, и «@»

«Я посылал сам себе кучу тестовых сообщений, бегая от компьютера к компьютеру. Это были тестовые сообщения — что мне попадалось под руку на клавиатуре, то я и печатал. Я помню точно только одно — письмо было написано исключительно заглавными буквами».

ный недостаток — сообщения могли посылать друг другу только пользователи этого компьютера. Эти сообщения не отправлялись по сети — они оставались на той же самой машине.

Томлинсон забраковал предложенный протокол и начал работу над созданием собственной системы передачи сообщений, используя в качестве отправной точки старую программу SNDMSG. «Я подумал, что сумею сделать нечто попроще и намного лучше», — рассказывает Томлинсон. Собственно говоря, единственное,

был самым подходящим. Этот символ кажется мне очень выразительным, я выбрал его для того, чтобы показать, что пользователь находится на другом хосте, отличающемся от хоста локальной сети» [знак «@» по-английски называется словом at (эт), что можно перевести как «на»].

Работая над SNDMSG, создатель электронной почты добился того, что с помощью этой программы можно

*Request for Comments, RFC) — документ из серии пронумерованных информационных документов Интернета, содержащих технические спецификации и стандарты, широко применяемые во Всемирной Сети.

было отправлять и получать текстовые сообщения. Правда, компьютеры, на которых находились почтовые ящики отправителя и получателя, должны были входить в единую локальную сеть. Компьютерному инженеру этих возможностей было недостаточно — он грезил о том, чтобы SNDMSG могла передавать файлы между удаленными, не входящими в локальную сеть компьютерами ARPAnet (к тому времени ARPAnet состояла из 15 узлов, расположенных в таких местах, как Калифорнийский университет в Лос-Анджелесе, Университете штата Юта в Солт-Лэйк-Сити и BBN в Кембридже, штат Массачусетс).

Рей Томлинсон стал проводить многочисленные опыты: он оккупировал два компьютера, подключенные к ARPAnet, но не соединенные локально,

разъяснил, как правильно ставить @ — между логином пользователя и именем компьютера в сети. «Первое использование сетевой почты заключалось в том, чтобы заявить о ее существовании», — говорил Томлинсон.

Усовершенствованная программа SNDMSG стала очень популярной среди сотрудников, и уже через пару лет 75 процентов всего трафика в ARPAnet составляла электронная почта.

Самое удивительное во всей этой истории то, что создание электронной почты никак и никем не планировалось, а потому никто из «официальных лиц» не был даже специально извещен о ее разработке. Для инженеров и программистов, изо дня в день работавших с ARPAnet, появление системы обмена электронными сообщениями представлялось естественным шагом развития

Для инженеров и программистов, изо дня в день работавших с ARPAnet, появление системы обмена электронными сообщениями представлялось естественным шагом развития их детища и не воспринималось как нечто революционное или необычное.

и пробовал пересылать с одного компьютера на другой email-сообщения. Тестовые сообщения были довольно простыми и их было так много, что сам Рей Томлинсон не может вспомнить текст первого удачно посланного письма. «Я посылал сам себе кучу тестовых сообщений, бегая от компьютера к компьютеру, — вспоминал он. — Это были тестовые сообщения — что мне попадалось под руку на клавиатуре, то я и печатал. Первое сообщение могло быть каким угодно.

Я помню точно только одно — письмо было написано исключительно заглавными буквами».

В конце 1971 года, когда Томлинсон убедился, что SNDMSG прекрасно работает в сети ARPAnet, он разослал сообщение своим коллегам, в котором рассказал о новой возможности и

их детища и не воспринималось как нечто революционное или необычное. А потому они быстро приспособились к использованию этого нововведения, родившегося на голом энтузиазме их коллеги. Официальным же разработчикам сети, занятым стратегическим планированием развития ARPAnet, потребовалось почти пять лет для того, чтобы признать тот факт, что электронная почта стала неотъемлемой частью сетевого общения. В официальном аналитическом докладе, подготовленном для ARPA в 1976 году, говорилось: «Отличительными особенностями службы сообщений стали ее никем не планируемая, никем не контролируемая и никем не финансируемая разработка и первоначальное развитие. Возникновение и ранняя история этого сервиса своим развитием напоминают скорее

некое природное явление, нежели разработку новой технологии».

Дж. Ликлидер и А. Везза, одни из создателей ARPAnet, так объясняли популярность электронной почты: «Одним из преимуществ электронной почты перед бумажной было то, что в электронных сообщениях через ARPAnet человек мог писать сжато и не очень грамотно даже человеку старше его по возрасту и по положению в обществе, и даже человеку, с которым он не совсем знаком, и адресат не высказывал недовольства... Среди преимуществ службы электронных сообщений перед телефоном было то, что человек мог сразу перейти непосредственно к делу, минуя обычный маленький приветственный диалог в начале разговора, а также то, что эта служба предоставляет возможность записи, то есть отправитель и адресат не обязательно должны быть у компьютеров в одно и то же время».

Однако знакомый нам вид электронной почты приобрела только после серьезной доработки программы. Лоуренс Робертс (Lawrence Roberts), исследователь из Массачусетского технологического института, предусмотрел просмотр списка всех писем, выборочное чтение нужного сообщения, сохранение письма в отдельном файле, пересылку другому адресату и возможность автоматической подготовки ответа.

С 1971 года и до создания Интернета, более чем на десять лет электронная почта стала первым и самым востребованным компьютерным приложением. Благодаря ей сначала тысячи, а потом и миллионы людей охотно приобщались к миру компьютерных сетей. Электронная почта совершенно неожиданно для многих возродила эпистолярный жанр, которому после изобретения телефона предрекали скорую смерть. Можно ли было предположить, что современный человек будет каждый день писать и получать десятки и сотни писем, а общее ежедневное число посланий перевалит через миллиард?

Символу «@» более пятисот лет. Он использовался в торговых сделках для обозначения цены товара в такой вот примерно записи: «3 lbs. bananas @ \$.50/lb.=1.50», что на «торговом» языке обозначает что-то вроде «3 фунта бананов по цене 50 центов за фунт на общую сумму 1,5 доллара». В англосаксонских странах @ и поныне используется торговцами для обозначения цены товара в бухучете — потому-то он вместе с «долларом» (\$) и «процентами» (%) появился на клавиатуре.

По-английски символ «@» читают как «эт» (at), иногда расшифровывая эти две буквы как «хвост обезьяны» (ape tail). Русские пользователи называют его термином «собака», «собачка». По-корейски он зовется улиткой, по-фински — спящей кошечкой, по-венгерски — червяком, по-китайски — мышонком, по-шведски — булочкой с корицей. Итальянцы кличут его свитком (chiocciola), испанцы знают его как arroba (мера веса, равная 25 фунтам).

В 2000-м году Американский музей компьютеров наградил Рея Томлинсона премией имени пионера компьютерной эры Джорджа Стибца за вклад в развитие Интернета. В 2009 году его наградили премией принца Астурийского в категории «Технические и научные исследования», а в 2012 году Томлинсон вошел в Зал славы Интернета в категории «Инноваторы».

Личный сайт Томлинсона: <http://openmap.bbn.com/~tomlinso/ray/home.html>

Автор:

Мария Лебешева
по материалам:

<https://en.wikipedia.org>
<http://inosmi.ru/>
<http://www.forbes.com/>

Дакфейс (от англ. *Duckface* – утиное лицо) – тенденция в изображении себя в Интернете, преимущественно среди пользователей-женщин. Состоит в выпячивании губ при фотографировании себя, с последующим размещением полученного автопортретного снимка в социальных сетях.

Деперсонализация – изменение самосознания, для которого характерно ощущение потери своего «Я» и мучительное переживание отсутствия эмоциональной вовлеченности в отношениях с близкими, в работе и других ситуациях. Деперсонализация возможна при психических заболеваниях и пограничных состояниях. В легкой форме деперсонализация наблюдается у психически здоровых людей при эмоциональных перегрузках, соматических болезнях.

Крипипаста (от англ. *creepy* – жуткий и *copypaste* – копировать и вставлять) – распространяемый по Интернету контент жанра ужасов в виде рассказов, легенд, изображений, анимаций, с целью вызвать чувство страха у пользователей. Главные сюжеты – убийства, самоубийства, потусторонние явления.

Лайк (от англ. *like* – нравится, одобряю) – условное выражение одобрения материалу, пользователю, фотографии, выражающееся нажатием одной кнопки. Широкое распространение получили в социальных сетях.

Нарциссизм – черта характера, заключающаяся в исключительной самовлюбленности. Термин происходит из греческого мифа о Нарциссе, прекрасном молодом человеке, который отверг любовь нимфы Эхо. В наказание за это он был обречен влюбиться в собственное отражение в воде озера и умер от этой любви. В психологии и психиатрии чрезмерный нарциссизм рассматривают как серьезную личностную дисфункцию, расстройство личности или акцентуацию характера.

Селфи (от англ. *self* – сам, себя) – разновидность автопортрета, заключающаяся в запечатлении самого себя на фотокамеру, иногда с помощью зеркала. Поскольку селфи чаще всего выполняется с расстояния вытянутой руки, держащей аппарат, изображение на фото имеет характерный ракурс и композицию.

Селфизм – увлечение сэлфи.

Синдром отмены – группа физиологических и психологических симптомов, развивающихся у людей с зависимостью после отмены приема психоактивных веществ (при химических зависимостях) или после отказа от зависимого поведения (при нехимических зависимостях).

Таргетированная реклама (от англ. *target* – цель) – рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (возраст, география, интересы), и показать рекламу именно ей.

Линия помощи «Дети онлайн»

ДЕТЯМ И ПОДРОСТКАМ:

- если тебя оскорбляют и преследуют в интернете,
 - если тебе делают неприличные предложения в интернете,
 - если ты стал жертвой сетевых мошенников,
 - если ты столкнулся с опасностью во время пользования сетью интернет или мобильной связью,
- Обратись на линию помощи «Дети Онлайн», тебя выслушают и помогут.

РОДИТЕЛЯМ, ВОСПИТАТЕЛЯМ, УЧИТЕЛЯМ:

- если Вы обеспокоены безопасностью ребенка при его работе в интернете или при использовании мобильной связи;
 - если ребенок подвергся опасности или стал жертвой сетевых преследователей и мошенников,
- Обратись на линию помощи «Дети Онлайн», Вас проконсультируют опытные специалисты.

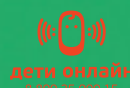
звоните по телефону

8-800-25-000-15

(звонок по России бесплатный,
прием звонков осуществляется
по рабочим дням с 9-00 до 18-00 мск)

Или пишите по адресу:

**helpline@
detionline.com**



**Научно-методическая
поддержка:**

Факультет психологии МГУ
имени М.В. Ломоносова

Федеральный институт развития образования
МОИ РФ

www.detionline.com/helpline



2015

