

Роль веб-интерфейса в формировании поведенческих зависимостей в цифровой среде

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Лобанова Анастасия Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: anastasisimply@gmail.com

Широкое распространение смартфонов и мобильного интернета привлекает внимание исследователей человеческого поведения. Эта тема стала особенно актуальной в связи со значительным ростом времени использования мобильных устройств за последнее десятилетие. По данным отчета американской компании Kleiner Perkins, среднее время использование мобильных устройств среди американского населения увеличилось с 20 минут в день в 2008 году до 3,3 часа в день в 2017 году [9]. Доцент кафедры маркетинга в Школе бизнеса имени Леонарда Стерна при Нью-Йоркском университете Адам Алтер отмечает, что переход на мобильные устройства влечет за собой опасность развития интернет-зависимости. Он считает, что устройство, которое всегда под рукой, предоставляет наиболее благоприятные условия для этого [2].

Зачастую смартфоны не дополняют общение, а отвлекают от межличностного взаимодействия в реальности, что представляет беспокойство для исследователей [3]. Для обозначения явления, когда человек смотрит в телефон во время разговора с другими людьми, игнорирует непосредственное общение в пользу взаимодействия с мобильным телефоном исследователи используют термин фаббинг (phubbing, от англ. phone — «телефон» и snubbing — «пренебрежительное отношение»). Это явление отрицательно влияет на удовлетворенность отношениями и чувство личного благополучия. Однако до сих пор неизвестно, что является причиной фаббинга, и как он стал приемлемой чертой современной коммуникации [3]. Если обратиться к идеям Маршалла Маклюэна, то мобильные устройства можно рассматривать как средства нашего расширения вовне, которое призвано «смягчить физический стресс, но может вызвать стресс психический» [1]. Благодаря повышению юзабилити, они становятся интуитивно понятными, однако их психологические и социальные последствия нельзя оставлять без внимания. Сам Маклюэн, интерпретируя миф о Нарциссе, называл современную ему культуры наркотической [1].

Можно сделать вывод о том, что социальные сети и интернет изменили человеческое поведение. Однако их влияние на психологическое здоровье и благополучие до сих пор изучены достаточно слабо [6]. В интернете люди вовлечены во множество активностей, которые могут вызывать зависимость [5]. Вопросу поведенческих зависимостей, связанных с использованием социальных сетей, посвящены десятки исследований. В 2011 году английские психологи Марк Гриффитс и Дарья Кусс опубликовали обзор научных работ по этой теме. Ученые рассмотрели 43 эмпирических исследования и попытались выделить характеристики людей, более склонных к развитию зависимостей от социальных сетей [5]. Они пришли к выводу, что существует отрицательная корреляция между использованием социальных сетей и участием в социальных взаимодействиях в реальной жизни, а также академической успеваемостью. Данная проблема требует внимание исследователей цифровой среды и объяснения высокой вовлеченности людей в онлайн-коммуникацию.

По мнению психологов М.Гриффитса и Д.Кусса, успех социальных сетей может отражать характер современной культуры. В отличие от виртуальных сообществ 1990-х годов,

основанных на общих интересах участников, социальные сети ставят в центр внимания индивида. Эгоцентрический характер социальных сетей исследователи связывают с развитием интернет-зависимости [5]. Социальные сети позволяют людям представлять себя в наиболее выгодном свете, и это повышает их настроение, что впоследствии может потенциально способствовать привыканию и развитию зависимости.

Успех социальных сетей можно связать не только с характером современной индивидуалистической культуры, но и с дизайном самих социальных сетей, с тем, как они выстраивают взаимодействие с пользователем. Вопросы интерактивного взаимодействия пользователя с компьютерными технологиями и социальными сетями посвящены работы психолога из Стэнфорда Би Джей Фогга [4,8]. В начале 2000-х годов он предложил разобраться с принципами мотивации пользователя и влияния на его поведение в цифровой среде. Таким образом, можно связать увеличение сетевой активности пользователей мобильных устройств с дизайном веб-интерфейса.

Источники и литература

- 1) Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М., 2007.
- 2) Alter A. Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked. New York., 2017.
- 3) Chotpitayasunondh V., Douglas K. M. How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone // Computers in Human Behavior. 2016. No. 63. pp. 9-18.
- 4) Fogg B.J. Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do. San Francisco., 2002.
- 5) Kuss D.J., Mark D. Griffiths M.D. Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological Literature // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2011. No. 8(9). pp. 3528-3552.
- 6) Poli R. Internet addiction update: diagnostic criteria, assessment and prevalence // Neuropsychiatry. 2017. No. 7(1). pp. 04–08.
- 7) Sussman S., Lisha N., Griffiths M. Prevalence of the addictions: a problem of the majority or the minority? // Eval Health Prof. 2011. No. 34(1), pp. 3-56.
- 8) Weiksner G.M., Fogg B.J., Liu X. Six Patterns for Persuasion in Online Social Networks // Persuasive Technology: Third International Conference, PERSUASIVE 2008. June 4-6 2008. Oulu., pp.151-163.
- 9) Meeker M. Internet Trends 2018 [Электронный ресурс] // URL: https://www.kleinerperkins.com/files/INTERNET_TRENDS_REPORT_2018.pdf (дата обращения 22.02.2019)