

Онлайн исследования в России:

тенденции
и перспективы

2007

ИНСТИТУТ СОЦИОЛОГИИ РАН

Онлайн исследования в России:

тенденции и перспективы

МОСКВА
ИНСТИТУТ СОЦИОЛОГИИ РАН

2007

УДК [303.01+339.138]004.738.5(470)

ББК 65.290-2+32.973.202

О 58



*Издано при финансовой поддержке
российского представительства компании GMI (Global Market Insite, Inc.)*

Рецензенты:

д-р эконом. наук В. Д. Шапиро,

канд. филос. наук О. М. Здравомыслова

Онлайн исследования в России: тенденции и перспективы / Под редакцией Шашкина А. В. и Поздняковой М. Е. — М.: Изд-во Института социологии РАН, 2006.

ISBN 978-5-903255-04-7

Сборник посвящен российским социологическим и маркетинговым исследованиям, проведенным с помощью сети Интернет, а также изучению социальных взаимодействий интернет-пользователей и формированию интернет-сообществ с отрицательной направленностью личности. Целью публикации является повышение интереса профессиональной аудитории к онлайн исследованиям и расширение методической базы, используемой отечественными социологами и маркетологами.

УДК [303.01+339.138]004.738.5(470)

ББК 65.290-2+32.973.202

ISBN 978-5-903255-04-7

© Российская академия наук,
Институт социологии;
Global Market Insite, Inc., 2007
© Оформление
ООО «РИЦ Север-Восток», 2007

Содержание

Раздел I

Применение онлайн методов в социально-политических и маркетинговых исследованиях

Предисловие.....	9
Технологии маркетинговых исследований: пять ключевых тенденций.....	13
<i>Роб Монстер.</i>	
Развитие Интернета в регионах России: мнение экспертов.....	21
<i>Давыдов С. Г., Дутов А. И.</i>	
Граждане стран G8 о саммите-2006.....	41
<i>Могилевский Р. С., Сафонова А.</i>	
Правительственная информация на сайтах министерств и ведомств РФ: проблемы доступности и полноты.....	49
<i>Могилевский Р. С., Смирнов А. М.</i>	
Использование онлайн панелей в маркетинговых исследованиях.....	61
<i>Сканаби А.М.</i>	
Стандарты создания и поддержания онлайн панелей.....	69
<i>Шашкин А.В.</i>	

Раздел II
Влияние Интернет-сообществ
на распространение девиантных форм поведения
в современной России. Социологический анализ.

Предисловие.....	79
Игорная зависимость: альтернатива наркотической?.....	81
<i>Гилинский Я. И.</i>	
Интернет-кафе как фактор формирования рискогенного поведения молодежи.....	91
<i>Позднякова М. Е., Моисеева В. В., Чекинева Т. В.</i>	
Персональный компьютер как средство самосоциализации: освоение виртуальной реальности.....	109
<i>Рыбакова Л. Н.</i>	
Интернет — пространство свободы выбора.....	129
<i>Шурыгина И. И.</i>	
Социальные особенности профилактики компьютерной зависимости и девиаций в отечественном интернет-пространстве.....	141
<i>Романенко Л. М.</i>	
К вопросу о безопасности в Интернете: стратегия ЕС на примере европейского опыта.....	151
<i>Балашова Е. С.</i>	
Общий обзор сайтов в Интернете, посвященных феномену наркотиков.....	159
<i>Хабарова Е. В.</i>	

Раздел 1

Применение онлайн методов в социально-политических и маркетинговых исследованиях

Предисловие

Название сборника — «Онлайн исследования в России» — говорит само за себя. Однако возникает вопрос: как можно объединить в сборник тексты не по содержательному, а по методическому признаку? Сложно, например, представить себе книгу с названием «Квартирные интервью» или «Телефонные опросы», если только это не издание о методе. Единственное, чем оправдана такая постановка вопроса, — это новизна метода. Целью публикации является повышение интереса профессиональной аудитории к онлайн исследованиям, а также инициирование широкого обсуждения данной тематики среди ученых и практиков. Неформальная цель — рассказать о первых значимых попытках применения онлайн методов в социально-политических и маркетинговых исследованиях; предоставить слово пионерам российских интернет-исследований.

Так сложилось, что российских социологов всегда привлекала интернет-аудитория. На заре Интернета пользователями Сети были «продвинутые чудаки», а их мнение было необычным и интересным. Даже когда количество интернет-пользователей стало составлять примерно пятую часть населения нашей страны, подобное отношение к ним практически не изменилось: для многих специалистов люди в Сети продолжают оставаться самостоятельным объектом исследований. Мне довелось копаться в электронном архиве периодики в библиотеке социологического факультета Манчестерского университета (Великобритания), который объединяет сотни тысяч журнальных статей, опубликованных по всему миру. По запросам, содержащим слова

«онлайн» и «Интернет», удалось обнаружить всего около десятка статей, большинство из которых было посвящено особенностям использования Интернета различными несетевыми сообществами. В российской периодике статей с такими словами в названии на порядок больше. С чем же это связано? Нам кажется, что дело здесь в различном понимании феномена Интернета российскими и западными исследователями. На Западе Интернет рассматривается преимущественно как инструмент профессиональной деятельности, общения или ведения бизнеса. В России — как символ принадлежности к определенным социальным или профессиональным группам. Такой подход продолжает доминировать среди отечественных исследователей несмотря на существенный рост проникновения Интернета: российские ученые и практики до сих пор считают, что пользователи Сети думают и ведут себя иначе, чем обычные люди.

Прагматичный западный подход к пониманию феномена Интернета предполагает, что в Сети можно найти представителей самых различных социальных групп — от школьников до латиноамериканцев. Иными словами, если иметь большую базу данных о различных интернет-пользователях, то из нее можно будет отбирать не только молодежь или жителей городов, но и потребителей определенных товаров и услуг. Причем «дееспособность» такой базы зависит от двух вещей: наличия максимально подробной информации о человеке и заинтересованного участия. Так, вероятно, возникли онлайн панели — сетевые сообщества людей, регулярно участвующих в маркетинговых исследованиях за вознаграждение, а также компании — провайдеры панелей, профессионально занимающиеся созданием и поддержанием таких сообществ.

В основе «романтического» российского подхода лежала попытка узнать, кто же эти невидимые пользователи Интернета, составить их социальный портрет, описать стиль жизни и особенности потребления. Так родились уникальные в своем роде онлайн проекты VoxRu (Голос Рунета) компании Subscribe.ru, «Онлайн-монитор» компании МАСМИ, а также «портретные» проекты по исследованию пользователей Сети таких авторитетных компаний, как фонд «Общественное мнение», «Левада-Центр» и других, основанные на выделении подгруппы интернет-пользователей в ходе национальных квартирных

опросов. Были и другие крайности: панелями назывались базы пользователей, купленные у почтовой службы Mail.ru, либо панель рекрутировалась настолько таинственно, что ее участники не знали об этом, когда регистрировались на сайте для бесплатной раздачи призов. В России даже была попытка создать онлайн панель в ходе крупномасштабного квартирного опроса. Парадоксально, что ни одна российская компания не воспользовалась западным опытом для развития своего бизнеса, ни одна не стала создавать панели на профессиональном программном обеспечении, ни одна не избежала множества ошибок, уже не раз сделанных другими.

Параллельно с этим в России проявляли активность западные провайдеры панелей, инвестируя в создание сетевых сообществ респондентов. Основной их целью было предложить транснациональным компаниям единое решение по проведению маркетинговых исследований в различных странах мира. Анализируя состояние рынка онлайн исследований в России, можно предположить, что в ближайшие годы он будет развиваться в соответствии со следующими основными тенденциями:

— будет продолжаться этап тестирования метода. Рост доверия к информации, получаемой в ходе онлайн исследований, будет происходить на фоне кризиса ряда ключевых оффлайн методик (например, квартирных интервью). Важную роль в увеличении доли онлайн-методов сыграет рост интернет-проникновения, а также давление на консервативную часть исследователей со стороны западных коллег (растущее число запросов на онлайн исследование для соблюдения методического единообразия), конечных потребителей (заинтересованность в сокращении сроков и стоимости исследований) и небольших локальных компаний (рост конкурентоспособности за счет активного внедрения новых технологий и методов);

— получат распространение смешанные оффлайн/онлайн методы (например, онлайн CATI и CAPI, «телефон-в-веб», SAWI-опросы в интернет-кафе и т. п.), а также будет расти потребность в технологическом обеспечении таких методов (рост спроса на профессиональное ПО, позволяющее проводить онлайн исследования и автоматизировать традиционные методики сбора данных);

— некоторые исследовательские компании начнут создавать

собственные онлайн панели, преимущественно специализированные (эксперты, B2B, представители определенных сегментов потребителей); однако больше других выиграют те, кто начнет активно использовать возможности западных провайдеров панелей и высокотехнологичное ПО для проведения локальных и международных ad hoc-проектов полного цикла.

Принципиальное отличие настоящего сборника от схожих по тематике публикаций — в особом внимании к российским исследованиям, проведенным с помощью сети Интернет, а не только исследованиям Интернета как такового. Онлайн исследования в России находятся в стадии становления, однако все больше профессиональных социологов и маркетологов активно экспериментируют с новым инструментом. Результатам таких экспериментов (содержательным и методическим) нам бы хотелось посвятить эту серию.

Александр Шашкин,
к.с.н.

Технологии маркетинговых исследований: Пять ключевых тенденций¹

Роб Монстер
(*Global Market Insite, Inc., США*)

Ученые и практики, работающие в сфере исследования рынков, задаются вопросом: какими будут маркетинговые исследования в ближайшие несколько лет? В настоящей статье мы хотели бы предложить вниманию читателя пять наблюдений, основанных на всестороннем анализе текущей ситуации. Все пять отмеченных тенденций связаны со структурными изменениями в способах проведения маркетинговых исследований. В книге представлено множество самых современных концепций, идей и примеров тех методов, способов и процедур, которые разрабатываются с учетом постоянно расширяющегося технологического типа мышления, целостного и интегративного. Утверждать, что эти тенденции обязательно реализуются, было бы, пожалуй, неразумно. Поэтому ограничимся замечанием, что, по нашему мнению, основная ценность традиционных маркетинговых наблюдений в ближайшем будущем останется неизменной.

Мы считаем, что описываемые структурные изменения приведут к формированию базовой платформы, благодаря которой практические маркетинговые исследования выйдут на новый уровень: превратятся во всестороннюю маркетинговую поддержку и деятельность по сбору

¹ Статья представляет собой адаптированный перевод главы из книги председателя совета директоров компании GMI (Global Market Insite, Inc.) Роба Монстера: Robert W. Monster, Raymond C. Pettit *Market Research in the Internet Age: Leveraging the Internet for Market Measurement and Consumer Insight*. — NY: John Wiley and Sons, Inc., 2002. — Pp. 266-270.

данных о потребителях, что будет служить основой развития и процветания бизнеса. Однако сами по себе технологии не являются универсальным решением. Считать, что аналитика CRM (Customer Relations Management — система управления отношениями с потребителями) и изучение данных о поведении потребителя расскажут вам о том, что он чувствует, как воспринимает и понимает, что его мотивирует, то есть обо всем, что влияет на удовлетворенность потребителя, отношения с ним, его лояльность и в конечном итоге на рентабельность инвестиций, — подход не просто неверный, а даже опасный. Вместе с тем как сила, создающая условия для развития коммуникаций, сбора информации, ее распространения и обработки, технологии имеют огромную ценность. Именно поэтому тенденции, на которых мы остановимся, фокусируются на технологических аспектах маркетинговых исследований.

1. Онлайн-маркетинговые исследования станут стандартом для количественных международных исследований потребителей. Поставщики исследовательских услуг, не освоившие интернет-технологии в нужном объеме, выйдут из бизнеса или будут поглощены своими более предприимчивыми конкурентами. При подборе поставщиков компании списка Global-500 будут все чаще выбирать комплексные решения для проведения глобальных исследований. Смысл технологий заключается в повышении эффективности и производительности, поэтому понятно, что для этой цели лучше всего подходит интернет-центрированная архитектура. Пока не уйдут в прошлое традиционные техники, мы будем видеть, как процессы и методы исследований, постепенно смешиваясь и вытесняя устаревшие, станут перемещаться в онлайн канал. Кроме того, мы станем свидетелями интеграции в интернет-центрированные системы самых эффективных офлайн методик — например, через использование решений Net-API (сетевое решение для проведения личных интервью с использованием компьютера) и Net-CATI (сетевое решение для проведения телефонных интервью с использованием компьютера).

Корпорации, входящие в список Global-500, уже сегодня занимаются разработкой и внедрением решений CRM и EAI (Enterprise Application Integration — системы интеграции программных приложений, используемых в организации), чтобы повысить свою эффективность, добиться стандартизации производства и координации

действий удаленных офисов в международном масштабе. Маркетинговые исследования обязательно должны стать частью данного решения. Единственный способ достичь этого — изучать то лучшее, что есть в маркетинговой индустрии сегодня, инвестировать в него и суметь перевести все лучшее на интернет-платформу.

Крупные международные клиенты — покупатели исследовательской и бизнес-информации, несомненно, будут все чаще выбирать партнеров, способных предложить комплексные решения. По мере того как Интернет сближает потребителей и рынки, возможности исследовательских компаний (в таких аспектах, как первичные и вторичные исследования, управление/предоставление информации и синдикативные исследования) по реализации соответствующих проектов в различных регионах и странах станут одним из обязательных требований. Более того, появятся новые «глобальные» покупатели и рынки, которые потребуют исследований, понимания и выводов иного, более высокого уровня. Именно тогда онлайн-центрированные системы и процессы станут неизбежными для всех, кто захочет сохранить свою конкурентоспособность.

2. Многоканальный сбор данных, интегрированный на онлайн платформе, модернизирует традиционные исследования и создаст условия для появления новых техник, методов и бизнес-процессов в маркетинговых исследованиях.

Появятся торговые интернет-площадки, специализирующиеся на продаже таких товаров, как, например, часы работы call-центров. Как только будет создана основная расширяемая технологическая архитектура, можно приступать к новой задаче: консолидации обширного опыта и знаний, уже накопленных в области маркетинговых исследований, и приданию им эффективной, удобной и понятной формы. Сегодня уже есть компании, которые при поддержке многочисленных партнеров и инвесторов пытаются применить объединенные маркетинговые знания, сведения и опыт международных корпораций-лидеров и трансформируют их в онлайн системы, способные управлять усовершенствованными и эффективными рыночными системами. Так, компания Empreperative разработала интегрированную онлайн систему, взяв за основу корпоративную маркетинговую историю, знания и лучшие

методы работы компании P&G («Проктер энд Гэмбл») — одного из первых инвесторов Emmpervative. К новой системе, работающей в режиме онлайн, получили доступ не только сотрудники предприятия, но и клиенты компании со всего мира, входящие в список Global-2000. Все это только первые признаки глобальных изменений, которые сулит использование передовых технологий.

Маркетинговые исследования должны стать (и станут) частью процесса управления знаниями, который произведет переворот в информационном обеспечении бизнеса. Новые техники и методы ведения бизнеса будут основаны на интеграции данных, получаемых из различных каналов. Кроме того, наверняка появятся новые формы предоставления услуг в области исследований (например, услуг call-центров, интервьюеров и синдикативные трекинговые исследования), повышающие экономическую эффективность и позволяющие измерить рентабельность инвестиций.

3. Мобильный и беспроводной Интернет ускорит распространение Сети на «молодых» рынках. В результате расширятся возможности проведения репрезентативных исследований, особенно с использованием детально профилированных онлайн панелей респондентов. Сегодня эту тенденцию уже можно наблюдать в странах, где широко используются беспроводные устройства и существует серьезный опыт в области телефонных исследований, например в Скандинавии. Исследовательские новации в таких странах являются, по сути, началом распространения новых технологий по всему миру. Мобильная и беспроводная связь станут еще более популярны, а собираемые данные все чаще будут концентрироваться в единых базах. Такие интегрированные базы обеспечат доступ к целостным данным, а не разорванным массивам, как это происходит сегодня. По мере того как исследователи рынка определятся с предпочтительными способами контактов с респондентами, появятся предварительно профилированные и сегментированные международные access-панели, которые будут покрывать не отдельные регионы или страны, а весь мир.

Ключевыми при этом станут возможности сбора и доставки данных сплошным потоком через единый концентратор, где они будут интегрироваться с различными слоями метаданных. В результате

можно будет создавать репрезентативные международные access-панели. Кто-то из «панелистов», возможно, будет отвечать только по беспроводной связи, другие примут участие в опросах по стационарному телефону, третьи — по сети Интернет или через iTV. Независимо от способа контакта с респондентом такие панели будут использоваться для получения перекрестных репрезентативных данных или как источник для исследования целевых аудиторий. Способность компаний, специализирующихся на маркетинговых исследованиях, на 100% использовать свой опыт и знания в значительной мере определяет и их успех. Все будет зависеть от того, насколько эффективно они смогут предоставлять корпоративную бизнес-информацию и сделать уникальный вклад в развитие международного маркетинга, рекламы и продаж своих клиентов.

4. Результаты исследований будут анализироваться через веб-базированные приложения, которые, предоставляя доступ к централизованным хранилищам данных, смогут эффективно заменить настольные анализаторы, где используются локальные данные. Уже сегодня ведется работа над созданием концентраторов и хранилищ исследовательских данных, а также «витрин», которые бы обеспечивали эффективный доступ к данным в реальном времени. Постоянное развитие промежуточной архитектуры, в основе которой лежат концепции и решения метаданных, будет и дальше способствовать созданию гибких и мощных систем, работающих с различными форматами данных. Основная цель в данном случае (которая еще, к сожалению, не достигнута) — добиться динамического взаимодействия с потребителями, чтобы сделать отношения с ними богаче и глубже по всем каналам связи. Здесь маркетинговые исследования очень важны: благодаря им можно получить представление о моделях поведения, склонностях, предпочтениях, чувствах и позициях как отдельных групп потребителей, так и рынка в целом.

Чтобы полностью интегрировать решения для маркетинговых исследований в корпоративные сетевые инфраструктуры, корпорации должны будут предъявить к поставщикам исследовательской информации новые по мощности и совместимости требования через процессы, выстроенные на базе определенных правил. Ведь именно эти процессы обеспечивают перекрестную синхронизацию каналов и

взаимодействие с клиентами в реальном времени. Такая новая технологическая архитектура включает решения IAE. Важнейший из его компонентов — межплатформенное программное обеспечение, обеспечивающее обмен данными между приложениями, что гарантирует их соответствие в различных базах, а также поддержку устройств и интерфейсов для множественных конечных пользователей исследовательской информации.

Для проведения анализа и передачи данных о потребителях в реальном времени в настоящее время разрабатываются такие технологические решения, как «концентратор данных о потребителях» и «информационная база маркетинговых данных». Подобная архитектура предусматривает ядро хранения данных, предназначенное для накопления текущей информации о потребителях, получаемой в реальном времени из операционных и интернет-центрированных исследовательских систем. Это ядро собирает ранее накопленные исторические данные, а также результаты анализа данных маркетинговых исследований различных периодов. Такая архитектура способна предложить глубокий, всесторонний и экономически эффективный анализ данных, а следовательно, помочь компаниям держать руку на пульсе своих потребителей. Концепция хранилища данных о потребителях также обеспечивает их более интеллектуальную и рациональную обработку. К данным, получаемым в реальном времени, применяются классификации, правила, фильтры, что позволяет проводить глубокий анализ результатов прогностических и описательных исследований (качественных и количественных). Другими словами, внимание потребителя данных фокусируется только на информации, которая была определена как потенциально ценная (в отличие от рутинной работы с разорванными массивами и пакетами данных). Подобный расширяемый подход более гибок, он позволяет исследовать процессы работы с данными, основываясь на изменениях в их атрибутах, бизнес-правилах и иных качественных характеристиках. В итоге это даст маркетологам более глубокое понимание и опыт.

**5. Данные о потребителях будут интегрироваться в междуна-
родные компьютерные системы компаний, что, в свою очередь, сотрет со временем границы между маркетинговыми исследованиями, CRM и данными бизнес-разведки. Насту-**

пит новый этап мегаслияний, который объединит фирмы, специализирующиеся на CRM, бизнес-разведке и маркетинговых исследованиях, в мощные международные интернет-центрированные компании. Данные о поведении потребителей будут и дальше накапливаться, они станут частью комплексных хранилищ доступных данных. Работа с информацией о клиентах и потребителях, полученной из различных источников, даст возможность для объективного анализа и успешного прогнозирования. Три ключевых источника информации для маркетинга, продаж и рекламы — маркетинговые исследования, CRM и данные бизнес-разведки — сольются в единую систему, построенную на модернизированном сборе данных, их анализе и доставке. Эта же система ляжет в основу процессов более высокого уровня: генерирования идей, принятия решений и управления знаниями. Если прибегнуть к аналогии с полноценно функционирующим человеческим телом, то цифровая нервная система (CRM) будет состоять из мозга (маркетинговых исследований) и сенсорной системы (средств бизнес-разведки) — специализированных компонентов, каждый из которых по-своему уникален, являясь при этом частью сложной взаимосвязанной структуры.

В будущем появятся решения (как, например, способность определять место отдельных клиентов в иерархических сегментированных информационных моделях), благодаря которым станут возможны персонализация и индивидуализация взаимоотношений с клиентами без нарушения конфиденциальности их личных данных. Сегодня успешный продавец товаров или услуг для построения крепких отношений с клиентами и получения результатов объединяет наблюдения, небольшой опрос и интуицию (можно сказать, что он работает с обобщенными картами внутренних сведений, которые помогают ему принимать решения и действовать). По этой же схеме в будущем мощным инструментом в руках специалистов, непосредственно контактирующих с потребителем, будут высокотехнологичные аналитические средства. Однако это возможно только при условии, что все указанные элементы — сетевые коммуникации, аналитика, интегрирующие элементы программных приложений, сбор данных и результаты маркетинговых исследований — будут находиться в полной гармонии.

Чтобы понять потребителя и завоевать его, мы все больше стремимся к концептуальным и функциональным изменениям. Результатом таких изменений должно стать объединение компаний, специализирующихся на CRM, маркетинговых исследованиях и бизнес-разведке. Следующим шагом на этом этапе мегаслияний будет внедрение интернет-центрированной инфраструктуры, которая обеспечит эффективный обмен информацией внутри международных систем. Тогда мы имеем шанс увидеть, как «волк и ягненок будут пастись вместе, а лев, как и вол, будет есть солому».

Заключение

Индустрия маркетинговых исследований находится на пороге больших перемен. Интернет и прочие передовые технологии, высокая конкуренция и настойчивые требования международных клиентов — все это постоянно трансформирует индустрию, заставляя ее ломать шаблоны старых методик, привычек и мышления. Следует особо отметить, что именно ускоренная глобализация бизнеса и повсеместное распространение передовых технологических решений приводят к необходимости создания международных исследовательских организаций, способных стать лидерами и наставниками, предлагая решения для молодой индустрии бизнес-информации.

Новые технологии открывают невиданные ранее возможности, используя которые исследователи рынка смогут наконец-то помочь всем, кто пытается услышать и понять своих клиентов и потребителей, но пока не может этого сделать. Индустрия маркетинговых исследований должна признать эту потребность, этот ужасающий пробел и, вооружившись техническими инновациями, взяться за дело. Ведь если не взять на себя роль лидера сегодня, не начать действовать и исправлять ситуацию, маркетинговые исследования скоро окажутся на обочине, став лишь частью более масштабных, быстрых и эффективных технологических решений, которые обеспечат превосходные средства бизнес-аналитики, процессы автоматизации маркетинга, механизмы получения обратной реакции от потребителей и управления взаимоотношениями с клиентами.

Развитие Интернета в регионах России: мнение экспертов

*Давыдов С. Г., Дутов А. И.
(ГФК-Русь, Москва)*

Развитие Интернета и онлайн технологий практически с начала их массового распространения сопровождается пристальным вниманием со стороны социальных исследователей. В конце прошлого века австрийский исследователь П. Дим отмечал, что «специалисты в области маркетинговых исследований быстро разрабатывают новые количественные и качественные методики» изучения данного сегмента коммуникативной деятельности.

Безусловно, в данном случае общемировые тенденции в полной мере могут быть прослежены в России. Изучением Интернета занимаются различные исследовательские структуры, а используемые ими подходы весьма вариативны. Впрочем, более глубокий анализ позволяет обнаружить немало проблем, ждущих своего исследователя. На наш взгляд, к их числу относится и комплексное рассмотрение развития Интернета в российских регионах. Многочисленные исследования, направленные на оценку объема и различных характеристик интернет-аудитории, затрагивают лишь один из возможных аспектов. Комплексный подход к рассмотрению регионального Интернета, основанный на статистическом анализе данных из разных источников и разного уровня надежности, предложен специалистами Института развития информационного общества (ИРИО). Однако исследования института не могут быть признаны исчерпывающими прежде всего вследствие ограничений методологического характера.

Социологическое исследование, направленное на всестороннее

рассмотрение регионального Интернета как социального явления, было совместно проведено Региональным общественным центром интернет-технологий (РОЦИТ) и Международным институтом маркетинговых и социальных исследований «ГФК-Русь». Проект был реализован в рамках организованного РОЦИТ Всероссийского интернет-марафона-2006. Марафон прошел при поддержке и под патронатом Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям РФ в апреле — сентябре 2006 года в 14 регионах страны.

В экспертном опросе, проведенном по специально разработанной методике, приняли участие руководители и ведущие специалисты региональных предприятий и организаций в области информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), а также преподаватели профильных специальностей региональных вузов. Уникальность данного исследования заключается в комплексном рассмотрении проблемы развития Интернета и онлайн технологий: наряду с вопросами технического характера исследовались управленческие и социальные аспекты развития ИКТ, а также региональные онлайн ресурсы и сервисы. Проект нельзя назвать онлайн-новым в обычном смысле, хотя в процессе сбора информации и были использованы онлайн технологии: первичное общение с респондентами осуществлялось по телефону, а передача и возврат анкет — по электронной почте. Полевые работы прошли с 19 июля по 28 августа 2006 года в 12 городах: Архангельске, Воронеже, Екатеринбурге, Иркутске, Казани, Краснодаре, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Омске, Самаре, Санкт-Петербурге, Хабаровске. Всего в исследовании приняли участие 68 экспертов (не менее 5 от каждого города).

Помимо авторов настоящей публикации в организации и проведении исследования приняли активное участие: А. А. Айгистов, С. А. Плуготаренко, Д. Д. Хан-Магомедов — со стороны РОЦИТ и М. В. Дьякова — со стороны «ГФК-Русь».

В предлагаемой статье отражены основные результаты данного исследования.

Индексы развития Интернета в регионах России

Основным результатом исследования стали два суммарных индекса: индекс уровня развития Интернета и онлайн технологий в городах исследования и индекс уровня развития различных сегментов онлайн технологий. Данные индексы, и их составляющие нашли отражение в таблице 1, а также рисунках 1 и 2.

Таблица 1. Индекс уровня развития Интернета и онлайн технологий в регионах и его составляющие

	Екатеринбург	Санкт-Петербург	Новосибирск	Казань	Нижний Новгород	Иркутск	Омск	Хабаровск	Самара	Воронеж	Краснодар	Архангельск
А. Уровень развития инфраструктуры доступа	4,1	4,2	3,8	3,9	3,4	3,5	3,4	3,3	3,6	3,6	2,9	3,7
В. Развитие просветительской деятельности и наличие регулярных мероприятий в сфере ИКТ	4,5	4,5	4,3	4,5	4,0	4,2	3,7	3,8	3,8	3,7	2,7	2,2
С. Развитие интернет-услуг и сервисов	4,1	4,2	3,7	3,4	3,7	3,5	2,4	2,7	3,0	2,5	2,8	2,7
Д. Развитие гражданского общества в сфере ИКТ	3,5	3,7	3,3	3,0	3,1	3,0	2,7	2,2	1,8	2,3	1,7	1,8
Е. Готовность местной администрации к развитию ИКТ в регионе	3,4	3,7	3,4	3,6	2,1	2,3	2,8	2,5	1,7	2,2	2,2	1,5
Ф. Развитие подготовки кадров, образования в сфере ИКТ	4,4	3,4	3,9	4,0	3,4	3,1	4,1	3,3	3,7	3,8	2,7	3,4
Г. Развитие социально значимых проектов в сфере ИКТ	4,1	3,3	3,3	2,8	2,0	2,2	2,1	2,0	1,8	1,2	1,4	1,1
СУММАРНЫЙ ИНДЕКС	28,0	27,1	25,8	25,3	21,7	21,7	21,2	19,7	19,5	19,3	16,4	16,3

В целом индекс уровня развития различных сегментов онлайн технологий в 12 городах свидетельствует о том, что относительно неплохо развиты в исследуемых регионах технические, образовательные и кадровые аспекты развития Интернета. Ситуацию в сфере развития интернет-услуг и сервисов следует признать удовлетворительной, хотя и требующей внимания. Наибольшую озабоченность участников исследования вызывают социальные аспекты рассматриваемой проблемы. Развитие гражданского общества в сфере ИКТ и готовность местной администрации к развитию онлайн технологий в регионе явно нуждаются в повышении уровня; хуже всего сложилась ситуация в сфере социально значимых проектов.

Рисунок 1. Индекс уровня развития различных сегментов онлайн технологий в 12 городах (минимально возможное значение — 12, максимально возможное значение — 60)

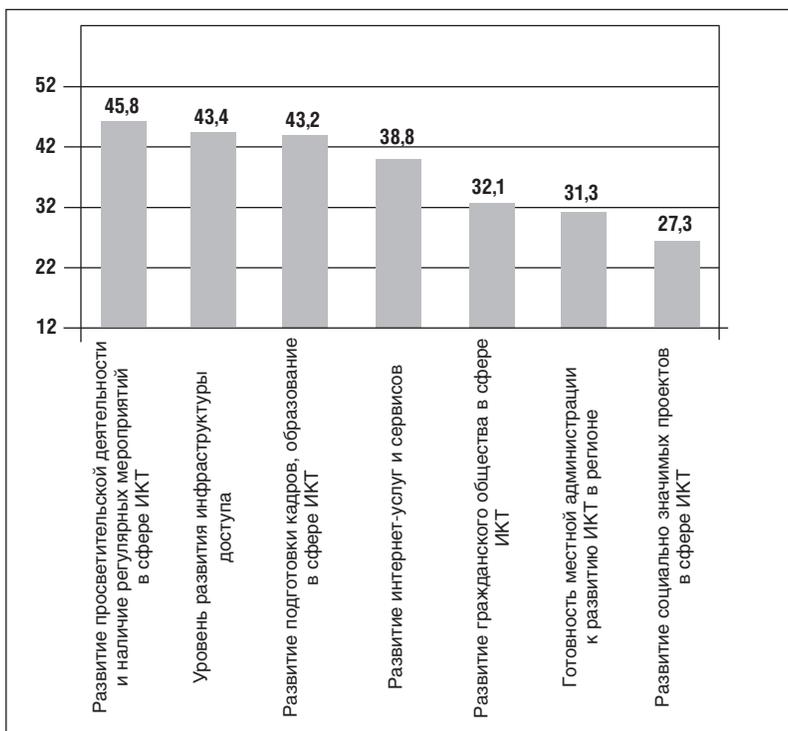
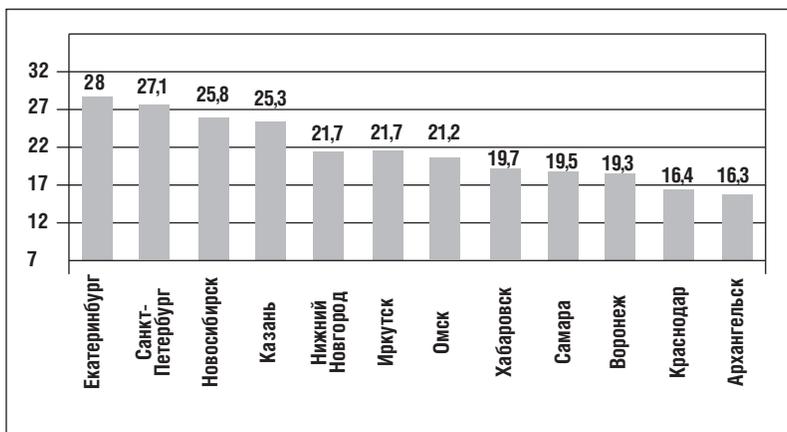


Рисунок 2. **Индекс развития Интернета и онлайн технологий в городах России (минимально возможное значение — 7, максимально возможное значение — 35)**



Следует обратить внимание и на тот факт, что дифференциация уровня развития анализируемых сегментов различна. В частности, низкий уровень дифференциации зафиксирован в отношении развития инфраструктуры доступа в Интернет, развития интернет-услуг и сервисов, подготовки специалистов в сфере ИКТ. Другими словами, с инфраструктурой доступа в Интернет или кадровым вопросом ситуация в равной степени неплохая практически во всех городах, а интернет-услуги и сервисы практически везде в равной степени нуждаются в развитии. В то же время наибольшие различия между городами отмечены в следующих сегментах: социально значимые проекты, деятельность гражданского общества, просветительская деятельность в сфере ИКТ и готовность местных администраций к развитию Интернета и онлайн технологий. Таким образом, доминирующей в определении уровня развития Интернета в регионе является социальная составляющая, базирующаяся на необходимом уровне развития технической базы Глобальной сети. Интернет, при всей его технологичности, воспринимается специалистами в первую очередь как явление социальное и социально ориентированное.

Перейдем к рассмотрению результатов исследования по отдельным городам. Прежде всего отметим, что наиболее высокий индекс развития Интернета и онлайн технологий получил Екатеринбург (28,0). Санкт-Петербург оказался на втором месте (27,1), уступив первенство столице Уральского федерального округа за счет худшей ситуации в сферах подготовки кадров, образования и развития социально значимых проектов в области ИКТ. Достаточно высокий уровень развития Интернета зафиксирован также в Новосибирске (25,8) и Казани (25,3). Несколько хуже положение дел в Нижнем Новгороде (21,7), Иркутске (21,7), Омске (21,2), Хабаровске (19,7), Самаре (19,5) и Воронеже (19,3), однако с определенными оговорками его следует признать удовлетворительным. Наконец, наибольшие проблемы, связанные с развитием Интернета и онлайн технологий, зафиксированы в Краснодаре (16,4) и Архангельске (16,3). В двух указанных городах необходимы действенные меры по улучшению состояния практически по всем анализируемым направлениям работы.

Значения индекса у лидера и аутсайдера отличаются в 1,7 раза.

Развитие просветительской деятельности и мероприятия в сфере ИКТ

Наиболее благополучной является ситуация с развитием просветительской деятельности и регулярными мероприятиями в сфере ИКТ. В 11 городах (за исключением Архангельска) указанный сегмент развит достаточно хорошо, а его суммарный индекс составил 45,8. Примерно в равной степени в городах популярны такие формы мероприятий, как выставки, конференции, тематические семинары и «круглые столы». Конкурсы и фестивали, посвященные ИКТ, распространены несколько меньше.

В целом эксперты отмечают высокий интерес к проводимым мероприятиям. При этом практически в каждом регионе могут быть отмечены какие-либо особенности и (или) недостатки их проведения. Например, эксперт из Санкт-Петербурга утверждает, что при проведении мероприятий в его городе коммерческими организациями наносится ущерб содержательной стороне: «Интерес к теме достаточно высок, но не всегда удается сделать по-настоящему интересное меро-

Таблица 2. Развитие просветительской деятельности и наличие регулярных мероприятий в сфере ИКТ

	Екатеринбург	Санкт-Петербург	Новосибирск	Казань	Нижний Новгород	Иркутск	Омск	Хабаровск	Самара	Воронеж	Краснодар	Архангельск
1. Выставки, посвященные ИКТ	4,6	4,7	4,3	4,6	4,0	4,2	3,8	4,0	5,0	3,6	3,8	2,0
2. Конференции, посвященные ИКТ	4,4	4,5	4,6	4,7	4,2	4,4	3,8	4,0	4,6	4,0	2,6	2,3
3. Тематические семинары и круглые столы, посвященные ИКТ	4,6	5,0	4,3	4,7	4,3	4,4	3,6	4,0	4,0	3,8	2,2	2,5
4. Конкурсы и фестивали, посвященные ИКТ	4,2	4,0	4,1	4,1	3,3	3,6	3,4	3,2	1,5	3,4	2,2	2,0
СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	4,5	4,5	4,3	4,5	4,0	4,2	3,7	3,8	3,8	3,7	2,7	2,2

приятие. В основном семинары и конференции организуются коммерческими компаниями, имеющими конкретные интересы, отчего страдает общая тематика и уровень мероприятий». По словам участника исследования из Омска, «определенные мероприятия в этой сфере проводятся, но бессистемно и разрозненно, а многие из них довольно формально. Так, в ежегодной выставке принимает участие очень небольшое число омских предприятий, работающих в сфере ИКТ, большинство семинаров проводятся частными фирмами для своих клиентов без должного информационного освещения».

Инфраструктура доступа

К числу благополучных также относится сегмент доступа к Интернету (значение суммарного индекса 43,4). Практически ни в одном из городов нет проблем с коммутируемым подключением к Сети: наименьшая из полученных оценок — 3,8 в Хабаровске и Краснодаре — весьма высокая. Потребителям предоставляются широкие возможности по использованию льготных программ покупки компьютеров

(сравнительно ниже, чем в остальных городах, возможности у жителей Иркутска). То есть минимальный набор возможностей по подключению к Сети доступен для значительной части горожан.

Во всех городах присутствуют такие формы льготной продажи компьютерной техники, как рассрочка и кредит. Несколько меньшее распространение получила продажа компьютеров с льготным

Таблица 3. Уровень развития инфраструктуры доступа
(основные показатели)

	Екатеринбург	Санкт-Петербург	Новосибирск	Казань	Нижний Новгород	Иркутск	Омск	Хабаровск	Самара	Воронеж	Краснодар	Архангельск
1. Доступность льготных программ покупки компьютеров	4,8	4,4	4,8	4,9	4,2	3,6	4,4	4,0	4,8	4,0	4,4	4,5
2. Предоставление услуг коммутируемого доступа в Интернет	5,0	4,8	4,6	4,9	4,5	5,0	4,2	3,8	4,6	4,5	3,8	4,5
3. Предоставление услуг широкополосного доступа в Интернет	3,8	4,1	4,0	3,8	3,4	3,6	3,6	3,4	4,1	3,9	2,8	3,8
4. Предоставление услуг беспроводного доступа в Интернет	3,7	3,4	3,3	3,5	3,4	3,1	2,6	2,7	3,1	2,6	3,0	3,0
5. Представленность районных сетей доступа в Интернет	3,4	5,0	3,6	2,9	2,8	2,6	2,8	2,4	1,8	2,2	1,8	2,3
6. Представленность мест коллективного доступа в Интернет	4,4	4,3	3,3	4,5	3,0	3,0	3,2	2,8	3,2	4,4	2,4	3,5
7. Оснащенность учебных заведений компьютерной техникой и доступом в Интернет	4,2	4,3	4,2	3,7	3,4	4,0	3,9	4,0	4,0	4,3	3,3	3,5
8. Уровень конкурентной борьбы среди операторов	3,6	3,7	2,5	3,4	2,5	2,8	2,8	3,0	3,5	2,8	1,8	4,3
СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	4,1	4,2	3,8	3,9	3,4	3,5	3,4	3,3	3,6	3,6	2,9	3,7

программным обеспечением: существование соответствующей услуги отметили эксперты в семи городах, причем в двух случаях речь идет о единичных упоминаниях. Правда, как заметил участник исследования из Хабаровска, у региональных потребителей существует возможность покупки компьютеров с бесплатным (пиратским) ПО.

Более пристальное внимание к сегменту позволяет зафиксировать ряд проблемных моментов. Так, вариативность технологий доступа в Интернет присутствует далеко не везде. Невысок в регионах уровень представленности районных сетей доступа. (Исключение составляет Санкт-Петербург, получивший у экспертов максимальную из возможных оценок по этому показателю.) Не слишком оптимистичны эксперты в оценке беспроводного доступа (оценки колеблются от 2,6 в Омске и Воронеже до 3,7 в Екатеринбурге). Наиболее популярная технология беспроводного доступа — GPRS, в меньшей степени — WAP. Практически не распространена в регионах технология WIMAX.

Возможности широкополосного доступа несколько шире. Наиболее популярна в регионах технология ADSL, наименее популярно соединение по Ethernet. При этом эксперты из некоторых регионов проявили озабоченность недостаточным качеством и завышенной стоимостью данных услуг. В том числе это связывается с давлением крупных операторов связи, оказываемым ими на местных провайдеров.

Оснащенность учебных заведений доступом в Интернет достаточно высокая. У высших учебных заведений итоговая оценка выше (4,4), чем у средних и средних специальных (3,5), причем данное соотношение верно в отношении всех без исключения городов исследования.

Подготовка кадров и образование в сфере ИКТ

Экспертная оценка ситуации в области подготовки кадров и образования в целом достаточно высокая. Суммарный индекс уровня подготовки кадров и образования в сфере ИКТ составляет 43,2, что всего на 0,2 меньше чем индекс развития инфраструктуры доступа.

Таблица 4. Уровень развития инфраструктуры доступа
(дополнительные показатели)

	Екатеринбург	Санкт-Петербург	Новосибирск	Казань	Нижний Новгород	Иркутск	Омск	Хабаровск	Самара	Воронеж	Краснодар	Архангельск
3. Предоставление услуг широкополосного доступа в Интернет												
1. Предоставляются ли услуги широкополосного доступа в Интернет	4,0	4,8	4,5	4,3	3,7	4,4	4,0	4,0	4,5	4,6	3,0	4,0
2а. Уровень популярности Ethernet	4,4	3,2	4,3	2,5	3,0	2,4	3,0	2,2	1,8	3,0	1,7	2,0
2б. Уровень популярности ADSL	3,6	3,8	3,0	4,0	3,8	4,0	3,2	4,0	4,4	4,4	4,0	3,8
2с. Уровень популярности кабельных линий	2,8	3,2	3,1	3,6	2,7	2,2	3,6	2,4	4,6	2,2	2,0	4,8
4. Предоставление услуг беспроводного доступа в Интернет												
1. Предоставляются ли услуги беспроводного доступа в Интернет	4,2	3,0	3,2	3,3	3,2	3,4	3,6	2,4	3,4	3,0	2,2	3,0
2а. Уровень популярности спутниковой связи	2,7	1,5	1,8	2,6	2,3	1,0	3,2	1,6	1,5	2,2	2,0	3,0
2б. Уровень популярности WAP	3,6	3,0	3,1	3,3	2,7	2,5	2,4	2,4	2,5	2,0	2,8	2,8
2с. Уровень популярности GPRS	4,2	4,2	3,9	3,5	3,8	4,6	3,0	3,0	3,0	2,8	3,6	3,8
2д. Уровень популярности EDGE	1,5	2,0	1,6	1,8	2,5	3,0	1,0	1,0	2,3	1,3	1,3	1,5
2е. Уровень популярности WI-FI	3,5	3,3	2,8	2,0	3,0	1,6	1,5	2,4	2,5	2,0	2,0	1,3
2ф. Уровень популярности WIMAX	1,0	1,3	1,3	1,5	1,2	1,0	1,0	1,2	1,0	1,7	1,0	1,0
7. Оснащенность учебных заведений компьютерной техникой и доступом в Интернет												
1. Оснащенность высших учебных заведений	4,6	4,7	4,6	4,0	3,8	4,6	4,4	4,2	4,6	4,6	3,8	4,3
2. Оснащенность средних и средних специальных учебных заведений	3,8	3,8	3,8	3,4	3,0	3,4	3,4	3,8	3,4	4,0	2,8	2,8

Значение итогового параметра складывалось на основании двух показателей: уровня наличия подготовленных кадров в сфере ИКТ и уровня наличия профильных специальностей в высших учебных заведениях города. В 11 из 12 городов (исключая Краснодар) кадровая проблема определяется экспертами как более острая в сравнении с образовательной. Наиболее сложная ситуация сложилась в Иркутске и Санкт-Петербурге. Так, один из петербургских экспертов полагает, что «в отрасли существует дефицит высокопрофессионально подготовленных кадров, в том числе управленцев, необходимо разделение специальностей в вузах на узконаправленные». Другой участник исследования из города на Неве указывает на региональные особенности развития рынка ИКТ: «Основная проблема Петербурга — низкий уровень заработной платы в сфере IT по сравнению со столицей, поэтому характерен отток профессиональных кадров. Кроме того, здесь не такой широкий рынок труда, что создает определенные проблемы при трудоустройстве. Проблемы, типичные для большинства регионов». И действительно, существование проблемы оттока специалистов высокой квалификации в Москву отметили представители ряда других городов. В целом же ситуацию можно охарактеризовать следующим образом: дефицит подготовленных кадров присутствует, однако на сегодняшний день в регионах с ним справляются.

Таблица 5. Развитие подготовки кадров, образования в сфере ИКТ

	Екатеринбург	Санкт-Петербург	Новосибирск	Казань	Нижний Новгород	Иркутск	Омск	Хабаровск	Самара	Воронеж	Краснодар	Архангельск
1. Уровень наличия подготовленных кадров в сфере ИКТ	4,0	2,5	3,4	3,7	2,8	2,4	3,8	3,2	3,4	3,0	2,8	3,3
2. Уровень наличия профильных специальностей и спецкурсов по тематике ИКТ в городских вузах	4,8	4,3	4,3	4,3	4,0	3,8	4,4	3,4	4,0	4,6	2,6	3,5
СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	4,4	3,4	3,9	4,0	3,4	3,1	4,1	3,3	3,7	3,8	2,7	3,4

Несмотря на сравнительно высокие оценки уровня наличия профильных специальностей и спецкурсов по тематике ИКТ в городских вузах, эксперты высказали немало критических замечаний в адрес содержания образования. В частности, отмечались нехватка квалифицированных преподавателей, необходимость приведения учебных программ в соответствие с современными требованиями, потребность в узкоспециализированных программах и курсах. По общему мнению, выпускников университетов приходится дообучать на предприятиях.

Развитие интернет-услуг и сервисов

Наличие качественных интернет-услуг и сервисов во многом определяет характер «сетевой жизни» в городе. Исследование показало, что данный сегмент развит неравномерно, а его общая оценка экспертами — 38,8 — весьма посредственная.

Лидерами по рассматриваемому показателю являются Санкт-Петербург (4,2) и Екатеринбург (4,1). Еще в четырех городах (Новосибирск, Нижний Новгород, Иркутск и Казань) интернет-услуги и сервисы представлены достаточно неплохо. В остальных регионах исследования средняя оценка сегмента от 3,0 и ниже, причем наиболее низкие значения получены в Омске (2,4) и Воронеже (2,5).

Рассмотрим основные показатели развития интернет-услуг и сервисов, из которых складывается итоговое значение индекса. Выявить какие-либо закономерности в данном случае достаточно сложно: в каждом городе развитие идет по собственному сценарию, определяемому множеством субъективных факторов. Пожалуй, общим «локомотивом» развития следует признать бизнес-сектор, который везде использует Интернет довольно активно и явно выделяется на общем фоне в городах с низким уровнем использования онлайн ресурсов (например, в Омске, Краснодаре, Воронеже, Хабаровске). В то же время, например, в Санкт-Петербурге Интернет в бизнес-секторе воспринимается не столь мощно на фоне перенасыщенных рынков интернет-СМИ, электронной торговли, развлекательных онлайн услуг и мобильных сервисов. В бизнес-секторе исследуемых городов популярны в основном электронная почта и в несколько меньшей степени —

Таблица 6. Развитие интернет-услуг и сервисов (основные показатели)

	Екатеринбург	Санкт-Петербург	Новосибирск	Казань	Нижний Новгород	Иркутск	Омск	Хабаровск	Самара	Воронеж	Краснодар	Архангельск
1. Предоставление социальных услуг населению через Интернет	4,4	2,8	4,2	3,6	4,3	4,2	2,6	2,2	3,2	2,0	2,6	2,5
2. Представленность региональных (местных) интернет-СМИ	4,4	5,0	3,8	4,1	3,3	4,6	2,4	2,4	3,0	3,0	2,8	4,0
3. Возможности использования Интернета в государственных организациях и учреждениях	3,6	3,0	3,5	3,7	3,5	3,2	2,8	2,5	2,7	2,6	3,0	2,7
4. Уровень использования Интернета в бизнес-секторе	4,4	4,3	4,1	4,4	4,2	4,0	3,4	3,5	3,7	3,4	3,8	3,5
5. Наличие местных предприятий в области электронной торговли	3,8	4,7	3,4	2,9	3,2	2,4	2,4	2,8	2,4	1,8	2,2	1,8
6. Наличие местных предприятий в области развлекательных интернет-услуг	4,0	4,7	3,3	2,7	3,7	2,2	1,6	2,6	2,4	2,0	2,8	1,8
7. Наличие местных предприятий в области мобильных сервисов	4,0	4,7	3,7	2,4	3,8	4,0	1,8	2,8	3,8	3,0	2,6	3,0
СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	4,1	4,2	3,7	3,4	3,7	3,5	2,4	2,7	3,0	2,5	2,8	2,7

корпоративные сайты. Интернет-сервисы используются коммерческими предприятиями менее активно.

Лидерами по использованию Интернета в государственном секторе являются Екатеринбург и Казань, самая низкая оценка по данному параметру у Хабаровска. Популярными сервисами среди представителей государственного сектора те же, что и у представителей бизнеса: электронная почта и корпоративные сайты. Практически нигде не получили развитие WAP и PDA-версии сайтов (немного лучше по сравнению с другими регионами ситуация в Екатеринбурге).

Таблица 7. Развитие интернет-услуг и сервисов (дополнительные показатели)

	Екатеринбург	Санкт-Петербург	Новосибирск	Казань	Нижний Новгород	Иркутск	Омск	Хабаровск	Самара	Воронеж	Краснодар	Архангельск
3. Возможности использования Интернета в государственных организациях и учреждениях												
1. Общий уровень использования Интернета	4,0	3,3	4,1	4,1	3,8	3,4	3,2	3,0	3,2	2,8	3,6	3,3
2а. Популярность электронной почты	4,0	3,7	4,6	4,4	4,3	4,6	4,6	3,8	4,8	4,4	4,6	4,7
2б. Популярность корпоративных сайтов	3,8	3,7	3,7	3,9	3,3	3,8	3,4	2,8	2,4	2,8	2,6	2,7
2с. Популярность интернет-сервисов	3,4	2,0	2,4	3,2	3,0	2,6	1,8	1,6	1,8	1,8	2,3	1,7
2д. Популярность WAP- и PDA-версий сайтов	2,6	1,7	1,9	1,7	2,0	1,2	1,4	1,0	1,0	1,0	1,8	1,0
2е. Популярность интерактивности, обратной связи	2,8	3,0	2,6	3,0	3,0	2,8	1,8	1,6	1,6	2,0	1,3	1,7
2ф. Популярность интернет-форумов	2,8	2,8	2,6	3,3	3,3	3,0	1,8	1,6	2,0	2,2	2,5	1,0
2г. Популярность собственных бизнес-инструментов в Интернете	3,2	2,4	2,3	2,8	3,0	2,4	2,0	1,5	2,0	2,0	1,8	2,0
4. Уровень использования Интернета в бизнес-секторе												
1. Общий уровень использования Интернета	4,6	4,2	4,1	4,6	4,2	4,0	3,2	3,4	4,0	3,2	3,8	3,8
2а. Популярность электронной почты	4,6	4,8	5,0	5,0	4,8	5,0	4,6	4,8	5,0	4,8	4,8	4,8
2б. Популярность корпоративных сайтов	4,2	4,3	4,0	4,4	4,2	3,8	3,6	3,6	3,2	3,4	3,6	3,0
2с. Популярность интернет-сервисов	3,8	4,0	3,3	3,4	3,6	3,0	2,6	2,4	2,2	2,4	3,2	1,8

Гражданское общество в сфере ИКТ

Суммарный индекс развития гражданского общества в области ИКТ — 32,1. В значительной степени пятое место данного сегмента из семи возможных связано с высокой сетевой активностью в городах исследования (за исключением Самары, Омска и Хабаровска). Деятельность общественных организаций не слишком заметна, несколько лучше, чем в остальных регионах, они работают в Санкт-Петербурге.

Таблица 8. Развитие общества в сфере ИКТ

	Екатеринбург	Санкт-Петербург	Новосибирск	Казань	Нижний Новгород	Иркутск	Омск	Хабаровск	Самара	Воронеж	Краснодар	Архангельск
1. Наличие региональных или местных общественных организаций, связанных с ИКТ	3,0	3,7	3,1	3,4	2,7	2,2	2,8	2,2	1,8	2,0	1,0	1,5
2. Реализация общественными организациями региональных проектов в городе, проведение мероприятий	3,2	3,5	3,2	3,1	2,8	2,5	3,2	2,2	1,8	2,0	1,0	1,0
3. Сетевая активность в городе	4,2	4,0	3,7	2,6	3,8	4,3	2,0	2,2	1,8	3,0	3,2	2,8
СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	3,5	3,7	3,3	3,0	3,1	3,0	2,7	2,2	1,8	2,3	1,7	1,8

Впрочем, свидетельства экспертов позволяют смотреть на развитие ситуации с умеренным оптимизмом. Рассмотрим в качестве примера неблагоприятный (в контексте темы исследования) Омск. В городе существуют объединения ИТ-специалистов (омский Союз веб-мастеров, неформальное объединение организаторов «домовых» компьютерных сетей), инициативы которых сообщество воспринимает с определенным скепсисом. Один из омских экспертов обратил внимание на то, что «в Омске имеется успешный опыт активной деятельности объединения ИКТ-специалистов в сети FidoNet в 1990-х годах. В настоящее время активность участников омской FidoNet крайне низка, как и вообще социальная активность компьютерщиков».

Проведение в Омске интернет-форума в мае 2006 года инициировало создание инициативной группы интернет-общественности. Одна основная трудность, с которой столкнулась эта группа, — значительная инертность общественности. Тем не менее члены группы уверены в возможности достижения позитивного конструктивного результата своей деятельности.

Готовность местной власти к развитию ИКТ в регионе

Готовность местной администрации к развитию ИКТ в регионах оценивается участниками опроса как достаточно низкая (суммарное значение индекса 31,3). Наиболее оптимистичны в данной связи эксперты из Санкт-Петербурга и Казани, наименее оптимистичны представители Архангельска и Самары.

Большие нарекания вызывает уровень взаимодействия местной администрации с общественными организациями. Достаточно типична реплика эксперта из Хабаровска: «Местная администрация в целом, конечно, готова к такому взаимодействию (по указке вышше), но на деле ничего не делает. Отказать не отказывает, но и впереди паровоза тоже не бежит». Как считает другой участник исследования, из сравнительно благополучного (в контексте темы исследования) Новосибирска, «проблема, как обычно, в схемах реализации и привлечения средств». Иногда чиновники проявляют нежелание обсуждать с общественностью вопросы развития ИКТ вплоть до полного их игнорирования. В Нижнем Новгороде «пользователи Интернета даже митинг проводили, чтобы привлечь внимание к своим проблемам, но из администрации так никто и не вышел».

Критика местной власти у некоторых экспертов базируется на неудачном опыте взаимодействия, проигнорированных инициативах, в том числе принадлежащих участникам исследования. «Есть пример: собственная программа развития Интернета, с которой выступал и в администрации города, и в областной думе Свердловской области, по которой от администрации не требовалось ничего, кроме небольшой информационной поддержки, — сообщает эксперт из Екатеринбурга. — Желаемого участия не нашел».

Таблица 9. Готовность местной администрации к развитию ИКТ в регионе

	Екатеринбург	Санкт-Петербург	Новосибирск	Казань	Нижний Новгород	Иркутск	Омск	Хабаровск	Самара	Воронеж	Краснодар	Архангельск
1. Наличие и осуществление в городе региональной программы развития ИКТ	3,0	3,6	3,5	3,7	2,3	1,6	3,2	2,8	2,2	2,2	2,2	1,5
2. Наличие в региональной администрации службы, отдела или персоны, курирующей ИКТ	3,6	4,6	3,5	4,3	2,0	3,0	2,4	3,2	1,8	3,0	3,6	2,3
3. Уровень взаимодействия местной администрации с местными общественными организациями в сфере ИКТ	3,2	3,6	3,6	3,5	1,8	2,6	3,0	1,8	1,4	1,4	1,2	1,0
4. Реализация федеральной программы развития ИКТ в городе	3,6	3,0	3,1	3,0	2,3	1,8	2,6	2,2	1,6	2,0	1,8	1,0
СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	3,4	3,7	3,4	3,6	2,1	2,3	2,8	2,5	1,7	2,2	2,2	1,5

Социально значимые проекты в сфере ИКТ

Сегмент развития социально значимых проектов в сфере ИКТ получил самую низкую оценку (значение индекса — 27,3). Наиболее проблемная область здесь — предоставление населению услуг в сфере «электронного государства». Впрочем, не намного лучше обстоит дело и с реализацией в городах некоммерческих проектов в сфере ИКТ, поддерживаемых государством и благотворительными фондами в области культуры, образования, социальной поддержки.

Однако в нескольких городах исследования данный сегмент получил сравнительно высокие оценки, что позволяет говорить о наличии положительного опыта в данной области. Прежде всего речь идет о Екатеринбурге (4,1). Также можно выделить Санкт-Петербург, Новосибирск (по 3,3) и отчасти Казань (2,8).

Таблица 10. Развитие социально значимых проектов в сфере ИКТ

	Екатеринбург	Санкт-Петербург	Новосибирск	Казань	Нижний Новгород	Иркутск	Омск	Хабаровск	Самара	Воронеж	Краснодар	Архангельск
1. Предоставление населению услуг в сфере «электронного государства»	4,2	3,0	3,9	2,5	2,0	1,8	1,6	2,0	1,6	1,0	1,3	1,3
2. Реализация в городе некоммерческих проектов в сфере ИКТ, поддерживаемых государством и благотворительными фондами в области культуры, образования, социальной поддержки	4,0	3,7	2,8	3,0	2,0	2,6	2,6	2,0	2,0	1,4	1,5	1,0
СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	4,1	3,3	3,3	2,8	2,0	2,2	2,1	2,0	1,8	1,2	1,4	1,1

Заключение

Полученные в рамках исследования результаты свидетельствуют о том, что Интернет в регионах России перерос уровень высокотехнологичного канала информации. Базой для развития онлайн технологий является сложившийся, устойчивый рынок компьютерной техники и средств онлайн доступа в регионах. Хотя в основном региональные рынки компьютерной техники и сетевой связи характеризуются как сформированные, практически повсеместно отмечается завышенная стоимость отдельных технологий. Несмотря на все это, более значительная часть потенциальных потребителей находит возможность приобретения компьютерной техники. Приобретение компьютера и подключение к Интернету (по крайней мере на начальном уровне) для представителей целевой потребительской группы являются уже обычной покупательской интеракцией, правда, в том случае, если мотивы покупки и подключения уже сформированы.

Сетевая коммуникация в регионах развита весьма неравномерно, и это подтверждает выявленная в ходе исследования зависимость между индексом развития Интернета и онлайн технологий и численностью городского населения. В то же время подобная зависимость

не отмечена между вышеуказанным индексом и средним уровнем заработной платы. Так, региональный лидер среди рассматриваемых городов по доходности населения, Санкт-Петербург (средняя начисленная заработная плата жителя около 12 тысяч рублей в месяц), по значению среднего индекса развития Интернета несколько уступает Екатеринбург, среднемесячная начисленная заработная плата жителя которого менее 8 тысяч рублей. Достаточно высокодоходный Хабаровск (среднемесячная начисленная заработная плата 9,6 тысячи рублей в месяц) находится на 8-м месте среди 12 городов исследования, тогда как Казань со среднемесячной зарплатой жителей менее 6 тысяч рублей — на четвертом¹. Вероятно, на развитие онлайн технологий в большей степени влияет не экономический, а интеллектуальный потенциал региона, связанный с такими показателями, как доля населения с высшим образованием, количество учащихся на 1000 человек и т. д.

Нельзя не отметить и тот факт, что долгое время декларировавшийся тезис о важности социальной направленности СМИ в секторе Интернета «овеществился», проявился в рамках исследования как не просто значимый, а доминирующий. Исследование показало, что такие безусловно важные факторы, как развитие инфраструктуры доступа в Сеть, развитие интернет-услуг и сервисов и подготовка специалистов в сфере ИКТ, не являются определяющими для уровня развития регионального Интернета. Ситуация по данным параметрам в городах исследования находится на вполне сопоставимом уровне. В то же время наибольшие расхождения между регионами были выявлены в социальной области. Сюда относятся социально значимые проекты, деятельность гражданского общества, просветительская деятельность в сфере ИКТ, а также готовность местных администраций к развитию Интернета и онлайн технологий.

Наиболее благополучной, по мнению экспертов, является ситуация с уровнем развития просветительской деятельности и наличием регулярных мероприятий в сфере ИКТ. В 11 городах (за исключением Ар-

¹ Данные по среднему доходу на душу населения в городах приводятся по состоянию на 2004 год. См.: Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов — 2005. — М., 2006.

хангельска) данная сфера принадлежит к числу благополучных, хорошо развитых — в 8 городах. Примерно в равной степени популярны такие формы мероприятий, как выставки, конференции, тематические семинары и «круглые столы». Конкурсы и фестивали, посвященные ИКТ, распространены несколько меньше. Также к числу благополучных следует отнести и ситуацию с подключением к Интернету. Проблем, связанных с приобретением компьютеров (в том числе по льготным программам) и получением коммутируемого доступа в Сеть, в городах исследования практически нет. С распространением высокоскоростных технологий передачи информации ситуация несколько более сложная: отмечено давление крупных операторов связи на местных провайдеров, а также завышенные цены на некоторые виды услуг.

К числу проблемных областей, выявленных в ходе исследования, следует отнести взаимодействие местной власти с онлайн сообществами. Представители последних, участники исследования, часто высказывают точку зрения, что местная администрация не готова к развитию ИКТ, уделяет недостаточное внимание данному сегменту. В то же время именно на поддержку власти эксперты рассчитывают в вопросах решения индустриальных проблем.

Также многие эксперты отмечают проблему «кадрового голода». С одной стороны, она связана со сложившейся ситуацией в образовании. Как отмечают эксперты, это и недостаточное количество профессиональных специализаций, и устаревшие программы обучения, и недостаточная квалификация преподавательского состава. С другой стороны, квалифицированные и востребованные специалисты уезжают в Москву (отток кадров).

Наконец, в области развития региональных сервисов и ресурсов отмечена определенная положительная динамика, но все же этот уровень пока недостаточен. Региональные ресурсы и сервисы не получают должной поддержки местных властей. Бизнес достаточно осторожен, не всегда готов к инвестициям. В то же время уровень местных ресурсов является ключевым фактором активности многих процессов в области ИКТ, поэтому именно на него должно быть сегодня обращено особое внимание всех сторон, заинтересованных в стимулировании использования Интернета на региональном уровне.

Граждане стран G8 о саммите-2006

Могилевский Р. С.,
Сафонова А.
(Агентство социальной информации
Санкт-Петербург)

Введение. Агентство социальной информации Санкт-Петербург на платформе международной компании GMI провело опрос жителей стран «большой восьмерки» относительно саммита G8 в Петербурге и методов решения глобальных проблем¹. Для целей опроса АСИ СПб были разработаны программа исследования, опросные инструменты, а затем проведен многомерный статистический анализ данных и подготовлен аналитический отчет. Для обработки данных использовался программный пакет SPSS v.13.0. Компания GMI предоставила интегрированное программное обеспечение Net-MR, панель респондентов и осуществила сбор и предварительную статистическую обработку информации.

Цель и задачи исследования. Исследователи стремились получить информацию об общественном мнении жителей стран, входящих в «большую восьмерку», по проблемам, касающимся проведения предстоящего саммита в июле 2006 года в Санкт-Петербурге. Предполагалось:

- определить отношения к саммитам жителей «большой восьмерки»,
- выяснить уровень известности о месте проведения предстоящей встречи,

¹ Подробнее с результатами исследования можно ознакомиться на сайте АСИ СПб (www.asinfo.ru).

- определить мнения граждан относительно желательной повестки предстоящего саммита,
- изучить восприятие России жителями других стран «восьмерки», а также других стран «восьмерки» россиянами,
- определить взаимосвязи в структуре результатов опроса.

Методология опроса и анализа данных. Опрос проводился среди интернет-пользователей стран G8. Всего опрошено 8000 человек (по 1000 в каждой стране) в семи странах по репрезентативной выборке, в России по выборке интернет-пользователей. Участники панели GMI получили приглашение к исследованию по электронной почте, а затем заполняли анкету в Интернете в режиме онлайн. В качестве базовых были приняты следующие переменные анализа:

- устойчивые представления о международных отношениях,
- уровень осведомленности о деятельности «большой восьмерки»,
- позиции относительно решения глобальных проблем,
- отношение к деятельности стран «большой восьмерки».

После сбора информации и линейной статистической обработки данных был проведен поиск взаимосвязей между ответами респондентов. В результате анализа корреляций было установлено, что на формирование отношения к деятельности «большой восьмерки» влияют два основных фактора:

- представление респондентов о том, как Россия относится к их стране проживания (сильная корреляция);
- уровень осведомленности о G8 (средняя корреляция).

Поэтому анализ материалов опроса осуществлялся в следующей последовательности:

1. Определялись факторы влияния на формирование отношения к деятельности «большой восьмерки».
2. Определялись характеристики отношения респондентов к деятельности G8.
3. Определялись позиции относительно решения глобальных проблем:
 - установки на совместное или изолированное решение глобальных проблем,
 - актуальные глобальные проблемы, которые необходимо внести в повестку саммита-2006.

4. Определялось отношение к деятельности

«большой восьмерки»:

- отношение к месту проведения саммита G8 в 2006 году,
- представления о необходимом количестве стран, входящих в G8.

Результаты опроса. Резюме. Большинство жителей стран «большой восьмерки» в проведенном исследовании продемонстрировали во многом сходные подходы к вопросам деятельности G8. Несмотря на определенные различия по отдельным позициям, в целом можно говорить, что значительная часть населения стран G8 признает актуальность многих глобальных проблем, ориентирована на совместную работу по их решению и готова приветствовать дальнейшее расширение состава «большой восьмерки». Из общих затруднений для многих представителей стран G8 характерен невысокий уровень осведомленности о деятельности этой организации. В результате анализа взаимосвязей между ответами респондентов было установлено, что на формирование отношения к деятельности «большой восьмерки» влияют два основных фактора:

- представление респондентов о том, как Россия относится к их стране проживания (сильная корреляция);
- уровень осведомленности о G8 (средняя корреляция).

Результаты опроса. Факторы влияния. Население России и остальных семи стран в основном имеют близкие представления о взаимных отношениях между их странами. Так, жители Италии и России, а также Германии и России взаимно ощущают дружественное отношение к своим странам; в целом совпадают представления жителей Великобритании и России о нейтральных отношениях, а также России и Японии — о преобладании взаимной настороженности.

Расхождение в оценках отмечено по трем странам:

- Франция — Россия: россияне считают отношение Франции несколько более дружественным;
- Канада — Россия, США — Россия: россияне считают отношение этих стран значительно менее дружественным.

Лишь немногие из жителей стран «большой восьмерки» оценивают свой уровень знания об этой организации как хороший.

Средний уровень осведомленности не достигает 50%. По сравнению с другими странами сильно выделяются Россия и Италия, жители которых дали наиболее высокие оценки уровню своего знания о G8: в среднем 63 и 57% соответственно. Наименьший уровень осведомленности отметили жители Франции и США (43% и 39% соответственно).

Для большинства респондентов из всех стран, кроме России, город проведения саммита G8 в 2006 году не известен — таких по отдельным странам от 52 до 72%. Относительную осведомленность показали жители Италии и Японии, каждый третий из которых указал Петербург. Меньше всего точно назвавших город — в Великобритании (10%) и США (11%). Неожиданным результатом стало довольно значительное число респондентов в Великобритании и Франции, убежденных, что саммит будет проводиться в городе Гленнигс — такого мнения придерживается каждый десятый респондент из этих стран.

Результаты опроса. Отношение к деятельности G8. В каждой стране опроса преобладает положительное и нейтральное отношение к месту проведения саммита-2006 (37 и 50% по общей выборке соответственно). По сравнению с другими участниками G8 Россия и Италия больше тяготеют к положительному восприятию (83 и 42%), респонденты в США чаще давали несколько более отрицательные оценки.

В зависимости от высказанных позиций по необходимому составу «большой восьмерки» можно отметить следующие группы стран:

- страны, жители которых чаще выступают за увеличение состава G8: Италия, Великобритания, Канада, Франция;
- страны, граждане которых больше склоняются к сохранению статус-кво: Россия и Германия;
- страны, среди населения которых значительное число не определившихся в своей позиции: США и Япония.

Общая для всех восьми стран тенденция — выраженная ориентация большинства жителей на совместную работу с другими странами при решении глобальных проблем, таких как мировые инфекции, этнические и религиозные конфликты, дефицит источников энергии и т. д. На фоне остальных стран Россия, Франция

и США демонстрируют значительно меньшую предрасположенность к кооперации и большую — к индивидуальному пути решения глобальных проблем.

В отношении предложений для формирования повестки саммита-2006 респонденты всех стран проявили значительную активность. Проблемы терроризма, не вынесенные в важнейшие темы саммита, являются наиболее актуальными для жителей стран «большой восьмерки» (88%) наряду с распространением опасных инфекций (86%). Меньше всего граждан стран G8 включили бы в повестку саммита вопросы развития образования в мире (70%) — то есть один из трех основных уже заявленных пунктов. Любая из остальных проблем является, по мнению опрошенных, более важной.

В зависимости от предпочтений вопросов для обсуждения на саммите-2006 страны «восьмерки» можно объединить в две укрупненные группы:

- страны, для жителей которых несколько более актуальны проблемы с гуманитарной проблематикой: Италия, Германия, Франция, Канада, Великобритания;
- страны, в чей рейтинг трех проблем не попали вопросы, связанные с гуманитарной тематикой, — вопросы нарушения прав человека, бедности в мире, образования и этнических и религиозных конфликтов: Япония, Россия, США.

В результате сравнительного анализа особенностей мнений респондентов из разных стран относительно деятельности G8 были выделены следующие позиции:

- позиция активности — отмечается склонностью к вариантам сотрудничества с другими странами, мнением о дружественном отношении России и рекомендациями увеличить состав G8. К этой позиции больше других тяготеют респонденты из Италии, Германии и Канады;
- позиция скептицизма — характеризуется более высоким, чем средневывборочное, количеством мнений о недружественном отношении России, неблагоприятными оценками места проведения саммита-2006 и предложениями либо сократить состав G8, либо распустить ее полностью. К данной позиции наиболее близки представления граждан США;

- позиция нейтралитета — выраженная ориентация на уклончивые, серединные, дипломатичные ответы. По сравнению с другими странами наиболее характерна для Франции, Великобритании и Японии;
- позиции россиян значительно отличаются от позиций жителей других стран. На пространстве позиций точка России занимает обособленное положение, однако можно говорить о том, что россияне чаще других оценивают положительно факт проведения саммита-2006 в России, выступают за индивидуальное решение глобальных проблем и рекомендуют сохранить текущий состав «большой восьмерки» из 8 стран.

Онлайн опрос с использованием панели: преимущества и ограничения. Опрос, который был проведен АСИ СПб с использованием панели GMI, позволил получить дополнительную информацию о преимуществах и проблемах проведения панельных исследований в сети Интернет. С очевидностью определяются следующие преимущества. Во-первых, это высокий уровень оперативности опроса. Время, которое ушло на опрос 8000 человек в восьми географически весьма отдаленных странах, составило несколько дней. При этом статистический контроль показал высокую надежность полученных данных. Таким образом, одним из основных преимуществ метода является его оперативность с точки зрения сбора информации. Вторым преимуществом явились лояльность респондентов к факту обращения к ним, отсутствие с их стороны сопротивления вмешательству, отсюда хороший уровень полноты и точности заполнения опросника. Третий аспект, на который следует обратить внимание, это минимизация воздействия личности и манеры ведения интервью со стороны интервьюера. Респондент с этой точки зрения при заполнении опросника находится в более комфортной ситуации, чем в непосредственной коммуникации с интервьюером. Отсюда более высокий уровень самостоятельности, обоснованности (я бы сказал, осмысленности) ответов респондента на вопросы анкеты. Следующее преимущество состоит в высокой технологичности процессов фиксации информации и перехода к ее обработке и анализу. Отмечается более низкий уровень потерь, сокращение лишних звеньев при кодировке, декодировке данных в процессах их экспорта и обработки. К этому

можно было бы добавить еще ряд преимуществ метода, который с точки зрения авторов делает его наиболее перспективным методом массовых опросов. Другое дело, что существует ряд проблем, ограничивающих его экспансию, либо требующих учета. В частности, это объем доступа в Сеть, который в ряде случаев ограничивает возможность представлять внесетевую совокупность граждан. Представительность в таком случае является характеристикой данных, полученных при сборе данных относительно сетевой аудитории. В нашем исследовании это отразилось в трудностях сравнения стран, отличающихся объемом доступа в Сеть, в частности сравнения данных, полученных по странам «семерки», где средний показатель доступа приближается к 60%, и в России, где он составляет 16%. Этот фактор нельзя не учитывать, но ему, впрочем, нельзя придавать фатальное значение. Параллельная верификация данных по Санкт-Петербургу, осуществленная в рамках данного исследования, когда часть аудитории представляло сетевое сообщество, а часть — население, опрошенное по телефону, показало высокое сходство в ответах на одинаковые вопросы. Остается предположить, что в ряде случаев, когда мнение сетевого и внесетевого сообщества совпадает, формируясь без влияния фактора включенности в Сеть, различиями в характеристиках доступа при оценке репрезентативности данных можно пренебречь. Второе обстоятельство, на которое обращают внимание эксперты (Б.З. Докторов, «Отцы-основатели: история изучения общественного мнения»), — это перенесение коммуникации исследователя и респондента из реальной ниши современного социального пространства в виртуальную. Автор подчеркивает, что реальная ниша знакома, привычна для организаторов и участников опросов общественного мнения, тогда как виртуальная лишь начинает изучаться. Как сказывается на надежности результатов поведение человека в виртуальном пространстве, еще предстоит изучить. Пока же надо полагаться на здравый смысл и сравнения результатов оффлайн и онлайн исследований по однотипной тематике. С этой точки зрения нам представляется, что выводы исследования по проекту «Граждане G8 о саммите-2006» являются надежными.

Правительственная информация на сайтах министерств и ведомств РФ: проблемы доступности и полноты

*Могилевский Р.С., Смирнов А.М.
(Агентство социальной информации
Санкт-Петербург)*

Во многих развитых странах мира в рамках работ по созданию «электронного правительства» (ЭП) созданы порталы для информирования населения и предоставления услуг по широкому спектру вопросов. При этом программы внедрения и развития электронных технологий приобрели статус государственных программ. В Российской Федерации существует программа «Электронная Россия». В ходе первого этапа реализации программы 2002-2010 годов предполагался мониторинг мировых тенденций развития информационных и коммуникационных технологий и их использование в социально-экономической сфере. В 2003 году в России было принято постановление правительства «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти», которое предписывает федеральным органам исполнительной власти обеспечить доступ граждан и организаций к информации о деятельности федеральных органов исполнительной власти. Таким образом, на сегодняшний день были предприняты шаги к обеспечению прозрачности и открытости информации о деятельности государственной власти. Однако отдельные федеральные органы исполнительной власти (ФОИВ) не в полной мере исполняли требования программы о создании информационных ресурсов. В сложившемся контексте вызывает интерес вопрос соответствия информации, размещенной на веб-сайтах государственных органов РФ, перечню информации о деятельности государственных органов.

Для определения соответствия содержания официальных web-сайтов требованиям законодательства Агентством социальной информации Санкт-Петербург по заказу Института развития свободы информации был проведен мониторинг официальных информационных ресурсов федеральных органов исполнительной власти РФ в сети Интернет. Исследование проводилось в период с сентября по январь 2005 года.

В ходе исследования было проанализировано содержание 80 правительственных web-сайтов (на момент завершения исследования только 80 из 84 федеральных органов исполнительной власти обзавелись своими сайтами). Источниками для определения параметров оценки послужили Постановление Правительства Российской Федерации № 98 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти» от 12 февраля 2003 года, а также зарубежный опыт построения, изучения и оценки правительственных web-сайтов. Таким образом, было выделено 14 параметров:

- общая информация о федеральном органе,
- структура федерального органа,
- информационная поддержка,
- статистическая информация,
- нормотворческая деятельность органа,
- порядок работы,
- деятельность органа,
- проведение конкурсов, тендеров и пр.,
- работа с населением,
- кадровое обеспечение,
- бюджет, налоги, и финансы,
- внешнее взаимодействие на международном уровне,
- критерии WAI: оценка навигационной системы и доступности информации, общественно значимые критерии.

Содержание каждого параметра оценивалось экспертами по критериям наличия, полноты, актуальности и доступности информации. Основным результатом работ стал итоговый рейтинг сайтов¹.

¹ Полностью с текстом отчета по исследованию можно ознакомиться на сайтах Агентства социальной информации — Санкт-Петербург — www.asinfo.ru и Института развития свободы информации — www.svobodainfo.org.

Полнота представленной информации

— Одним из основных вопросов, стоявших перед экспертами, явилась оценка полноты представленной на официальных web-сайтах информации.

— Ни один из сайтов федеральных органов исполнительной власти в полной мере не соответствует требованиям законодательства. Из 80 проанализированных интернет-сайтов только 12 отвечают более чем половине критериев, которые были выбраны в ходе разработки методики мониторинга.

— Прежде всего следует отметить, что различные федеральные органы исполнительной власти РФ (ФОИВ РФ) по-разному подошли к задаче создания официальных информационных ресурсов в сети Интернет. Так, первые места в итоговом рейтинге занимают те органы, которые разработали и создали свои web-сайты еще до начала реализации программы «Электронная Россия» и заинтересованы в предоставлении информационных и иных услуг населению. Это прежде всего органы, относящиеся к экономическому блоку в правительстве, а также органы, заинтересованные в предоставлении населению и бизнесу полной информации о своей деятельности и услугах. Они набрали в среднем более 40 баллов из 82 возможных. В целом сайты этих органов отвечают общим принципам построения «электронного правительства». Однако нельзя не отметить, что, несмотря на информационную наполненность этих ресурсов, с точки зрения соответствия принятому законодательству они требуют еще значительного развития и доработки.

Отдельно можно выделить группу ФОИВ, которые подошли к задаче создания собственных информационных ресурсов исключительно формально. То есть web-сайты таких органов есть, однако необходимой информации они не содержат. Это прежде всего сайты органов, относящихся к «силовому блоку» в правительстве. Характерным явлением для сайтов этих ведомств является неполнота контактной информации, отсутствие сведений по многим направлениям деятельности. Этот факт может быть объяснен многими обстоятельствами, в частности нежеланием раскрывать такую информацию.

Сайты органов власти, относящихся к социальному блоку в правительстве, информация о деятельности которых, вероятно, является наиболее важной для граждан, так как в область их компетенции входят такие сферы общественной жизни, как здравоохранение, образование, культура и наука, находятся преимущественно в середине рейтинга. При наличии на этих интернет-ресурсах значительного объема информации о комплексных целевых программах, деятельности органов в отдельных сферах общественной жизни, регионах России практически не уделяется внимания нормативно-правовой основе работы этих органов.

Актуальность представленной информации

Частота обновления информации на официальных интернет-сайтах федеральных органов исполнительной власти является одним из показателей эффективности работы «электронного правительства».

Как показали результаты мониторинга, наиболее часто обновляются новостные материалы. На некоторых сайтах есть новостные информационные ленты, куда данные поступают несколько раз в день. Это прежде всего характерно для интернет-ресурсов тех министерств и ведомств, которые заняли в итоговом рейтинге первые места (см. «Итоговый рейтинг» на сайте АСИ СПб). Сведения такого рода, как прогнозы, подготовленные органами управления, базы данных, информационные и аналитические обзоры состояния сферы компетенции органа и т. п., обновляются довольно редко, хотя именно за этими данными население, бизнес-структуры и государственные органы обращаются на сайт, выступающий как источник официальной достоверной информации. В «Рекомендациях по созданию и сопровождению информационных ресурсов», подготовленных Аппаратом Правительства Российской Федерации для руководителей федеральных органов исполнительной власти, определено, что изданные органом нормативные правовые акты должны публиковаться на сайте «в течение суток с даты их подписания». Однако это далеко не всегда так происходит. Дополнительную сложность составляет то, что данные о количестве принятых актов по каждому органу в свободном доступе отсутствуют. В некоторых случаях, когда эксперты про-

веряли соответствие опубликованных на сайте документов данным различных юридических баз, нередко оказывалось, что многие из них не представлены.

Помимо наличия выбранных для мониторинга критериев развернутости и давности обновления данных оценивалась также актуальность представленной информации и доступность, то есть насколько легко ее найти в материалах сайта. Неактуальной признавалась, например, устаревшая информация, но соответствующих указаний на это нет. В некоторых случаях это были утратившие силу нормативные правовые акты, сведения о проводимых конкурсах и тендерах, которые завершились за несколько месяцев до этого, и т. д.

Что касается доступности информации, то оценивалось прежде всего то, насколько логично размещена информация в тех или иных разделах и насколько просто ее найти, используя поисковые и навигационные механизмы сайта. Если с поиском на сайте контактных данных и общей информации об органе обычно не возникало особых проблем, то найти сведения об исполнении органом бюджета, аналитические доклады и статистические данные и другие подобные сведения зачастую возможно только при помощи поискового механизма, который есть не на всех сайтах (присутствует на 54 сайтах из 80).

Немаловажную роль играет и логичность размещения информации, которая напрямую зависит от наличия карты сайта, оглавления и структурированности материалов. Эти требования также выполняются далеко не всегда. Так, карта сайта или оглавление есть только на 68 сайтах, при этом не всегда они включают в себя все разделы. На 11 сайтах были отмечены случаи некорректного размещения информации, когда документы находились в разделах, с которыми не были связаны по смыслу.

Содержание официальных сайтов с точки зрения их общественной значимости

Как уже отмечалось, критерии оценки содержания интернет-сайтов разрабатывались на основании постановления Правительства РФ, определяющего перечень информационных ресурсов и услуг, которые должны содержаться на web-сайтах органов власти.

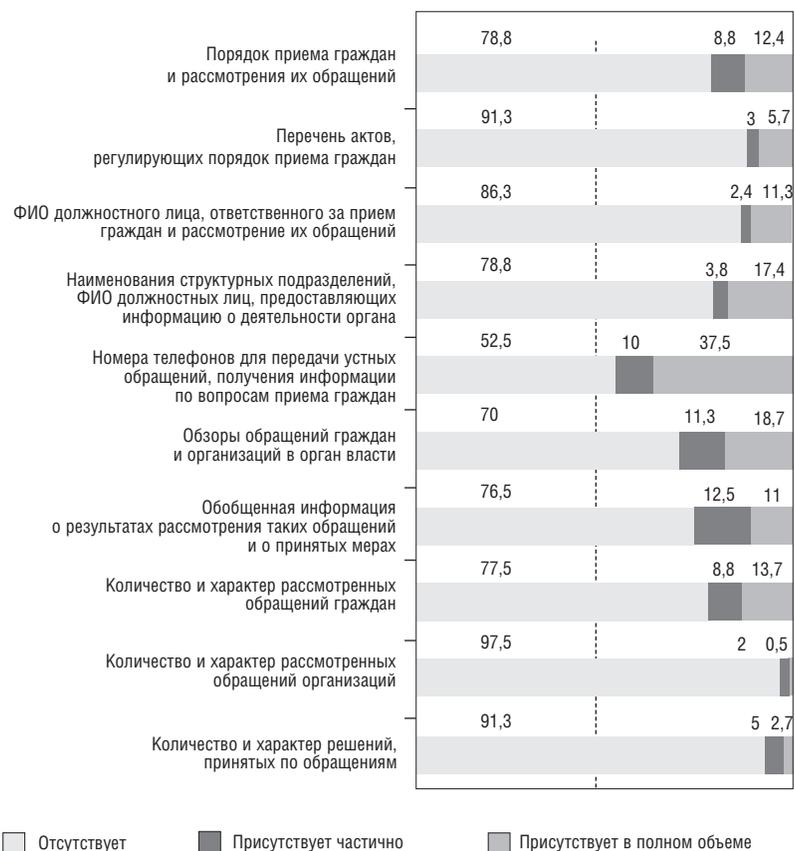
Рассматривая соответствие содержания официальных интернет-сайтов ФОИВ требованиям законодательства, следует отметить, что далеко не все требования выполняются в полном объеме. Особенно это актуально, когда речь идет о ресурсах и услугах, в которых постоянно нуждаются и население, и представители бизнеса.

Сайты федеральных органов исполнительной власти в системе ЭП представляют собой информационные ресурсы министерств и ведомств, куда население, бизнес-структуры и государственные организации обращаются за полной и достоверной официальной информацией по интересующему их вопросу. Соответственно в идеале базы данных, справочные материалы, представленные на сайтах, должны образовывать единую взаимосвязанную систему. В реальности даже если такие сведения и содержатся, то объем их невелик, доступ зачастую возможен только после регистрации и только для представителей компаний и касаются они только сферы компетенции органа. При этом в тех случаях, когда такие информационные ресурсы могут быть наиболее востребованы, например когда речь идет о технической документации, справочных данных (когда особенно важны точные цифры и сведения), такие сведения отсутствуют на сайте либо доступ к ним ограничен. Следовательно, заинтересованные лица вынуждены обращаться за такими материалами напрямую в орган лично или по почте, а это значит, что один из основных принципов и причин создания «электронного правительства» — дать населению и организациям возможность быстро и оперативно получать необходимую информацию — остается нереализованным.

Еще одним важным критерием оценки интернет-сайтов ФОИВ является взаимодействие с населением и организациями. В идеальном варианте «электронное правительство» должно обеспечить всем гражданам быстрый и простой доступ ко всем услугам государственных учреждений, а также возможность реализовать все свои конституционные права на участие в управлении государством. При сопоставлении зарубежных и отечественных программ по развитию «электронного правительства» нетрудно заметить, что в российской программе совершенно не упоминаются потребности граждан и выгоды для граждан. В зарубежных же программах

именно удовлетворение потребностей граждан и польза для них являются приоритетными. Следует отметить, что это нашло свое отражение и в качестве контента сайтов по этому критерию: такая информация, как количество и характер обращений граждан и организаций в орган, результаты рассмотрения этих обращений и принятые по ним меры, отсутствуют более чем на половине сайтов (табл. 1).

Таблица 1. Информация о работе с населением и организациями на официальных сайтах федеральных органов исполнительной власти



Практическое игнорирование требований законодательства в области работы с населением позволяет предположить, что в большинстве федеральных органов исполнительной власти либо не понимают практического смысла виртуального взаимодействия с населением и организациями, либо сознательно не желают осуществлять такого рода деятельность, хотя при предоставлении людям более удобного доступа к правительственной информации и услугам они получают возможность легче воздействовать на принятие управленческих решений, их мнение будет услышано и у них появится ощущение причастности к происходящему, государственные проекты будут основаны на приоритетах, определяемых людьми, а не исключительно правительством.

«Электронное правительство» предполагает использование информационных и коммуникационных технологий для повышения эффективности, экономичности и прозрачности правительства и возможности общественного контроля над ним. Формой такого контроля может выступать, например, анализ официальных отчетных документов о деятельности ФОИВ. В соответствии с проектом ФЗ РФ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» (ст. 5), открытость признается «основным принципом обеспечения доступа к информации о деятельности государственных органов». На практике этот принцип выполняется далеко не в полной мере. Информация о состоянии и перспективах развития отрасли, входящей в сферу компетенции органа, аналитические и информационные доклады, прогнозы, подготовленные органом, представлены в среднем только на половине сайтов федеральных органов исполнительной власти РФ.

Аналитические и информационные материалы, размещенные на сайтах ФОИВ, довольно часто являются устаревшими. Кроме того, они не образуют единой системы, не отражают ситуации во всей отрасли в целом, а касаются лишь отдельных параметров. Практически нет сведений о состоянии защиты населения от чрезвычайных ситуаций и т. п.: за исключением сайта Министерства по чрезвычайным ситуациям РФ остальные министерства и ведомства их игнорируют. Крайне фрагментарна информация о проверках, проведенных органом в пределах его компетенции. Эти данные органы власти либо не хотят публиковать, либо не понимают значения их публикации (табл. 2).

Таблица 2. Информация о деятельности федеральных органов исполнительной власти



Обычно довольно хорошо на сайтах представлена информация о вакантных должностях, конкурсах и тендерах, проводимых ведомствами. Однако характер таких сведений не всегда в полной мере соответствует законодательству. Так, большинство выложенных в интернет-порталах материалов касаются лишь тех вопросов, которые считают целесообразным опубликовать сами органы власти. Например, представлены сроки проведения конкурсов и необходимая конкурсная документация, а составы конкурсных комиссий и протоколы их заседаний не представлены.

Отсутствие таких сведений делает процесс проведения подобных мероприятий непрозрачным для бизнеса и общества, в то время как открытость данных способствовала бы снижению уровня коррупции и повышению доверия к власти.

Еще хуже обстоит дело с такими направлениями деятельности органов, как информация в сфере международного сотрудничества и бюджетная политика. Эти сведения довольно редко встречаются на официальных сайтах ФОИВ, а если и присутствуют, то их актуальность и развернутость зачастую не соответствуют требованиям законодательства о полноте и актуальности информации. Открытость информации об использовании организацией бюджетных средств — один из самых простых способов общественного контроля за деятельностью органов власти, что, в свою очередь, является одним из принципов построения «электронного правительства». Прозрачность таких сведений ведет к снижению уровня коррупции и повышению доверия к власти как со стороны населения, так и со стороны бизнеса. В рамках проводившегося мониторинга оценивалось наличие на сайтах федеральных органов исполнительной власти сведений по трем пунктам, определенным законодательством. Анализ показал, что министерства и ведомства практически не раскрывают эти данные. Так, информация об исполнении федерального бюджета федеральным органом исполнительной власти представлена только на сайтах 16 организаций. При этом следует отметить, что объем этих данных обычно ограничивается перечислением общих статей расходования средств бюджета. Что касается данных о предоставленных организациям и индивидуальным предпринимателям льготах, отсрочках, рассрочках, списании задолженности по платежам в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации и о направлениях расходования средств иностранной технической помощи, то эти данные присутствуют только у одного органа.

Положительным моментом можно назвать относительно удобный формат представления материалов: большая часть официальных интернет-сайтов ФОИВ получила хорошую оценку экспертов с точки зрения визуального восприятия информации, более 75% сайтов содержат сервисы, облегчающие доступ и поиск информации. Однако если оценки простоты восприятия содержания, удобства исполь-

зования сайта были довольно высокими, то оценка общественно значимых критериев остается низкой. Различные дополнительные сервисы, наличие которых не предусмотрено законодательством, были включены в перечень индикаторов мониторинга на основании западного опыта оценки web-контента официальных правительственных порталов. Эти сервисы очень часто отсутствуют на сайтах российских ФОИВ. Следует отметить, что их наличие или отсутствие может являться показателем заинтересованности ведомства в коммуникации с гражданами, бизнес-структурами и другими государственными организациями.

В целом, подводя итог всему вышесказанному, можно констатировать тот факт, что основная задача системы «электронного правительства» — дать возможность правительственным органам использовать новые технологии, чтобы предоставить людям более удобный доступ к правительственной информации и услугам, повысить качество этих услуг и в большей мере обеспечить возможность участия в работе демократических институтов — выполняется не в полном объеме. Можно предположить, что это связано, в частности, с непониманием или недооценкой отдельными органами власти, на которые, собственно, возложена задача создания и наполнения сайта, самой сути программы. Так, очевидно, что не реализованными в полной мере остаются основные принципы построения «электронного правительства»: координация и взаимосвязь работы отдельных составляющих системы ЭП, сотрудничество между подразделениями и ведомствами; консолидация и интеграция услуг; направленность на удовлетворение потребностей в информации и услугах граждан, бизнес-структур и других государственных структур; повышение открытости и доступности федеральных органов государственной власти.

Использование онлайн панелей в маркетинговых исследованиях

Сканави А.М. (МАСМИ, Москва)

Компания «МАСМИ» (Россия) за последние два года выполнила несколько десятков маркетинговых проектов с использованием собственной онлайн панели респондентов (в дальнейшем панель). Это дает основание заявить об актуальности такого рода методики и поделиться накопленным опытом.

В настоящее время панель МАСМИ является самой обширной в Рунете. По скромным подсчетам, в настоящее время она включает 250 тысяч респондентов и неуклонно растет. Этот рост численности заложен в самом способе организации панели. Все новые и новые граждане регистрируются в ней в ходе регулярно проводимого МАСМИ проекта «Онлайн-монитор». Этот проект — самый крупный онлайн опрос аудитории Рунета, осуществляемый с целью создания демографического и поведенческого портрета пользователя Сети¹. Он проводится регулярно два раза в год, и в ноябре 2006-го ожидается запуск его 11-й волны. Онлайн опросу предшествует также регулярно проводимый МАСМИ оффлайн опрос «Омнибус», в анкету которого в числе многих включаются вопросы, связанные с использованием Интернета в России. Здесь измеряется проникновение сетевых услуг в жизнь российских горожан. Выборка — 3500 человек городского населения России в возрасте от 16 до 64 лет, с репрезентативной разбивкой по полу, возрасту, региону проживания. Эти данные позволяют при необходимости «взвешивать» результаты онлайн опроса, где выборка по понятным

¹ Результаты измерений, проводимых в рамках «Онлайн-монитора», неоднократно публиковались. Один из последних подробных обзоров помещен журнале «Интернет-Маркетинг», № 2 за 2006 г., стр. 68-80.

причинам сдвинута в сторону более молодого, более «мужского», более обеспеченного и т. д. респондента — пользователя Интернета.

В ходе выполнения очередной волны онлайн опроса обычно заполняется несколько десятков тысяч анкет. Столь высокие показатели достигаются участием в проекте десятков мощнейших интернет-ресурсов, таких как *mail.ru*, *km.ru*, *newsru.com*, *kulichki.com*, *regnum.ru* и многих других. При этом охватываются аудитории сайтов различной направленности — от новостных до развлекательных, от женских до спортивных, от «софтверных» до туристических и т. д. Это позволяет сделать выборку более универсальной, собрав в панель респондентов, интересующихся различными предметными областями.

Участие ресурсов заключается в том, что они располагают на своих площадях ссылки, ведущие в анкету «Онлайн-монитор». Респондент, видя красочное приглашение, может попасть в анкету, заполнить ее и стать членом панели МАСМИ, если подтвердит свое желание и оставит электронный адрес. Таких желающих обычно бывает более 75% от числа ответивших на анкету.

Следует отметить большой вклад компании «РЛЕ/АдРивер», которая обычно берет на себя технологическую поддержку проекта, организуя дозирование показов поп-андеров со ссылкой на анкету. Совершенно понятно, что сайты-участники обладают различными и порой несоизмеримыми объемами аудиторий. Поэтому надо стараться показывать ссылки с такой частотой и в таком количестве, чтобы уравнивать шансы посетителей сайтов попасть в анкету проекта. Это делается в основном для того, чтобы создать выборку, наиболее точно описывающую аудиторию Рунета.

Проект «Онлайн-монитор» не является коммерческим. Сайты безвозмездно занимают свои рекламные площади ссылками на анкету, тогда как МАСМИ в качестве вознаграждения после завершения «полевого» этапа и обработки данных бесплатно передает сайтам отчеты, где содержатся ответы респондентов, пришедших с данного сайта, в сравнении со всей выборкой. Обычно МАСМИ изготавливает порядка 40-50 таких отчетов, которые передаются сайтам, собравшим значительное количество заполненных анкет (как правило, более 200). Суммарный отчет по всей России лежит в открытом доступе на сайте проекта: www.onlinemonitor.ru.

Таким образом строится и пополняется панель МАСМИ, которая к настоящему моменту имеет примерно следующие параметры:

Возраст		Образование	
<16	3,5%	Начальное	1,6%
16-20	23,3%	Незаконченное среднее	4,7%
21-24	20,9%	Среднее	8,2%
25-34	28,6%	Среднее специальное	11,4%
35-44	13,2%	Незаконченное высшее	27,0%
45-54	7,1%	Высшее	43,5%
55+	3,5%	Ученая степень	3,7%
Род занятий		Доход, приходящийся на одного члена семьи (в месяц, в долларах США)	
Руководитель высшего звена	6,1%	Менее 50 у.е.	2,3%
Руководитель среднего/низшего звена	13,0%	50-100 у.е.	7,8%
Специалист	24,4%	1 00-200 у.е.	13,8%
Служащий	8,6%	200-300 у.е.	13,0%
Квалифицированный рабочий	5,0%	300-500 у.е.	13,9%
Неквалифицированный рабочий	0,9%	500-700 у.е.	8,4%
Работающий на себя	6,1%	700-1 000 у.е.	6,3%
Студент	23,6%	1000-1 500 у.е.	4,1%
Пенсионер	1,2%	1500-2500 у.е.	2,3%
Безработный, домохозяйка	2,9%	Более 2500 у.е.	1,9%
Другое	8,3%	Не знаю/не хочу отвечать	26,2%
Страна проживания			
Россия	76,9%	Латвия	1,4%
Беларусь	2,2%	Литва	0,7%
Украина	6,8%	США	0,7%
Грузия	0,4%	ФРГ	0,6%
Казахстан	1,7%	Великобритания	0,2%
Эстония	1,3%	Израиль	1,4%
Другое	5,6%		

После того как панель была создана, компания «МАСМИ» приступила к выполнению проектов с использованием входящих в нее респондентов. За два с половиной года было проведено значительное количество опросов по заказам различных клиентов. Основную массу составляют «полевые» проекты для западных заказчиков. Эти опросы являются, как правило, частью проводимых одновременно в разных странах проектов, осуществляемых для выяснения отношения респондентов к тем или иным товарам и услугам, поступающим на российский рынок. Обычно электронная анкета находится за рубежом и от МАСМИ требуется рекрутировать людей из панели и направлять их отвечать на вопросы этой анкеты. При этом обычно приходится соблюдать квоты, порой довольно сложные. То есть приглашать определенные группы респондентов не только согласно их полу, возрасту, региону проживания, но и с соблюдением требований по профессии и интересам. При этом используются данные, сообщенные участниками панели при их регистрации. Приглашения к участию в таких опросах рассылаются по электронным адресам, оставленным панелистами. Отклик на наши приглашения достаточно высок — иногда достигает 20-25%. Этот параметр во многом определяется продолжительностью анкеты, привлекательностью дизайна, актуальностью темы и т. д. К сожалению, иностранные опросы иногда грешат неаккуратностью оформления, плохим русским языком, чрезмерной длиной. Зарубежные заказчики порой плохо представляют специфику российского рынка, пытаясь сделать анкету универсальной для многих стран. При этом с нашей стороны приходится вступать в длительные переговоры, отстаивая более правильные, на наш взгляд, формулировки вопросов.

МАСМИ позиционирует себя как маркетинговое агентство полного цикла. Поэтому выполнение описанных выше «полевых» проектов не может полностью удовлетворить нашим амбициям. В распоряжении отдела интернет-исследований МАСМИ имеется инструментарий, позволяющий разрабатывать электронную анкету, располагать ее в Сети, рассылать необходимое количество приглашающих писем, обеспечивать поступление респондентов и видеть в реальном времени процесс заполнения анкет. После завершения сбора данных имеется возможность провести обработку результатов и из-

готовить отчет. В последнее время эти возможности оказываются все более востребованными. С ростом интереса к онлайн исследованиям на Западе увеличивается поток заказов и от отечественных компаний. В сознании клиентов укрепляется уверенность в том, что время для онлайн проектов уже настало и нельзя не использовать те явные преимущества, которые они могут предоставить.

При выборе методики проведения опросов клиент задается двумя основными вопросами, ставящими под сомнение возможности онлайн методов:

- о репрезентативности,
- о верификации.

То есть насколько данные, полученные при онлайн опросе, описывают реальную картину и как удостовериться, что онлайн респонденты действительно соответствуют тем сведениям, которые они о себе заявляют.

Все клиенты, хоть сколько-нибудь знающие о реп & рарет опросах, прекрасно осведомлены об их недостатках: таких как субъективное влияние интервьюеров, их «неодинаковость» и многое другое, не говоря уже о случаях прямой подтасовки фактов. Но со всем этим принято мириться, так как бытует мнение, что этот метод работает, то есть дает коррелируемый с действительностью результат. Хотя нельзя не отметить ряд неоспоримых преимуществ, которые дает онлайн метод. Во-первых, анонимность. Респонденту значительно проще откровенно отвечать компьютеру. Взять, к примеру, такие интимные вопросы, как вопросы о заболеваниях или о доходе. Совершенно понятно, что «бездушной машине» проще поверить данные о себе, чем в очной беседе с интервьюером. Кроме того, всегда можно сослаться на зарубежный опыт: если у них делают онлайн, то, наверное, и у нас рано или поздно надо начинать. Не говоря уже о том, что онлайн значительно дешевле, быстрее в осуществлении, легче при обработке данных (так как правильно составленная электронная анкета содержит массу контролирующих элементов, не позволяющих респонденту вводить противоречивую информацию, что довольно типично при традиционном опросе).

Говоря о репрезентативности, следует отметить, что доля пользователей Интернета в России не так уж мала. По измерениям разных

агентств (в частности, МАСМИ) она колеблется от 15 до 20%. Это десятки миллионов человек, причем наиболее интересных для адресной рекламы, для предложения покупки и т. д.

Выше говорилось, что «интернетчики» — аудитория более обеспеченная, более молодая, более «городская», более «мужская». Но это скорее плюс, чем минус. Более того, если говорить о Москве, то проникновение Интернета, по данным многих источников, выросло до 35%. По сведениям, почерпнутым из разных проектов, выполненных за последнее время в МАСМИ, существует тесная связь между потребителями бытовой техники, мобильной связи, автомобилями, курильщиками «премиумных» сигарет, любителями пива и пользователями Интернета. Иными словами, потребитель перечисленных товаров и услуг, как правило, является пользователем Интернета, и наоборот. Где же как не в Интернете такие группы населения опрашивать?!

Далее. Интернет-сообщество включает в себя более молодую часть населения. Пожилых женщин и мужчин в России (дай им бог здоровья) много, а в Интернете практически нет. Но потребляют товары и услуги в основном не они, а как раз молодежь. Здесь надо определить, что, собственно, мы хотим выявить с помощью опроса. Например, если мы хотим узнать, сколько пива потребляется в России, то, конечно, мы должны опрашивать репрезентативно, то есть делать выборку пропорционально тому, как тот или иной пол, возраст и проч. распространены в стране. Но если нас интересуют потребительские качества этого напитка, сведения о его вкусе, запахе, о том, что привлекает или отталкивает в том или ином сорте пива, то очевидно, что опрашивать следует тех, кто пьет этот замечательный продукт.

Все здесь сказанное не отрицает того факта, что, если клиентом заданы определенные квоты на выборку, мы, обладая нашей 250-тысячной панелью, можем нарекрутировать респондентов с требуемыми демографическими параметрами.

Теперь несколько слов о верификации и фальсификации данных.

Во-первых, как и в любом другом деле следует рассматривать вопросы мотивации. Есть ли смысл респонденту что-то скрывать или давать неправильные данные? При создании панели, а также в процессе работы с ней мы проводим так называемую мягкую верифика-

цию. Сначала из панели исключаются респонденты, давшие противоречивые ответы. Например, респондент указывает, что его возраст — 16 лет и при этом он имеет высшее образование или является кандидатом наук. Возможно, это даже не обман, а ошибка при вводе. Чтобы не раздумывать на этот счет, такой человек исключается из панели. Во-вторых, в последующих исследованиях анкеты могут содержать повторяющиеся вопросы, например, о возрасте, образовании и др. Мы проверяем ответы одного и того же респондента в разных проектах и убеждаемся, что процент лукавящих (отвечающих по-разному на один и тот же вопрос) невелик: как правило, 1-1,5%. Такие респонденты также удаляются. Кроме того, в МАСМИ проводились проекты, где каждый ответивший получал какой-нибудь сувенир и должен был лично за ним прийти. Здесь тоже можно было убедиться в идентичности данных (паспортных и анкетных). Как правило, в проектах МАСМИ вознаграждением являются сувениры, не представляющие большой ценности. Это делается, в частности, для того, чтобы не провоцировать респондента к многократному заполнению анкеты. Мы стараемся сделать анкету интересной для заполнения, снабжаем ее специально выверенным текстом, пытаемся выдерживать интонации пригласительного письма в уважительном стиле. Объясняем респонденту, что он является центральной фигурой проекта, что его ответы влияют на дальнейший ход событий в разных областях. Некоторые респонденты, приходившие за призом, говорили, что они заполняли анкету во многом не из-за приза, а из интереса. Кроме того, каждый респондент для ответа на анкету получает уникальную ссылку, так что заполнившие два и более раз могут быть найдены, а их ответы будут удалены на стадии обработки данных.

В отличие от оффлайн опросов, где полевое агентство рекрутирует точное количество респондентов и каждая ошибка интервьюера или вводчика анкеты влечет за собой неприятную ситуацию, когда приходится взвешивать данные и округлять результаты, при онлайн методе всегда можно сделать некоторый перебор анкет и использовать лишние, чтобы восполнить те анкеты, которые приходится удалять как содержащие противоречивую информацию.

Для отечественных клиентов в течение двух последних лет в МАСМИ было осуществлено значительное количество онлайн проектов с ис-

пользованием панели. Здесь интернет-отделом были выполнены все виды работ — от создания анкеты до написания отчетов. Исследование эффективности сайтов, подбор подходящего имени товара, оценка имиджа упаковки и многое другое — вот темы выполненных проектов. Онлайн панель МАСМИ работает с достаточно плотной нагрузкой.

Вывод из вышеизложенного очевиден. Онлайн опросы с использованием панелей, безусловно, имеют право на существование. Мало того, в силу их неоспоримых преимуществ в скором будущем они заставят потесниться другие методы маркетинговых исследований.

Стандарты создания и поддержания онлайн панелей

Шапкин А.В.
(*Global Market Insite, Inc., Москва*)

Одним из главных ресурсов развития любого бизнеса является информация о состоянии и тенденциях рынка. Стремительный рост аудитории Интернета, произошедший в развитых странах мира, где доля пользователей Сети достигает 80%, привел к изменению существующих представлений о теории, методах и практике маркетинговых исследований. По данным Inside Research и Cambiar, в 2005 году доля онлайн исследований составила около 30%, а объем рынка превысил 4 миллиарда долларов. По оценкам американских экспертов, в ближайшие годы до 50% всех маркетинговых исследований в мире будет проводиться в режиме онлайн. Интернет является удобной средой для оптимизации различных этапов маркетингового исследования: аккумуляции данных, собранных различными методами, их обработки, анализа и представления отчетов, так как он обеспечивает доступ к информации всем заинтересованным лицам и обмен ею в любое время и независимо от их географического расположения. Только в режиме онлайн можно объединить респондентов, исследователей и потребителей информации.

Участниками онлайн исследований могут быть как посетители веб-сайтов компаний, так и клиенты или сотрудники компаний (при наличии баз данных с адресами электронной почты), но, как показывает мировой опыт, чаще всего онлайн исследования проводятся с использованием так называемых онлайн панелей. Онлайн панели представляют собой сообщества потребителей, давших

согласие на регулярное участие в маркетинговых исследованиях. Каждый участник сознательно регистрируется в панели на специальном интернет-портале, предоставляя о себе различные социально-демографические данные и потребительские характеристики, а также получает компенсацию за участие в виде денежного вознаграждения или призов.

Назначение онлайн исследований может быть самым различным:

- оценка удовлетворенности клиентов (продуктами, услугами или веб-сайтом компании);
- тестирование концепций/идей;
- тестирование рекламы, в том числе в сети Интернет;
- оценка эффективности рекламных кампаний;
- узнаваемость рекламы в СМИ и мониторинг слоганов;
- оценка упаковки и товарного знака;
- изучение имиджа и позиционирования бренда;
- изучение узнаваемости бренда;
- оценка позиции бренда на рынке;
- исследование покупательских привычек и отношения к продукту (U&A);
- исследование покупательских намерений;
- тестирование ценовой политики («эластичности» цены и т. п.).

По данным экспертного опроса, проведенного аналитическим агентством Cambiaг среди представителей индустрии маркетинговых исследований, наиболее популярными видами исследований, проводимых онлайн, являются U&A, исследования брендов, а также замеры удовлетворенности потребителей и работников компаний. В ближайшем будущем преимущественно онлайн будут проводиться самые разнообразные тесты (концепций, упаковки, рекламы и т. п.), а также исследования методом conjoint-анализа.

Решая задачи, схожие с задачами традиционных оффлайн исследований, онлайн исследования имеют ряд преимуществ. К ним, например, относятся: сокращение времени проведения и стоимости работ, возможность быстрого предоставления результатов и изучение труднодоступных категорий населения.

Вместе с тем многие российские и некоторые западные специалисты продолжают неоднозначно относиться к онлайн исследовани-

ям. В данной презентации мы попытаемся рассмотреть плюсы и минусы использования онлайн панелей для проведения маркетинговых исследований.

Из-за сравнительно низкого уровня интернет-проникновения (около 20%, по данным ФОМ) в России пока нельзя проводить национальные репрезентативные онлайн исследования. Интернет-панель охватывает преимущественно молодые (18-45 лет), образованные и высокодоходные городские слои населения. Вместе с тем данные группы наиболее интересны производителям товаров и услуг, так как их представители являются активными потребителями. Учитывая перечисленные особенности, более 90% всех исследований, проводимых с помощью онлайн панелей, основано на квотных выборках целевых аудиторий компаний-заказчиков. При принятии решения о выборе онлайн методики учитывается интернет-проникновение в целевой аудитории: считается, что респондентов можно опрашивать онлайн, если проникновение Интернета среди них составляет более 50%. Кроме того, посредством онлайн панелей можно проводить репрезентативные опросы интернет-пользователей, так как панели обычно рекрутируются через популярные интернет-порталы. Онлайн хорошо подходит для экспериментальных исследований и тестов, для которых важна не репрезентативность как таковая, а оценка чего-либо (идеи, концепции товара, рекламного имиджа и т. п.) целевой аудиторией. На Западе пользуются популярностью качественные онлайн исследования (фокус-группы и форумы), а также смешанные оффлайн/онлайн исследования, когда часть респондентов отбирается из панелей, а часть — методом квартирного или телефонного опроса (оффлайн методами, как правило, набираются те группы населения, среди которых онлайн проникновение распространено существенно хуже, например пенсионеры). Онлайн опросы являются хорошей альтернативой оффлайн исследованиям, когда требуется опросить сложную или необычную группу потребителей. При использовании онлайн панели значительному количеству людей рассылаются приглашения к опросу, а затем с помощью скрининговых анкет производится отбор целевой группы. В результате данные могут быть собраны за 2-3 дня. Однако встречаются группы

потребителей с крайне низкой достижимостью (например, владельцы дорогих автомобилей), для поиска которых нередко объединяются усилия нескольких панельных провайдеров.

Существует мнение, что потребители склонны к преувеличению или искажению информации, передаваемой в сеть Интернет. Поэтому при создании онлайн панелей предусматриваются дополнительные способы проверки предоставляемых человеком данных. В международной профессиональной ассоциации исследовательских компаний ESOMAR есть стандарты, которые касаются качества данных и проверки информации при проведении онлайн опросов. Эти стандарты, в частности, касаются рекрутирования участников, верификации данных участников, проверки достоверности информации, стимулирования респондентов и обеспечения функционирования панелей.

Рекрутирование участников панелей

Чем больше объем панели и подробнее информация о каждом из участников, тем точнее можно выбирать и изучать целевую аудиторию потребителей различных товаров и услуг. Иными словами, панель должна быть массовой, поэтому для ее рекрутирования не слишком хорошо подходят оффлайн методы. Как правило, до 80% респондентов панели рекрутируется через интернет-порталы с широкой аудиторией (почтовые службы, поисковики), остальное добирается за счет PR и телефонного рекрутинга представителей сложных групп. При этом важно задействовать несколько источников, чтобы у каждого интернет-пользователя были примерно равные шансы увидеть приглашение о присоединении к панели. Еще одним важным стандартом является «честный рекрутинг», когда на панельном портале на родном языке респондента четко сообщается, что он регистрируется для участия в опросах за вознаграждение. После регистрации человек должен подтвердить свое участие в панели, кликнув на ссылку подтверждения, которая приходит ему по электронной почте. Это гарантирует самостоятельную и осознанную регистрацию участников. После регистрации респонденту предлагается заполнить дополнительные профильные анкеты, включающие информацию

о домохозяйстве, характере занятости, пользовании финансовыми, страховыми и медицинскими услугами, наличии транспортных средств и техники, здоровье, путешествиях и т. п. Максимально подробная информация о панелистах в дальнейшем позволяет более четко сегментировать панель и приглашать участников только на те опросы, критериям которых они соответствуют.

Верификация данных участников

Существует убеждение, что люди, регистрируясь в панели, выдают себя за других, сообщая неверную социально-демографическую информацию. Один из способов проверить правильность такой информации — это правильная организация платежей панелистам. Так, например, если платить людям за участие в опросах начислением денег на счет мобильного телефона или подарочными сертификатами интернет-магазинов, то нельзя будет избежать множественных регистраций. Альтернативой являются платежи банковскими чеками или почтовыми переводами, при получении которых панелист должен предъявить паспорт. Это гарантирует, что человек регистрируется в панели только один раз и предоставит верную информацию о своем почтовом адресе (что потом будет необходимо для точного географического таргетинга по почтовым индексам). При предъявлении паспорта также проверяется пол и примерный возраст респондента. Помимо описанного способа используется также выборочная телефонная верификация базовой информации о панелистах, а также сквозной контроль на множественное членство внутри панелей одного провайдера (это позволяет соблюсти требование ESOMAR о том, что каждый панелист не может участвовать в исследованиях чаще чем 4 раза в месяц).

Проверка достоверности информации

Достоверность информации, предоставляемой панелистами, проверяется, как правило, программными методами, хотя использование традиционного метода повторного опроса также возможно. Стандартный набор инструментов проверки достоверности включает:

- программную проверку множественных учетных записей (одинаковые адреса, телефоны, e-mail адреса, пароли и т. п.);
- уникальные ссылки на анкету либо блокирование повторного заполнения анкеты с одного IP-адреса;
- замер времени, необходимого для ответа на каждый вопрос;
- анализ ответов на открытые вопросы;
- динамическое сравнение ответов на вопросы анкеты с профилем панелиста;
- черный список и динамический отсев анкет с сомнительной достоверностью. Первым публичным черным списком недобросовестных панелистов стал проект PureSample.com компании GMI;
- повторный опрос участников исследования (контроль);
- выбраковка анкет, содержащих большое число ответов «Не знаю/Затрудняюсь ответить»;
- выбраковка анкет со стереотипными ответами (например, одна колонка или зигзаги в табличных вопросах);
- вопросы на логическое соответствие для фильтрации анкет, заполненных вслепую;
- вопрос-задание для проверки внимательности (например, в табличном вопросе среди высказываний добавляется задание: «Отметьте ответ «Полностью согласен»»);
- фильтрация «плоских» анкет со стереотипными ответами на вопросы (например, респондент отвечает «Полностью согласен» на большее число высказываний).

Стимулирование респондентов

В мировой практике используются самые различные методы стимулирования людей к участию в опросах: от прямых платежей до предоставления интересного контента. Чаще всего компании используют смешанную методику. Так, например, на панельных порталах компании GMI существует система очков (сетевая валюта, конвертируемая в наличные), подразумевающая оплату за каждый ответ на вопрос (в том числе скрининговый). Участник панели может следить за начислениями очков и обналичивать их при на-

коплении определенной суммы. Дополнительно среди панелистов проводятся розыгрыши призов и лотереи, а также начисляются бонусные очки за заполнение профильных анкет. Участники также могут отправить заработанные средства на благотворительные цели, предоставив реквизиты организации, которой они хотели бы помочь. Большое значение имеют также и нематериальные стимулы: доступ к выборочным результатам исследований, информационные письма и т. д.

Обеспечение функционирования панели

Как показывает опыт многих компаний, панель гораздо сложнее сохранить, чем создать. Есть примеры, когда удачный рекрутинг заканчивался полным исчезновением панели, поскольку компания-владелец не могла обеспечить необходимый объем исследований и организовать систему стимулирования респондентов. В оценке жизнеспособности панели используется целый ряд показателей, таких как «загруженность» панелистов (соотношение числа панелистов и объема проводимых исследований), уровень откликов (Response Rate), индекс «старения» или «осыпания» панели (Retention Rate) и т. п. Помимо ведения статистики важно также отслеживать смену адресов электронной почты и обновление профилей панелистов. Серьезной проблемой для функционирования панелей являются спам-фильтры, которые нередко блокируют прохождение электронных приглашений к исследованиям. Как правило, над решением этой задачи работает отдельная группа специалистов. Исключительно важным аспектом работоспособности панели является коммуникация с ее участниками. Так, крупные панельные провайдеры имеют круглосуточные службы поддержки панелистов на различных языках. Панели необходимо периодически чистить: удалять неактивных участников и рекрутировать новых.

Таким образом, онлайн исследования с использованием панелей — это ключевой тренд развития индустрии последних лет. Вместе с тем к панелям должны предъявляться самые высокие требо-

вания, что позволит обеспечить надежность информации, получаемой таким способом. Создание и администрирование таких панелей — это сложная и кропотливая работа, поэтому рынок разделил исследовательские компании полного цикла и панельных провайдеров. Создание собственной панели требует значительных финансовых и трудовых затрат, поэтому компании, как правило, покупают выборки респондентов для проведения онлайн опроса на стороне. Онлайн исследования уже прошли процесс становления на Западе: существуют устоявшиеся формы их проведения, а также нормы, правила и стандарты. Доля онлайн исследований в России пока незначительна, но нет сомнений, что она будет расти.

Раздел 2

Влияние интернет- сообщества на распространение девиантных форм поведения в современной России. Социологический анализ

Предисловие

Приобщение к употреблению наркотиков каждого нового поколения происходит в новых социальных и экономических условиях, что также находит свое отражение в действиях интернет-сообществ. Предпосылки формирования сообществ связаны с процессами урбанизации, глобализации всех социальных процессов, а также с внутренними социально-психологическими мотивами и социальными потребностями современного человека. Интернет выступает мощным фактором распространения одурманивающих веществ. Это влияние распространяется в двух противоположных направлениях: как сдерживающем, так и стимулирующем девиантное поведение.

Наркокультура стала воспроизводиться в собственных рамках: вовлечение в наркопотребление представителей социально благополучных слоев населения, формирование феномена «наркоманического сознания», когда жизненный успех, духовное совершенство, секс рассматриваются неотрывно от наркотического кайфа и жизни в виртуальном пространстве. В этой связи следует согласиться с тем, что сеть Интернет — это «киберпространство», «социальная виртуальная реальность», «новая среда обитания», «информационный слепок человеческого бытия», «новое жизненное пространство», «вторая реальность», «субъективная реальность».

В настоящее время общество недооценивает опасность, связанную с распространением информации через Интернет, которая позволяет индивидам с негативной направленностью личности относи-

тельно легко группироваться, приобщая к ценностям своего сообщества и вовлекая в него все новых членов. Прозелитизм потребителей наркотиков хорошо известен.

В статьях, посвященных изучению роли интернет-сообществ в распространении наркотизма, Интернет рассматривается и как объект изучения, и как инструмент социологического исследования. Сетевые сообщества являются зафиксированным социальным фактом, требующим осмысления и эмпирического изучения. Проблема социологического анализа девиантных сообществ в Интернете имеет ярко выраженную практическую значимость, т. к. увеличение количества пользователей Интернета формирует увеличение количества сетевых сообществ, в том числе и сообществ девиантной направленности.

Маргарита Позднякова,
к.ф.н.

Игровая зависимость: альтернатива наркотической?

Гилинский Я.И.
(Социологический институт,
Санкт-Петербург)

Издавна известен такой вид девиантности, как *страсть к азартным играм (gambling)*, *зависимость* от них (по Curtis Barrett и Eric Drogin, «патологическая зависимость без субстанции»). Этот недуг был значительно распространен еще в царской России. Особенно страдали им офицеры, скрашивая свою жизнь в столичных и провинциальных гарнизонах игрой на деньги. Нередко это заканчивалось трагедиями: от проигрыша всего состояния и самоубийства до растраты казенных денег и, соответственно, тюрьмы или опять-таки самоубийства. Не брезговало игрой на деньги и российское дворянство. Неудержимая страсть к игре нашла художественное отражение в отечественной литературе. Достаточно вспомнить «Пиковую даму» А.С. Пушкина и «Игрока» Ф.М. Достоевского (впрочем, как и биографию самого писателя).

Для понимания этого феномена в те давние времена процитируем несколько писем Ф.М. Достоевского к жене — Анне Григорьевне Достоевской. «Аня, милая, друг мой, жена моя, прости меня, не называй меня подлецом! Я сделал преступление, я все проиграл, что ты мне прислала, все, все до последнего крейцера, вчера же получил и вчера проиграл! Аня, как я буду теперь глядеть на тебя, что скажешь ты про меня теперь! Одно, и *только одно* ужасает меня: что ты скажешь, что подумаешь обо мне?.. О, друг мой, не вини меня окончательно! Мне игра ненавистна, не только теперь, но и вчера, третьего дня, я проклинал ее; получив вчера деньги и разменяв билет (банковскую купюру. — Я.Г.), я пошел с мыслью хоть что-ни-

будь отыграть, хоть капельку увеличить наши средства. Я так верил в небольшой выигрыш. Сначала проиграл немного, но как стал проигрывать — захотелось отыгратися, а как проиграл еще более, тогда уж поневоле продолжал играть, чтобы воротить по крайней мере деньги, нужные на отъезд, и — проиграл все...» (24 мая 1867 г., Гамбург)¹. Думается, в этом письме великого писателя хорошо показана психология игрока. «Ах, голубчик, не надо меня и пускать к рулетке! Как только проснулся — сердце замирает, руки-ноги дрожат и холодеют. Приехал я сюда без четверти четыре и узнал, что рулетка до 5 часов... Стало быть час оставался. Я побежал. С первых ставок спустил 50 франков, потом вдруг поднялся, не знаю насколько, не считал; затем пошел страшный проигрыш; почти до последков. И вдруг на самые последние деньги *отыграл* все мои 125 франков и, кроме того, в выигрыше 110... Даю тебе честное и великое слово, что вечером, с 8 часов до 11 буду играть... благодарнейшим образом, клянусь тебе...» (17 ноября 1867 г., Saxon les Bains)². «Аня, милая, бесценная моя, я все проиграл, все, все!. Никогда, никогда я не буду больше играть... Я заложил и кольцо, и зимнее пальто и все проиграл... И потому умоляю тебя, Аня, мой ангел-спаситель: пришли мне, чтоб расплатиться в отеле, 50 франков...» (18 ноября 1867 г., Saxon les Bains)³. «Ангел Аня... Я пошел играть в 8 часов — и все проиграл!... Друг мой! Пусть это будет моим последним и окончательным уроком, да, урок ужасен!...» (4 апреля 1868 г., Bains-Saxon)⁴. Увы, это был далеко не последний проигрыш и не последний урок.

За годы советской власти (с 1917 г. до конца 80-х гг.) все легальные виды азартных игр (казино, игральные автоматы и др.) были запрещены. Однако у людей сохраняется интерес к ним, и игорный бизнес уходит в глубокое подполье. На частных квартирах в курортных городах (особенно в г. Сочи на побережье Черного моря) собираются нелегальные компании для игры на деньги в карты (прежде всего преферанс и «21», или «очко»). В результате проигрывались и выигрыва-

¹ Ф.М. Достоевский, А.Г. Достоевская. Переписка. М., 1979. С. 21.

² Там же. С. 26.

³ Там же. С. 25-26.

⁴ Там же. С. 31.

лись огромные для советского времени деньги. Наряду с «честными» азартными игроками активно действовали картежные мошенники — шулера. Они считались криминальной элитой.

С развитием игорного бизнеса, дополненного в наши дни компьютерными играми, «игорная аддикция» приобретает все более широкие масштабы, а потому становится все более проблемной и требующей специальных исследований.

Существуют *объективные* факторы расширения масштабов игорного бизнеса и вовлечения в него все большего числа потребителей (игроков, *gamblers*) в современной России.

Во-первых, в стране с развитием рыночных отношений и предпринимательства появился значительный круг богатых людей, имеющих возможность играть и проигрывать крупные суммы денег. Причем это люди, ранее не имевшие значительных капиталов. Отсюда — странное для западного капитализма поведение новых русских: непомерные траты и рисковое поведение, включая гемблинг. Во-вторых, одновременно сохраняется бедное большинство населения, «исключенных», не имеющих шансов на легальное повышение статуса и доходов. Среди этого большинства — множество молодых людей, безработных. Для некоторых из них выигрыш в игровых автоматах — единственная надежда разбогатеть. Иллюзорность такой надежды редко осознается молодыми (и не очень) людьми. В-третьих, игорный бизнес — выгодный источник легального, полуполегалного и нелегального обогащения для владельцев игорных заведений. Эти заведения (казино и др.) — хорошее поле для мошенничества, «отмывания денег». Вот как описывает некоторые возможности игорных заведений один из представителей российского криминалитета в интервью сотруднику исследовательского Центра девиантологии социологического института Российской академии наук (РАН) Я. Костюковскому:

«Интервьюер: Как в отношении азартных игр?

Респондент: Если ты спрашиваешь о казино... Это дело подходящее. Я могу пригласить в казино интересного для меня человека, и он будет выигрывать. Он сможет выиграть столько, сколько я захочу. Это ситуация простая и прекрасная: нет взятки, нет коррупции. Человек доволен, нет проблем.... Через казино можно реализо-

вать огромные деньги без контроля. Иногда бывают полицейские налеты. Обнаружить нарушения в казино всегда можно. Но кто будет проверять, когда вице-губернатор сидит? В общем, белые начинают и выигрывают...».

А вот отрывок из интервью полицейского офицера Управления по борьбе с организованной преступностью (УБОП) с руководителем упомянутого Центра девиантологии Я. Гилинским:

«Респондент (Р): *Сегодня организованной преступности нет: ее сменили менты¹. Кто «крышует»² ларьки, рынки, «точки»³? Менты. Посмотрите: вот ларек. К нему время от времени будет подходить мент и получать деньги. А вот в том доме напротив на 4-м этаже — «точка». Она под контролем X-го отдела милиции. Сегодня все мелкие торговые предприятия, мелкий и средний бизнес под ментовской «крышей».*

Интервьюер (И): А как обстоят дела с секс-бизнесом?

Р: *Это тоже под ментами.*

И: А игорный бизнес?

Р: *Это ФСБ. Игорный бизнес ментам не по зубам. Там такие деньги! Это ФСБ «крышует».*

Социально-экономическая предпосылка расширения гемблинга — важная проблема, на которой остановимся подробнее. Большинство проявлений девиантности в современной России есть закономерный, необходимый и неизбежный результат непомерного разрыва уровня и образа жизни сверхбогатого меньшинства («включенных», *included*) и нищего и полуннищего большинства населения («исключенных», *excluded*)⁴. Этот разрыв, экономически отражаемый децильным коэффициентом и индексом Джини, все возраста-

¹ «Мент», «менты» — сленговое наименование сотрудников милиции (типа английских «бобби» или французских «ажанов») с пренебрежительным, презрительным оттенком.

² «Крышевать» (от «крыша») — криминальное «покровительство», рэкет.

³ «Точка» — сленговое наименование места сбыта наркотиков. Обычно хорошо всем известная квартира в жилом доме.

⁴ Подробнее см.: Гилинский Я.И. «Исключенность» как глобальная проблема и социальная база преступности, наркотизма, терроризма и иных девиаций // Труды Санкт-Петербургского юридического института Генеральной прокуратуры РФ, 2004. № 6, с. 69-77.

ет, сопровождаясь ростом убийств, самоубийств, алкоголизма и других девиаций.¹

Так, официальный фондовый (децильный) коэффициент² в 1990 г. составлял 1:4,5, а к 1994-1999 гг. вырос до 1:15 (по данным экспертов, 1:25, в Москве — 1:60). Такой разрыв уровня доходов богатых и бедных — гарантия нестабильности, конфликтности общества. Самое страшное — фактическая невозможность «исключенных» включиться в экономическую, политическую, социальную, культурную жизнь. «За годы реформ уже сотни тысяч жителей бывшего СССР стали «отходами» трансформационного процесса, еще многие тысячи беженцев оказались в России без всяких перспектив найти работу, жилье и обрести достойный образ жизни. Для многих Россия стала транзитным пунктом на пути в никуда»³. По мнению профессора Ф. Бородинкина, «свыше 50% населения России — «исключенные»⁴, то есть люди, вынужденные существовать на обочине жизни, не будучи включены в активные трудовые, социальные, политические, культурные процессы. А вот данные Всемирного банка, основанные на официальной российской статистике: доля населения за национальной чертой бедности в России — 30,9%, а за международной чертой бедности (с доходом менее \$2 в день) — 23,8%⁵. Индекс Джини, показывающий степень неравенства в распределении доходов населения, к началу текущего столетия был в России 0,456, тогда как в Австрии — 0,309, в Германии — 0,283, в Бельгии — 0,250, в Японии — 0,249. Близкие же к российскому были показатели в Боливии (0,447), Иране (0,430), Камеруне (0,446), Уругвае (0,446)... Неудивительно, что за десятилетие 1990-1999 гг., исследованное С. Ольковым в вышеназванной статье, в год с максимальным индексом Джини (1994 г. — 0,409)

¹ См., например: Ольков С.Г. О пользе и вреде неравенства (криминологическое исследование) // Государство и право, 2004, № 8, с. 73-78; Скифский И.С. Объяснение и прогнозирование насильственной преступности в Российской Федерации. Автореферат дисс. ...канд. юрид. наук. Красноярск, 2006.

² Децильный коэффициент показывает, во сколько раз доходы 10% самых богатых превышают доходы 10% самых бедных жителей страны.

³ Яницкий О.Н. Модерн и его отходы // Социологический журнал, 2004, № 1/2, с. 205.

⁴ Бородинкин Ф. Социальные эксклюзии // Социологический журнал. 2000. № 3/4, с. 5-17.

⁵ Доклад о мировом развитии 2005. Как сделать инвестиционный климат благоприятным для всех. М., 2005. С. 261.

в России было зарегистрировано наибольшее количество убийств — 32,3 тысячи, а в год с минимальным индексом Джини (1990 г. — 0,218) наименьшее их количество — 15,6 тысячи. Аналогичная зависимость установлена за 25 лет (1980–2004 гг.) в вышеназванной диссертации И. Скифского.

Большинство «исключенных» — подростки и молодежь — без образования, без профессии, без работы, без легальных доходов, но окруженные «гламуром», иномарками, ресторанами, бутиками... Совершенно очевидно, что *безнадежность существования большинства россиян* не может не вызывать соответствующую реакцию.

Распространение игорного бизнеса в современной России влечет ряд негативных последствий:

- игорные заведения служат удобным объектом криминального бизнеса, мошенничества, «отмывания денег»;
- вовлечение в занятие азартными играми все большего числа людей приводят к их аддикции, разорению, кражам ради денег на игру, самоубийствам, семейным конфликтам и разводам.

Однако это пока недостаточно осознается обществом и государством. Меры по сокращению гемблинга сводятся к попыткам вывести игорные заведения (казино, залы игровых автоматов) за пределы метрополий — Москвы и Санкт-Петербурга — или их центра. Но и эти явно недостаточные меры практически не реализуются, иногда сводятся лишь к замене вывески (вместо «казино» или «зал игровых автоматов» — «зал отдыха и развлечений»).

Отсутствуют объективные публикуемые данные о количестве игровых заведений, их денежном обороте, количестве клиентов и др. Необходимые научные исследования практически не проводятся. Разработанное сотрудником Центра девиантологии профессором И. Гурвичем «Техническое задание на проведение комплекса исследовательско-аналитических и внедренческих работ по теме «Игорный бизнес Санкт-Петербурга» остается невостребованным.

Обратимся к одной из сторон игорного бизнеса. Из интервью Я. Гилинского с В., одним из руководителей Управления налоговой службы по Санкт-Петербургу (октябрь 2006 г.):

Респондент: *Игорный бизнес очень трудно контролировать. Это один из самых неконтролируемых видов предпринимательства.*

После длительных попыток определить доходы игровых предприятий перешли к системе т. н. «вмененного налога», когда определенная (достаточно большая) сумма налога взимается с предприятия независимо от подсчета реального дохода.

Следует заметить, что за последние годы (по сравнению с 90-ми годами) относительно меньше граждан «западают» в казино и, соответственно, прибыли последних не столь велики, какими были.

Конечно, деятельность казино сильно криминализована. В-первых, в Санкт-Петербурге существуют две основные группы казино. Хозяин одной из них отбывает наказание по приговору суда (уголовное дело не было непосредственно связано с игровым бизнесом). О руководителе второй группы тоже разное говорят... Во-вторых, через казино могут «отмываться» деньги. В-третьих, нередки случаи мошенничества со стороны персонала или технических служащих.

В настоящее время в стране развернута большая кампания против игорного бизнеса. По предложению Президента РФ В. Путина должны быть выведены все игорные заведения из всех городов и регионов с созданием четырех зон на всю Россию, где и будет сосредоточен игорный бизнес (очевидно, по примеру Лас-Вегаса). Такие зоны ориентировочно предполагается разместить следующим образом: две — в Европейской части России и две — в Сибири и на Дальнем Востоке.

С учетом российских расстояний и российских дорог (точнее, их отсутствием или же негодным состоянием) реализация этого проекта вызывает существенные сомнения. Если же проект будет реализован (во всяком случае, в части полного запрета игорного бизнеса в городах России, включая мегаполисы — Москву и Санкт-Петербург), то легко предсказуемыми последствиями может стать широкое распространение нелегального, подпольного бизнеса, полностью подконтрольного криминальным структурам. Места для нелегальных азартных игр, как уже упоминалось, существовали в советской России. Но тогда в это была вовлечена относительно небольшая доля населения (если не считать массового распространения азартных игр в «зонах» — местах лишения свободы). В годы широчайшего легального распространения казино и игровых авто-

матов в современной России огромные массы населения оказались причастными к игре (богатые — в казино, бедные — в залах игровых автоматов). Сегодня лишение масс населения привычных занятий, отлучение от игры не может не породить уход в подполье при запрете легальной деятельности игрового бизнеса.

Более подробно состояние и проблемы игорного бизнеса и его клиентов были изложены в интервью автора этих строк с Н. — одним из руководителей группы казино в Санкт-Петербурге (октябрь 2006 г.).

Респондент: *Первое легальное казино («Три семерки») было открыто в СПб в 1992 или 1993 году. В те же годы начали работать и игровые автоматы. Постепенно игорный бизнес набирал обороты. В стране крутились огромные нелегальные и полулегальные деньги, «братва» (представители криминалитета, организованных преступных группировок — Я.Г.), коррумпированные и криминализованные чиновники бездумно проигрывали безумные деньги. Вакханалия длилась до 1998 г., когда дефолт одних лишил денег, других образумил. После 1998 г. игорный бизнес постепенно восстановился, но до уровня середины-конца 90-х годов так и не дошел.*

*«Братков» мы практически давно не видим. Сейчас стало модным для менеджеров средней руки посещение казино и игра в ограниченных размерах (порядка \$200-300), это для них и место общения. Не ходят к нам представители низших экономических слоев, включая пенсионеров, они — постоянные клиенты игровых автоматов, начиная от «столбиков» (одиночных автоматов в общественных местах, типичных «лохотронов»¹) до современных залов игровых автоматов. Если в центре города и казино, и залы игровых автоматов обслуживают богатых или же иных «добропорядочных» граждан — учащихся, пенсионеров, то в спальных районах клиентами залов игровых автоматов (например, системы *Сразу Cash*) могут быть и пьяницы, и рабочие рынков, в т. ч. иммигранты — легальные и нелегальные...*

¹ Лохотрон — система обмана (мошенничества). От жаргонного слова «лох», «лохи» — граждане, которых мошенники обманывают. Это могут быть уличные игроки («наперсточники» и др.), могут быть регулируемые игровые автоматы.

Вывос всех казино и игорных автоматов в четыре зоны абсолютно нереален. Ни у кого нет денег на развитие таких зон со всей инфраструктурой (дороги, гостиницы, рестораны, аэропорты и т. п.). Да и вряд ли помчатся туда нынешние клиенты казино и иных игорных заведений. Скорее, вновь уйдут в подполье. Ведь немногочисленные «катраны» (подпольные, нелегальные игорные квартиры — Я.Г.) и сейчас еще существуют. Все кончится тем, что кого-то ликвидируют, кто-то останется...

Кроме того, игорная зависимость все же заменима (в отличие от алкогольной и наркотической). Не будет казино — займутся компьютерными играми или сопьются...

И сейчас-то игорный бизнес в Питере на грани рентабельности. Вмененный налог большой, конкуренция большая, боремся за каждого клиента. Я не говорю о Москве. Там колоссальные деньги крутятся, даже я, зная кое-что о Москве, не могу себе представить масштаб происходящего там...

Что касается криминала... Теоретически отмывание денег через казино возможно; очевидно, это происходило в 90-е годы, может быть, и сейчас в Москве. Но вообще-то при сегодняшней прозрачности всех финансовых операций и существующем контроле это маловероятно. Мошенничество сотрудников — крупье — возможно только в сговоре с клиентом. Вообще-то крупье годами видят немислимые деньги, и хотя они неплохо зарабатывают у нас, соблазн, конечно, огромный. Несколько лет назад был такой случай. Молодая девушка-крупье (20 лет) в сговоре с клиентом присвоила около 2 млн. рублей. Когда их поймали, стали разбираться с крупье. Мы ей говорим: как тебе не стыдно? Ты еще такая молодая! А она в ответ фыркнула: «Стыдно? Да я за деньги мать родную убью!..» Сейчас такие случаи очень маловероятны. Техника слежения и контроля резко изменилась. У нас сплошное видеонаблюдение плюс собственная служба безопасности. Был сравнительно недавно случай, когда один из сотрудников присвоил 150 тысячи рублей из резервного фонда в нашем сейфе. Это могло произойти только потому, что сотрудники принимали друг от друга смену, не проверяя содержимое сейфа. Сотрудник сперва отрицал содеянное, но наша служба безопасности неплохо поработала, раздобыли бесспорные

факты чрезмерных трат этого сотрудника, и он вынужден был признаться в присвоении.

Казино обучают крупье у себя и для себя. Единая независимая школа подготовки крупье вряд ли возможна. Здесь же проблемы конкуренции и т. п.».

Следует заметить, что отношение к игровой зависимости неоднозначное. С одной стороны, как всякая зависимость, она чревата многими негативными последствиями, как для самого играющего, так и для его близких. С другой стороны, бытует мнение, что лучше зависимость от игрового автомата или компьютерных игр, нежели от алкоголя или наркотиков. Конечно, можно ограничиться сентенцией «обе хуже», но это вряд ли будет достаточно обоснованно.

Наше сугубо *предварительное* мнение с учетом российского культурного контекста сводится к следующему. Наибольшую *реальную* угрозу для России представляет массовая алкоголизация населения. Хотя с точки зрения сформировавшихся культурных представлений отношение к пьянству и пьяницам более чем лояльное. Парадоксально непримиримым является отношение к наркотизации населения, хотя *реальный* ущерб от него неизмеримо меньше, чем от алкоголизации (хотя бы в силу несоизмеримости масштабов)¹. Игровая зависимость пока недостаточно изучена. Но по мнению экспертов (упомянутый Н. и др.), она все же уступает другим видам по степени опасности, к тому же заменима иными формами аддиктивного поведения.

Однако необходимы серьезные сравнительные социологические и психологические исследования, в том числе межкультурные, для лучшего и обоснованного понимания «веса» каждой аддикции в российском девиантном поле, а, следовательно, и ответа на один из вечных российских вопросов: что делать?

¹ См. подробнее: Кесельман Л., Мацкевич М. Социальное пространство наркотизма. СПб., 2001; Мацкевич М.Г. Наркотизм как предмет социологического исследования. Диссертация... канд. соц. наук. СПб, СИ РАН, 2006; Теплоухова О.В. Экспертные суждения о риске потребления алкоголя, табака и наркотиков в контексте трансформации общества. Диссертация... канд. соц. наук., ДВГ Технич. Ун-т, 2005.

Интернет-кафе как фактор формирования рискогенного поведения молодежи

*Позднякова М.Е., Моисеева В.В., Чекинева Т.В.
(Институт социологии РАН, Москва)*

Выявление многочисленных аспектов распространенности наркомании, изменение в последнее десятилетие причинно-следственного механизма приобщения к наркотикам позволяют говорить о наркотической культуре принципиально нового типа. На рубеже XXI века употребление наркотиков теряет маргинальный характер и перестает быть атрибутом определенных субкультур, оно становится социокультурной нормой, общепринятой социальной практикой.

В настоящее время, по данным органов здравоохранения, в России наркоманией страдают от 0,5 до 1,5 млн. человек, а время от времени употребляют наркотики до 6 млн. человек. Отмечается резкий рост преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков. Так, в Российской Федерации за 10 лет количество регистрируемых преступлений, связанных с наркотиками, увеличилось почти в два раза. Россию начинает захлестывать волна синтетических наркотиков и стимулирующих препаратов. Та же тенденция наблюдается и в Европе. На Западе количество наркопотребителей, предпочитающих синтетические стимуляторы, в два раза превосходит число зависимых от героина и кокаина. Мода на химические стимуляторы уже диктует свои права во всех крупных российских городах. Ассортимент химических стимуляторов расширяется, и некоторые наркосодержащие препараты, еще не попавшие в черные списки Госнаркоконтроля, продаются под видом лекарственных.

Важным косвенным показателем роста наркомании является по-

казатель смертей от передозировок героина. В стране 90% наркоманов страдают героиновой зависимостью. Если до 2001 года количество смертей снижалось, то в 2006 году, по данным территориальных наркологических служб, количество смертей и передозировок среди подростков выросло в разы. Постановление правительства № 231 о размере разовых доз и изменения в Уголовном кодексе сломали существовавшую (не всегда эффективную) наркополитику в РФ и борьбу с незаконным оборотом наркотиков, усилиями которых были достигнуты снизившиеся цифры заболевших.

В многочисленных исследованиях сектора девиантного поведения Института социологии РАН зафиксировано изменение отношения молодежи и подростков к наркотикам. [1] Отношение можно считать амбивалентным, так как выявлено глубокое противоречие в осмыслении школьниками проблемы наркотизма: молодые люди склонны одновременно и к резкому осуждению наркомании и наркоманов, и к толерантному отношению к некоторым видам наркотиков, в первую очередь к так называемым легким наркотикам, что, в свою очередь, приводит к первой пробе. Интересной деталью является то, что знания о «тяжести» того или иного психоактивного вещества многие школьники получили из курсов ОБЖ (основы безопасности жизнедеятельности) и средств массовой информации. Многие исследователи сходятся во мнении, что роль СМИ в наркотизации двойственна. [2] С одной стороны, они способствуют распространению информации о методах борьбы с наркоманией и помощи наркоманам, включаются в сферу профилактики аддиктивного поведения. С другой стороны, СМИ ведут пропаганду наркотиков, чаще всего вследствие собственного непрофессионализма в отношении того, как следует обращаться с информацией по данной проблеме. Так, например, развитие Интернета как одного из средств массовой коммуникации и информации вместе со всевозможными благами принесло и множество проблем, которые ждут скорейшего решения. Между тем, Интернет занимает 3-е место в списке источников получения информации о наркотиках подростками и молодежью (исследования 2006 года среди старшеклассников в Москве, Казани, Надыме, Краснодаре). Обнаружено, что современное киберпространство и интернет-сообщества с антинаркотическим и наркотическим ре-

сурсом являются значимым фактором, влияющим на многие показатели изменения наркоситуации и иных форм девиантного поведения. В этой связи пронаркотические интернет-сообщества являются формой негативной солидарности.

Российский Интернет только недавно (в 1997-1998 годах) стал одним из элементов российской жизни, но уже превратился в значимое общественное явление со знаками «плюс» и «минус». Эта система коммуникации породила еще одну реальность — виртуальную, в рамках которой возникли новые возможности социализации и социального конструирования личности. Так, компьютер как средство самосоциализации используется молодежью для развития своего личностного профессионального потенциала, для повышения своего статуса в глазах окружающих, для расширения круга общения и совершенствования коммуникативных навыков. Особенности общения в анонимной виртуальной среде обуславливают деформации социализации в нормативном аспекте и содержат возможные опасности приобщения к девиантным формам поведения как в виртуальной, так и реальной среде¹.

Влияние Интернета распространяется в двух противоположных направлениях: сдерживающее и стимулирующее девиантное поведение. Нас в данном контексте интересует его второе проявление. Так, появление Интернета привело к бесконтрольному доступу детей и подростков практически к любой информации. Больше всего родителей пугают порнографические или эротические ресурсы, от которых родители хотели бы оградить своих несовершеннолетних детей. Не менее опасны и расплодившиеся радикальные ресурсы (националистические, террористические, по изготовлению взрывных устройств и примитивного оружия). Интернет выступает и мощным фактором распространения одурманивающих веществ. Нами установлено, что существует множество сайтов, посвященных наркотикам и их употреблению. Например, поисковый сервер Google дал ссылку на 7 140 000 сайтов по теме наркотиков, в то время как на запрос о здоровом образе жизни только 2 800 000 ссылок, а на запрос «трезвость» 705 000 ссылок.

¹ См. подробнее Рыбакова Л.Н. «РС как средство самосоциализации: освоение виртуальной реальности» в настоящем сборнике.

Обзор Интернета позволил выявить несколько типов интернет-ресурсов: антинаркотические, пронаркотические, пропагандирующие образ жизни наркомана, его ценности, отношение к жизни, призывы все попробовать в этой жизни и т. д., и так называемые неопасные сайты, несущие в себе скрытую пропаганду наркотиков. На безобидном, на первый взгляд, информационно-рекламном питерском портале было обнаружено достаточно много информации в свободном доступе о способах изготовления наркотических веществ и руководство по их употреблению. Так, например, как использовать пилетку для курения гашиша (это последний писк моды гашишистов), как выращивать и употреблять галлюциногенные грибы и т. д. (Контактная информация владельца сайта отсутствовала.) Любители экзотики, путешествий, а также флоры и фауны, зайдя на сайт «Этноботаническое путешествие», могут узнать для себя наркогенные свойства известных в садоводстве растений, географию их распространения, места их приобретения и способы употребления. Более того, получив рецепт зелья, посетитель сайта почувствует о себе «трогательную» заботу — предупреждение о возможных неприятных последствиях употребления.

Одним из подходов к пониманию принципа конструирования сетевых сообществ, носящих пронаркотический и (или) антинаркотический характер, является то, что в них границы группы четко определены, члены группы имеют возможность встречаться, узнавать друг друга, владеют информацией о других членах сообщества. В основе формирования сетевого сообщества лежит заинтересованность его участников в достаточно постоянном и регулярном взаимодействии между собой, что может влиять на распространение наркотизации среди населения. Отнесение себя к подобному девиантному сообществу скорее всего связано не только с эмоциональной включенностью в общение с другими участниками, но и с потребностью в аффилиции в условиях киберпространства и возможностью удовлетворения других социальных потребностей.

Осознание той огромной опасности, которая заключается в отрицательном информационном воздействии Интернета, побудило исследователей изучить его влияние на молодую аудиторию. В настоящее время существует несколько способов выхода в Интернет. Одним из них является посещение интернет-кафе.

Изучение деятельности интернет-кафе является лишь частью более масштабного исследования влияния интернет-сообществ на распространение девиантных форм поведения в современной России.¹ В этом контексте интернет-кафе рассматривается как возможный фактор положительного или отрицательного воздействия на молодое поколение, что и является целью исследования. Для достижения указанной цели предполагается решить несколько задач: рассмотреть особенности деятельности интернет-кафе, изучить их инфраструктуру, определить социальный портрет посетителей кафе, администраторов и менеджеров, а также провести сравнительный анализ работы интернет-кафе в различных регионах: от мегаполиса — Москвы, до небольшого районного центра — Конаково. Исследование было проведено в нескольких регионах: Москва, Краснодар, Анапа (Краснодарский край), Конаково (Тверская область), Рыбинск (Ярославская область).

Годом рождения интернет-кафе считается 1994-й, когда первые заведения возникли в Англии. Распространенность интернет-кафе в России достаточно велика. На сегодня они есть в каждом относительно крупном населенном пункте. В настоящее время можно говорить о следующих типах публичных интернет-центров:

- Игровой компьютерный клуб — компьютеры объединены в локальную сеть, иногда даже без подключения к Интернету;
- Интернет-кафе — выход в Интернет, в большинстве случаев с обязательной организацией элементов общепита, игровой клуб;
- Интернет-клуб — это интернет-кафе плюс клубная система встреч по интересам (например, студенческий клуб);
- Интернет-салон — место с комфортными оборудованными залами, «место общественного доступа в Интернет» (по определению Минсвязи), наличие VIP-зала, возможность провести семинар, пресс-конференцию, общепита нет, досуговой части тоже нет.

Так как основой перечисленных выше форм является публичный доступ к Интернету, исследовательский коллектив остановился на

¹ Грант РГНФ: «Влияние интернет-сообществ на распространение девиантных форм поведения в современной России на примере наркотизма. Социологический анализ» № 06-03-00211а.

анализе лишь интернет-кафе и клубов. Их основная функция — обеспечение высококачественного (высокоскоростного) публичного доступа в Интернет и предоставление широкого спектра интернет-услуг в области общения, доступа к информации и развлечений для молодежи. Крупные и известные интернет-кафе или интернет-центры (в различных городах названия могут изменяться) обычно имеют структуру, сочетающую в себе несколько выделенных зон: рабочий зал, игровую зону, VIP-зоны, кофейню, копировальный центр и др. В маленьких интернет-клубах, как правило, одна-две зоны. В интернет-центрах можно как работать, так и отдыхать. Традиционно интернет-кафе/интернет-клубы выполняют несколько функций: использование посетителями интернет-ресурсов для получения и/или обмена информацией, игровая функция (сетевые игры), дополнительные услуги (ксерокс, печать документов и проч.).

Объект исследования: посетители интернет-кафе и интернет-клубов и сотрудники кафе (менеджеры и системные администраторы).

В исследовании были применены следующие качественные методы: полуструктурированное интервью, опрос экспертов и включенное наблюдение. Анализ полученных текстов интервью с менеджерами и системными администраторами проводился в рамках качественной традиции путем аналитического описания, предложенного А. Страуссом. [3] Для повышения надежности результатов при интерпретации данных был применен метод триангуляции — перекрестного толкования текстов интервью.

Обследованные во всех городах интернет-кафе и клубы практически не отличаются друг от друга по внутреннему устройству. Оборудование однотипное, количество компьютеров варьируется от 10 (Конаково) до 200 (Москва). Режим работы разный: в Москве, как правило, круглосуточно, в маленьких городах варьируется: только до 24 часов и круглосуточно.

Социально-демографические характеристики посетителей интернет-кафе во многом совпадают с характеристиками пользователей Интернета вообще. Посещают интернет-кафе все группы населения: от 7-летних детей (с родителями) до лиц пожилого возраста. Преобладающую группу составляют мужчины в возрасте 18 до 25 лет и подростки.

Цель посещения различна и зависит от половозрастных и статусных особенностей. Так, студенты, живущие в общежитии, чаще приходят группами для отправки и получения почты и просмотра образовательных и развлекательных ресурсов. Студенты, живущие дома, посещают интернет-кафе в первую очередь для игр. Гендерных различий в данном случае не наблюдается. Отдельно следует сказать о женщинах среднего возраста. Цель их посещения — сайты знакомств, гороскопы и отправка и получение информации. Выделить у мужчин среднего возраста какую-то одну цель посещения трудно. Они замечены во всех видах деятельности на компьютере: сетевые компьютерные игры, деловая информация, участие в играх на бирже, посещение сайтов эротической направленности, сайты знакомств и др. Группа пожилых людей самая малочисленная.

На момент обследования интернет-кафе самой многочисленной группой посетителей оказались подростки. У большинства посетителей-подростков имеется дома персональный компьютер, как правило, с выходом в Интернет. Тем не менее, их можно назвать заведомыми интернет-клубов. Возникает вопрос: почему, имея комфортные условия дома, подросток идет в интернет-клуб? По их рассказам, дома играть в игры скучно. Несмотря на возможность виртуального общения (наличие микрофона и возможности обмена мгновенными сообщениями), необходима компания, кураж, кайф, возможность в реальности произвести физическое воздействие на «противника» (дернуть за рукав, стукнуть).

Здесь мы с другом можем вместе зажигать, соперничество здесь ощущается острее, чем дома, мы можем вместе спланировать совместную стратегию боя.

Круто вместе уделывать противников и реально поиздеваться над ними.

Здесь веселее, сидим, ржем, никто не давит.

Итак, несмотря на возможность сетевых домашних игр, игры в интернет-клубе привлекают некоторых подростков больше. Именно в интернет-клубе происходит соединение виртуального общения и реально, так необходимого, как оказалось, современному подростку и носящего компенсаторный характер. В интернет-клубе происходит группировка

ние, удовлетворение потребности в общении, снятие напряжения, выход интенсивных эмоций и энергии, проявляется чувство свободы. Практически во всех клубах из уст подростков звучало: «Никто не давит».

Интересно наблюдать за подростками в интернет-клубе. У каждого компьютера стайка мальчишек (бывают и девочки). Один сидит перед компьютером, остальные в роли активных болельщиков, скорее игроков. Для многих важно ощутить себя «виртуозом в применении компа». Они не только очень громко переговариваются (кричат) со своими «противниками»-друзьями, но и перебегают от одного компьютера к другому. При отсутствии отдельно выделенной игровой зоны менеджеры стараются их размещать подальше от других посетителей. Громкая ненормативная лексика наказуема (администратор делает замечание), поэтому они используют сленг¹, создаваемый самими носителями для употребления и являющийся неотделимым от контекста пользования компьютером и порожденный потребностью в идентификации и самоидентификации членов интернет-сообщества. Для борьбы с нецензурными выражениями в некоторых московских клубах используются красочные плакаты на стенах и потолках со словами-заменителями ненормативной лексики. Подросток в ажиотаже (его «убили» — он «убил») с воплем поднимает голову и видит на плакатах ряд выражений, с точки зрения администрации, заменяющих ненормативную лексику, разряжающих обстановку, снижающих агрессивность и призванных утихомирить игроков².

¹ «Bot — бот, ботинок, тапок, чешка», боты — это «виртуальные игроки», за которых играет компьютер (программа). Эти программы способны выполнять лишь очень ограниченное количество функций, поэтому называя другого реального игрока «ботом», игрок сравнивает его с тупой программой.

«Lamer — ламер, ламка» — здесь нет оттенка тупости, это означает, что человек/игрок совершенно не разбирается в сути игры, не умеет играть.

«LamoBot — ламобот» — слово, образованное от двух предыдущих слов. «Noob — нуб» — новичок и неумеха.

«LOL — LotOfLough — лол» — «ты смешон», «ты меня рассмешил» — звучит оскорбительно, но не грубо. «Pro — профессионал» — очень хорошо играет.

«Father — отец» — суперигррок.

² «ты — лысая обезьяна», «редиска», «двуногая козявка», «микроб эмоций», «ходячее многоточие», «обкусок обломка», «обрубок огарка», «чучело пьяного грузчика», «клякса на судьбе», «недотепа со стажем», «сопливая букашка», «клочок слабоумия», «обнаглевшая амеба» и т. д.

Известно, что большинство компьютерных игр боевой направленности повышают агрессивность подростков. В игровой зоне устраиваются командные соревнования и разгораются нешуточные страсти: одна команда подростков («террористы») проигрывает другой («спецназ»). Как победившая, так и проигравшая сторона довольно остро переживают результат игры и нередко нуждаются в дополнительных стимулах, которыми могут быть и бывают алкогольные напитки. Практически в любом интернет-кафе или интернет-клубе имеется продуктовый отдел или кофейня, где продаются слабые спиртные напитки. В зал проносить алкоголь запрещено, поэтому игроки «запивают» поражение или отмечают победу спиртными напитками вне помещения. К сожалению, запреты на алкоголь не всегда выполняются. Так, в Москве были замечены случаи, когда у подростков рядом с компьютерами в очень позднее, практически ночное время стояли открытые бутылки с пивом. В других городах нарушения этих правил не было замечено.

В клубах популярны в основном два типа игр:

1. Раунд (или «бой»). Длится от 1 минуты до 1 часа (соревнование команд или один на один на очки за определенный заданный промежуток времени: «стрелялки», «гонки»).

2. Стратегические игры. Время не ограничено, главное — победить. Игрок создает свою базу и армию, при помощи которых должен уничтожить противника (противников).

Игры с наркотической тематикой непопулярны в интернет-кафе, так как требуют больших затрат времени (до 20 часов) и соответственно высокой оплаты. Тем не менее, со слов системного администратора одного из московских интернет-клубов, в обычных для интернет-кафе играх весьма популярны ники (имя в Интернете или игре), содержащие названия наркотических средств. Имена отдельных игроков: Ганджамэн, КОКОиНОС, Father under LCD (Отец под АСД), Ганджубас, WhiteDrug («белый наркотик», то есть кокаин), или названия целых команд: «Укуренные», «Пыхта-чек» (от терминов «пыхать», «пыхалки» и «чек» — доза) и др., что можно считать показателем высокой наркотизации окружающей среды.

Еще одной особенностью игр в интернет-кафе и клубах являются игры на деньги. На кон ставят по 100-500 рублей, если играют один на один, и от 1000 до 3000 рублей и выше в зависимости от

возраста участников, если играют команды. Интернет-кафе становится дочерним предприятием казино. Обнаружено, что некоторые подростки располагают довольно крупными суммами денег. Исследователь, находясь в интернет-кафе несколько часов и наблюдая за ситуацией, зафиксировал неоднократные подходы одних и тех же посетителей-подростков к менеджеру с целью оплаты продления игрового или интернет-времени. Средняя цена по Москве за Интернет — 60 рублей за час, а за игровую зону — 40 рублей за час. В регионах цена немного ниже и может рассчитываться исходя не из времени, проведенного в сети, а из количества потраченных килобайт. Если у одних денег достаточно на оплату, то у других — нет или очень мало. Администратор одного кафе объяснил, что родители дают деньги подросткам, рассчитывая на четыре часа, считая, что они приходят в кафе после уроков. На самом деле ребята вместо занятий просиживают в клубе все утро и день, находясь там по 8-10 часов. Крупный проигрыш и отсутствие денег на оплату, иногда и обсчет системными администраторами приводят к тому, что подростки попадают в кабалу к администрации или к своим друзьям, чаще всего к старшим по возрасту. Уменьшение времени нахождения в Интернете или в сетевой игре воспринимается весьма болезненно. Следует отметить побуждение у детей тратить на Интернет все больше и больше денег. Приведем их суждения на тему «где взять деньги».

Я займу деньги.

У меня были припасены деньги на велосипед, хотел купить новую фару, но решил истратить на Интернет.

Я собираю деньги, которые мне дает бабушка.

Я лучше есть не буду, хлебушка мне же дадут.

Я забываю о еде, есть во время игры совсем не хочется, а деньги же остаются.

Исследователям удалось выявить иерархию отношений, выражающуюся в цепочках: администратор — безденежный посетитель, обеспеченный посетитель — необеспеченный. Для того чтобы получить возможность бесплатного доступа в Интернет, посетитель-подросток иногда вынужден выполнять определенные функции: бес-

платная уборка помещения, роль посыльного в магазин за спиртным и др. Отсутствие денег отражается и на взаимоотношениях между пользователями. Можно говорить о дедовщине.

Другая причина визита в интернет-клуб, на которую указали как посетители интернет-кафе, так и эксперты-менеджеры, — низкая скорость домашнего Интернета.

Ну, у нас в кафе, допустим, очень высокая скорость.

Ну, у меня родители, например, не разрешают ставить выделенку, чтоб я не сидел целый день в Интернете, у меня диалог, конечно, скорость низкая, здесь же летает все.

...в первую очередь это скорость. Да, здесь скорость выше.

Одна из гипотез исследования заключалась в том, что основная причина посещения подростками интернет-кафе при наличии Интернета дома — это отсутствие контроля со стороны родителей. Предполагалось, что в интернет-клубе подросток сможет спокойно посещать любые интересные для него сайты, просмотр которых вызвал бы недоумение, гнев взрослых и привел бы к запретительным и иным санкциям. Эта гипотеза подтвердилась лишь отчасти. Действительно, по словам подростков-посетителей, в интернет-кафе они чувствуют себя свободнее, заходя на любимые сайты, нежели дома. Эта ситуация не связана с домашним контролем. Дело в том, что родители вообще не пытаются контролировать содержание сайтов, интересующих их ребенка, им совершенно не интересно, чем занимаются в интернет-клубах их дети, полагая, что речь идет только о безвинных играх, «стрелялках». (Роль влияния подобных игр на личность в данной статье не рассматривается.) Приведем фрагмент беседы интервьюера с подростками.

И: У тебя родители в курсе, что вы здесь делаете, чем занимаетесь?

Р: Ну, я матери сказал: «Все, типа я играть с друзьями пошел», — ну, она спокойна.

И: А во что вы играете и как, она знает?

Р: Нет, конечно, для нее это все «стрелялки».

И: Ну, вы наверняка не только играете, а в Интернет лазаете?

Р: *Редко, в основном играем, но да, иногда можем, запросто.*

И: *Это чтобы родители дома не увидели? Что смотрите-то?*

Р: *Да, нет, родителям все равно. А что смотрим? Ну, разное. Я вот для мобильного картинок накачал (респондент показал картинки эротического содержания). Я не говорю родителям, что долгу сижу в интернет-кафе или что вообще туда иду.*

Основные ресурсы, посещаемые подростками в интернет-кафе, — развлекательные. Однако при отсутствии контроля со стороны родителей у подростка возникает возможность посмотреть любые интересующие его или его компанию сайты: порнографические, наркотические и др. В домашней обстановке контроль за получаемой информацией тоже осуществляется крайне редко, в некоторых семьях — никогда. Подросток получает неограниченный доступ к информации. Любой посетитель может случайным образом зайти на внешне безобидный интернет-ресурс, как правило, очень красиво оформленный, и оказаться лицом к лицу с умело продуманной скрытой пропагандой наркотиков.

Часто подростки сидят в интернет-кафе до глубокой ночи, хотя по правилам пребывания несовершеннолетних в клубе должно ограничиваться 20 часами вечера. Нам известны случаи (подтвержденные и администраторами интернет-кафе), когда родители приводят своих детей в интернет-клуб как «в камеру хранения». Вот примеры интервью с подростком — завсегдатаем одного из московских клубов в спальном районе Москвы и менеджером этого кафе.

И: *А не боятся тебя сюда родители отпускать на всю ночь?*

Р: *Да, нет, чего бояться-то? Ну, не на всю ночь, во-первых, так, часов до 3-4 сидим, большие просто не высидеть. (...) Потом, мы тут с ребятами же, компанией, так сказать, нас уже все знают.*

Р: *Моя мать спокойна, когда знает, что я сижу в интернет-кафе.*

Ну, маленьких-то совсем не оставляют на ночь. А 12-14-летних — спокойно. Вот, видите? У нас тут телефон даже есть, да? Родители могут позвонить не только на мобильный ребенку, но прямо сюда, узнать чего, как.

Некоторые подростки, не желая говорить родителям правду о своих прогулках и местах пребывания, часто ссылаются на визиты в ин-

тернет-кафе, будучи уверенными, что сказанное успокоит родителей.

*Мы с ребятами решили гулять пойти, а поздно уже было, но я сказал, что мы в клубе (интернет-клубе. — Прим. автора) за-
висаем.*

*Иногда говорю родителям, что пошел в кафе (интернет-ка-
фе), а сам, не знаю, в гости иду или еще куда, зато мать не
волнуется.*

Некоторые родители поощряют пребывание детей в клубе, мотивируя это тем, что в интернет-кафе дети находятся в помещении, под при-
смотром взрослых, «не болтаются на улице», «не бегают целыми дня-
ми по подъездам, не пьют, не курят, клей не нюхают, а сидят себе,
вцепившись в клавиатуру». Родители, приходя в клуб, даже рекоменду-
ют администрации, как за их чадами лучше присматривать [4], перекла-
дывая всю ответственность за присмотр и воспитание подростков на
совершенно чужих людей, не имеющих ни малейшего представления о
воспитании подростков и в силу своей должности не обязанных это де-
лать. Однако родители, беспокоящиеся за судьбу своих детей, потребо-
вали от властей в Анапе закрытия интернет-кафе в связи с бесконтроль-
ным и ничем не ограниченным доступом их детей к Сети.

Материалы исследований наглядно демонстрируют, что чаще все-
го позиция родителей в вопросах антинаркотического воспитания
отличается большой пассивностью и незаинтересованностью. [5]
Каждый четвертый родитель не знает, есть ли среди знакомых его ре-
бенка/детей сверстники, употребляющие наркотики, а каждый вто-
рой — не в курсе, какую именно информацию их ребенок может по-
лучить из сети Интернет. Такая ситуация объясняется тем, что моло-
дежь быстро адаптируется и весьма активно осваивает наиболее со-
временные технические достижения, в том числе пользование интер-
нет-сервисами, технологиями виртуальной коммуникации (общение
в чате), мобильной связью, органично включая их в круг атрибутов
постоянного пользования и общения.

Родители ошибочно надеются на сотрудников интернет-кафе.
Как показало исследование, типичный системный администратор
интернет-кафе — это молодой человек, иногда студент, подрабатыва-
ющий в свободное от учебы время. В задачи системного администра-

тора входит слежение за компьютерами и обеспечение бесперебойной работы компьютерных систем, помощь неграмотным пользователям в управлении компьютером. В его обязанности входит следить за общим порядком в зале. В крупных интернет-кафе практически всегда находятся один-три менеджера компьютерного зала, как правило, с высшим экономическим образованием, цель работы которых — бизнес.

Для интернет-кафе характерна высокая текучесть кадров. Специальной подготовки кадров не ведется, не установлены единые требования к сотрудникам, вследствие чего трудно очертить круг их обязанностей. В некоторых интернет-кафе администратор совмещает сразу несколько обязанностей: системного администратора и бармена. Основной и практически единственный критерий приема на работу — это знание компьютера.

Во всех интернет-кафе существуют стандарты поведения посетителей, своего рода устав: запрещено употребление ненормативной лексики, распитие в зале спиртных напитков и нахождение в состоянии алкогольного или наркотического опьянения, антисоциальное поведение, позднее и ночное посещение кафе несовершеннолетними, а также специфические правила, касающиеся непосредственно работы компьютерных систем (например, можно смотреть, но нельзя скачивать некоторую информацию из Сети) и др. Эти правила обычно написаны на плакатах в любом интернет-кафе и занесены в его устав. Обязательны лицензии. Однако в крупных городах работают подпольные интернет-кафе, без лицензии.

Тем не менее, как показало исследование, правила не всегда и не везде выполняются. Обзор форумов, связанных с темой наркотиков, выявил, что интернет-кафе часто является местом посещения лиц в состоянии алкогольного опьянения и употребляющих наркотики.

Я вмазанный как-то зашел в клуб и пытался там через Интернет снять проститутку.

Мы травы обкурились, нас на ржач пробирало и попросили отсюда.

Мы пьяные замутили в и-к (интернет-кафе. — Прим. автора).

Обычно контроль за работой интернет-кафе осуществляет отдел по делам несовершеннолетних, комитет по делам молодежи. Контроль осуществляется следующим образом. По словам администраторов, милиция их навещает несколько раз в неделю (Краснодар, Анапа, Рыбинск). В некоторых интернет-кафе и клубах требуют предъявить паспорт (Рыбинск). Со слов администраторов, существует фейс-контроль.

К сожалению, контроль за работой посетителя в кафе не осуществляется. Каждый может просматривать любую информацию. Интересны ответы администратора на вопрос интервьюера: «Что вы делаете, если кто-то (в первую очередь подростки) заходит на порнографические, наркотические и другие сайты?»

Могу отключить, могу и нет.

А я что могу сделать? Пусть смотрят, мне некогда за ними следить.

Если вижу, что дети, — всегда отключаю.

Мы — коммерческая организация, для этого должны быть другие службы.

Тогда к нам ходить не будут, я в зарплате теряю.

Мы предоставляем услугу, клиент платит и может смотреть все что угодно. Если ему родители не объяснили, что можно, что нельзя, я-то тут причем?

Таким образом, неформальный контроль за посетителями зависит лишь от гражданской позиции администратора. Отсутствие контроля за доступом к наркотическим сайтам является одним из факторов распространения наркотизма. Исследования, проведенные в Саратове [6], показали, что среди завсегдатаев интернет-кафе и клубов (школьников, учащихся ПТУ и студентов) самый высокий процент периодически употребляющих наркотики по сравнению с группой, не посещающих интернет-кафе или посещающих их редко.

Выводы

Родители воспринимают и алкоголизацию и наркотизацию как общественную проблему, но не осознают ее как реальную угрозу своей семье, тем более они не воспринимают Интернет как возможный фактор приобщения к ПАВ, хотя и признают его потенциальную опасность в целом. Если речь идет о наркотизации, то родительские рассуждения о профилактических мерах концентрируются вокруг вопросов государственной политики в борьбе с наркобизнесом и развитии молодежного досуга и занятости.

Деятельность интернет-кафе представляет опасность для подростков с отрицательной направленностью личности. В настоящее время Федеральная служба по контролю за оборотом наркотиков (ФСКН) выявила несколько десятков интернет-сайтов, на которых пропагандировали и распространяли наркотики. По этим фактам возбуждены уголовные дела. Пользоваться этими сайтами нельзя, так как они заблокированы с помощью провайдеров. Необходимо отметить, что все российские интернет-провайдеры обеспечивают возможность контроля трафика в соответствии с правилами СОРМ-2 (следственные оперативно-разыскные мероприятия) — это условие получения государственной лицензии на предоставление населению, компаниям и организациям доступа к Интернету. На данный момент все точки доступа в Сеть, в создание которых были вложены государственные деньги, снабжены программами для контентной фильтрации, которые автоматически блокируют сайты с нежелательным содержанием и существенно снимают остроту проблемы бесконтрольного доступа детей к информационным ресурсам. К сожалению, закрытие сайтов приводит к тому, что они перерождаются в новой форме.

Необходимо, чтобы за пребыванием подростков в ночное время в интернет-кафе ответственность лежала не только на инспекторе по делам несовершеннолетних, но и на семье. Необходимо обязать администраторов интернет-кафе жестко контролировать просмотр подростками сайтов определенной направленности. По примеру Китая установить специальное программное обеспечение, получившее название «Устройство по очистке Сети». При первой попытке под-

ключиться к порно- и наркостраницам звуковой сигнал предупреждает пользователя. При повторной попытке подключения к запрещенному сайту устройство автоматически информирует координатора Сети о нарушителе. Применяются различные меры наказания для администрации: предупреждения, штрафы вплоть до увольнения и закрытия заведения.

Мы не призываем к цензуре и не пытаемся нарушать свободу слова. Распространение наркотиков — угроза национальной безопасности России.

Литература

1. Позднякова М.Е. Некоторые тенденции и особенности эволюции наркотической ситуации в современной России // Наркотизация населения в современной России: специфика, субъекты, динамика. — М., 2003; Позднякова М.Е., Романенко А.М., Моисеева В.В., Чекинева Т.В. Социологический анализ влияния религии на отношение молодежи к наркотикам в полиэтничной Москве // Девиантное поведение в современной России в фокусе социологии. — М.: Институт социологии РАН, 2005; Моисеева В.В. Школьные сочинения как источник социальных представлений о наркотиках. // 4 М., 2005.
2. Позднякова М.Е., Романенко А.М., Моисеева В.В., Чекинева Т.В. О некоторых подходах к изучению проблемы наркотизма // Девиантное поведение: Методология и методика исследования. — М.: Институт социологии РАН, 2004.
3. Тринадцатый шаг: социология наркотизации. Под ред. Омельченко. — Ульяновск: Изд-во Ульяновского государственного университета, 2002.
4. Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. Пер. с англ. и послесловие Т.С. Васильевой. — М.: Эдиториал УРСС, 2001.
5. Синодов Ю. Детское информационное питание: как защитить юных пользователей Интернета // Время новостей, № 177, 2005, <http://www.vremya.ru/2005/177/13/135205.html>.
6. Позднякова М.Е., Романенко А.М., Моисеева В.В., Чекинева Т.В. Проблема наркотического суверенитета потребителей психоактивных веществ // Девиантное поведение в современной России в фокусе социологии. // Под ред. М.Е. Поздняковой, А.А. Салагаева. — М.: Институт социологии РАН, 2006.
7. Шумов А.В. К оценке роли информационных и медиатехнологий в формировании у молодежи девиантных форм поведения, http://www.medplus.org/russian/pend-ing_2004.htm.

Персональный компьютер как средство самосоциализации: освоение виртуальной реальности

*Рыбакова Л.Н. (Национальный научный центр
наркологии МЗ РФ, Москва)*

Термин «социализация» выделяет процесс интеграции, вхождения в общество. Это происходит преимущественно по типу приспособления, усвоения общепринятых норм. Социализация включает как социально контролируемые процессы целенаправленного воздействия на личность, так и стихийные, спонтанные процессы влияния. В условиях противоречивых представлений об общественных ориентирах и нравственных нормах чрезвычайно усложняется задача социализации нового поколения. Базовый институт социализации — семья — особенно чувствителен к реформаторским изменениям государственного масштаба. В изменившихся социальных условиях девальвирован родительский социальный опыт, повышена неуверенность старшего поколения в своих силах, ослаблена передача социального опыта подрастающему поколению. Такая неустойчивая связь отцов и детей приводит к снижению общего уровня культуры, замедлению и деформации цивилизационных процессов, разрушению устоявшихся норм и ценностей, непомерному выпячиванию субкультурных проявлений, к которым, несомненно, относится наркотизация. Состояние нормативного хаоса способствует актуализации инстинктов, анахронических проявлений сознания языческого и религиозного толка, нарастанию деструктивного социального потенциала в обществе. В этих условиях и происходят процессы, которые мы назвали самосоциализацией, когда общепризнанный объект воспитания проявляет свойства субъекта.

Условие самосоциализации: разобщенность поколений

Психологические исследования в разных выборках в различных регионах страны констатируют серьезные нарушения детско-родительских отношений, причем массового характера. Психолог О.А. Карабанова отмечает, что отношения родителей с детьми-подростками в современном российском обществе развиваются в целом по неблагоприятному типу:

1. наблюдается снижение уровня позитивного интереса к ребенку в семье на фоне высокой враждебности со стороны матери и возрастание показателей враждебности со стороны отца;
2. отец недостаточно участвует в воспитательном процессе (снижение директивности и возрастание автономности), реальная помощь не соответствует осознаваемым потребностям подростка, а забота и поддержка со стороны матери замещается формально-директивным стилем воспитания;
3. поведение отца и матери характеризуется высокой степенью непоследовательности и противоречивости, размыты воспитательные приоритеты, нормы и принципы, что приводит к росту тревожности и неуверенности подростка в отношении к нему родителей.

На основании психологического обследования 436 испытуемых в возрасте 12-17 лет и 45 диад «мать — подросток 12-13 лет» О.А. Карабанова¹ приходит к тревожным выводам: в старшем подростковом возрасте обнаружено снижение позитивного интереса матери и отца к подростку, что приводит к переживаниям дефицита любви, тепла, заботы (вероятно, с обеих сторон. — А.Р.). Отцы воспринимаются как отстраненные, дистантные, труднодоступные. Эта недостаточность эмоционального взаимодействия вызывает различные реакции у подростка и оказывается главным фактором неудовлетворенности отношениями и семьей в целом. Статистически подтверждена преуменьшенная оценка подростками (по сравнению с родительской оценкой)

¹ См. Психологические проблемы современной российской семьи. Материалы научно-практической конференции. М., 2005. Т. 2, с. 107-111.

тесноты эмоциональных отношений между поколениями в семье. Это приводит к поиску подростками новых средств для восстановления необходимого баланса автономии и эмоциональной защищенности, компенсирующих отсутствие родительской поддержки.

По данным С.С. Малявиной¹ (Саранск), в современной русской семье (в границах Мордовии):

- 20,8% обследованных родителей демонстрируют высокий уровень отвержения своих детей;
- 12,5% обнаружили низкий уровень социально желательного отношения к детям;
- 22,2% практически не имеют тесной межличностной связи в общении с ребенком;
- 9,7% не испытывают потребности даже контролировать поведение своих детей, не говоря уже о помощи и поддержке.

Многими исследователями и практиками констатируется нарастание агрессии в обществе. Часто это объясняется влиянием материалов в СМИ. Еще одно объяснение — условия семейной социализации. Обследование 586 детей 9-13 лет с агрессивным поведением показало, что их родители часто используют такие воспитательные средства, как физические наказания (16%), вербальные наказания, грубость, ругань (35%), лишение развлечений (18%), запрещение прогулок (24%). Эти цифры свидетельствуют о низкой эффективности родителей. Из обследованных школьников 40% не имеют доверительных отношений с родителями, 23% не уверены в любви к ним родителей².

Таким образом, психологические исследования показывают, что основной проблемой современной семьи является отстраненность родителей во взаимоотношениях с детьми. Значительный уровень разводов показывает, что и взрослые члены семьи недовольны своими отношениями. Стиль воспитания во многих семьях специалисты называют формально-директивным, налицо неумение значительной части родителей достигать своих целей или реализовывать свою заинтересованность в детях адекватно, с уважением к личности ребенка, к его потребностям при сохранении семейного мира.

¹ Там же. Т. 3, с. 75.

² Там же. С. 265.

Вышесказанное свидетельствует о том, что многие подростки лишены целенаправленного воспитательного воздействия со стороны родителей и обречены на «самообслуживание» по сиротскому типу. Таким образом, самосоциализация обусловлена не выбором подростка и принятием на себя ответственности за свой жизненный путь. Самосоциализация является скорее вынужденным ходом событий, когда ребенок приобретает собственный жизненный опыт методом проб и ошибок вместо использования опыта предыдущих поколений — опыта собственных родителей и культурного наследия.

Из общих переживаний, событий, общей повседневности для семьи и ребенка плетется ткань семейной жизни. Если этого нет, возникает нравственная пустота, скука и депрессия у подростка, неудовлетворенность семьей и собой у взрослых. Оскудение семейного взаимодействия, семейных привязанностей объясняется социально-экономическими нагрузками на взрослых, вынужденных выживать. Они почему-то не видят в детях «свою кровиночку», с которой их связывают не только права и обязанности, но и возможности самореализации. Помимо этого для многих семей характерно противоречивое отношение родителей к подростковому статусу ребенка: с одной стороны, его освобождают от посильных домашних обязанностей, семейных забот. В опросе родителей мы заметили, что чем старше школьник, тем меньше у него обязанностей по дому, и весь спектр его проявлений ограничивается школьными обязанностями. С другой стороны, родители не включают ребенка в свой мир взрослых забот и устремлений, ожидая, что он сам должен определиться, чем заниматься и как с собой обращаться. Родители не подозревают о том, что это сфера социального обучения, в которой взрослые — вольно или невольно — выступают образцами для подражания, учителями. Рольевое моделирование поэтому предлагает негативные образцы — раздражение, недовольство и гнев, брюзжание и бессилие.

Есть свидетельства, что родители подростков противятся очевидным изменениям, взрослению ребенка и предпочли бы, чтобы его потребности, претензии и ожидания оставались на прежнем уровне. Родители в большинстве своем фактически против трудовой занятости ребенка: помешает учебе, затрудняет контроль, есть риск неже-

лательных влияний, поощряет излишнюю самостоятельность. Справедливости ради стоит отметить, что и объективные возможности трудоустройства подростка не так велики. К тому же законодательство ограждает его от многих полезных работ, не требующих квалификации, таких как, например, покраска.

В опросе старшеклассников одного из районов ближнего Подмосковья мы обнаружили, что все подростки разделились на две группы: те, кто и в свободное время продолжает учиться, осваивать дополнительные сферы (подготовка в институт, спортивная секция, музыкальная школа и проч.), и те, кто избегает разного рода нагрузок и предпочитает свободу, а точнее стихию «самоопределения». Это тусовщики, вовлеченные в процесс убийства времени. Их главная забота — пребывать в сферах, ускользающих от влияния взрослых. Внутрисемейные отношения и возрастные особенности подталкивают подростка к переносу своей жизненной активности в несемейные сферы и заодно лишают его многих возможностей использовать потенциал семьи в процессе взросления, за исключением финансового. Следует, однако, заметить, что тусовщики вынуждены заниматься строительством субкультуры — иногда протестной, иногда демонстративной (преобладание внешних признаков над содержанием), подчас девиантной, а нередко и самобытной.

В связи со сказанным правомерно говорить о процессах самосоциализации, обозначающих интуитивный и случайный поиск подростком своего места в мире, противостоящем ему. Мы склонны усматривать в описываемых процессах самосоциализации девиацию с положительным (вынужденная самостоятельность) и отрицательным (слабая взаимосвязь поколений) знаком. Причем самосоциализация имеет место не только при отсутствии агента социализации, как было в случае с Маугли и т. п. Даже благополучная семья, осознающая свою ответственность за воспитание ребенка, может способствовать поиску подростком одурманивающих веществ (алкоголь, наркотики, пиво и т. д.), если она недооценивает трудности подросткового возраста, не поддерживает ребенка с учетом его потребностей в самоидентификации, не помогает сознательно выбрать свою дорогу.

Вытеснение в виртуальную реальность

Дефицит семейного воспитания проявляется в дезадаптации подростка к школьным требованиям, в нарушении его психического здоровья, в нарастании девиантного поведения, в распространении злоупотребления наркотиками, в неудовлетворенности своей жизнью. Переживаемое подростком ощущение собственной неприкаянности, обреченной неуспешности, никчемности может быть оформлено обращением к психоактивным веществам. Либо находит компенсацию в виртуальной реальности.

Помимо отношений с родителями вытеснению подростка в виртуальную реальность способствует наблюдаемое нами обострение вызовов социума к индивиду: от молодого человека требуются значительные «достижительные» усилия, ему навязывается высокий потребительский стандарт, демонстрируются внешние атрибуты успеха — практически при отсутствии социального опыта и поддержки на пути к указанным ориентирам. «Брошенное поколение» в растерянности использует разные формы самоутверждения, среди которых внешняя агрессия (насильственные преступления) и аутоагрессия (злоупотребление психоактивными веществами и самоубийства) занимают все больше места. Наряду с этим можно отметить экстремальный спорт и увлеченность разного рода играми — сюжетно-ролевыми, карточными, на автоматах, телеприставках, компьютерах.

Можно выделить следующие маршруты социализации современного подростка, которые основаны на использовании доступных ресурсов либо в различных формах компенсируют переживание недостаточности ресурсов.

1. Часть подростков следует маршрутами, которые для них проложили родители: учатся в школе, занимаются после уроков, далее в институте, затем семья и работа. У них хватает сил и упорства для преодоления трудностей. Они используют семейные ресурсы. В этой группе обращение к компьютеру связано с его инструментальной ролью в процессе интеллектуального развития и самообразования. Интернет используется прямо по назначению — как источник информации. Игра ограничена объективными рамками: нет времени и

сил на излишества. Развитие компьютерной зависимости встречается как исключение.

2. Если материальные ресурсы семьи позволяют, то подростки реализуют себя в молодежных субкультурных группах, постепенно приближаясь к отсроченному определению своих профессиональных возможностей в нетрадиционных сферах трудовой занятости. В этих случаях компьютер может служить атрибутом самопрезентации наряду с другими ярлыками престижного потребления.

3. Значительная часть подростков в условиях ослабленного семейного влияния предпочитает активизироваться в сфере общения со сверстниками. Вытесненные в сферу досуга как в основное поле самореализации, они застревают в процессе и не заботятся о цели. Они не используют возможностей культуры, создавая собственную субкультуру со своей орфографией, своим сленгом, своими символами, своей атрибутикой. Примером такой социализации является создание рок-групп или игровых сообществ.

4. Растет группа так называемых социальных сирот — детей и подростков, лишенных родительской заботы и поддержки. Это социализация силами государственных учреждений с понятным дефицитом индивидуального раскрытия потенциала. В этом случае возможности освоения компьютера не так велики, как в семье. Кроме того, социализация направлена на компенсацию упущенных возможностей развития за счет педагогических ресурсов, без технического опосредования.

5. Часть несовершеннолетних, которым удалось приобрести к общечеловеческим культурным ценностям и получить творческий импульс, обращается к собственным ресурсам для самореализации. Такие подростки объединяются в группы толкиенистов, язычников, богатырей и средневековых рыцарей, уходя в мир фантазий и виртуальной активности, разыгрывая сюжеты из книг и продуцируя собственные сценарии в процессе коллективного творчества. Некоторые взрослые склонны видеть в этом отклонение от «нормального» развития. Компьютер используется этой группой подростков для развития коммуникативных навыков и поддержания связей в своем кругу общения. Подростки этой группы склонны вести дневники, участвовать в «живых журналах», реалити-шоу в Интернете.

6. Еще одна категория несовершеннолетних предпочитает встраиваться в чужие стратегии. Эти подростки оседают в бандитских группировках, в околопартийных молодежных союзах, идеологически окрашенных группах. Например, лимоновцы, баркашовцы, скинхеды. Сюда же можно отнести спортивных и музыкальных фанатов. Можно предположить, что компьютеры в этой среде относятся к необходимой части современного антуража, как стул и стол. Здесь появляется возможность реальной активности и реального применения своих навыков работы в виртуальной реальности, плотно сомкнутой с объективной реальностью. Здесь можно упомянуть молодых людей, создающих и поддерживающих веб-сайты.

7. В ряде случаев подростки пасуют перед вызовами действительности. Их ретритизм может быть связан с нарастающей депрессией, иногда приводящей к самоубийству. Уход в болезнь может продолжаться довольно долго, сохраняя подростка в инфантильном статусе — на попечении родителей, супруга, государства (инвалидность). В этой группе психиатры усматривают предпосылки развития компьютерной зависимости, где техническое средство проявляет нарушение адаптации.

8. Часть молодых людей путем умозаключений или по стечению обстоятельств приходят к выводу о том, что они бессильны изменить невыносимую ситуацию своей жизнедеятельности. Они присоединяются к религиозным общинам, сектам, погружаются в изучение мистических толкований действительности в попытках получить доступ к эзотерическим механизмам преодоления хаоса окружающей действительности. Возможно, здесь компьютер конкурирует с иными средствами эпизодического перехода в «параллельные миры», но остается все же средством, не формируя зависимости.

9. Некоторые подростки, столкнувшись с дефицитом собственных ресурсов и возможностей своего окружения, обращаются к химическим катализаторам активности — легальным и нелегальным наркотикам. Их интеграция в социуме замедляется и даже прекращается, останавливается развитие.

Итак, можно говорить о трех типах самосоциализации: восприятие традиционных родительских ценностей с коррекцией ролевого моделирования; ориентация на обобщенный образ ровесника, каким

он предстает в СМИ; присоединение к субкультурному сообществу (религиозному, наркотическому или техногенному). При этом роль персонального компьютера как технического средства самосоциализации оказывается ключевой и новаторской. Компьютер используется подростком как символ во многих отношениях. Рассмотрим этот тезис подробнее.

Использование компьютера в качестве символа

Одна из главных задач отрочества и юности — достижение самостоятельности. Подросток стоит перед необходимостью разрешить конфликт между продолжающейся зависимостью от старших и своими новыми потребностями. Непростая ситуация его развития осложняется тем, что взрослые, с одной стороны, побуждают его к самостоятельности, а с другой — заинтересованы в его зависимости и послушании. Компьютер может служить знаком взросления и выделения подростка из семейного окружения, особенно если родители имеют о технических новинках весьма приблизительное представление. Таким образом, компьютер служит средством эмансипации подростка, тем более что его эксплуатация связана с определенными расходами, целесообразность которых ясна только подростку — владельцу серьезного технического средства. Приобретая компьютер, родители тешат себя иллюзиями, что идут в ногу со временем, не подозревая о таящейся опасности самоизоляции ребенка не только в кругу семьи, но и в несемейной жизни, если он увлечется компьютерными играми. Нам известны случаи, когда пятиклассники по очереди крали большие суммы денег из дома, чтобы вместе играть в сетевую игру в компьютерном клубе, прогуливая занятия. Для родителей компьютер хорош тем, что «ребенок дома, занят делом», опасность возникновения игровой зависимости не очевидна. Для подростка компьютерные игры — активная, в какой-то мере творческая (поисковая), интенсивная, эмоционально окрашенная «псевдодеятельность», цель которой совпадает с процессом. Последнее обстоятельство и формирует основу для развития зависимости.

Компьютер может выступать также ярлыком, обнаруживающим принадлежность подростка к определенной референтной группе: он

«современный», «крутой» (в зависимости от технических характеристик персонального компьютера), «умелый» (смотря до какого уровня он доходит в популярной игре). Его игротека демонстрирует его «игровой» статус. Нам приходилось наблюдать, как один игрок показывает, как надо «проходить игру», при полном уважении наблюдателей-зрителей. Его шоу не только развлекает друзей, но и позволяет ему ощутить себя асом, быть в центре внимания, получить признание. Группы подростков объединяются для коллективной игры в компьютерном клубе, и обстановка становится сродни той, которая возникает на стадионе, по накалу страстей игроков и возгласам зрителей-болельщиков. Такие же сетевые игры увлекательны для участников и без зрителей, по Сети. Таким образом, компьютер позволяет подростку развлечься и получить социальную поддержку. Родители чаще всего подозревают об этих плюсах, но они далеки от этой сферы и ограничиваются финансированием. Либо выступают конкурентами в борьбе за игровое время наравне с ребенком.

Наконец, компьютер служит средством вхождения в техногенное субкультурное сообщество. С его использованием связаны специфические знания, особый жаргон, особенные интересы, недоступные «прочим штатским»: он дает доступ в Интернет и позволяет завести свой электронный почтовый адрес. Подросток получает доступ в виртуальное пространство, где могут быть удовлетворены не только потребности в развлечениях, но и потребности в самоидентификации, моделировании своего и чужого поведения и др. Как указывает Э. Эриксон, в подростковом периоде развития перед индивидом стоит задача объединить все, что он знает о себе самом, в единое целое, осмыслить это знание, связать его с прошлым и спроецировать на будущее¹. Это лучше всего удается в процессе какой-то деятельности. Виртуальное пространство — это сфера деятельности, объединяющая подростка с теми, кто может служить ему зеркалом в самопознании.

Использование компьютера как пропуска в виртуальное пространство связано не только с личностным самоопределением подростка, но также позволяет ему освоить новые жизненные навыки об-

¹ Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996.

щения в технической среде. Новизна связана прежде всего с тем, что приходится осваивать новый язык, новые стратегии поиска и анализа информации, следовать определенным правилам игры. При освоении виртуального пространства велика роль процессов самоорганизации во многих аспектах: это регулирование собственной деятельности, это учет определенных правил поведения (этикет в работе на форумах и чатах и т. п.), это своеобразное строительство своего «островка», или фрагмента виртуального пространства, и т. д. Подросток осваивает новую этику поведения, которая отличается от реальности большей нормативной свободой: ты знаешь, что последствия твоего общения не могут принести существенного вреда или иметь серьезные последствия, твое поведение в Интернете не связано с санкциями общественности, тебя вообще мало волнует, что о тебе подумают другие. Более того, ты можешь придумать себя и выступать под иной личиной — рассуждать, «как блондинка», на равных говорить с человеком старше тебя и т. п. То есть помимо самопознания компьютер предоставляет возможность самопрезентации и самоиспытания в виртуальном пространстве. Опасность заключается в том, что виртуальная реальность отличается от объективной.

Риски виртуальной социализации

Нормы общения в Интернете размыты, грани между публичным и частным поведением стерты, несмотря на запрет нецензурной лексики, во многих формах сетевого общения содержание диалогов насыщено «буйством плоти». Общение в Интернете оказывается для подростка нишей, свободной от контроля взрослых, что повышает его привлекательность, но снижает социализирующую ценность. В этой связи можно упомянуть хакерство, которое в виртуальном пространстве не получает адекватной оценки. Нормативная свобода общения в Интернете для молодого человека оказывается пагубной с точки зрения «неправильного научения»: он не защищен от влияния негодных примеров преступлений в киберпространстве (порнография, торговля наркотиками, информация террористической направленности, националистического характера и т. п.),

но также сам волен нарушать нормы поведения, социально одобряемые в реальной жизни. Можно предположить, что эти деформированные нормы общения в Интернете побуждают молодых людей в реальной действительности пренебрегать нормами поведения, отличающимися приватное поведение от публичного — громкий разговор и развязное поведение в метро, вандализм и неприличные позы в общественном транспорте, грубое обращение к окружающим и т. п.

Активное использование персонального компьютера не ведет к развитию компьютерной зависимости с такой же закономерностью, как злоупотребление спиртным — к формированию алкогольной зависимости. Если у алкоголя есть специфические свойства, то у компьютера нет таких свойств. Он такое же орудие, как столовые приборы. Приводимые в электронных ресурсах данные социологических исследований пользователей Интернета показывают, что (например, в опросе 943 человек в Сети) с помощью компьютера и новых технических возможностей молодые люди удовлетворяют (и развивают!) свои интеллектуальные и коммуникационные потребности. Гораздо меньшая, но заметная (около 18%) часть пользователей обращается к компьютеру в целях компенсации дефицита общения и с желанием быть услышанными.

В массиве мнений, высказываемых исследователями и пользователями Интернета относительно значения виртуального пространства в их жизни, преобладают позитивные суждения: получение новой информации, более широкий выбор интересных людей, социальное признание, рост компетенции и расширение кругозора, присоединение к виртуальному сообществу (преодоление изоляции или одиночества) и т. п. Специалисты указывают, что бегство в виртуальную реальность и развитие компьютерной (или игровой) зависимости не является следствием технических средств (как это имеет место в алкогольной или наркотической зависимости), а обусловлено обстоятельствами, патологическими характеристиками индивида и организацией его жизнедеятельности: излишняя, чрезмерная активность в виртуальном пространстве не проблема, а плохое решение скрытой, неосознанной проблемы.

В то же время в обществе отмечается очередная «моральная паника» по поводу игровой или компьютерной зависимости, патопси-

хологическая окраска публикаций или выступлений ученых на конференциях, где преувеличивается распространенность интернет-аддикции, которая понимается расширительно, как:

- зависимость от компьютера, то есть всепоглощающее пристрастие к работе с компьютером в разнообразных формах: игры, программирование, общение, чтение, поиск новой информации и т. п.;
- информационная перегрузка, то есть навязчивое, неконтролируемое стремление к продолжению навигации по www, поиск в удаленных базах данных;
- «запойное», неуправляемое использование Интернета, то есть патологическая привязанность к опосредованным Интернетом азартным играм, онлайн-аукционам или электронным покупкам;
- зависимость от социального применения Интернета: от общения на чатах, групповых играх и телеконференциях, что может привести к замене имеющихся реальных друзей виртуальными;
- зависимость от кибер-секса, то есть от порнографических сайтов в Интернете, от обсуждения сексуальной тематики в чатах или специальных телеконференциях «для взрослых»¹.

В деятельности аддикта (зависимого) и от химических веществ, и от компьютера как средства выхода в интернет-пространство очевидны глубокая заинтересованность, бескорыстное любопытство, гипермотивированность. Интернет-аддикция граничит с описанием субъекта, увлеченного процессом познания, творчества или испытания себя. Наиболее адекватный психологический аналог феномена зависимости от Интернета — опыт «потока», или аутотелический опыт. Это новое понятие не несет оценки, оно обозначает специфические переживания, особое состояние, при котором у индивида возникает ощущение переноса в новую реальность. Опыт потока ведет к нарушению чувства времени, отвлечению от окружающей физической и социальной среды. Кроме того, опыт «потока» требует активизации сразу многих имеющихся у субъекта знаний, умений, навыков и способностей, в целом он задействует его компетентность в решении проблем.

¹ Гоголева А.В. Аддиктивное поведение и его профилактика. М.: Воронеж, 2002. С. 95.

Аутотелический опыт не привязан к конкретным видам деятельности¹. Это может быть увлекательное странствование по магазинам без определенной цели приобретения, самозабвенное любование природой, всепоглощающее погружение в занятие, связанное с хобби или профессиональной деятельностью. На бытовом языке здесь применимы описания типа «я утонул во впечатлениях», «ощущения поглотили меня», «я растворилась в этих переживаниях».

Для неопытного подростка аутотелический опыт странствования по Сети может быть особенно притягательным, завораживающим, как некое особое, уникальное состояние, сродни мистическому. Именно такой аутотелический опыт переживается подростками во время компьютерной игры: виртуальная реальность, эмоциональное напряжение, высокие требования к реактивности игрока и объему внимания, угроза срыва и возврата к начальной точке игры (повтору), ощущение своего творчества в заданных обстоятельствах и т. п. порождают высочайшую мотивацию и отключение восприятия того, что за рамками непосредственной деятельности. Такие переживания зачастую для подростка невозможны в реальности, поэтому особо привлекательны на фоне разобщенных семейных отношений, конфликтов в среде ровесников и отчужденных, усредняющих требований школы. Именно поэтому игровой зависимости трудно найти удовлетворительную альтернативу. Психиатры предлагают побеждать аутотелический опыт, переживание «потока» ослаблением его эмоциональной составляющей, разделением процесса и его цели, его результатов, выпячиванием инструментальной составляющей, усилением внимания к внешним обстоятельствам потока.

Семья и компьютерные девиации

Общественная дискуссия по вопросам компьютерных игр часто сводится к обсуждению болезненных зависимостей, как будто это реальная угроза для большинства пользователей. Данные приводи-

¹ В электронных средствах информации понятие «поток» связывают с именем американского социального психолога М. Чиксентмихалыи (Чикаго). «Аутотелический» означает «имеющий цель в самом себе».

мых в Интернете социологических опросов не подтверждают таких заключений. Психиатр В. Лоскутова на научной конференции по проблемам игромании (Москва, 2006 год) сообщила о полученных результатах: опрос 3500 пользователей Интернета, тест признанного авторитета в изучении игровой зависимости К. Янг привели к итогу — всего лишь 2% протестированных пользователей можно признать зависимыми от компьютера.

Свое мнение по поводу игровой зависимости имеют и родители подростков, однако их реальная позиция не совпадает с высказываемыми опасениями. Большинство родителей финансируют приобретение компьютера, не осознавая негативных последствий увлечения играми. Есть свидетельства администраторов компьютерных клубов в южных городах России, что родители сами поощряют ночные бдения своих чад за компьютером — «это ведь не наркотики». В то же время мы знаем случаи, когда родители оставляют администраторам клуба фотографии своих отпрысков с просьбой не пускать их в клуб, что однако не выполняется: коммерческий интерес!

Отдельного разговора в этой связи заслуживает позиция семьи в предупреждении компьютерной зависимости. Необходимо отметить, что большинство родителей воспринимают игроманию как абстрактную угрозу и не осознают ее как реальную проблему собственной семьи. Их рассуждения о возможных мерах противодействия распространению игровых автоматов и компьютерных клубов концентрируются преимущественно вокруг вопросов государственной политики по борьбе с уклонением от налогов и т. п., по совершенствованию законодательства, по развитию молодежной занятости и услуг в сфере досуга для подростков.

Семья сегодня реально не готова к профилактике зависимостей ни с точки зрения владения необходимой информацией, ни с точки зрения конкретной помощи ребенку в освоении взрослых социальных ролей. Родители пасуют перед актуальным усложнением воспитательных задач, зачастую ограничиваясь функциями ухода, материального обслуживания подростков. По сути дела, родители обнаруживают педагогическую некомпетентность. Часто родители не проводят грани между подростковым и взрослым статусом: «Если я курю — как ребенку запретить?», «Все равно трезвенником не останется»,

«Все пьют», «Зато дома сидит, а не на улице болтается». Что же касается противодействия уже обнаруженной компьютерной зависимости, то вместо поиска причин идет борьба со следствиями, вместо помощи родители усиливают прессинг, не налаживая диалога.

Изучая методы скрытой, косвенной профилактики наркомании путем обсуждения жизненных ситуаций в группе подростков, казанский ученый Р.Р. Гарифулин указывает на важнейшее значение прежде всего дружбы между родителями и детьми: «Там, где ребенок систематически страдает чувством психологического одиночества и не имеет возможности дружелюбного общения с родителями, всегда есть риск появления зависимости». Косвенная, не прямолинейная антинаркотическая профилактика только пробивает себе дорогу в педагогически защищенном пространстве. В то же время пора признать, что средства массовой информации и вместе с ними электронные средства общения стали пространством скрытой пропаганды наркомании и других форм подростковой девиации.

Многие семьи не придают значения алкогольной опасности, смиряются с курением и игровыми пристрастиями подростков. Они весьма благосклонно относятся к увлечению ребенка (и подростка) компьютерными играми и поиском информации в Интернете, не подозревая о рисках развития девиантных форм поведения. Выше уже говорилось о «неправильном обучении» общению в Интернете, о сильных, завораживающих переживаниях «потока». Родители мало информированы о том, насколько легко доступна информация о наркотиках на безобидных сайтах «натуралистов» и «народных целителей». Взрослые не позаботились о защите несовершеннолетних от не соответствующей возрасту информации (порнопродукция, электронные продажи секс-индустрии и соответствующая реклама). Несмотря на ограничения, нецензурная лексика широко используется в компьютерном общении. Пока еще опасность компьютерной и игровой зависимости не достигла угрожающих масштабов и есть шанс на успешную профилактику. Но, кажется, мы его упускаем.

Нашим исследованием было установлено, что большинство семей весьма успешно фильтрует внешние наркогенные угрозы: доступность наркотиков, активность наркоторговцев, прессинг правоохранительных органов, неадекватная антинаркотическая пропаганда

или даже пронаркотическое просвещение, зараженность ближайшего окружения наркотиками. Они относительно благополучно амортизируют все внутренние генетические, характерологические, возрастные и социальные, обусловленные жизненным опытом риски, permanently присущие подростку и делающие его особенно уязвимым. Доказательством тому служит статистика.

Можно выделить различные группы семей по их позиции в профилактике компьютерной зависимости как формы девиантного поведения. Думается, эта позиция формируется под влиянием внешних факторов (доступность компьютерных клубов, игровых автоматов, наличие компьютера дома, ненасыщенность досуговой сферы, незанятость подростка учебными и иными делами и т. п.) и внутренних, субъективных факторов (осознание родительской ответственности, навыки организации семейной жизни, внимание к потребностям ребенка и т. п.). Большинство семей, судя по нашим данным, можно отнести к группе игнорирующих проблемы игромании и последовательного воспитания, подготовки ребенка к взрослой жизни: компьютер воспринимается как отвлечение от «улицы», наименьшее зло, а увлеченность играми в ущерб занятиям — как досадное и непреодолимое обстоятельство. Другая группа — семьи, осуществляющие иммунизацию ребенка против различного рода зависимостей в виде предупреждений, директив, контроля, ограничений и в то же время не ведущие осознанной, целенаправленной работы в этом направлении.

По степени участия в защите подростка от зависимостей, в том числе от игромании, иными словами, по степени выраженности профилактического потенциала все семьи можно условно разделить на следующие группы:

1. семьи, игнорирующие технические возможности развития ребенка и отрицающие компьютер, ограничивающие просмотр телевизора и т. п., — в таких семьях упор делается на физическое и нравственное воспитание и охрану здоровья ребенка, с особенностями подросткового возраста здесь мало считаются;
2. иммунизирующие семьи, укрепляющие доверительные отношения с подростком: как правило, здесь есть договоренность о

принципах использования компьютера, подчеркивается его инструментальное значение;

3. семьи нейтральные, делегирующие свои обязанности по защите подростка от компьютерной зависимости другим социальным институтам — специалистам, правоохранительным органам, администраторам клубов и т. п.;
4. семьи сверхпекающие, изолирующие ребенка от дополнительных агентов социализации, ограничивающие его общение семейным кругом или «доверенными лицами», среди которых много взрослых с педагогическими задачами, — в таких семьях занятия с компьютером строго дозированы, включены в систему образования, подчеркивается его инструментальное предназначение;
5. семьи, не способные выполнять воспитательную функцию, беспомощные, невооруженные, занимающие попустительскую позицию.

Диалог поколений: контроль или участие

Как видим, разное отношение родителей к роли компьютера в воспитании подростка основывается в значительной мере на предубеждениях и стереотипах родительской ответственности. Во многом это обусловлено неучастием родителей в компьютерных занятиях ребенка. В то же время раздаются опасения в связи с компьютеризацией школьного образования: как ограничить свободу передвижения ребенка в виртуальном пространстве, как предупредить злоупотребление предоставленными возможностями. Задачи ограничения и контроля технически легко разрешимы в школьной Сети. Однако внедрение компьютера в школе повлечет за собой ускоренную компьютеризацию домашней среды, для которой проблемы контроля более серьезны. К тому же предстоит подготовить родителей к принятию ответственности за эту сферу деятельности ребенка. Думается, на этом пути нас ожидает множество трудностей не только организационного и технического, но и психологического, этического, социального характера.

Итак, подросток вынужден осваивать новые задачи своего развития, удовлетворять свои растущие потребности путем «жизни» в вир-

туальной реальности, поскольку объективно лишен возможности быть активным в своей жизни. Эта «жизнь» реализуется им в соответствии с собственными представлениями и нормами виртуального сообщества. При этом виртуальное пространство не идентично реальному, и результаты самосоциализации оказываются искаженными. Это обостряет различия между поколениями и затрудняет необходимый диалог.

Специального внимания требует изучение процессов самоорганизации в электронных СМИ, которые поощряют самостоятельную критическую оценку предоставляемой информации, проявляют интерес к нестандартному, непривычному и тем самым поощряют нарушение распространенных, типичных, получивших социальное одобрение форм общения и поведения. Электронные средства общения расширяются за счет интереса к индивидуализированной жизнедеятельности, они отрицают «воспитательные» фильтры информационного воздействия. И это, как все новые явления в социальной жизни, вызывает опасения и желание ограничить и контролировать. Интернет же представляет собой новую форму поиска путей, неподвластных фильтрам и регулированию со стороны цензуры. Интернет-сообщество аналогично тусовке: это не воспитывающее (но обучающее), педагогически не защищенное пространство, не контролирующее и не оценивающее. Помимо пользователей контролю и цензуре в виртуальном пространстве противодействуют коммерческие интересы структур, предпринимателей и заинтересованных лиц. Иными словами, речь должна идти о том, как взрослым занять достойное место в процессах виртуальной самосоциализации — путем контроля или сотрудничества?

Выводы

Компьютер как средство самосоциализации используется подростком для развития личностного, профессионального потенциала, для повышения своего статуса в глазах окружающих, для расширения круга общения и совершенствования коммуникативных навыков, для обогащения эмоциональной среды своего существования и творческого развития. Наряду с этим особенности общения в анонимной виртуальной среде обуславливают деформации социализации в нормативном аспекте и содержат возможные опасности приобщения к

девиантным формам поведения как в виртуальной, так и в реальной среде. Определенная поддержка требуется подростку со стороны взрослых в связи с процессом самопрезентации и конструирования виртуальных личностей в интернет-общении, поскольку это сложный и ответственный момент взросления. В этом смысле защита подростка от рисков Всемирной паутины аналогична защите от обманок рекламы, от демонстрации насилия в телепрограммах, от предложенных наркотиков: на переднем плане стоит развитие личности, укрепление защитных факторов социализации и прежде всего построение конструктивного общения поколений в семье.

Зачастую защита подростка понимается как фильтрация содержания доступной ему информации. В 40% американских семей применяются технические средства, ограничивающие доступ к некоторым сегментам Интернета. В Москве планируется использовать электронную карту юного москвича для контроля за его занятиями в Интернете (скорее всего, по объему). В связи с компьютеризацией школьного образования эта проблема встает со всей остротой. Специалисты работают также над юридическими аспектами защиты юных пользователей Сети от порнографии, национализма, наркоторговли, коммерческого мошенничества и проч. Перед администраторами в компьютерных клубах, интернет-салонах и Всемирной сети стоит задача контроля и защиты несовершеннолетних от неподобающей информации, но она не выполняется.

Представляется, что главное направление защиты подростков — это информирование родителей о рисках работы с компьютером для их ребенка и стимулирование совместного освоения и использования этого технического ресурса, расширяющего границы семьи и личности. Благодаря компьютеру жизнь человека становится эмоционально насыщеннее, обогащается жизненный опыт, развиваются навыки общения. По сравнению с реальной жизнью в виртуальной среде это осуществляется легче, быстрее, результативнее. Надо осознавать возможные риски и быть готовыми к их преодолению.

Интернет — пространство свободы выбора?

*Шурыгина И.И. (Институт социологии РАН,
Москва)*

В Интернете человек может найти любую информацию по любому интересующему его вопросу, в том числе и о наркотиках, и на основе этой информации сделать свой выбор и принять свое решение. В этой статье на основании анализа двух дискуссий на одном из самых популярных и многолюдных форумов Рунета рассматривается вопрос о том, какую информацию и какие сообщения — явные и скрытые — получает посетитель Интернета о допустимости или недопустимости употребления «легких» наркотиков и какие выводы он при этом может сделать¹.

Форум (конференция) — одна из форм сетевого общения. Общение на форумах структурировано по темам: для того чтобы оно состоялось, один из участников должен «открыть тему» (для этого существует специальная функция) — написать ее название и первое сообщение. Пространство форума организовано как список тем, в котором указаны их названия, ники их авторов, дата начала темы, ники авторов последних сообщений в каждой теме. Если участник форума заинтересовался темой, он заходит в нее (технически это осуществляется щелчком правой кнопки на мышке), и перед ним открывается лист с сообщениями, которые уже оставили другие. Участник форума читает чужие сообщения и, если хочет, пишет свое. В отличие от чатов для общения с другими участниками темы не обязательно совпасть с ними по времени пребывания на форуме — темы и сообщения сохраняются, и люди пишут ответы

¹ См. подробнее Рыбакова Л.Н. «РС как средство самосоциализации: освоение виртуальной реальности» в настоящем сборнике.

друг другу тогда, когда им удобно. Если пишущие в теме настроены серьезно и считают, что ее предмет достоин обсуждения, то в ней разворачивается настоящая дискуссия: люди выражают свое мнение, спорят друг с другом, приводят аргументы в пользу своей позиции. Активное обсуждение, как правило, длится несколько дней, потом постепенно затухает.

Конференции могут быть тематическими, в которых собираются люди, объединенные общими интересами (например, творчеством конкретного писателя), и общими, где круг возможных тем и потенциальных участников не ограничен. Любой форум читает больше людей, чем пишет в него, причем среди читающих могут быть и те, кто значительно моложе пишущих. Таким образом, информацию об обсуждаемой теме могут воспринимать не только те, кто в ней участвовал, но и любой, даже случайный, посетитель форума.

Во многих форумах предусмотрена функция голосования: автор темы может в ней сделать опрос: сформулировать вопрос, сделать закрытия. Вопрос и возможные ответы располагаются в начале темы. Желаящие принять участие в голосовании «кликают» на подходящую им позицию, число проголосовавших, давших тот или иной вариант ответа, и проценты от общего числа ответивших подсчитываются автоматически. Результаты голосования не всегда отражают позицию тех, кто пишет в теме. Человек может проголосовать, но не принять участия в самой теме или, наоборот, писать в теме, но не участвовать в голосовании. Чаще всего число голосующих превышает число участников обсуждения. Если человек хочет, он, заходя в тему, говорит, какой из вариантов ответа выбрал, и обосновывает свой ответ, но это не обязательно. Голосовать могут только зарегистрированные члены форума, но результаты голосования не репрезентативны — в каждую тему заходят далеко не все из них.

Русскоязычные форумы собирают людей из самых разных городов и стран. Пишут в конференциях люди, имеющие постоянный доступ к Интернету дома или на работе. Тому, у кого такого постоянно доступа нет, не имеет смысла становиться членом форума: при эпизодическом появлении просто невозможно полноценно участвовать в обсуждении даже одной темы. Соответственно социальный состав участников конференций достаточно разнообразен — от студентов до домашних хозяек с преобладанием офисных работников.

Форумы собирают более старшую по возрасту аудиторию, чем чаты. Обычно ее возраст колеблется от 20 до чуть старше 50 с преобладанием тех, кому от 25 до 35. Дети и подростки во взрослых форумах практически не пишут — отчасти потому, что им не интересны «взрослые» темы и обсуждения, отчасти потому, что взрослые участники не одобряют их присутствия — молодежь, как правило, имеет свои отдельные форумы.

В целом участники конференций — типичные постоянные пользователи Интернета, поэтому их высказывания в темах можно рассматривать и анализировать как представления, характерные для тех, кто регулярно бывает в Интернете, а темы, получившие полноценное развитие, можно рассматривать как своего рода фокус-группы.

В конференции, о которой идет речь, тема о «легких» наркотиках поднималась два раза с перерывом в четыре года. Оба раза авторы задавали вопрос о том, является ли марихуана наркотиком. При этом фактически их цель состояла в том, чтобы понять, допустимо ли ее употребление.

Автор первой по времени темы — девушка. Она не объяснила мотивов своего интереса, просто попросила сказать, является ли марихуана наркотиком, привести все доводы «за» и «против», и туманно сослалась на то, что ей тут «пудрят мозги». Вообще, ее поведение очень нетипично для автора темы. Обычно автор активно участвует в обсуждении, в данном же случае девушка только открыла тему, но больше ничего в ней не написала (что вовсе не означает, что она ее не читала). Это, скорее всего, свидетельствует о том, что тот период ее жизни был слишком напряженным и ей было не до того, чтобы писать в конференции. Но возможно, что она и не планировала ничего говорить сама, ее интересовали только ответы и мнения других людей. Характерно, что она задала свой вопрос в том разделе форума, где размещают темы, связанные с личными взаимоотношениями. Это позволило участникам темы предположить, что тот, кто «пудрит ей мозги», — ее парень (скорее всего, это так и было).

В дискуссии участвовали 40 человек. Участники темы обсудили широкий круг вопросов — от проблемы определения, что такое наркотика, до вопроса о легализации марихуаны — и действительно предоставили ее автору полный спектр возможных мнений. Однозначного ответа обсуждение не дало. Таким образом, основной месседж, который получила автор темы и ее читатели, состоит в том, что

однозначного ответа не существует, нужно, исходя из полученной информации, делать свой выбор самостоятельно.

В этой статье представлены явные и не явные «послания», которые получает потенциальный читатель темы. Явные, «открытые» месседжи — это то, что говорят участники дискуссии, «скрытые» — это те выводы, которые легко сделать из их рассказов. Они очень противоречивы, причем даже в одном и том же сообщении могут содержаться импульсы как «за», так и «против» употребления марихуаны, а из одного и того же исходного положения могут следовать разные выводы.

Материал сгруппирован следующим образом: сначала идет некое исходное положение, с которого начинается новая ветвь дискуссии, затем те выводы, которые из него следуют. Это и есть та информация, которую в конечном итоге получает читатель.

Наркотик — это всегда страшно, опасно и запрещено

(Выяснить, является ли марихуана наркотиком, очень важно. Сама формулировка вопроса автором темы подразумевает, что если марихуана — наркотик, то принимать ее нельзя, а если не наркотик, то можно. Характерен в этом смысле рассказ одного из участников темы о том, как он, накурившись хорошей анаши, испытал необычные и очень приятные ощущения, но очень испугался, когда осознал, что это ощущения от наркотического опьянения, и больше с марихуаной не экспериментировал. Таким образом, представление о том, что наркотик — это по определению плохо, опасно, запрещено, срабатывает как барьер на пути к наркотизации.)

Марихуана — наркотик. Употреблять марихуану нельзя, тут нечего даже обсуждать.

Марихуана не наркотик, ее можно употреблять.

Марихуана — наркотик, но наркотик — это не всегда страшно, опасно и запрещено, многие наркотики (алкоголь и табак) легальны и привычны

Марихуана — наркотик, но такой же, как алкоголь и табак, ее не надо бояться. Более того, марихуана даже менее вредна, чем разрешенные наркотики.

Легальные наркотики тоже опасны — спиться не менее страшно, чем подсесть на героин. Опасна и марихуана.

Не важно, легальный наркотик или нет, любые искусственные

способы стимуляции — зло, и человек может и должен обойтись без них. Лучше всего не пить, не курить и не употреблять никаких наркотиков, включая и марихуану.

Наркотик ли марихуана — определяется законодательно

Марихуану считают наркотиком только из-за дурацких законов, на самом деле она не наркотик, ее можно употреблять.

Марихуана не везде запрещена, есть страны, где она легализована, значит, она не опасна, ее можно употреблять.

Да, но в России марихуана запрещена законом и тот, кто ее покупает, становится преступником. Не важно, насколько марихуана вредна или безвредна, употреблять ее нельзя.

Марихуана не вызывает физического привыкания

Марихуана не вызывает физического привыкания, поэтому она не наркотик и не опасна.

Марихуана вызывает психологическое привыкание, это тоже опасно.

Психологическое привыкание — это не всегда страшно, опасно и связано с тем, что запрещено. Психологическое привыкание — это просто любая привычка, даже такая, как грызть семечки.

Ничего особенно страшного в марихуане нет.

Тяжелые наркотики очень опасны и недопустимы

Марихуана — «легкий» наркотик, она допустима и не опасна.

Тот, кто курит марихуану, потом переходит на «тяжелые» наркотики. Это подтверждают многие жизненные примеры, приведенные в этой теме. Марихуана опасна именно этим, употреблять ее нельзя ни в коем случае.

Есть много примеров из жизни, которые говорят о том, что человек может регулярно курить марихуану и не перейдет на «тяжелые» наркотики. Голландский эксперимент доказал, что употребление марихуаны не связано с переходом на «тяжелые» наркотики. Марихуана не опасна.

Тот, кто курит марихуану, потом переходит на «тяжелые» наркотики:

Действительно, есть люди, которые с марихуаны переходят на «тяжелые» наркотики, но таким безмозглым туда и дорога, они сами виноваты. Взрослый и разумный человек так не сделает, для

него марихуана не опасна. Можно без последствий пробовать марихуану и другие наркотики типа ЛСД, но только если ты разумный, взрослый человек, который отдает себе отчет в том, что он делает, и может вовремя остановиться.

Если у человека не развит инстинкт самосохранения и он физиологически склонен к формированию зависимости, ему может быть опасна даже первая проба. Никто не знает, какой у него организм, поэтому марихуану лучше даже не пробовать.

Некоторые из участников темы, основываясь на собственном опыте, рассказывают о том, какие ощущения вызывает марихуана:

Секс под марихуаной приносит просто необычные, незабываемые ощущения. Марихуана — хорошее средство расслабления, от нее чувствуешь себя отдохнувшим и полным сил. Покурить хорошую «траву» в хорошей компании очень приятно. Те, кто против марихуаны, пусть сначала попробуют. Тот, кто хоть раз пробовал хорошую марихуану, знает, какое большое удовольствие это доставляет.

Марихуана не приносит никаких особенных ощущений.

Марихуана доставляет удовольствие

Марихуана доставляет удовольствие, но это удовольствие от наркотического опьянения, это опасно и страшно, ее не надо употреблять.

Люди привыкают к кайфу от марихуаны, им начинает его не хватать, и они переходят на «тяжелые» наркотики, кайф от марихуаны очень опасен.

Для того чтобы получать удовольствие от жизни, вообще не нужны никакие наркотики и стимуляторы.

Те, кто принимал или принимает марихуану, считают, что она не принесла им вреда, что она доставляет много удовольствия. При этом они:

Советуют попробовать ее другим.

Советуют пробовать, но только тем, кто уверен, что у него не особенно чувствительный организм, склонный к формированию зависимости, и что качество марихуаны хорошее.

Советуют воздержаться даже от первой пробы, поскольку никто

не может точно знать, как среагирует его организм и какого качества марихуану он покупает. Вообще никто не знает, чем это может кончиться; то, что употребление марихуаны не принесло вреда информатору, вовсе не означает, что оно не может принести вреда и другим.

Не хотели бы, чтобы марихуану попробовали их дети.

Рассказы об удовольствии, которое доставляет марихуана, и о том, что она безвредна, недопустимы:

Тот, кто курит марихуану сам и советует попробовать другим, просто тварь. Если девушка задала такой вопрос потому, что ее парень уговаривает ее попробовать, с ним надо немедленно порвать. То, что говорили в этой теме о допустимости марихуаны, — вредно и опасно для автора темы и для ее читателей. Фактически те, кто это писал, учат молодую девушку принимать марихуану, а это недопустимо. Тема, в которой говорят о марихуане, сама по себе вредна — даже само обсуждение уже может принести вред читателям — те, кто здесь пишет, должны помнить о том, что не все, кто будет читать эту тему, — взрослые и разумные люди.

Никто не может никого «сманить». Принимать наркотики или нет, каждый решает только сам. Человек должен сам выбирать и решать, курить ему марихуану или нет.

С этим последним утверждением согласны даже те, кто категорически против любых наркотиков и считает, что пропаганда марихуаны недопустима. Фактически это единственное, в чем сошлись все участники обсуждения. Таким образом, основной импульс, который получает читатель, — это то, что решение, употреблять марихуану или нет, он должен принимать только сам и нести ответственность за последствия своего выбора он тоже будет самостоятельно. Дополнительная информация к размышлению состоит в том, что:

Среди тех, кто принимал участие в обсуждении, очень многие имеют опыт употребления марихуаны.

Те, у кого была возможность, попробовали марихуану, но есть и люди, которые никогда не пробовали марихуану и не хотят этого делать, им это просто не нужно и не интересно.

Очень многие нормальные люди курят марихуану, они не нарко-

маны, здоровы, успешны и пользуются уважением, но есть и много историй из реальной жизни, когда те, кто курил марихуану, очень плохо кончили.

В Интернете можно найти много информации как за употребление марихуаны, так и против, и каждый выбирает ту, которая подтверждает его точку зрения.

Автор второй темы — молодой человек — тоже попросил «поделиться инфой» и сказать, «кто что думает по этому поводу». Тема была открыта в том разделе форума, где участники занимаются болтовней на самые разные темы, в том числе и шутовой. В ней приняли участие 34 человека, из них только двое принимали участие и в предыдущем обсуждении. Хотя основной состав участников дискуссии и поменялся, доводы и аргументы, которые они приводили как за употребление марихуаны, так и против, практически ничем не отличались от приведенных в первой теме. Как оказалось, за четыре года никаких новых аргументов ни у одной из сторон не появилось. В данном случае интерес представляет сам автор. В процессе развития темы становится понятным, что он открыл ее вовсе не для того, чтобы поболтать в перерывах между работой: она отражает его внутреннее напряжение. Он давно и регулярно курит коноплю и, с одной стороны, боится, что уже впал в зависимость, а с другой — ищет подтверждения тому, что его действия нормальны и не опасны.

Позиция автора — смесь бравады и тревоги, его цель — уверить себя в том, что все нормально и он не наркоман. Противоречие содержится уже в том, как сформулирована тема. В ее названии заложено утверждение: «Марихуана — не наркотик», но начинается она с голосования, то есть с вопроса. Вопрос для голосования: «Как вы относитесь к курению марихуаны?», но предложенные варианты ответов («Никогда не пробовал», «Пробовал», «Иногда покуриваю», «Курю, когда есть возможность») показывают, что интересуют его не мнения о допустимости или недопустимости употребления марихуаны, а то, сколько среди голосующих тех, кто ее курит.

Так же неоднозначно и его первое сообщение, открывающее тему. Сначала он говорит о том, *что убежден в том, что ее курят очень многие* (употребление слова «убежден» показывает, что тут не столько констатация факта, сколько выражение надежды автора на то, что

это так и есть: он «убежден», а не «знает»). Затем сообщает, что сам считает, что «курить» вредно, но алкоголю предпочтет «косяк». Тут в одном только коротком предложении содержатся два смысла:

Автор «курит», хотя «курить» вредно (источник внутреннего напряжения).

Автор считает, что выбор — между «курением» и питьем и что кто не «курит», тот пьет (то есть нет человека, который был бы совсем без греха — довод, при помощи которого это напряжение можно смягчить).

Далее он в ответ на сообщения тех, кто никогда не курил марихуану и не собирается этого делать, интересуется: «Почему? *Наслушались баек про «анашовый клин»? Страшилок начитались?*» (подтекст: курить марихуану — нормально, странно этого не делать, все, что говорят о вреде, который она приносит, — не более чем байки и страшилки); бывает явно рад, когда кто-то говорит, что курит марихуану и делает попытки завязать «профессиональный» разговор: «*Молоко пробовали? Жуткая вещь!*» — бравирует опытом: «*Можно убиться в аут на несколько дней.*»

Одновременно с этим в его высказываниях появляется мотив поиска самооправдания. Он оживляется при шутливом упоминании грибов одним из участников обсуждения: «*Грибы — это да!* — и сразу добавляет: — *А главное — самооправдание реальное, они же растут сами по себе, их не выращивают. Впрочем, конопля тоже сама растет...*» Таким образом, оказывается, что употребление не только грибов, но и конопли — не только «здорово», но и нуждается в «самооправдании».

Позже возникает и мотив психологической зависимости. Автор описывает ощущения (*искусственный рай*) и тут же признает опасность, которая в этом таится: *отсюда и психологическая зависимость*. Постепенно тревога усиливается: «*Я заядлый курильщик, не дай бог так по «плану» вдарить. Хотя и закуры бывали.*»

Автор сначала говорит, что курит от нечего делать, затем (в ответ на высказанное мнение о том, что проблема наркомании в том и заключается, что все происходит от нечего делать) признает, что «нечего делать» — это просто «самооправдание». На самом деле все дело в психологической зависимости, когда человек начинает доверять

наркотику, в этом вся беда, но тут же он добавляет, что когда после тяжелых трудовых будней хочется расслабиться, травка очень помогает, так что, почему бы и нет?

В конце концов он фактически признает, что у него проблемы и что его это тревожит: *«В любом случае за все надо платить, и хождение по краю пропасти не может продолжаться вечно... Вот и я покуриваю и думаю, что пронесет, успокаиваю себя тем, что лучше уж «план», чем что-нибудь потяжелее... Может, и лучше, смотря с чем сравнивать. Но это получается уже не сравнение, а самооправдание».*

И даже формулирует неосознанную цель, с которой он на самом деле и открыл эту тему: *«Я здесь не доказываю (что марихуана безвредна), а пытаюсь отстоять свою весьма скользкую позицию, потому что для меня есть свои прелести в курении травки».* То, что он хочет, — это убедиться в том, что он может и дальше спокойно курить марихуану.

В конечном счете цель оказывается достигнутой: из всего потока информации автор выбрал то единственное, что и убедило его, что он не наркоман, а нормальный человек — тот факт, что марихуану курят очень многие (из 74 проголосовавших 18 человек «иногда покуривают» и 7 «курят, когда есть возможность»): *«А результаты очень и очень недурные. Я думал, что здесь едва найдется пять-десять «курильщиков».*

Таким образом, тема закольцевалась: она началась с того, что автор выразил надежду на то, что «курят» очень многие, а кончилась тем, что он убедился в том, что так и есть. Последнее его сообщение в этой теме было о том, что он вчера накурился в компании друзей и что было очень весело.

Автор второй темы — особый случай, он искал только подтверждения своей позиции, но на этом примере хорошо видно, как употребление «легких» наркотиков приобретает статус нормы только потому, что это делают многие. В том социальном и возрастном слое, из которого состоит большинство постоянных и активных пользователей русскоязычного Интернета (а они во многом и формируют его пространство), употребление «легких» наркотиков действительно получило в последнее время широкое распространение. Это приво-

дит к тому, что об их употреблении упоминается легко и часто, между делом. Например, когда кто-нибудь очень уж развеселится, его могут спросить: «Какую траву вы курите?» или попросить: «Поделитесь со мной вашей травой». Это одна из расхожих шуток Рунета, и она вовсе не означает, что тот, кто спрашивает, или тот, у кого спрашивают, обязательно реальные потребители марихуаны. Однако такие мелкие, но часто встречающиеся упоминания «травы» создают ощущение, что курить ее — дело самое обычное и нормальное, и в конечном счете оказывают гораздо большее влияние на читателя и участника разговоров, чем непосредственно дискуссии о допустимости или недопустимости их употребления, где на каждый довод «за» находится свой довод «против».

Социальные особенности профилактики компьютерной зависимости и девиаций в отечественном интернет-пространстве

Романенко Л.М.
(Институт социологии РАН, Москва)

Одним из наиболее спорных вопросов нынешней российской обществоведческой науки является вопрос о том, чем в реальности обернулись для страны инициированные перестройкой демократические преобразования — колоссальным скачком вперед по трассе мировой истории или разрушительнейшей национальной трагедией. Ожесточенные споры об этом ведутся до сих пор и, очевидно, будут вестись еще долго. Основная линия спора проходит в области подсчета соотношения социальных плюсов и социальных минусов включения России в глобальное мировое сообщество. Мнения наших соотечественников по этому поводу отличаются разнообразием, противоположностью оценок и мнений, а также мощной эмоциональной окрашенностью, которую задает постоянно присутствующий в этих спорах и дискуссиях извечный русский вопрос «кто виноват?».

Поиски виноватых в провалах и просчетах процесса современной российской демократизации, что и говорить, дело и приятное, и политически выгодное, но социально бесперспективное, поскольку не дает обществу реальной возможности понять поучительный смысл проблем и трудностей, с которыми мы сегодня столкнулись. Если же поучительный смысл социального урока обществу не ясен, то невозможно адекватно ответить на содержащийся в нем вызов и тем самым стать сильнее, мудрее и перейти на новый, более высокий уровень «социальной игры». В результате российское общество, вместо того чтобы быстрыми темпами идти вперед, продолжает упорно топ-

таться на месте, постоянно наступая на разнообразные «социальные грабли», будь то реформа здравоохранения, изменения политической системы или дружно ругаемый взрослыми Интернет с существующими в его глубинах разнообразными девиантными сообществами.

Деформирующее влияние Интернета на неокрепшую психику детей и подростков — это уже давно больше чем социальная аксиома. Беда под названием «Ребенок в состоянии компьютерной комы, или Опасности, подстерегающие ваших детей в Интернете» давно уже вышла за пределы единичных случаев и стала массовым негативным явлением нынешней российской жизни. Она не щадит никого из родителей — ни богатых, ни бедных, ни успешных, ни неудачников, ни тех, кто живет в России с самого рождения, ни тех, кто только что приехал в нашу страну, ни преуспевающих бизнесменов, ни нищих учителей. С ней борются, кто как может, а этот социальный недуг все продолжает распространяться, поскольку борьба, как это часто у нас бывает, ведется не с причинами, а с последствиями негативных социальных явлений. Мы, как обычно, не пытаемся понять, чему нас учит та или иная проблема, а сразу начинаем бороться, игнорируя тот очевидный факт, что от используемых нами сегодня методов и технологий решения острейшей проблемы детской и подростковой интернет-зависимости она не разрешается, а лишь становится все серьезнее и опаснее, приобретая характеристики устойчивых социальных девиаций.

Попытаемся разобраться в этой сложнейшей для корректной научной интерпретации проблеме, отойдя от привычных исследовательских схем и шаблонов и проанализировав ее с позиций анализа некоторых поведенческих особенностей родителей, которые, по мнению автора, и являются базовыми при определении динамики актуализации в нынешнем российском социальном пространстве двух опасных молодежных тенденций. Первую можно условно назвать «Интернет как девиация», вторую — «Девиации в Интернете». Как мы полагаем, это два уровня развития одной и той же острейшей и незаслуженно находящейся на периферии научных исследований проблемы современного отечественного социума — проблемы родительского страха.

Переход России в нестабильную фазу существования закономер-

но спровоцировал в обществе резкий рост страха. Большинство российского населения, долгие годы безмятежно жившего в хорошо отрегулированной общественной системе с ее мощной социальной составляющей и твердой уверенностью граждан в завтрашнем дне, внезапно оказалось в совершенно новой, незнакомой социальной реальности, да еще при полном отсутствии массовых адаптационных социальных механизмов, которые позволили бы гражданам успешно и эффективно вписаться в новое общественное бытие. Необходимость быть сильными, смелыми, умеющими выживать в новых, непривычных социальных, экономических, политических и прочих условиях при отсутствии необходимых для этого знаний «выкачивала» у индивида все имеющиеся образовательные, психологические, нравственные и другие личностные ресурсы.

Существование в таком режиме постоянного «социального экстрима» закономерно спровоцировало резкий рост у людей внутренних страхов и фобий. Естественно, что в центре этих страхов не могли не оказаться самые незащищенные жители нашей страны — дети. Ребенка стало невозможно спокойно отпускать в школу одного, позволять ему долго гулять с друзьями и приятелями, ездить на дачу, ходить на массовые развлекательные мероприятия и т. п. Убьют, покалечат, совратят, изнасилуют, «подсадят на наркоту», «разберут на органы», «загребут в милицию» и т. д. — таково генеральное отношение нынешних российских родителей к миру за стенами квартиры. В этой ситуации компьютер представляется многим взрослым реальной «спасительной соломинкой», которая позволяет им без особого ущерба для любимого чада (как они вначале полагают) ограничить его активность вне дома и тем самым хотя бы немного ослабить тиски страха, каждый раз сжимающего родительское сердце, когда их ребенок выходит из дома.

Именно *родительский страх*, по мнению автора, является *главной причиной* «компьютерной болезни» детей. Ребенок в семье — существо, зависимое во всех планах, и прежде всего в плане психологическом. В силу своего возраста и отсутствия сформированных личностных механизмов, способных серьезно снизить зачастую зашкаливающий за всякие разумные пределы уровень страха в семье, ребенок, которому надо выжить и психологически не сломаться, способен оп-

тимизировать семейную обстановку только пассивно — поведенчески подстраиваясь под требования родителей. Для него это в буквальном смысле жизненно важный вопрос. Даже если на словах ребенок или подросток продолжает активно бунтовать против родительского диктата, все равно он будет стараться внести своей посильный вклад в улучшение семейной обстановки.

Чувство ответственности (а нередко и вины) за тяжкую, беспросветную жизнь замученных и издерганных материальными проблемами матери и отца заставляет ребенка сидеть у компьютера даже тогда, когда хочется пойти погулять с друзьями, сходить с девушкой в кафе или отправиться «выпустить пар» на концерте любимой рок-группы. К сожалению, нередко только таким образом — ограничивая собственную активность и собственные социальные контакты и тем самым оставаясь под семейным контролем — нынешний российский ребенок может доказать родителям свою любовь, снизить давящий на них психологический груз забот и тревог. Поэтому исправлять ситуацию с компьютерной зависимостью детей и подростков, приобретающей сегодня черты устойчивой девиантной поведенческой практики, нужно, думается, прежде всего *с психологической профилактики родительского страха*. Как только его тиски ослабнут и его разрушающее влияние на семью снизится, ребенок уже больше не будет столь сильно зависеть от компьютера. Каким образом сделать подобную профилактическую работу с родителями эффективной, массовой и доступной для всех — задача, найти решение которой пока еще только предстоит отечественным ученым, политикам, общественным деятелям и управленцам, занимающимся семейными и молодежными проблемами.

Одной из важнейших родительских функций является функция ретрансляции детям необходимого жизненного опыта. Именно от того, насколько эффективно удастся (или не удастся) родителям подготовить свое чадо к самостоятельной жизни, зависит их самооценка как хороших или плохих родителей. В животном мире ретрансляция необходимых жизненных навыков от поколения к поколению заключается в том, чтобы в максимально короткие сроки обучить подрастающее потомство оперативно ориентироваться в окружающем мире, добывать себе пропитание, вступать в бой с противником, ко-

того можно победить, и спастись бегством от того, кого победить нельзя, найти себе подходящего партнера и т. п. Цена обучения — возможность выжить. А теперь представьте себе, что, например, мама-лисица, желая свои деткам только добра, вместо того чтобы обучать лисят самостоятельной охоте и общению с окружающим миром, опасаясь за их жизнь и здоровье, держит их в норе и максимально ограничивает контакты лисят с лесом, в котором они живут, и с его обитателями, тем самым не позволяя им совершенствовать свои коммуникативные навыки. Как бы вы оценили шансы на выживание для лисят этой мамы-лисицы?

К сожалению, многие российские дети находятся сегодня в аналогичной ситуации. Разрешить ее им удастся только частично. Это касается информационной составляющей процесса обучения. Здесь им неоценимую помощь оказывает Интернет. Зачастую он становится единственным информационным источником, с помощью которого ребенок может спокойно познавать окружающий мир, не выслушивая в свой адрес нотаций, упреков и подозрений. Компьютер не станет тебя стыдить, если ты хочешь поподробнее узнать о сексе; запугивать травмами и смертью, если ты интересуешься экстремальными видами спорта; негативно оценивать твои музыкальные вкусы и пристрастия и т. п.

Однако проблема заключается в том, что компьютер не может заменить реального человеческого общения и дать ребенку необходимые для его дальнейшей жизни практические коммуникативные навыки. Даже самая совершенная компьютерная технология человеком не является. Вот почему ограничивая общение своих детей с окружающим миром с помощью компьютера и Интернета, родители через какое-то время начинают замечать, что их ребенок — вопреки радужным ожиданиям — становится нервным, издерганным, конфликтным или, наоборот, апатичным, безразличным, не проявляющим интереса ни к чему, кроме своего компьютера, от которого его уже невозможно оторвать. Нередко такое положение вещей становится первой ступенькой на пути приобщения ребенка к распространенным сегодня в нашей стране подростковым девиациям: алкоголизму, насилию, наркотикам, воровству и т. п.

Мамы и папы или дедушки и бабушки (это зависит от того, с кем

ребенок живет) от такой ситуации обычно впадают в шок. Они-то полагали, что их воспитательная функция заключается лишь в том, чтобы по мере сил оградить своих обожаемых чад от ужасов и соблазнов окружающего мира. И тогда у них будет идеальный ребенок, а они заслуженно смогут считать себя идеальными родителями. Жизнь жестоко разбивает такие иллюзии, и ребенок из приличной семьи вполне может стать наркоманом или попасть в сети преступных группировок только потому, что его родители (конечно же, из самых благих намерений) не привили ему необходимых практических навыков адекватного общения с внешним миром. Из-за этого ребенок или подросток зачастую просто не способен понять, кто перед ним — педофил или «хороший дядя»; не знает, как вести себя в ситуации, когда тебя втягивают в уличную потасовку или предлагают заработать необходимые деньги криминальным образом; понятия не имеет, каким образом грамотно строить свои отношения с представителями правоохранительных структур в той или иной сложной ситуации и т. д.

Обычно на отсутствие у ребенка необходимых коммуникативных навыков родители обращают внимание только тогда, когда игнорировать пробелы в воспитании уже становится невозможно, то есть при наличии весомых внешних стимулов. Проблемы в учебе, во взаимоотношениях со сверстниками, учителями и другими взрослыми, нелады с законом — и родительское чувство вины буквально погребает матерей и отцов, дедушек и бабушек под собой, делая их слепыми и глухими к любым доводам разума. Вместо того чтобы спокойно разобраться в ситуации и найти взаимоприемлемый выход, начинаются активные поиски виноватых. Родителям провинившегося чада сразу вспоминается старинная русская поговорка «Гони черта в дверь — он влезет в окно». В советское время «чертом» обычно оказывались соседи, школа, улица и милиция, «которая не смотрит, куда надо». Поскольку у современных российских подростков социальные контакты имеют по преимуществу ограниченный характер и обвинять в возникших воспитательных проблемах внешние факторы уже не представляется возможным, негодование родителей направляется на «окно в мир», которым являются для ребенка и подростка компьютер и Интернет и через которое, как они считают, он приобщается к царящему

в мире злу. Кстати, забавно, что базовая компьютерная программа как раз и носит название Windows, что в переводе с английского и означает «Окна».

Проблема для родителей в данном случае заключается в том, что закрыть несущее зло их ребенку «компьютерное окно» — то есть разрешить эту проблему по принципу «запретить и наказать» — не получается, поскольку компьютерная грамотность является сегодня основой успешной социальной адаптации подрастающего поколения в любой стране. Так как запретить компьютер и Интернет не получается, то родители приступают к попыткам поставить компьютерную активность ребенка под свой жесткий контроль, начиная от временного лимита и кончая отбором разрешенных для просмотра сайтов, порталов, форумов и чатов. Поскольку уровень компьютерной и интернет-грамотности у взрослых контролеров обычно значительно ниже, чем ее уровень у детей и подростков, для последних не составляет труда ловко избежать запретов и ограничений. Независимо от того, насколько эти запреты и ограничения взрослых оправданы, широкие возможности безнаказанно их нарушать имеют для формирования личностной структуры подрастающего поколения целый ряд негативных последствий, главным из которых, пожалуй, является искаженное восприятие молодежью границ дозволенного и недозволенного. В общесоциальном плане это означает крайне опасное для всего общества распространение и закрепление в мотивационной структуре детей и подростков серьезных психологических предпосылок для индугльгирования своего девиантного поведения.

Борьба со злом в Интернете (порнография, киберсутинерство, сайты, скрыто или активно пропагандирующие насилие и наркотики и т. п.) становится для взрослых, ослепленных страхами и чувством вины за то, что не смогли быть хорошими родителями, главным средством в борьбе за собственных детей. Они начинают активно требовать от правоохранительных органов, чиновников, политиков и общественных деятелей искоренить «компьютерное зло», не понимая, что причины, по которым их любимое чадо перестало соответствовать общепринятым социальным стандартам, находятся не в Интернете, а в семье.

Как это ни печально, но реальным содержанием подобных призывов взрослых зачатую является не столько борьба за спасение рос-

сийской молодежи от негативного влияния девиантных интернет-сообществ, сколько острое желание доказать свою родительскую состоятельность путем обвинения других в том, что у их детей возникли серьезные проблемы. Не было бы Интернета и компьютера — для обвинений нашлось бы что-нибудь еще. Говорить о конструктивном социальном содержании и продуктивности действий, имеющих подобные мотивации, как показывает практика, не представляется возможным. Они не решают семейных проблем борцов с девиациями в Интернете, а вот политически негативные общественные тенденции спровоцировать вполне могут.

В том, что с существующими в Интернете многочисленными и разнообразными девиантными сообществами нужно бороться, нет сомнений. Их негативное влияние на детей и подростков необходимо не только существенно ограничивать, но и компенсировать созданием мощных профилактических интернет-программ, используя для этого прежде всего богатый опыт, накопленный в этой области жителями развитых демократических стран.

Приоритетная ориентация именно на демократические технологии и модели в решении подобных проблем должна стать для наших управленцев и политиков принципиальной. Эта насущная управленческая необходимость связана с цивилизационной спецификой российского социального пространства, для которого любые проблемы и вопросы традиционно имеют серьезную политическую составляющую. В России все есть политика, начиная от цен на продукты и заканчивая полетами в космос. Не случайно поэтому столь сильны опасения отечественных правозащитников, которые не без веских оснований полагают, что борьба государства и правоохранительных органов против различных девиантных интернет-сообществ может в конце концов результироваться в тотальный политический компьютерный контроль.

С их доводами нельзя не согласиться, поскольку в России пока еще не успело сформироваться мощное гражданское общество как реальный макросоциальный блокиратор авторитарных тенденций государства. Сегодня мы делаем лишь первые шаги по пути демократии. В этой ситуации запуск ограничительных социальных тенденций действительно чреват реальными возможностями актуали-

зации в социальном пространстве страны серьезных негативных политических последствий. Ярким показательным примером в этом плане может служить опыт Китая, где Интернет тщательно контролируется Министерством информационной индустрии, общественной безопасности и культуры совместно с Государственным управлением индустрии и коммерции на предмет соответствия представленных там материалов официальной доктрине Китайской Коммунистической партии, а жителям страны запрещается создавать и считывать информацию с сайтов с «социально дестабилизирующим содержанием».

В заключение хотелось бы отметить, что успех в поисках взаимоприемлемого, устраивающего все заинтересованные стороны и политически безопасного варианта ограничения и профилактики негативного влияния на современную российскую молодежь со стороны разнообразных девиантных интернет-сообществ невозможен, по мнению автора, без привлечения к этому непростому процессу самих молодых россиян. Кто лучше наших детей и внуков, столь много времени проводящих в обществе компьютера, знает интернет-мелли, рифы, скалы и ловушки, умеет ориентироваться в многообразии постоянно возникающих новых компьютерных технологий, в совершенстве владеет интернет-лексикой, может зайти на любой сайт и портал, пройдя ограничения, зачастую непреодолимые для менее опытных в этом деле взрослых? Возможно, стоит организовать всероссийскую интернет-конференцию школьников и студентов или постоянно действующий форум, на котором наши юные пользователи поделились бы со взрослыми своими соображениями по этому непростому вопросу, предложили бы свои собственные методы решения этой насущной проблемы? Может быть, нам стоит, наконец, перенять демократический опыт развитых стран по отношению к молодежи и начать относиться к нашим детям и внукам с большим доверием и уважением, учитывать в своей деятельности их мнения, предложения и оценки?

К вопросу о безопасности в Интернете: стратегия ЕС на примере европейского опыта

Балашова Е.С. (Фонд искусства добра, Москва)

Необходимо признать тот факт, что в современном мире постоянно растет объем виртуального общения. Молодое поколение выбирает общение через компьютер. Чаты, форумы, блоги, френд-ленты «живых журналов», Skype, GizmoTalk, «аська» вытесняют дружеские встречи. Телефонные линии теперь свободны. Все общаются через Интернет. Общаются дома и на работе. Оплата выделенной линии Интернета сейчас доступна практически каждому. Кроме общения Интернет предоставляет пользователям возможность получить информацию по любому интересующему вопросу. Не нужно теперь ходить в библиотеку — в Интернете можно найти электронные версии большинства нужных источников. Однако, кроме положительных сторон, пользование Интернетом несет и определенную опасность. Посетители Сети могут столкнуться с ресурсами, пропагандирующими наркотики, насилие, расовую неприязнь. Постоянно появляются все новые страницы с нелегальным контентом. Единственная возможность борьбы с опасными ресурсами — четкое юридическое определение допустимого содержания интернет-ресурса и интерактивное выявление сомнительных порталов и страниц.

На наш взгляд, организации Евросоюза эффективно подошли к решению этой проблемы, разработав и введя в действие программу SIAP. В настоящее время в странах Евросоюза динамично развивается сеть информационных и интерактивных интернет-порталов, цель которых — обеспечить пользователю безопасность в Интернете.

В рамках программы Европейской комиссии по вопросам информационного общества и СМИ (European Commission Information Society and Media) в странах ЕС организуются национальные отделения, деятельность которых концентрируется на информировании пользователей об опасностях, с которыми они могут столкнуться в Сети, и повышении их ответственности и сознательности. В настоящее время отделения работают в 21 стране. Также в программе участвуют 6 ассоциированных членов. Сотрудничество между отделениями координирует общеевропейская организация Safer Internet [1].

В июле 1996 года Совет ЕС начал противодействовать нелегальной информации в Сети, приняв план борьбы с расизмом и ксенофобией. В 1997 году Совет по делам телекоммуникаций принял резолюцию по поводу вредоносной, а также нелегальной информации в Интернете, которую утвердили в январе 1999-го Европарламент и Совет Европы.

Этот документ ввел в силу программу SIAP, пропагандирующую безопасное пользование Интернетом, а также новыми средствами телекоммуникации — сотовыми телефонами последнего поколения, онлайн играми, чатами и коммуникаторами. Главная цель программы — повышение осведомленности всех пользователей Интернета о безопасном и эффективном использовании Сети.

В рамках программы SIAP осуществляется четыре направления. Общая цель — безопасность в Интернете.

1. Повышение уровня осведомленности о безопасном использовании Интернета (Awareness);
2. Развитие европейской сети пунктов HOTLINE, выявляющей опасную и нелегальную информацию в Интернете (Hotlines).
3. Развитие технологий, фильтрующих и оценивающих содержание интернет-страниц (Filtering and Rating).
4. Поддержка саморегуляции (Self Regulation).

Первоначально программа SIAP была рассчитана на 1999-2002 годы. За этот период в рамках программы SIAP было профинансировано 37 проектов. Второй этап программы SIAP (2003-2004 годы) позволил финансово поддержать 52 инициативы. В настоящее время согласно решению № 854/2005/ЕС Европарламента и Совета Европы от 11.05.2005 г. реализуется третий этап программы (2005-2008 годы).

Эффективность этой программы доказывается европейским опытом. Приведем пример Соединенного Королевства, в котором программа действует с 1996 года, и Польши, вступившей в Евросоюз сравнительно недавно, два года назад.

Ресурс <http://www.iwf.org.uk> основанного 10 лет назад Internet Watch Foundation (Фонд интернет-сторож) представляет собой интерактивный портал. Постоянно работает «горячая линия», куда можно сообщить об интернет-страницах с противозаконным содержанием, о преступных интернет-сообществах. В организации Internet Watch Foundation состоят все крупные британские информационные порталы, такие как Google, AOL, Yahoo, MSN, Vodafone и др. Медиапорталы также входят в число участников Internet Watch Foundation (например, BBC).

На портале помещены нормативные акты и документы по данной тематике, координаты правительственных и государственных организаций, занимающихся вопросами безопасности в Интернете. Есть ссылки на СМИ, поддерживающие безопасный Интернет.

Результативность программы отражена в резюме организации (ноябрь 2006 года): «IWF — единственная официально действующая организация в Соединенном Королевстве с оперативной «горячей линией» для общественности и профессионалов IT, по которой можно сообщать о возможно преступном контенте интернет-ресурсов... Наша цель — минимизировать доступ нелегального контента до пользователей. Мы сотрудничаем с департаментами правительства Соединенного Королевства, такими как Home Office и The Department of Trade and Industry, что позволяет усилить влияние и эффективность наших инициатив и программ по борьбе с интернет-злоупотреблениями. Также мы поддерживаем диалог Соединенное Королевство — Европа, чтобы усилить осознание глобальных причин проблемы и коллективной ответственности. ...Мы сотрудничаем со службами безопасности и полиции. Мы передаем им сведения, поступающие на нашу «горячую линию». ...За первый год работы «горячей линии» поступило 615 сообщений. В десятый год работы Internet Watch Foundation рассмотрело 27 250 сообщений о сомнительном контенте. За первый год функционирования нашей «горячей линии» объем нелегальной информации упал на 18%.

В настоящее время только 0,2% от возможного криминального контента, размещаемого в британской интернет-сети, доходит до пользователей» [2].

Посмотрим на ситуацию в Польше. Польша вошла в Европейский союз 1 мая 2004 года. По данным исследования варшавского Центра исследования общественного мнения, проведенного по всей Польше в том же году, поляки осознают опасности, связанные с использованием Интернета. Большинство (61%) взрослых поляков считают, что пользование Интернетом влечет за собой определенные опасности для детей школьного возраста. Пятая часть опрошенных не видит опасности в пользовании Интернетом, 19% затруднились ответить (всего было опрошено 967 совершеннолетних поляков, выборка по всей Польше; примечательно, что только 26% из них — пользователи Интернета).

Опасность приобщения к наркотикам заняла четвертое место в списке опасных последствий пользования Интернетом для несовершеннолетних (7%). На первом месте — педофилия и порнография (42%), на втором — нежелательные опасные контакты несексуального характера (19%), на третьем — доступ к нежелательной для детского возраста информации (несексуального характера) (11%).

В рамках того же исследования был проведен опрос среди школьников (в Польше это возрастная группа 7-19 лет). Исследовалось пользование Интернетом в домашних и школьных условиях. Вопросы о школьниках 7-17 лет задавались родителям (информация опосредованная). Вопросы школьникам 18-19 лет задавались лично. Выборка — по всей Польше.

Больше половины (58%) польских школьников пользуются Интернетом, из них 76% — в школе. Согласно данным опроса, 38% родителей считают, что хорошо знают, в каких целях ребенок-школьник пользуется Интернетом. 45% родителей утверждают, что знают, в каких целях школьник пользуется Интернетом, 14% родителей скорее не знают, каковы цели пользования Интернетом школьника. Только 3% родителей сказали, что совершенно не ориентируются, с какими целями их дети школьного возраста пользуются Интернетом [3].

Образовательный сервис *eduseek.interklasa.pl* опубликовал результаты анонимного опроса: более 70% польских школьников указали,

что встречали в Интернете сайты, содержащие эротику, насилие и информацию о наркотиках. Это, однако, не означает, что молодые люди ищут информацию такого рода в сети. Часть школьников указала, что на сайты подобного содержания они заходили случайно, ища информацию совершенно другого характера [4].

Наркомания, особенно распространение и потребление наркотиков в учебных учреждениях, — актуальная для Польши проблема. «Наркотики «обжились» уже во многих школах, в некоторых — очень давно. Проблема только увеличивается и охватывает все больший круг учащихся. В довольно короткое время снизился возраст инициации. Сегодня молодежь не одурманивается клеем или растворителем, ей уже доступны более качественные средства и стыдно употреблять такие примитивные, устаревшие вещества. О «психотропах» можно узнать из СМИ, но главный общедоступный источник информации — Интернет. Учащиеся ориентируются на рынке наркотиков, знакомы с актуальными трендами. И в этом они превосходят своих родителей и учителей», — пишет Войцех Обраняк в педагогическом журнале «Пшегленд освятовы» [5].

Со вступлением в Евросоюз Польша подключилась к общеевропейским программам профилактики наркомании. Министерства здравоохранения, народного образования и спорта адаптировали свои программы к требованиям Евросоюза.

Польский Минздрав активно использует ресурсы Интернета для профилактики наркомании и борьбы с ней. В 2005 году был открыт правительственный портал по профилактике наркомании www.narkomania.gov.pl. Методический центр психологической и педагогической помощи при Министерстве народного образования и спорта имеет свою интернет-страницу, на которой можно найти правительственные программы по профилактике наркомании (www.ctppp.edu.pl). Национальное бюро противодействия наркомании также имеет справочно-информационный портал в Интернете по проблемам наркомании (www.narkomania.org.pl). Также были созданы специальные сайты в некоторых воеводствах Польши. Правительственной программой профилактики наркомании поощряется создание справочно-информационных ресурсов для молодежи, для наркозависимых и их близких (в последнем случае наркозависи-

мые и их близкие могут найти в Интернете всю необходимую правовую и медицинскую информацию, а также получить психологическую консультацию). Так, на страницах популярного СМИ-портала *gazeta.pl*, правительство Польши курирует, оплачивает и обслуживает консультацию и форум по вопросам наркомании. На одном из трех крупнейших польских виртуальных порталов — *onet.pl* — размещен ресурс для родителей «Виртуальный воспитатель» (*politika.onet.pl*). На ней можно найти подробную инструкцию, как защитить ребенка от «темных омутов» Сети. Авторы инструкции рекомендуют родителям, во-первых, заниматься своими детьми, а не перекладывать функцию воспитателя на компьютер, во-вторых, контролировать использование Интернета детьми, в-третьих, обязательно устанавливать программы-фильтры. Из отчета правительства очевидно, что поляки приняли тактику противоядия. Также польское Министерство здравоохранения, насколько это позволяет закон, старается контролировать работу интернет-аптек, которые часто являются нелегальными наркодилерами [6].

Как видно из отчета Методического центра психологической и педагогической помощи при Министерстве народного образования и спорта за 2004-2005 год, была активизирована работа интернет-ресурса центра. Его старались сделать как можно более доступным и привлекательным для молодежи. На портале центра в режиме онлайн консультируют квалифицированные психологи, медики, педагоги, юристы. В целом работа центра в Интернете направлена на реализацию задачи, поставленной в национальной программе противодействия наркомании: информировать молодежь и всех потенциальных жертв наркодилеров, действующих в Интернете, формировать и постоянно обновлять и расширять адекватный и конкурентоспособный информационный противовес интернет-ресурсам, скрыто рекламирующим наркоманию и распространяющим наркотики [7].

Очевидно, что, хотя не так давно в Польше были закрыты интернет-ресурсы, явно пропагандирующие наркоманию, и дилерские ресурсы, невозможно изъять из Интернета скрытую рекламу наркотиков и наркомании как современного стиля жизни. Поэтому правительство Польши в своей программе делает упор на создание мощных справочно-информационных ресурсов в Интернете и повыше-

ние рейтинга и легкости доступа к таким ресурсам (как в случае с *gazeta.pl*).

Мощный удар по интернет-ресурсам с нелегальным содержанием нанесло распоряжение министра народного образования Польши Роберта Гертиха от 30 июня 2006 года об установке на всех компьютерах школьных учреждений программы *Beniamin*. Программа не позволяет школьнику посещать блоги, а также дает возможность педагогам ограничить доступ к другим нежелательным интернет-ресурсам.

В Польше действует портал организации Европейского союза *Ins@fe-SIAP* (Safer Internet Action Plan) *saferinternet.pl*. Цель проекта — обеспечить, прежде всего детям, безопасное пользование Интернетом. SIAP курирует только в Польше 6 информационных порталов. Поскольку в настоящее время интернет-опасность номер один — это педофилия в Сети, то большинство материалов посвящено этой проблеме. Также SIAP обслуживает интернет-проекты, посвященные родителям. Только родители могут обеспечить ребенку безопасность в Сети. Поэтому необходимо информировать родителей о возможных опасностях и убеждать их в необходимости контроля за детьми. Портал информирует об опасных интернет-ресурсах, а также собирает конфиденциальную информацию о подозрительных ресурсах в Сети [8].

Так обстоит дело в Европе. К сожалению, Россия не торопится присоединиться к программе Safer Internet Action Plan, хотя на бумаге и является ассоциированным участником программы. Единственным российским партнером SIAP является челябинская НКО «Ангел» [9]. Между тем безопасность в Интернете — злободневная для России проблема. Как свидетельствует отчет IWF за ноябрь 2006 года, у 20% выявленных интернет-ресурсов с криминальным контентом — российский хостинг.

Источники и литература

1. Материалы сайта организации Safer Internet (www.saferinternet.org).
2. Материалы интернет-портала Internet Watch Foundation (<http://www.iwf.org.uk/>).
3. Молодежь и Интернет: опасности для пользователей. Отчет по исследованию // Центр исследования общественного мнения. — Варшава. Октябрь 2004. (Młodzież i internet: korzystanie i zagrożenia. Komunikat z badan. Centrum badania opinii społecznej. Warszawa, 2004)
4. Материалы интернет-портала <http://eduseek.interklasa.pl>.
5. Обраняк Войцех. После первого звонка... // «Пшегленд освятовы» (журнал для педагогов, выходит два раза в месяц) 2006, № 16. (Obraniak Wojciech. Po pierwszym dzwonku... // Przegląd Oświatowy, 16, 2006).
6. Отчет о реализации национальной программы противодействия наркомании за 2005 год. Министерство здравоохранения Польши. Варшава. Сентябрь 2006. С. 43, 56, 58. (Sprawozdanie z realizacji Krajowego Programu Przeciwdziałania Narkomanii za rok 2005. Minister Zdrowia. Projekt wrzesień 2006 r. W-wa, 2006).
7. Психологическая и педагогическая помощь в отчетных данных за 2004/05 школьный год. Методический центр психологической и педагогической помощи при Министерстве народного образования и спорта. Варшава. 2005 год. Poradnictwo psychologiczno-pedagogiczne w swietle danych sprawozdawczych za rok szkolny 2004/2005. Centrum Metodyczne Pomocy Psychologiczno-Pedagogicznej. W-wa, 2005.
8. Материалы интернет-портала <http://saferinternet.pl>.
9. Страница НКО «Ангел» <http://www.angelcoalition.org>.

Общий обзор сайтов в Интернете, посвященных феномену наркотиков

*Хабарова Евгения
(ГУГН, Москва)*

Казалось бы, проблема наркомании давно стала личной бедой каждого человека или семьи, член которой пристрастился к употреблению психоактивных веществ. Реже стали проходить акции и фестивали по борьбе с наркоманией, меньше стали задумываться о вреде легких наркотиков. Сами наркотики серьезно видоизменились. На смену абсолютным лидерам наркорынка — героину и «винту» — пришли амфетамины, экстази и LSD. У многих сложился опасный стереотип, что таблетки совсем не вредны, даже наоборот, повышают мозговую активность, способствуют быстрому усвоению информации и так далее. Достать эти наркотики гораздо легче, чем героин или особенно кокаин, который остается доступным, пожалуй, только для привилегированных особ.

Изменилось не только отношение к наркотикам, но и сам процесс сбыта. Традиционно приобрести дозу можно в популярных ночных клубах и на дискотеках. Правда, для тех, кто подобного рода заведений и мероприятия не любит, есть другой, более безопасный вариант — приобрести наркотик посредством Интернета.

Культурная среда общества в Интернете — это один из факторов, обуславливающий обращение людей к одурманивающим веществам. В контексте социализации индивид с помощью традиционных СМИ, а в настоящее время и Интернета приобщается к широкой социальной среде за рамками своего ближайшего окружения. В дополнение к семейным ценностям он знакомится с социальными ориентирами иного рода, подчас противоречащими семейным или дружеским. В

условиях смены социального строя, распространившейся критики опыта предшествующих поколений этот процесс имеет огромное значение для развития не только индивида, но и всего сообщества.

Состояние аномии общества в настоящий момент затрудняет для многих людей социальную ориентацию и усвоение норм. Аномия находит отражение в зеркале СМИ. В данном случае я буду иметь в виду Интернет как одну из составляющих СМИ. К сожалению, люди, размещающие разного рода информацию на сайтах Интернета, далеко не всегда осознают и умеют эффективно реализовывать свою социальную функцию и ответственность. И прежде всего это проявляется в искаженном отражении реальности: как в любых печатных, радио- и телевизионных СМИ, в Интернете зачастую преобладает информация о сенсациях и происшествиях, подробное информирование о шоу-бизнесе и поверхностное отражение культурной жизни или научно-технических достижений, необоснованно повышенное внимание к отклонениям.

Очевидно, что Интернет создает социальный контекст поведения людей. Сегодня, в условиях размытости социальных ориентиров, важно уже то, что Интернет привлекает внимание общественности к проблеме наркомании и указывает на ее социальную значимость. Это особенно ценно потому, что общественность пока, как показывают исследования, еще не готова к активной борьбе с наркоманией. Например, большинство подростков считает употребление наркотиков личным делом индивида и допускает возможность проб, экспериментирования. Взрослые, даже считая наркоманию особой самостоятельной болезнью, чаще всего исключают возможность заболевания своих близких и устраниваются от профилактики наркомании в собственном доме, ограничиваясь интересом к острым публикациям или репортажам в СМИ. Законодательство определяет употребление и распространение наркотиков как преступную деятельность, признавая тем самым негативно окрашенную общественную значимость поведения, связанного с наркотиками [1]. В такой ситуации роль Интернета и в профилактике наркомании, и в формировании единой позиции общества по этим вопросам может оказаться весьма значительной.

Надо отметить, что наркотики стали чуть ли не самой популярной темой, обсуждающейся в Интернете.

В информационном портале Rambler, набрав в поисковике слово «наркотики», выпадает более 7 тысяч сайтов. Поисковый сервер Google дал ссылку на 191 тысячу сайтов по теме наркотиков. Бросилось в глаза необычно большое число владельцев таких сайтов, а также их разнонаправленность. Кроме того, содержание сайтов имеет широкую тематическую палитру: от науки и политики до вопросов реабилитации и профилактики и далее до информации по отдельным специфическим группам наркотиков (например, сайты по кокаину или грибам). При анализе различных сайтов, посвященных феномену наркотиков, можно выделить антинаркотические сайты профилактической направленности и пронаркотические сайты. В этом отношении можно следующим образом классифицировать сайты, проводящие антинаркотическую пропаганду и пропаганду здорового образа жизни:

Первая группа — сайты по антинаркотической профилактике, политике и практике, в том числе многочисленные сообщения об официальных решениях различных административных структур, ведомств и практической работе органов здравоохранения, образования, отдельных общественных организаций. Например, при поддержке МПТР России действует и совершенствуется интернет-сайт «Нет наркотикам», одобренный Правительственной комиссией по противодействию злоупотреблению наркотическими средствами и их незаконному обороту. На нем размещаются различные законодательные и нормативные акты и другие информационные материалы, включая консультации специалистов, адресованные подросткам, молодежи и их родителям (ведутся рубрики «Материалы Правительственной комиссии», «Закон», «Мировоззрение», «Здоровье», «По оперативным данным» и другие). Предусмотрена и обратная связь, с помощью которой пользователь может задать интересующий его вопрос, принять участие в дискуссии [2, с. 186-187].

Целью этих сайтов являются представление работы данных учреждений и содействие обмену полученными результатами. Через Интернет публикуются исследовательские данные о потреблении наркотиков.

В этом случае Интернет выполняет функцию информирования общественности о мероприятиях, осуществляемых государственными

органами, о значимых общественных инициативах. Кроме того, на таких сайтах часто ведется рубрика для родителей, учителей и школьных психологов, даются тесты, тренинги и упражнения, связанные с антинаркотической профилактикой, учитываются мнения экспертов, предлагаются адреса наркологических учреждений и реабилитационных центров. На таких сайтах возможны и онлайн консультации квалифицированных специалистов — психиатров-наркологов, юристов, психологов, специалистов по социальной работе. К такого рода сайтам относятся, например, www.narcotiki.ru, www.nodrugs.ru, www.narcom.ru.

www.narcom.ru — «Нарком — русский народный сервер против наркотиков» — является одним из самых качественных антинаркотических ресурсов. Ведущими различных разделов здесь являются загадочные персонажи наркомановского воображения: Эмилия Вамп, Аниськин, Пилюлькин, Вован-токсикоман. Эмилия Вамп — «потомственный социолог-девиантолог» — ведет раздел о социальных корнях наркотизма. Здесь собрано значительное количество работ разных авторов по данной тематике. Вован-токсикоман на понятном для подростков языке рассуждает о том, стоит ли заливать гадость в собственный организм и чем это опасно. Бывший военный товарищ Аниськин ведет чрезвычайно полезный раздел «Закон суров!». Здесь опубликованы выдержки из законов, Уголовно-процессуального кодекса, нормативные акты о наркотиках, их употреблении и распространении. Комментарии специалиста помогут разобраться в лабиринтах правосудия. Врач Пилюлькин ведет прием наркоманов и всех интересующихся. В этом разделе собраны статьи о различных наркотиках, их эффектах, побочных действиях и т. п.

www.nodrugs.ru — «Без наркотиков» — небольшой сайт, поддерживаемый энтузиастами. Самым полезным является раздел «Тематические статьи», где собраны публикации о наркотиках из бумажных изданий. В разделе «Ваши мнения» публикуются письма пользователей с комментариями специалистов.

Довольно многочисленная группа сайтов рекламного характера о тех или иных формах наркологической помощи. В них обычно содержательно не раскрывается характер помощи, отсутствуют объективные данные об эффективности предлагаемых услуг, почти всегда ин-

тересующимся таким сайтом внушают веру в оптимистический прогноз лечения наркомании именно предлагаемым методом. К подобным сайтам относятся, например, реклама наркологической клиники Якова Маршака (www.narcostop.ru) или информация, посвященная определенным методикам и технологиям лечения от наркозависимости, например технология Л. Рона Хаббарда, так называемый нарконон (www.narconon.ru). Наиболее удачным является сайт *narc.ru*, созданный при поддержке наркологического центра НВ. Сервер оптимально сочетает в себе рекламу и информационное наполнение. Одним словом, здесь пытаются в каждой статье убедить не в том, что необходимо лечиться исключительно в данном учреждении, а в том, что необходимо в принципе лечиться.

Третья группа сайтов — информационная, похожая по характеристикам на первую группу, однако носящая менее официальный характер — адресованные людям и обществу в целом размышления о различных аспектах наркомании как социального явления («Люди, будьте бдительны!») и обращения к представителям молодого поколения («Задумайся об опасности — она рядом!»). В материалах такого рода чаще используются мнения специалистов (учителей, врачей, организаторов здравоохранения и образования, ученых), а также аргументы в виде данных статистики и социологических исследований. Представлен общий обзор проблем наркомании, сведения о причинах. Очень распространены различные «истории», письма, рассказы наркоманов; обязательно наличие форумов и чатов, где обсуждаются проблемы наркомании.

Существуют и так называемые частные сайты, владельцы которых сами когда-то употребляли наркотики. Такие бывшие наркоманы с помощью Интернета предупреждают об опасности потребления любых наркотиков. Информация в отношении потребления наркотиков, риска и ограничения вреда от наркотиков публикуется на таких частных сайтах частично и на разном качественном уровне. Важно подчеркнуть, что для молодежи эти сайты становятся не таким уж и незначительным источником информации, который может оказывать существенное влияние на принятие решений «за» или «против» потребления наркотиков, и в особенности в отношении вида и условий потребления наркотиков. Например, при создании сайта *beHigh*

составители учли, что приходиться сюда будут прежде всего нуждающиеся в помощи люди. Как определить этих нуждающихся? В случае с наркоманами все очень просто: в отличие от алкоголиков, наркоман будет искать общения постоянно. Несмотря на асоциальность своего поведения, наркоман, вопреки всеобщему мнению о том, что деградация личности наступает довольно быстро, будет нуждаться в слушателях его рассказов. Предусмотрев это, создатели сайта выделили несколько больших разделов: «Библиотека», «Кунсткамера», «Изменения сознания» и так далее, в которых посетители могут ознакомиться с творчеством (преимущественно повествованиями о «полетах») таких же одиноких людей, как и они. Список сильнодействующих препаратов снабжен комментариями людей, когда-то их пробовавших, и комментарии эти не всегда негативные. Однако за счет свободного выражения своего мнения относительно любого наркотика достигается та самая высокая степень доверия к сайту, чего не хватает «Наркозоне» и другим ресурсам, выступающим против наркотиков. Создатели этого сайта знают своих посетителей и могут оказать им реальную помощь и поддержку. На подобных сайтах также могут быть представлены адреса наркологических диспансеров, клиник, телефоны доверия. Интересным может показаться и тест на наркозависимость, ответив на вопросы которого можно узнать о стадии зависимости.

Нередко на таких сайтах чувствуется стремление вызвать сочувствие к персонажам описываемых историй, в них часто говорится о страданиях и растерянности родственников, о переживаниях вины и бессилия перед наркотиками, перед болезнью как самих больных, так и их ближайшего окружения. Сайты пропагандируют сочувственное отношение к потребителям наркотиков, однако это не исключает отдельных проявлений их осуждения и отторжения. В статьях могут превалировать указания на различные негативные аспекты наркотизации. Втягивание в злоупотребление наркотиками чаще всего описывается как процесс, как бы не подконтрольный воле «пострадавшего»: это произошло случайно, уговорили, не подумал и т. п.; о сознательном выборе речь практически не идет. Кроме того, на таких сайтах можно встретить и серьезные аналитические статьи. Ссылки на подобные сайты: www.drugon.cjb.net, www.nodugs.ksu.ru, <http://www.drugs.resopt.ru>, <http://www.heroin.narkotiki.ru>.

Наконец, четвертая группа сайтов — апелляция к властям с требованием уделить острой проблеме больше внимания. В них отмечаются недостатки финансирования, подготовки кадров, работы и взаимодействия между собой отдельных ведомств.

Таким образом, сайты, посвященные проблемам наркомании, выступают в качестве попытки вторичной профилактики среди больных наркоманией. Статьи, размещенные на подобных сайтах, отражают двойственное отношение к наркоманам и наркотикам в целом. С одной стороны, пропагандируются помощь и участие в судьбе больных, сочувствие к потребителям наркотиков, крайне редки элементы неприязни или отторжения. С другой стороны, терпимость к заболеванию индивида сочетается с негативным отношением к наркомании как общественному явлению.

В целом социальный ресурс антинаркотических сайтов позволяет сделать более эффективным антинаркотическое воспитание детей и молодежи, обучение их навыкам противодействия вовлечению в употребление наркотиков и иных психоактивных веществ, навыкам здорового и безопасного образа жизни. Такие сайты позволяют успешно вести работу по устойчивому формированию понятия неприемлемости употребления наркотических средств среди подростков и молодежи.

Примеры интернет-сайтов по пронаркотической тематике

Коммерциализация Всемирной паутины привела к тому, что Интернет стал не только хранителем, но и генератором и распространителем отклоняющегося поведения. Изменилось не только отношение к наркотикам, но и сам процесс сбыта. Традиционно приобрести дозу можно в популярных ночных клубах и на дискотеках. Правда, для тех, кто подобного рода заведения и мероприятия не любит, есть другой, более безопасный вариант — приобрести наркотик посредством Интернета.

Так, широко и пока безнаказанно распространяющейся по каналам Интернета является торговля наркотиками. Как оказалось, найти интернет-магазин по продаже сильнодействующих наркотических

средств совсем просто. Причем их доставку осуществляют в любую точку мира с помощью служб экспресс-доставки. В наши дни торговцы наркотиками прибегают и к продаже наркотиков через чат-страницы, защищенные от несанкционированного просмотра под предлогом невмешательства в частную жизнь пользующихся услугами Интернета. Они также находят лазейки в законодательстве стран, позволяющие им сбывать «наркоту» и уходить от преследования за совершение интернет-преступлений. Именно с помощью Интернета одна голландская фирма наладила успешную продажу семян конопли в планетарном масштабе.

Интернет среди подростков и молодежи становится все более популярным видом досуговой деятельности. Уже сейчас Всемирная паутина стала серьезным источником получения молодыми пользователями информации о наркотиках, возможностях их употребления и приобретения. Как отмечают специалисты, теперь, чтобы начать производить наркотики, совершенно не требуется иметь химическое образование, достаточно просто набрать запрос в поисковой машине — и Интернет выдаст простые и подробные рецепты по изготовлению наркотиков. Можно упомянуть запущенную в Интернет (и несколько лет назад заботливо переведенную на русский язык) книгу американского автора Уильяма Пауэлла «Поваренная книга анархиста», объявляющая применение наркотиков зарождением новой культуры, свободной от тоталитаризма, репрессий и т. д. В этой книге подробнейшим образом описываются способы выращивания на приусадебных участках, в домашних и лабораторных условиях индийской конопли, опийного мака, галлюциногенных грибов и т. д., даются детальные рецепты приготовления из них различных наркотиков, в том числе синтетических и полусинтетических, например ЛСД и ДМТ (полусинтетическое соединение, сходное по структуре с псилоцибином), а также блюд с добавлением наркосодержащих веществ (например, суп из гашиша). Из российских авторов, пропагандирующих в Интернете наркокультуру, наиболее активен К. Воробьев (литературный и творческий псевдоним Баян Ширянов), написавший на сленге наркоманов роман «Низший пилотаж» о разнообразных ощущениях, переживаниях и чувствах начинающего наркомана. Данный опус изобилует эпизодами порнографического характера

(вульгарно-натуралистическим описанием половых сношений наркоманов) и в целом содействует утверждению в молодежной среде «передовой» наркосексуальности.

Интернет дает и массу иной информации, позволяет общаться наркоманам либо просто интересующимся наркотиками, получать квалифицированные советы от более опытных интернет-собеседников. Например, существует множество сайтов, пропагандирующих употребление растительных наркопрепаратов. Это обычно веб-страницы, созданные сторонниками «легких наркотиков», выступающими за их легализацию. Например, в Интернете размещен сайт Транснациональной радикальной партии, призывающей к отмене в России ответственности за оборот препаратов конопляной группы (каннабиоидов).

Наиболее крупный в Рунете сайт (и достаточно часто посещаемый) — *www.high.ru*. Он является интерактивным ресурсом, на котором его пользователи — начинающие потребители, активно практикующие прием наркотиков, или бывшие наркоманы — размещают свои рассказы, фотографии и рисунки на тему наркотических пристрастий и изменения с их помощью своего сознания. [2, С.135-136]

Более того, наркотики стали чуть ли не самой популярной темой, обсуждающейся в Интернете. По мнению российских правоохранительных органов, информация, связанная с наркотиками, составляет около 1% всех ресурсов Рунета. И основной группой пользователей, на которую рассчитаны подобные материалы, являются подростки и молодежь.

Всем известный «Яндекс» на запрос «марихуана» или «героин» выдает около 2 тысяч сайтов. На ЛСД, экстази, амфетамины — около тысячи на каждый наркотик. Естественно, не каждый из них призывает посетителей изготавливать и употреблять эти вещества, но это более чем убедительно свидетельствует о чрезмерном внимании интернет-публики к наркотикам. Во многом это объясняется тем, что в основном в бытовых целях Интернет используется подростками и молодыми людьми. В этом и скрывается опасность сетевой пропаганды. Подросток, стремительно познающий мир, обязательно заинтересуется, что за «взрослый кайф» скрывается за этими запрещенными терминами и почему их так не любят правоохранительные орга-

ны. Во многом «благодаря» таким сайтам и растет кошмарная статистика: 70 тысяч россиян погибли в прошлом году из-за наркотиков.

Живой пример одного из таких сайтов — издательство «Питер» (менеджер проекта Григорий Магарил) — вполне легально выпускает русифицированную электронную версию книги Харли Хана «Желтые страницы Internet» (Harley Hahn, Internet & Web Yellow Pages). В этом свободно распространяемом программном продукте содержится краткая информация о web-страницах Интернета, рассказывающих о правилах употребления наркотиков, способах их кустарного приготовления, дающих информацию о большинстве известных видов наркотиков и т. д. Также там имеются ссылки на эти страницы, с помощью которых пользователь Интернета может получить доступ к web-страницам.

Вот некоторые названия сайтов: «Героин и прочие опиаты», «Применение наркотиков», «Как грамотно уцелеть», «Наркотики для развлечения», «Производство и синтез наркотиков», «Руководство по психоделикам» и другие — порядка 30 сайтов и 70 ссылок на них. Вот пример описания www-страницы «Производство и синтез наркотиков»: *«У вас к вечеру разыгралась простуда, а все аптеки уже закрыты. Куда бежать? Загляните в эту телеконференцию, может, удастся найти легкий рецепт чего-нибудь успокаивающего. ЛСД не пробовали? Он не сможет вылечить простуду, но зато подымет ваш разум в небеса, оставив тело со всеми симптомами на земле. Химики и любители химии обсуждают здесь вопросы составления формул и синтеза наркотиков».* [3]

Один из крупнейших ресурсов, на котором можно узнать о приготовлении популярных наркотиков, — сайт Drugusers. Несмотря на то что главная страница сайта встречает посетителя предупреждением: «Вся информация носит сугубо познавательный, непропагандистский характер», «познающий» без труда может найти самые распространенные способы приготовления известных наркотиков. Для этого достаточно пройти по ссылке на специальный сайт Drugchemistry, который содержит рецепты изготовления героина (в нескольких вариантах), «винта», маковой соломы, «мули» (джефа) и обработки «ханки». Автор — составитель методик рассказывает о собственном опыте употребления того или иного наркотика, а также дает советы

по правильному употреблению других химических веществ — чтобы «догнаться». Если у вас — совершенно случайно — не окажется нужных реактивов, их всегда можно заказать, пройдя по любезно предложенным автором ссылкам.

Существуют не менее экзотические услуги по добыче наркотиков, которые предоставляют пронаркотические сайты. «Уникальное предложение» от Drugchemistry — рецепт с печатями Видновской центральной районной больницы Московской области и печатью одного из врачей этого учреждения. Осталось правильно заполнить рецепт и обратиться в первую аптеку. Другой, не менее интересный и «познавательный» ресурс — PalataX — повествует любознательным исследователям жизни о производстве психотропных веществ, различных взрывчатых материалов, а также о растениеводстве (понятно, что речь идет о конопле). Несколько вариантов изготовления героина — от экономкласса до белоснежных порошков — первитина, LSD, фенциклидина («ангельской пыли») и других «вкусностей» понравятся каждому любителю химии. Описания рецептов более сложные, чем на Drugusers, рассчитанные на «пользователей» с большим стажем.

Однако заказать героин или другой наркотик на вышеперечисленных сайтах не удастся. Чтобы получить кайф, нужно поработать и постараться изготовить наркотик самому — благо постоянные пользователи и владельцы всегда готовы помочь. Поэтому подобные сайты еще существуют на правах информационно-справочных ресурсов и не вызывают особых претензий у служителей закона. Несколько загадочнее в мире виртуального наркооборота выглядят сайты, владельцы которых готовы приобрести крупные партии наркотиков. Попасть на такие сайты с обычного запроса в поисковой системе типа «купить героин» или «продажа героина» практически невозможно. Чтобы осуществлять подобные операции, нужно иметь некоторые представления о закодированном общении в Интернете. Так, «героин» соответствует буквенному сочетанию dzxnmr. Вписав слово в строку поиска, вы получите несколько ссылок на сайты, готовые приобрести/продать партию «герыча» на определенных условиях.

Однако существуют так называемые сайты headshops, владельцы которых торгуют легальными и полуплегалными психоактивными

веществами и принадлежностями для их потребления. Интерес владельцев таких сайтов является чисто коммерческим. Сайт, предлагающий купить кокаин, <http://cocainmsk.but2.ru>, встречает посетителя картинкой, на которой изображены мозолистые руки сборщика листьев коки, свернутая в трубочку п-долларовая купюра и небольшая горка кокаина. Внизу электронный адрес на Yahoo и подпись: «Доставка по Москве». Еще один ресурс, осуществляющий «продажу кокаина, мескалина, экстази, LSD-25 и марихуаны», — <http://psy-cholyr1c.mail15.com>.

В Интернете существует целое кольцо наркотических ресурсов, посвященных марихуане и борющихся за легализацию этого наркотика. Все они объединены вокруг питерского сайта «За легализацию марихуаны» (http://www.legalize.spb.ru/!_ie/main.html). Несколько десятков ссылок приведут пользователя на сайты, которые расскажут о том, как правильно курить «травку», какие вещества необходимо употреблять, чтобы добиться максимального эффекта, и как определять «правильную» марихуану.

Огромную угрозу представляет прием наркотиков путем внутривенных инъекций, который активно популяризируется Интернетом. Этот способ введения наркотиков служит одной из главных причин распространения СПИДа.

Еще одно опасное свойство Интернета — практически неконтролируемый рынок, где можно купить и продать почти все. Так, на запрос «марихуана» первое, что предлагает Всемирная паутина, — это загрузить на мобильник лист каннабиса, затем идут предложения купить мобильные платы, майки и прочее с изображением этого наркотика. Можно узнать, где заказать отборные семена конопли, и даже заказать мини-теплицу для культивирования марихуаны дома.

Конечно, причины роста злоупотребления наркотиками не в действиях Интернета. Причины лежат значительно глубже. Наркотизация распространяется по своим, еще недостаточно изученным закономерностям из области общественной психологии на почве дефицита воспитания, размытости нравственных и ценностных ориентиров в общественном сознании, на фоне социального и микросоциального пессимизма, безверия, неверия в будущее и в себя в условиях маргинализации части молодежи, резигнации ее перед лицом обще-

ственно значимых целей в связи с неспособностью к активным усилиям по достижению достойного социального статуса (то есть неконкурентоспособностью). Наркоманию называют социальной болезнью не только потому, что она затрагивает определенные социальные группы, или потому, что вызывает негативные социальные последствия, а прежде всего потому, что она имеет социальные корни.

Если говорить о влиянии Интернета на подростковую среду пользователей, то можно ожидать негативных последствий пропаганды субкультуры и смакования темы кайфа среди категорий молодежи, не вооруженных культурно-интеллектуальным багажом. В итоге уже сейчас среди подростков распространяется представление, что не попробовать наркотики — значит быть несовременным. Кроме того, для Интернета характерна недостаточность положительных ценностных ориентиров и несбалансированное изображение социальных проблем и их решений, то есть фрагментарность подходов, страх перед развитием события и некий паралич собственных действий.

Литература

1. Федеральный закон о внесении дополнения в статью 4 закона РФ «О средствах массовой информации» в связи с принятием Федерального закона «О наркотических средствах и психотропных веществах», <http://www.akdi.ru/gd/proekt/fz00.htm#083624>.
2. Шереги Ф.Э., Арефьев А.Л. Наркотизация в молодежной среде: структура, тенденции, профилактика (социологический анализ). — М: ЦСП, 2003.
3. Цветков С., Морозов П. Опиум для России, http://panorama2.ru/protiv_nark1.html.

Онлайн исследования в России:
тенденции и перспективы
под редакцией Шашкина А. В. и Поздняковой М. Е.

Дизайн: Татьяна Птухина
Компьютерная верстка: Эльмира Старостина, Ольга Фадеева
Корректоры: Татьяна Журавская, Татьяна Игнатова

ООО «РИЦ Северо-Восток»
129344, Москва, ул. Верхоянская, д. 18, корп. 2, тел. 407-5200, 407-4140
E-mail: zb@zbulvar.ru
Подписано в печать 12.03.2007.
Формат 60x90/16. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 10,75. Заказ 049. Тираж 500 экз.
Отпечатано в типографии ООО «Август-Принт».