

А. П. Вяткин

*Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация*

К. Н. Абрамович

*Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация*

ВЛИЯНИЕ СЕТЕВОЙ ЗАВИСИМОСТИ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ СТУДЕНТОВ

АННОТАЦИЯ. Использование высоких технологий в повседневной жизни людей накладывает свой отпечаток на индивидуально-личностные особенности человека. В литературе описываются особенности сознания и мышления, ориентированные на восприятия фрагментарной информации, заполняющей интернет-пространство. Самые разные сферы жизни превращаются в «постоянно исчезающую ситуацию», буквально ежедневно требуя от человека адаптироваться к новым условиям. И здесь важнейшим средством социализации опять становится не столько знание или собственно информация, которая при таких темпах быстро теряет актуальность, а степень доступа к информации. Именно степень доступа будет определяющим образом влиять на степень социализации личности и служить основой социальной стратификации, что потребует определенного психологического типа личности, — прежде всего, обладания разнообразием и гибкостью когнитивных стилей, обеспечивающих ее темповые характеристики. В этом свете исследование влияния сетевых коммуникаций на процесс экономической социализации личности становится все более актуальным и требует изучения. В данной статье приведен краткий теоретический материал, на котором основано исследование, описана выборка, результаты, их анализ и интерпретация, выводы. Исследование показало неблагоприятное влияние сетевой зависимости на экономическую социализацию личности по ряду установок экономической направленности. На основании исследования можно сделать вывод, что зависимость от сетевых коммуникаций неблагоприятно влияет на экономическую направленность личности, в силу изменений особенностей мышления и восприятия информации, межличностного общения, личностной саморегуляции. Результаты исследования являются основой для постановки перспектив и дальнейшего изучения роли влияния сетевых коммуникаций на экономическую социализацию личности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Экономическая социализация личности, экономическая установка, социальная сеть, сетевая зависимость.

A. P. Vyatkin

*Baikal State University,
Irkutsk, Russian Federation*

K. N. Abramovich

*Baikal State University,
Irkutsk, Russian Federation*

THE INFLUENCE OF INTERNET DEPENDENCY ON STUDENTS' ECONOMIC VALUE PRIENTATIONS

ABSTRACT. The use of high technologies in everyday life affects personal characteristics. The scientific literature describes the features of consciousness and thinking process focused on the perception of fragmented information which Internet is full of. The most different spheres of life become «constantly disappearing situations» requiring literally every day a person to adapt to new conditions. In those circumstances the most important way of socialization, again, to the great extent is not knowledge or information, which is quickly loses its relevance, but the access to information. The degree of information accessibility in particular will influence the degree of personal socialization and serve as a basis of social stratification, what will require a person obtained a certain psychological type, which primarily reveals such quality as the variety and flexibility of cogni-

tive styles fitted necessary personal tempo characteristics. From that point of view, the study of the network communications influence on the process of personal economic socialization is becoming increasingly relevant and requires to be investigated. This article provides a brief theoretical material on which the study is based, it also describes the samples selection, the results, their analysis and interpretation, conclusions. The research has distinguished the adverse impact of network dependency on the personal economic socialization, that was illustrated with a number of economic values. Based on the research it can be concluded that the network communications dependency adversely affects the personal economic orientation, because of changes in thinking and information perception, interpersonal communication, personal self-regulation. The results of the research form the basis for setting the prospects of further studying the impact of network communications on the economic socialization of a person.

KEYWORDS. Economic socialization of a person, economic value orientation, social network, network dependency.

Информатизация общества идет глобально и повсеместно, затрагивая все сферы жизнедеятельности, общества, социальных взаимоотношений. Речь идет не только о компьютеризации и информатизации различных структур организационных отношений, но и быте людей, постоянном использовании в повседневной жизни различных устройств. Современные дети начинают пользоваться гаджетами с самого раннего возраста и многие начинают печатать на клавиатуре раньше, чем писать. Заполнение информационного пространства различными интернет-сайтами, компьютерными играми, социальными сетями становится ежедневным, постоянным, непрерывным. Современные подростки и молодежь находятся одновременно в двух реальностях — он-лайн и оф-лайн. Совершенствование техники привело к созданию смартфонов, которые позволяют постоянно находится он-лайн. Использование приложений для смартфонов позволяют получать уведомления о сообщениях в различных социальных сетях моментально. Многие молодые люди находятся в непрерывной мобильной переписке в соцсетях с одним или несколькими партнерами, одновременно находясь в ситуациях реального межличностного общения. Удержание большого количества одновременно актуальной информации приводит к частичной ее потере либо искажению. Формируются особенности сознания, адаптированного для восприятия параллельных и одномоментных ситуаций общения он-лайн и оф-лайн. Использование социальных сетей облегчает доступ к разнородной информации и разнообразного содержания. Учитывая особенности авторства статей в интернет-сообществах, наполнение новостного контента может быть очень своеобразным. Использование манипулятивных технологий для достижения различных глобальных целей позво-

ляют популяризировать самые разные идеи и настроения в обществе. Распространена фрагментарная, сжатая информация, не дающая общего представления о предмете, но дающая иллюзию знания о ситуации.

Современное общество в процессе информатизации вносит существенные изменения во взаимоотношения средств массовых коммуникаций и человека. Любую возможность современный подросток зачастую использует для просмотра новостей «френдленты» в социальных сетях — а иногда и не только свободное время. Как правило подача информации в социальных сетях или новостных лентах строится на сжатом изложении материала, его фрагментарности, привлекательности для первого взгляда. По словам Н. Б. Кирилловой, современные сетевые коммуникации создают вторую реальность, моделируют наше отношение к миру, предлагают эмоциональные и поведенческие образцы, которые в той или иной мере управляют человеком. И таким образом оказывают огромное влияние на формирование «клиповой» формы мышления, как в среде молодежи, так и в среде более старшего поколения [1].

Попытки определения понятия «клипового мышления» распространены, но носят фрагментарный, обрывочный характер. Обычно это выражение используется применительно к современным подросткам и молодежи, выросших в среде высоких технологий и характеризует их как обладающих высокой скоростью восприятия разнородной информации, отсутствием концентрации внимания на деталях, визуальностью, ассоциативностью, эмоциональностью. Но, несмотря на это, в литературе не встречается общепринятой официальной дефиниции «клипового мышления».

С английского языка «clip» в общепринятом значении слова переводится как «зажим»,

«скрепка». В отрасли рекламы и массовых коммуникаций имеет значение «вырезка», «отрывок из фильма», «короткий ролик». В этом своем значении слово «клип» направляет к построению видеоряда для музыкальных композиций, которые как правило, не имеют единого логического сюжета, а лишь идею, сюжетную мысль, которая раскрывается в серии образов, зачастую слабо связанных или вообще не связанных между собою. Поэтому же принципу — построения музыкальных клипов — строится и понятие клипового сознания, мировоззрения, когда человек воспринимает мир как череду мало связанных или почти не связанных между собой образов, частей фактов, событий. Таким образом можно говорить о новом виде сознания, которое свойственно поколению современной молодежи, выросшей с активным использованием сетевых коммуникаций.

«Клиповость» мышления проявляется в особенностях восприятия мира — посредством яркого эмоционального образа, который воплощается в виде новостных сообщений в социальных сетях, видеороликов, или, что сейчас популярно — нарезок из фрагментов видеороликов, дающих частичное представление о событии или явлении без полного контекста ситуации. Такому восприятию характерна высокая скорость обработки потоковой информации, которая чрезвычайно быстро сменяется. С другой стороны, теряется эмоциональная тонкость восприятия информации, живость воображения.

Культуролог и философ К. Г. Фрумкин выделил предпосылки, породившие феномен «клипового» мышления:

- ускорение темпов жизни и напрямую связанное с ним возрастание объема информационного потока, что порождает проблематику отбора и сокращения информации, выделения главного и фильтрации лишнего;
- потребность в большей актуальности информации и скорости ее поступления;
- увеличение разнообразия поступающей информации;
- увеличение количества дел, которыми один человек занимается одновременно;
- рост диалогичности на разных уровнях социальной системы [2].

Отметим, что в силу того, что современная молодежь читает книги урывками, в кратком изложении, просматривает новостные ленты, содержащие отрывочные, фрагментарные факты, события, т. е. получает информацию,

не фокусируясь на идеях, не вникая в содержание, а лишь в отдельных образах, то термин «клиповое» мышление приобретает негативную эмоциональную окраску.

Приоритетными каналами социализации в условиях трансформации общества являются рынок труда, институт предпринимательства, СМИ и сетевые коммуникации. Рынок труда и осуществляющийся на нем «спрос — предложение», а также наличие свободных рабочих мест, позволяют реализовать конкретные пожелания в своей будущей работе, а также реализовать определенный уровень знаний. Рынок труда проверяет личные качества молодежи как моральные, так и деловые, их культурные миры и профессиональные умения. Цель этого института — обеспечить молодежь социальными качествами, которые будут востребованы в течение всей активной жизни. Для СМИ как канала социализации характерно то, что большинство из них принадлежит или подчиняется масс-медиа монополиям, и очень большое пространство отдается рекламе. Реклама выступает сильным раздражителем, формируя у многих людей четко выраженную потребительскую идеологию, стремление к неограниченному потреблению, а иногда и к противоправному или делинквентному поведению. Идиотические викторины и шоу, триллеры и вестерны оглушают молодежь, формируют установку на погоню за чистоганом. Фильмы с большим количеством насилия, катастроф угнетающе действуют на психику, размывают границы дозволенного, стирают грань между вымыслом и реальностью. Большую часть времени молодежь тратит на досуг, деформируются ценности в сфере труда, растет иждивенчество, инфантилизм. Современные СМИ являются не только «фабрикой грез», но и творцами мифов и виртуальных миров. Все это закладывает потенциальную опасность в будущем как для конкретного человека, так и для общества в целом.

Сетевые коммуникации имеют ряд особенностей или свойств, которые принципиально отличают его от традиционных коммуникаций. Нарастает глобализация коммуникаций, которые реализуют насильственное распространение западной культуры по всему миру [3], происходит трансформация самой структуры коммуникативного опыта человека, главным признаком которой становится его интерактивность. Ценность информации определяется не столько ее массо-

востью и доступностью, экономическим или политическим потенциалом, сколько возможностью персонификации, открывающей ее обладателю новые возможности и грани самоидентификации. Важная особенность коммуникации заключается в необходимости постоянного «достраивания» как образа партнера, так и правил взаимодействия с ним [4; 5]. Развитие социальных структур отождествляется с развитием процессов электронной коммуникации, т. е. за развитием «сетевой» коммуникации следует возникновение «сетевой» социальной организации, сетевого знания и сетевой культуры. Изменения традиционных представлений и опыта коммуникации ведет к изменениям культурного пространства — «единственно важным вопросом для культуры становится вопрос о доступе к сети» [6; 7].

Самые разные сферы жизни превращаются в «постоянно исчезающую ситуацию», буквально ежедневно требуя от человека адаптироваться к новым условиям. И здесь важнейшим средством социализации опять становится не столько знание или собственно информация, которая при таких темпах быстро теряет актуальность, а степень доступа информации. Именно степень доступа будет определяющим образом влиять на степень социализации личности и служить основой социальной стратификации, что потребует определенного психологического типа личности, — прежде всего, обладания разнообразием и гибкостью когнитивных стилей [5], обеспечивающих ее темповые характеристики.

Электронная коммуникация неизбежно вызывает децентрализацию и «умножение» ее субъекта. В социальном плане это задает и усиливает децентрализацию во всех социальных системах, вызывает «общую эрозию центров» [8; 9], что представляет опасность для личности и ее социализации. Сетевой субъект коммуникации становится практически «социально невидимым», поэтому сам процесс социального сравнения не только существенно затрудняется, но и приобретает кардинально новые формы, значения и смыслы.

Основными особенностями современных социально-экономических изменений, непосредственно влияющих на экономическую социализацию личности, являются:

- переход экономических и социальных функций от капитала к информации;
- не собственность, а уровень знаний становится ведущим фактором социальной дифференциации;

- новое общество отличает симбиоз социальных организаций и информационных технологий. В целом исчезает сама идея «линейной» детерминации любых проявлений в социальном пространстве, заменяясь идеей всеобщей множественной взаимообусловленности [6; 10–13]. По мнению многих авторов моделей социальных трансформаций в современном мире, социальная принадлежность «уже ничего не объясняет» [14–16].

Возникает иное отношение человека к традиционным общностям, принципиально иное отношение к виртуальным общностям лишают его привычной социальной идентичности, что ставит под сомнение и саму идею самоотождествления через социальную идентичность. Тезис, что социальная принадлежность является и источником, и фактором социализации во многом теряет свое первоначальное содержание, особую значимость приобретает собственная активность личности, которая преобразует свой прошлый опыт и согласует его с новым социальным опытом.

Научная проблема экономической социализации личности (ЭСЛ) в условиях изменяющегося общества обусловлена рядом новых социально-психологических противоречий. Изменения институтов социализации опережает традиционные изменения личности, что часто приводит к инверсии процессов социализации, когда личность отстает от нормам и стереотипам, взятым из прошлого. Развитие сетевых коммуникаций вызывает кризис привычной социальной идентичности; доминирование экономических проблем в социальной сфере приводит к конфликту рыночных и этических ценностей. Акценты социально-психологической детерминации социализации смещаются в сторону субъекта деятельности, экономическая направленность выступает как ведущий фактор ЭСЛ, конфликт рыночных и этических ценностей проявляется как новый фактор и механизм ЭСЛ, конструирование социальности выступает как метамеханизм ЭСЛ. Таким образом, научная проблема ЭСЛ связана с новыми психологическими сложностями социализации и состоит в специфических психологических факторах, механизмах и эффектах социализации, позволяющих личности справляться с этими сложностями.

Экономическая направленность (ЭН) личности обеспечивает смыслообразование экономических интересов, целей и субъективных отношений, а также динамические

тенденции экономической мотивации и экономическую ориентацию личности. В качестве дополнительных факторов выступают сопоставимые экономические установки: бизнес — работа по найму, экономическое будущее — экономическое настоящее, партнерство — конкуренция, способность зарабатывать — потребление. Индивидуальный профиль экономической направленности является качественным критерием ЭСЛ.

Ранее проведенное исследование рыночных и этических представлений, интегрированных в конкретные образы «Я» у разных социальных групп — предприниматели, специалисты предприятий, госслужащие, безработные, студенты разных специальностей — а также динамики этих представлений в условиях трансформации общества [17]. Показано, что рыночные и эстетические представления вступают в диссонанс, что проявляется в существенном доминировании одних представлений над другими. Диссонанс представлений и образов «Я» и их динамика в процессе социализации имеют общие тенденции, а также специфику, обусловленную спецификой социальной группы и особенностями личности. Диссонанс представлений является частью общего механизма социализации личности в условиях трансформации общества и способствует повышению уровня самооценки личности, самооценки экономической готовности и принятию экономических требований как ценности-цели [18].

На основании ранее проведенных исследований была разработана теоретическая модель экономической социализации личности, в условиях вовлеченности субъекта в сетевые коммуникации (рис. 1). Одним из важных факторов, влияющим на процесс экономической социализации личности является вовлеченность личности в социальные

коммуникации. С учетом активного использования сетевых коммуникаций, в ряде случаев можно говорить о сетевой зависимости.

Вопрос сетевой зависимости активно обсуждается в современной литературе. Новые технологии позволяют оставаться на связи практически постоянно. Большую популярность набирают социальные сети — спрос на них растет с каждым днем. В них регистрируются, чтобы найти старых друзей и знакомых, поддерживать связь с ними, или найти новых. С одной стороны, соцсети значительно упрощают жизнь современного человека. Они используются уже не только как способ общения, но и как источник самой разной информации — как новостной, так и развлекательной, для многих соцсети — инструмент развития и продвижения бизнеса, маркетинговых и рекламных кампаний и, разумеется, инструмент формирования общественного мнения, продвижения идей в массы.

Обилие информации и доступность ее получения приводит к тому, что многие люди находятся он-лайн практически постоянно — обновления новостных лент, сообщения, комментарии. Личное общение отходит на второй план, некоторые тратят средства на платные ресурсы, причем иногда неосознанно. Со временем у человека может развиваться патологическая необходимость постоянного пребывания на сайте, от которой он уже не может избавиться самостоятельно. Такая зависимость весьма схожа с наркотической или алкогольной. Острая тяга к пользованию сетевыми ресурсами — это своего рода болезнь, которая может возникать из-за каких-либо личностных или психологических проблем, из-за нереализованных желаний, а также скрытых комплексов и трудностей в общении, ведь в виртуальном мире намного легче выразить себя, создавать идеальный образ,



Рис. 1. Теоретическая модель экономической социализации личности при сетевой зависимости

особое значение имеет осознание собственной защищенности и анонимности, чего нет в реальном мире [19]. Некоторые, осознавая это, пытаются удалить свою страницу из соцсети, но через некоторое время, как правило, ее восстанавливают.

В психологии давно известно такое явление как «одиночество в толпе»: чувство одиночества сохраняется, даже если человек находится в коллективе. Стремление не только почувствовать себя частью общества, но и выделиться, приводит к созданию виртуальной личности в соцсети — демонстрация только лучших жизненных моментов, подбор красивых фотографий.

Больше всего зависимости от интернет-общения подвержены люди, ведущие достаточно скучный образ жизни, посредством сетей они повышают свою самооценку, пытаясь выдать информацию, представленную на странице, за действительную, некоторые настолько верят в созданный ими образ, что начинают избегать личных встреч и общения, дабы не разрушить сложившееся о себе мнение.

В России пока еще нет центров помощи людям, страдающим от зависимости социальных сетей, но такие центры уже есть в Европе. Мнимое виртуальное общение, все больше замещающее реальное живое общение накладывает отпечаток на ситуации реальной жизни — просмотр профилей в социальных сетях вместе, а то и вместо резюме и собеседования при приеме на работу, при знакомстве обмениваются не телефонными номерами, а адресами профилей соцсети. Очень многим гораздо проще написать сообщение в интернете, чем позвонить или поинтересоваться делами лично.

Выделяется ряд признаков, которые характеризуют зависимое от социальных сетей поведение:

- навязчивая потребность просмотреть входящие сообщения, зная о том, что никто не должен был их отправить;
- потеря чувства времени при нахождении он-лайн;
- стремление как можно чаще обновлять информацию на личной странице — выкладывать фотографии, отвечать на комментарии, обновлять статусы;
- переход от личного общения с друзьями на переписку в социальной сети;
- чрезмерное использование мобильных игровых приложений в ущерб работе, межличностному общению;

- раздражение при отсутствии интернета, невозможности просмотреть информацию в соцсети.

Цель исследования — выявить влияние сетевых коммуникации на процессы и эффекты экономической социализации личности. С учетом повсеместности и активного использования всемирной сети, современных технологий — смартфонов, планшетных компьютеров, доступности приложений для социальных сетей, — можно говорить об интернет-коммуникациях как о факторе, влияющем на процессы и эффекты экономической социализации личности.

Гипотеза исследования: зависимость субъекта от сетевых коммуникаций неблагоприятно влияет на его экономическую социализацию в сфере экономической направленности личности.

Теоретико-методологические основы исследования:

1. Концепция социализации личности в обществе Интернет коммуникаций (А. В. Чистяков) [20].
2. Субъектно-ролевая концепция экономической социализации в условиях трансформации общества (А. П. Вяткин) [11].
3. Концепция Интернет зависимости (Кимберли-Янг) [21].

Методы предварительного эмпирического исследования

1. Тест экономической направленности личности (А. П. Вяткин) [17].
2. Тест Интернет зависимости (А. Юрьева, Т. Больбок) [19].
3. Статистические критерии парного T и множественного S сравнения.

Выборочную совокупность составили молодые люди в возрасте 19–21 года, студенты 3–4 курсов Байкальского государственного университета, направления подготовки «Экономика» и «Менеджмент». Из 125 человек, принявших участие в исследовании, 87 девушек.

Участникам исследования было предложено два теста — экономической направленности личности А. П. Вяткина и тест интернет-зависимости А. Юрьевой и Т. Больбок.

Результаты теста интернет-зависимости представлены на рис. 2.

Как видно из диаграммы, большая часть испытуемых — 44 человека (35%) показала первую стадию зависимости. Всего 19 человек — 15% от общего числа участников исследования показали результат с нулевой

степенью риска зависимости. 31 человек (25 %) по результатам тестирования находятся на стадии увеличения риска зависимости и столько же (31 человек, 25 %) находятся на высшей стадии зависимости. Отметим, что результаты могут быть обусловлены частотой использования гаджетов в современной студенческой среде. Современная молодежь и подростки в большей степени подвержены компьютерной зависимости в силу возрастных особенностей, а также ввиду того, что подавляющее большинство молодых людей используют возможности высоких технологий не только для работы, учебы, но и для развлечения, виртуального общения.



Рис. 2. Распределение результатов по тесту интернет-зависимости

Интересным представляется сравнение результатов групп испытуемых с различной степенью выраженности сетевой зависимости с учетом установок экономической направленности личности.

Результаты тестирования представлены на рис. 3.

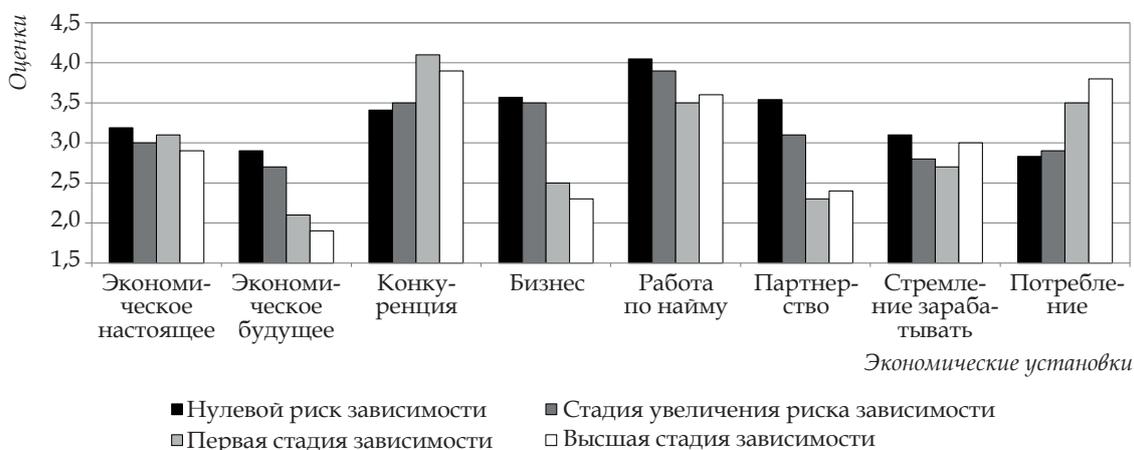


Рис. 3. Влияние зависимости от социальной сети на процесс социализации в сфере экономической направленности

Первичные результаты исследования:

1. Ряд экономических установок проявляют «чувствительность» к степени зависимости субъекта от сети ($p < 0,05$).

2. Повышение зависимости от сети приводит к снижению показателей установок на экономическое будущее ($p < 0,01$), на бизнес ($p < 0,01$) и на партнерство ($p < 0,01$).

3. Повышение зависимости от сети приводит к повышению показателей установок на конкуренцию и на потребление ($p < 0,05$).

4. В отношении отдельных экономических установок – экономическое настоящее, работа по найму – влияния на них со стороны сетевой зависимости не выявлено.

5. В целом как результат негативного влияния сетевой зависимости отмечается неблагоприятное рассогласование парных соотношений экономических установок: экономическое настоящее – экономическое будущее, конкуренция – партнерство, бизнес – работа по найму, стремление зарабатывать – потребление.

Как видно из гистограммы, в некоторых установках значимых различий по T -критерию Стьюдента не выявлено ($p > 0,05$), – это относится к установкам «экономическое настоящее», «стремление зарабатывать», «работа по найму». Можно предположить, что компоненты сознания, подвергнутые изменениям в процессе сетевых коммуникаций, в наименьшей степени присутствуют в психологической структуре данных экономических установок.

Показатели в установке «Экономическое будущее» значительно снизились у тех испытуемых, для которых характерна высшая ста-

дия зависимости, согласно результатам тестирования. Фиксация на настоящем моменте, невозможность отказаться от использования сети, обуславливает размытые представления о будущем, соответственно можно говорить о снижении самоорганизации в области целеполагания, планировании и распределения времени, которое в большой степени детерминировано влиянием интернет-зависимости.

Это предположение подтверждается снижением показателей в установке на создание собственного бизнеса в группе с выраженной зависимостью. Стремление к инициативности, проактивность, необходимые для ведения успешного бизнеса, связаны с высокой личностной самоорганизацией, нацеленностью на результат, способностями к управленческому мышлению, которое характеризуется способностью к созданию целостной картинки из разрозненных образов, способностью к логической оценке, способностью связывать факты, явления, события, видеть причинно-следственные связи ситуации. Управленческое мышление в какой-то степени можно противопоставить «клиповому» мышлению. Как уже говорилось выше, «клиповое» мышление, свойственное поколению, воспитанному на постоянном использовании высоких технологий, отличается фрагментарностью, разрозненностью образов. Таким образом, особенности мышления, которые накладывает высокая степень сетевой зависимости, обуславливают резкое снижение показателей по установке бизнес.

Еще одно снижение в группе с высоким показателем зависимости наблюдается в установке «партнерство». Умение работать в группе, находить контакт с разными

людьми, расширять социальные связи, взаимодействовать в реальных межличностных ситуациях, стремление к партнерству, кооперации, сотрудничеству снижаются в условиях привязанности к ситуациям виртуального общения, неспособности отказаться от компьютерной реальности. Снижение показателей в группе с интернет-зависимостью в установке «партнерство» компенсируется повышением в установке «конкуренция».

Таким образом, можно говорить о том, что зависимость от сетевых коммуникаций неблагоприятно влияет на экономическую направленность личности, в силу изменений особенностей мышления и восприятия информации, межличностного общения, личностной саморегуляции. Гипотеза исследования подтверждена.

Цель исследования — выявить влияние сетевых коммуникаций на процессы и эффекты экономической социализации личности — достигнута. Но при этом возникает необходимость проведения дальнейшего исследования по данной теме, для более глубокого, детального, расширенного рассмотрения вопроса о влиянии сетевых коммуникаций на экономическую направленность личности и процессы экономической социализации личности. В перспективе разработка психологических критериев сетевых коммуникаций, экспликации психологических механизмов оптимального сочетания on-line и off-line коммуникаций. А также интересным направлением исследований представляется проверка влияния сетевой коммуникации на экономическую социализацию личности по другим критериям, представляющим целостную концепцию экономической социализации личности.

Список использованной литературы

1. Кириллова Н. Б. Медиакультура: теория, история, практика / Н. Б. Кириллова. — М. : Акад. проект, 2008. — 422 с.
2. Фрумкин К. Г. Позиция наблюдателя. Отстраненное созерцание и его культурные функции / К. Г. Фрумкин. — М. : Ника-Центр, 2003. — 256 с.
3. Гидденс Э. Социология / Э. Гидденс. — М. : Добросвет, 1999. — 535 с.
4. Postmes T. Deindividuation and antinormative behavior — a metaanalysis / T. Postmes, R. Spears // Psychological Bulletin. — 1998. — Vol. 123, № 3. — P. 1–22.
5. Turkle Sh. Constructions and reconstructions of self in virtual reality: Playing in the MUDs / Sh. Turkle // Culture of the Internet / ed. by Sara Kiesler. — Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 1997. — P. 143–155.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: проблемы экономики и культуры / М. Кастельс. — М. : ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
7. Ключко В. Е. Закономерности движения психологического познания и проблема метода науки / В. Е. Ключко // Методология и история психологии. — М. : Артос-ГАЛ, 2007. — Т. 2, вып. 1. — С. 5–20.
8. Журавлев А. Л. Социально-психологическая динамика в изменяющихся экономических условиях / А. Л. Журавлев // Психологический журнал. — 1998. — Т. 19, № 3. — С. 3–16.

9. Штихве Р. К генезису мирового общества — инновации и механизмы / Р. К. Штихве // Журнал социологии и социальной антропологии. — 1999. — Т. 2, вып. 3. — С. 67–77.
10. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. — М. : Рудомино, 2001. — 275 с.
11. Вяткин А. П. Динамика рыночных и этических представлений студенческой молодежи в процессе социализации / А. П. Вяткин // Сибирский педагогический журнал. — 2009. — № 1. — С. 234–242.
12. Ласло Э. Век бифуркации / Э. Ласло // Путь. Международный философский журнал. — 2000. — № 7. — С. 3–129.
13. Хабермас Ю. Демократия, разум, нравственность / Ю. Хабермас. — М. : Наука, 2001. — 176 с.
14. Balsamo A. Signal to noise: On the meaning of cyberpunk subculture / A. Balsamo // Communication in the Age of Virtual Reality. — Hillsdale, NJ, US, 1995. — P. 347–368. — (LEA's communication series).
15. Doise W. La construction sociale de la personne / W. Doise. — Grenoble, 1999. — 417 p.
16. Sanford N. Self and Society: Social Change and Individual Development / N. Sanford. — New York, 1988. — 381 p.
17. Вяткин А. П. Психология экономической социализации личности: субъектно-ролевой подход : монография / А. П. Вяткин. — Иркутск : Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2010. — 383 с.
18. Вяткин А. П. Субъектно-ролевой подход к исследованию экономической социализации личности / А. П. Вяткин // Вестник Государственного университета управления. — 2008. — № 12. — С. 58–64.
19. Юрьева Л. Н. Компьютерная зависимость: формирование, диагностика, коррекция и профилактика / Л. Н. Юрьева, Т. Ю. Больбот. — Днепропетровск : Пороги. — 2006. — 196 с.
20. Чистяков А. В. Социализация личности в обществе Интернет-коммуникаций : социокультурный анализ : автореф. дис. д-ра социол. наук : 22.00.06 / А. В. Чистяков. — Ростов н/Д, 2006. — 56 с.
21. Young Kimberly S. Cybersex and Infidelity Online: Implications for Evaluation and Treatment / Kimberly S. Young, James O'Mara, Jennifer Buchanan // 107th annual meeting of the American Psychological Association, August 21, 1999.

References

1. Kirillova N. B. *Mediakul'tura: teoriya, istoriya, praktika* [Media Culture: Theory, History, Practice]. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2008. 422 p.
2. Frumkin K. G. *Pozitsiya nablyudatelya. Otstranennoe sozertsanie i ego kul'turnye funktsii* [The Position of the Observer. Aloof Contemplation and its Cultural Functions]. Moscow, Nika-Tsentr Publ., 2003. 256 p.
3. Giddens E. *Sotsiologiya* [Sociology]. Moscow, Dobrosvet Publ., 1999. 535 p.
4. Postmes T., Spears R. Deindividuation and antinormative behavior — a metaanalysis. *Psychological Bulletin*, 1998, vol. 123, no. 3, pp. 1–22.
5. Turkle Sh. Constructions and reconstructions of self in virtual reality: Playing in the MUDs. In Kiesler Sara (ed.). *Culture of the Internet*. Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, 1997, pp. 143–155.
6. Castells Manuel. *The Information Age: Economy, society and culture*. Vol. I-III. Oxford, Blackwell Publishers, 1989–1997. (Russ. ed.: Castells M. *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura*. Moscow, State University — Higher School of Economics Publ., 2000. 600 p.).
7. Klochko V. E. The Pattern of Psychological Cognition Process and the Problem of the Scientific Method. *Metodologiya i istoriya psikhologii* [Methodology and History of Psychology]. Moscow, Artos-GAL Publ., 2007, vol. 2, iss. 1, pp. 5–20. (In Russian).
8. Zhuravlev A. L. The Social-psychological Dynamics in Changing Economic Conditions. *Psikhologicheskii zhurnal = Psychology Journal*, 1998, vol. 19, no. 3, pp. 3–16. (In Russian).
9. Shtikhve R. The Genesis of World Society — Innovations and Mechanisms. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii = The Journal of Sociology and Social Anthropology*, 1999, vol. 2, iss. 3, pp. 67–77. (In Russian).
10. Baudrillard Jean. *Le système des objets*. Gallimard, 1991 (Russ. ed.: Baudrillard Jean. *Sistema veshchei*. Moscow, Rudomino Publ., 2001. 275 p.).
11. Vyatkin A. P. Dynamics of Students' Market and Ethical Ideas in the Process of Socialization. *Sibirskii pedagogicheskii zhurnal = Siberian Pedagogical Journal*, 2009, no. 1, pp. 234–242. (In Russian).
12. Laslo E. The Age of Bifurcation. *Put'. Mezhdunarodnyi filosofskii zhurnal = The Way. International Journal of Philosophy*, 2000, no. 7, pp. 3–129. (In Russian).
13. Khabermas Yu. *Demokratiya, razum, npravstvennost'* [Democracy, Mind, Morality]. Moscow, Nauka Publ., 2001. 176 p.

14. Balsamo A. Signal to noise: On the meaning of cyberpunk subculture. *Communication in the Age of Virtual Reality*. Hillsdale, NJ, US, 1995, pp. 347–368.
15. Doise W. *La construction sociale de la personne*. Grenoble, 1999. 417 p.
16. Sanford N. *Self and Society: Social Change and Individual Development*. New York, 1988. 381 p.
17. Vyatkin A. P. *Psikhologiya ekonomicheskoi sotsializatsii lichnosti: sub"ektno-rolevoi podkhod* [The Psychology of Personal Economic Socialization: Subject-Role-playing Approach]. Irkutsk State University Publ., 2010. 383 p.
18. Vyatkin A. P. Subject-role-playing Approach to the Study of a Personal Economic Socialization. *Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyi universitet upravleniya) = University Bulletin (State University of Management)*, 2008, no. 12, pp. 58–64. (In Russian).
19. Yur'eva L. N., Bol'bot T. Yu. *Komp'yuternaya zavisimost': formirovanie, diagnostika, korrektsiya i profilaktika* [Computer addiction: formation, diagnostics, correction and prevention]. Dnepropetrovsk, Porogi Publ., 2006. 196 p.
20. Chistyakov A. V. *Sotsializatsiya lichnosti v obshchestve Internet-kommunikatsii : sotsiokul'turnyi analiz. Avtoref. Dokt. Diss.* [Social adjustment in the Society of Internet Communications: Social-cultural Analysis. Doct. Diss. Thesis]. Rostov-on-Don, 2006. 56 p.
21. Young Kimberly S., O'Mara James, Buchanan Jennifer. Cybersex and Infidelity Online: Implications for Evaluation and Treatment. *107th annual meeting of the American Psychological Association, August 21, 1999*.

Информация об авторах

Вяткин Александр Павлович — доктор психологических наук, заведующий кафедрой социальной и экономической психологии Байкальского государственного университета, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: vyat51@yandex.ru.

Абрамович Ксения Николаевна — аспирант кафедры социальной и экономической психологии Байкальского государственного университета, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.

Библиографическое описание статьи

Вяткин А. П. Влияние сетевой зависимости на экономические установки студентов / А. П. Вяткин, К. Н. Абрамович // Психология в экономике и управлении. — 2015. — Т. 7, № 2. — С. 86–95. — DOI : 10.17150/2225-7845.2015.7(2).86-95.

Information about authors

Vyatkin, Alexandr P. — Doctor in Psychology, the Head of the Department of Social and Economic Psychology, Baikal State University, 11, Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian Federation; e-mail: vyat51@yandex.ru.

Abramovich, Kseniya N. — post-graduate student of the Department of Social and Economic Psychology, Baikal State University, 11, Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian Federation.

Reference to article

Vyatkin A. P., Abramovich K. N. The Influence of Internet Dependency on Students' Economic Value Orientations. *Psikhologiya v ekonomike i upravlenii = Psychology in Economics and Management*, 2015, vol. 7, no. 2, pp. 86–95. DOI: 10.17150/2225-7845.2015.7(2).86-95. (In Russian).