

**Мелехин Игорь Васильевич**

канд. полит. наук, доцент

ФГКВОУ ВО «Военный университет»

Минобороны России

г. Москва

DOI 10.21661/r-116447

## **УПРАВЛЕНЧЕСКО-ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫЙ ПРОЦЕСС ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ ИНФОРМАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

***Аннотация:** в статье на основе деятельностного и управленческого подходов, современных научных исследований в сфере интернет-технологий и социальных сетей рассмотрены этапы вовлечения, целеполагания, проектирования, осуществления и анализа результатов действий пользователей социальных сетей. Используются методы обобщения научных данных и системного анализа. Отмечены особенности деятельности в социальной сети. Определены пути общественного регулирования деятельности в социальной сети.*

***Ключевые слова:** социальные сети, деятельностный подход, управленческая деятельность, информационные процессы, поведение человека.*

В настоящее время в русскоязычном секторе Интернета, согласно каталогу Яндекса, активны 135 социальных сетей [1]. Каталоги социальных сетей классифицируют их по 15 видам и многочисленным подвидам, охватывающим практически все стороны общественной и личной жизни [2]. При этом у 89% россиян есть аккаунты в социальных сетях, о чем свидетельствуют результаты исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения по итогам 2012 года [3].

По результатам исследования Brand Analytics, в России в декабре 2015 года активных авторов было около 37 млн человек, которые сгенерировали 588 млн сообщений за месяц [4]. По подсчетам аналитиков comScore, житель России проводит в сетях, в среднем, 9,6 часа в месяц [4]. Социальные сети стали широким

полем и мощным стимулятором деятельности человека в сфере профессиональной деятельности, бизнеса, здоровья, образования, искусства, общественной жизни, путешествий, спорта, хобби, в медиасфере и, конечно, межличностных отношений.

Однако, вместе с положительными сторонами, общение в социальных сетях имеет негативные стороны и даже опасности, обусловленные деятельностью террористических организаций, групп асоциального и девиантного поведения, финансовых мошенников, охотников за личной конфиденциальной информацией, а также «троллей» и «спамеров». Все это наносит как экономический, социальный, так и психологический ущерб пользователям социальных сетей, особенно тем, кто страдает интернет-зависимостью. Искусственный мир интернет-сообщества вступает в диссонанс с реальным миром, порождая новые формы человеческого мышления и деятельности. В связи с этим вопросы управления процессами поведения человека при размещении информации в социальных сетях приобретают актуальность и значимость, требуя дальнейшего изучения.

В психологии в деятельностном подходе личность, ее формирование и развитие рассматриваются с позиций практической деятельности как особой формы психической активности человека. Внутреннее богатство личности определяется разнообразием видов деятельности, в которые реально включен человек, и тем личностным смыслом, которым он их наполняет.

Деятельность представляет собой процесс (процессы) активного взаимодействия субъекта с объектом, во время которого субъект удовлетворяет какие-либо свои потребности, достигает цели. Последовательность процессов можно представить следующим образом: вовлечение в деятельность, целеполагание, проектирование действий, осуществление действий, анализ результатов действий и сравнение их с поставленными целями.

Поддержание режима деятельности, реализацию программ и целей обеспечивает управление. Управление (менеджмент) в классическом понимании – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для

того, чтобы сформулировать и достичь цели организации [5]. Последовательность повторяющихся активных действий, направленных на достижение поставленной цели, образует управленческий цикл. Опираясь на положения деятельностного и управленческого подходов, можно предложить следующий управленческо-деятельностный цикл поведения человека при размещении личной информации в социальных сетях, состоящий из ряда этапов.

*I этап – процесс вовлечения в деятельность.* На этом этапе возникает потребность, происходит осознание проблемы, выполняется анализ ситуации, дается оценка, проводится прогнозирование.

*II этап деятельности – процесс целеполагания.*

*III этап – процесс проектирования действий.* На данном этапе принимается решение и осуществляется планирование действий.

*IV этап – процесс осуществления действий.* Происходит побуждение к действию (интерес, мотивация, стимулирование) и само действие (модели поведения, процессы, операции).

*V этап – процесс анализа результатов действий и сравнение их с поставленными целями.* Осуществляется контроль, проводятся анализ и оценка результата (обратная связь), происходит регулирование.

С учетом специфики данного можно предложить следующие этапы процесса информационной деятельности человека в социальных сетях, в совокупности, составляющие цикл.

*I этап – процесс вовлечения в деятельность*

Этап включает возникновение потребности, осознание проблемы ее удовлетворения, рациональную оценку субъектом своей деятельности. В психологическом плане сопровождается актуализацией потребности (мотива) и формированием определенного эмоционального состояния. Завершается подготовкой к целеполаганию.

*Потребность, нужда* представляет собой внутреннее состояние психологического или функционального ощущения недостаточности чего-либо, проявля-

ется в зависимости от ситуационных факторов [6]. Являясь внутренними возбудителями активности, потребности проявляются по-разному в зависимости от ситуации. Общий список потребностей в размещении информации в социальных сетях может быть таков:

- доминантность;
- агрессия;
- поиск дружеских связей;
- потребность в уважении и поддержке;
- потребность достижения;
- потребность быть в центре внимания;
- потребность игры;
- социальность (социофилия);
- потребность поиска покровителя;
- потребность оказания помощи;
- потребность самозащиты;
- потребность преодоления поражения, неудачи;
- потребность суждения.

В современных условиях является значимой информационная потребность, возникающая, когда цель, стоящая перед пользователем в процессе его профессиональной деятельности либо в его социально-бытовой практике, не может быть достигнута без привлечения дополнительной информации. По мнению А.В. Соколова, понятие «информационная потребность» является обобщающим по отношению к коммуникационным, мнемическим, познавательным, регуляционным и эстетическим потребностям пользователей [7], которые способны удовлетворять и социальные сети.

Управленческий цикл начинается с осознания проблемы, которая характеризуется как побуждающий фактор действия (недостаток или проявление чего-либо). Проблемной также называется ситуация, когда деятельность не реализу-

ется принятыми ранее способами, и достижение результата деятельности в изменившихся условиях непрогнозируемо (затруднено или исключено). В жизни человека проблема формулируется в понятном для людей виде «знаю что, не знаю как», то есть известно, что нужно получить, но не известно, как это сделать.

Проблемы можно классифицировать и идентифицировать по признакам объективности и субъективности, по системным уровням, по возможности прогноза, по сложности. Субъективные (личностные) проблемы связаны с потребностями человека.

Сущность проблемы для человека такова, что требует *анализа*, оценки, формирования идеи, концепции для поиска ответа (*решение проблемы*) с проверкой и подтверждением на опыте.

### *II этап деятельности – процесс целеполагания*

Целеполагание – процесс выбора одной или нескольких целей с установлением параметров допустимых отклонений для управления процессом осуществления идеи. Часто понимается как «фаза управления, предусматривающая постановку генеральной цели и совокупности целей (дерева целей) в соответствии с назначением (миссией) системы, стратегическими установками и характером решаемых задач» [8].

Цель может существовать в форме знания, представления или даже восприятия. В психологической теории деятельности цель по отношению к мотиву выступает как его конкретизированная, наглядная форма.

Целями пользователя социальной сети могут быть:

- оперативный обмен данными с другими пользователями;
- использование общих информационных ресурсов, размещенных в сети;
- доступ к данным других интрасетей и глобальных сетей;
- использование электронной почты;
- доступ к хранилищу данных с различным уровнем доступа к информации;
- отслеживание изменений данных в реальном масштабе времени.

### *III этап деятельности – процесс проектирования действий*

В управленческом плане включает сбор и обработку информации, анализ, уяснение и оценку ситуации – диагноз; оценку обстановки и научно обоснованное предсказание наиболее вероятного состояния, тенденций и особенностей развития объекта управления – прогноз; решение – процесс выполнения действий или мыслительных операций, направленный на достижение цели, заданной в рамках проблемной ситуации.

Анализ ситуации представляет собой полное собрание всего того, что известно о сложившейся ситуации, включая историю ее развития, силы, влияющие на ситуацию, а также о тех, кто к этому причастен или на кого она влияет. Анализ ситуации должен содержать всю исходную информацию, необходимую для объяснения и конкретной иллюстрации содержания проблемы. В ходе анализа учитываются факторы (условия), побуждающие, благоприятствующие (гарантирующие) и ограничивающие последующую деятельность.

*Побуждающие факторы* выражаются в виде внутренних и внешних мотивов деятельности. К внутренним (интринсивным) мотивам деятельности по размещению информации в социальных сетях относятся: мотивы самоутверждения, мотивы идентификации с другим человеком, стремление походить на кумира, мотивы поиска новых друзей.

Экстринсивные (внешние) мотивы – это мотивы долга и ответственности перед обществом, группой, отдельными людьми; мотивы самоопределения и самоусовершенствования; стремление получить одобрение других людей; стремление получить высокий социальный статус (престижная мотивация).

Просоциальные мотивы, связанные с идентификацией с группой, чувством долга и ответственностью, являются важными в побуждении человека к деятельности. Актуализация у субъекта деятельности этих мотивов способна вызывать его активность в достижении общественно значимых целей.

Среди факторов, *благоприятствующих (гарантирующих)* право на размещение информации в социальных сетях, необходимо выделить прежде всего правовые.

*Ограничивающие факторы* (опасности, риски, угрозы) подразделяются на правовые, информационные, социально-психологические, организационные, программно-технические.

Результаты анализа формируют основу для их оценки.

Оценка обстановки предусматривает изучение и сопоставление факторов и условий, влияющих на возможность удовлетворения потребности и достижение цели и может быть количественной: «больше – меньше» и качественной: «за – против», «лучше – хуже». Основные критерии личностной оценки – идеалы, ценности и нормы.

*Идеал* – в строгом этическом смысле, в теоретическом плане – наиболее общее, универсальное и, как правило, абсолютное нравственное представление (о благом и должном) [9], а также о добре и зле.

*Ценности* – господствующие представления о том, что считать хорошим, правильным или желательным.

К ценностям пользователя сети могут относиться:

- здоровье;
- любовь, семья, дети, дом;
- близкие, друзья, общение;
- духовные ценности, духовный рост, религия;
- досуг – удовольствия, хобби, развлечения;
- творческая самореализация;
- самообразование;
- социальный статус и положение в обществе;
- свобода (свобода выбора, свобода слова и т. д.).

Также могут присутствовать другие ценности. Оценка дается в соответствии с приоритетами ценностей.

*Нормы*, которые сложились в обществе, являются высшим выражением его системы ценностей. Виды норм, используемые при оценке соответствия им: социальные, правовые, технические, языковые. Выделяется и мононорма – норма,

соединяющая в себе правило поведения общесоциального, религиозного и правового характера.

Для индивидуальной деятельности в сети важна *самооценка* как представление человека о важности своей личной деятельности среди других людей и оценивание себя и собственных качеств и чувств, достоинств и недостатков, выражение их открыто или даже закрыто. В качестве основного критерия оценивания выступает система смыслов индивида. В современной психологии есть три вида самооценки: заниженная, нормальная и завышенная.

*Субъективное оценочное отношение* человека к существующим или возможным ситуациям отражаются в виде эмоций.

У человека, предполагающего размещение личной информации в социальной сети, эмоции порождают переживания удовольствия, неудовольствия, страха, робости и тому подобного, играющие роль ориентирующих субъективных сигналов. На оценку влияют и другие виды эмоциональных процессов: аффекты, чувства и настроения.

Результатом оценки ситуации, вызвавшей потребность по размещению информации в социальной сети, может быть характеристика ее как угрожающей, нейтральной или благоприятствующей.

*Прогнозирование* как часть проектирования представляет собой разработку сценариев возможного развития ситуации. Этап начинается с содержательного описания и определения перечня наиболее вероятных вариантов развития ситуации по размещению личной информации в социальной сети, и предполагает индексирование перечня основных факторов, влияющих на развитие ситуации. Формируются модели развития ситуации. Ожидаемые изменения основных факторов, характеризующих развитие ситуации, служат основой для разработки прогноза.

Прогнозные оценки изменения значений основных факторов определяются самостоятельно или с помощью экспертов. Разработанные варианты развития ситуации должны быть подвергнуты тщательному анализу с точки зрения выявления основных опасностей, рисков, сильных сторон, перспектив. Результатом



прогнозирования является разработка прогноза, представленного в виде наиболее вероятных сценариев развития ситуации, и завершается оценкой ожидаемой устойчивости ситуации для разработанных сценариев информационных действий в социальных сетях.

Наиболее важная часть поведенческого проектирования – *принятие решения*. В содержательном плане решение включает: выбор конечной цели, выбор средств достижения поставленной цели, выбор методов применения избранных средств, определение соответствующих форм действий, определение задач и сроков их выполнения, оформление принятого решения. В результате принятого решения формулируется задача – проблемная ситуация с явно заданной целью, которую необходимо достичь; в более узком смысле задачей также называют то, что требуется сделать.

Требуемое решение может быть задано по-разному: как конечное состояние ситуации; как получение нового знания; как установление неких связей (отношений) между элементами ситуации и т. д. От процесса решения и постановки задач осуществляется переход к планированию.

Задача планирования – оптимальное распределение ресурсов для достижения поставленных целей, деятельность пользователя, связанная с постановкой целей (задач) и действий в будущем.

Планирование деятельности по размещению личной информации в социальной сети подразумевает выполнение следующих этапов:

- уточнение целей и задач;
- составление общей программы действий;
- вариантное составление программы (вариантное проектирование);
- выявление необходимых ресурсов и их источников;
- определение сроков выполнения;
- фиксация результатов планирования в материальном или мысленном виде.

Выработанный проект, план служит основой для практических действий.

#### *IV этап деятельности – процесс осуществления действий*

Факторами, побуждающими к реализации решения, действиям по размещению информации в социальной сети, являются интерес, мотивация, стимулирование.

Под *интересом* понимается потребностное отношение или мотивационное состояние, побуждающее к познавательной деятельности. Интерес постепенно может перерасти в устойчивую личностную потребность в активном, деятельном отношении к предмету. Интерес к деятельности в социальной сети описывается в терминах увлеченности содержанием, вовлеченности в задачу, в процесс деятельности. Интерес может трактоваться как одна из эмоций, близких к удивлению, любознательности.

*Мотивация* на данном этапе понимается как динамический процесс психофизиологического плана, управляющий поведением человека, определяющий его направленность, организованность, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности.

В результате психологической интерпретации эмпирических данных исследователями было показано, что в основе деятельности пользователей Интернета лежат следующие виды мотивов [10]: деловая, познавательная, коммуникативная, рекреационная, игровая, аффилиативная мотивация, а также мотивация сотрудничества, самореализации и самоутверждения.

Личности, которая побуждается к деятельности просоциальными мотивами, присущи нормативность, лояльность к групповым стандартам, признание и защита групповых ценностей, стремление реализовать групповые цели.

*Стимулирование* выступает в виде сильного побудительного момента; это внутренний или внешний фактор, вызывающий реакцию, действие. Видами сетевых стимулов могут быть:

- материальные (премии, бонусы, выигрыши);
- эмоциональные (похвалы, «лайки» или поглаживания [11] и т. д.);
- самоутверждение (количество друзей, гостей).

Человек реагирует на многие стимулы не обязательно сознательно.

Даже при наличии побудительных факторов человеку для совершения действий необходима *воля*, обеспечивающая концентрацию усилий и способность сознательно управлять своими эмоциями и поступками. Именно она служит «спусковым крючком» к действию.

Как отмечал А.Н. Леонтьев, в общем потоке деятельности, который образует человеческую жизнь в ее высших, опосредствованных психическим отражением проявлениях, анализ выделяет, во-первых, отдельные (особенные) деятельности – по критерию побуждающих их мотивов. Далее выделяются действия-процессы, подчиняющиеся сознательным целям. Наконец, это операции, которые непосредственно зависят от условий достижения конкретной цели. Эти «единицы» человеческой деятельности и образуют ее макроструктуру [12].

В соответствии с этим подходом на этапе реализации решения выделяются модели поведения, процессы и операции.

Модели поведения в социальных сетях можно классифицировать следующим образом.

1. По степени освоения возможностей, предоставляемых сетью Интернет. Согласно этой классификации основные категории людей, использующих Интернет, являются пользователями, посредниками и создателями [13], к которым можно добавить исследователей.

2. По половому признаку: мужчина или женщина. Среди мотивов деятельности в Интернете женщины чаще, чем мужчины, отмечают: мотив интеллектуальной и творческой самореализации, рекреации, преодоления коммуникативного дефицита. Менее ярко, чем у мужчин, выражена мотивация самоутверждения и аффилиации [14].

3. По степени влияния в среде сети Интернет. В этой категории происходит условное деление всех людей, пользующих сетью на проектировщиков, разработчиков и пользователей [15].

4. По степени зависимости от социальной сети: независимость (ассертивность) и зависимость (аддиктивность).

Принципы ассертивного поведения в социальной сети:

- принятие на себя ответственности за собственное поведение;
- демонстрация самоуважения и уважения к другим людям;
- эффективное общение;
- демонстрация уверенности и позитивной установки;
- умение внимательно слушать и понимать;
- переговоры и достижение рабочего компромисса.

Аддиктивность (интернет-зависимость) – феномен психологической зависимости от среды сети Интернет. Имеет социально-психологическую природу, выражается в негативных физиологических последствиях.

Виды интернет-зависимости:

- навязчивый веб-серфинг;
- пристрастие к виртуальному общению и виртуальным знакомствам;
- игровая зависимость;
- навязчивая финансовая потребность (в выигрышах и т. п.);
- киберсексуальная зависимость.

5. По подлинности представления личности: люди, создающие в сети «виртуальные личности» и выступающие от собственного имени.

6. По групповой принадлежности: состоящие в виртуальных сообществах и независимые пользователи.

Процессы, совершаемые человеком в социальной сети, в данном контексте понимаются как совокупность действий, повторяемых во времени, с конкретным началом и концом, целью которых является создание ценности для внешних и внутренних клиентов [16].

Основными процессами, выполняемыми человеком в социальной сети, являются: вход, регистрация, создание и обмен сообщениями, фото-, аудио- и видеоматериалами лично и в группах, просмотр и комментарий страниц других

пользователей, участие в сетевых играх и другие. Порядок и условия таких действий определены пользовательским соглашением и корректируются модераторами сети.

В правилах пользования сетями указываются и действия, которые запрещено совершать пользователям: использовать сеть для угроз, оскорблений, оставлять или отправлять нецензурные выражения; запрещается распространение информации, порочащей других абонентов или администрацию; передача по сети материалов, нарушающих чьи-либо авторские права; действия, наносящие вред информационной безопасности.

Пользователю необходимо самостоятельно оценивать законность и правильность своих действий, иначе к нему могут быть применены санкции.

Совершаемые пользователем *операции* понимаются как структурные единицы деятельности человека, соотносимые с задачей и с предметными условиями ее реализации. Операции с точки зрения информатики – это процессы получения, создания, сбора, обработки, накопления, хранения, поиска, распространения и использования информации. В ходе исполнения информационных операций также решаются вопросы защиты личности, общества, государства от ложной информации и дезинформации, защиты информации от несанкционированного доступа.

#### *V. Процесс анализа результатов действий и сравнение их с поставленными целями*

Контроль – одна из основных функций системы управления. Контроль осуществляется на основе наблюдения за поведением управляемой системы с целью обеспечения оптимального функционирования последней (измерение достигнутых результатов и соотнесение их с ожидаемыми результатами). Контроль деятельности по размещению информации реализуется в целях оценки обоснованности и эффективности принятых решений, результатов их реализации, выявления отклонений от установленных правил и норм, разработки мер по корректировке и преодолению выявленных отклонений.

В Интернете реализуется административный и социальный контроль – система методов и стратегий, с помощью которых интернет-сообщество направляет поведение индивидов. Пользователю должен быть присущ самоконтроль, самообладание – способность управлять своими действиями, проявлениями эмоций и внутренними побуждениями.

По итогам контроля осуществляется *анализ и оценка результата (обратная связь)*.

Результат – заключительное последствие последовательности действий или событий, выраженных качественно или количественно. Возможные результаты для пользователя социальной сети включают преимущество, неудобство, выгоду, потерю, ценность и победу. Результат деятельности сопоставляется с вызвавшей ее потребностью благодаря обратной связи.

Обратная связь – в широком смысле означает отзыв, отклик, ответную реакцию на какое-либо действие или событие. Положительная обратная связь ускоряет реакцию пользователя на переосмысление потребности (мотивации) в сторону ее расширения. В то же время положительная обратная связь приводит к неустойчивости, неопределенности в деятельности. Отрицательная обратная связь для пользователя означает такое влияние результата деятельности на вызвавшие ее потребности (мотивы), которое вызывает их уменьшение, упорядочение, частичное удовлетворение.

Результаты деятельности в социальной сети могут вызвать необходимость регулирования – таких воздействий на объект управления, посредством которых достигается состояние устойчивости этого объекта в случае возникновения отклонения от заданных параметров.

Регулирование можно подразделить на два вида: по рассогласованиям (или отклонениям) и по критическим параметрам. В первом случае человек бывает вынужден изменить свое поведение, когда с помощью обратной связи обнаруживается отклонение результата от заданной цели; во втором – когда достигается уровень какого-либо параметра, признанный критическим, недопустимым

(например, увеличение времени на работу в социальной сети – сигнал к сокращению активности).

Осуществляется этот процесс разными способами в зависимости от характера пользователя и от его взаимодействия с социальной сетью. Так, регулирование может быть произведено путем изменения характера деятельности в сети; путем административного или общественного ограничения активности, или исключения пользователя из социальной сети.

Рассмотренный управленческо-деятельностный процесс поведения человека при размещении личной информации в социальных сетях позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, данный процесс представляет собой сложную систему психологических, деятельностных и управленческих состояний и действий, направленных на удовлетворение информационных потребностей личности.

Во-вторых, многие этапы этого процесса носят индивидуально-личностный и стихийный характер, что вызывает необходимость повышения культуры управленческой деятельности.

В-третьих, руководствуясь конституционным правом гражданина свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом, государство может воздействовать на этот процесс только правовыми нормами, общество – воспитанием моральных ценностей, организации – установлением правил корпоративной этики.

### ***Список литературы***

1. Социальные сети / Яндекс Каталог [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/yaca/cat/Entertainment/community/>
2. Каталог социальных сетей / Социальные сети от А до Я: путеводитель по социальным сетям интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.social-networking.ru/soccat>
3. Милославская З. Россия в социальных сетях: какой ущерб от виртуальной жизни? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/obschestvo/612732>

4. Социальные сети в России, зима 2015–2016 Цифры, тренды, прогнозы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015–2016-cifry-trendy-prognozy>

5. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1992 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-43>

6. Потребность / Глоссарий.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_sch2.cgi?RPuywlhtuxyo](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?RPuywlhtuxyo)

7. Соколов А.В. Что есть информационная потребность? // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. Том 197. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/cto-est-informatsionnaya-potrebnost#ixzz3EKHNxMuh>

8. Панов М.М. Оценка деятельности и система управления компанией на основе КРІ [Текст]. – М.: Инфра-М, 2013. – С. 25.

9. Апресян Р.Г. Идеал // Философский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://enc-dic.com/philosophy/Ideal-839>

10. Арестова О.Н. Мотивация пользователей Интернета / О.Н. Арестова, Л.Н. Бабанин, А.Е. Войскунский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.relarn.ru:8080/human/motivation.txt>

11. Соловьев Д. Потребности и поведение людей в социальных сетях. Теория «лайков» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cossa.ru/234/13291>

12. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М., 1977 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.psy.msu.ru/science/public/leontev/3–5.html>

13. Барышева О.В. Угрожает ли Интернет существованию библиотек? [Текст] // Библиография. – 2002. – №4. – С. 3–14.

14. Арестова О.Н. Исследование половых различий при работе с Интернетом на примере российских пользователей / О.Н. Арестова, А.Е. Войскунский



[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.relarn.ru:8080/human/woman.txt>

15. Елашкина А.В. Взгляд на феномен Глобальной Сети [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// www.futurerussia.ru/conf/forum\\_transform\\_elash.html](http://www.futurerussia.ru/conf/forum_transform_elash.html)