

Учебные программы

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА¹

Стребков Денис Олегович

Email: dstrebkov@msk.bcs.ru

Цель и задачи курса

Развитие новых коммуникационных технологий, в частности Интернета, кардинально меняет все традиционные представления об обществе и общественных связях. Процессы информатизации охватывают самые разные социальные группы. Происходят изменения в политической (различные политические организации получают большие возможности для донесения публике своих позиций и инициатив), экономической (перераспределяются доходы и финансовые потоки), правовой (изменяются традиционные нормы поведения и законы), профессиональной (возникают новые профессии) сферах.

Все это обуславливает необходимость преподавания предмета «Социология Интернета» в высших учебных заведениях России. Основная цель данного курса – познакомить студентов с важнейшими теоретическими концепциями и практическими исследованиями в области социологии Интернета. В результате изучения курса студенты должны:

- знать теоретические модели и концепции Интернета, разработанные в различных социальных дисциплинах (экономика, социология, маркетинг, психология);
- иметь представление об эмпирических исследованиях и реальных социально-экономических процессах в этой области в России и за рубежом;
- уметь разрабатывать и реализовывать программу эмпирического исследования по данной теме;
- обладать навыками использования эмпирических данных.

Требования к уровню освоения содержания курса

Изучение курса «Социология Интернета» предполагает знакомство студентов с такими учебными дисциплинами, как «Общая социология», «Социальная стратификация», «Экономическая социология», «Социология труда и занятости», «Основы права», «Экономическая теория», «Социальная и экономическая статистика», «Методы анализа социологических данных», «Информатика», «Политология» и др.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

¹ Программа подготовлена при поддержке Национального фонда подготовки кадров в рамках программы «Совершенствование преподавания социально-экономических дисциплин в вузах» Инновационного проекта развития образования.

Тема 1. Информационное общество: основные теоретические концепции

Информатизация как компонент социальной реальности. Связь технологических, культурных, социальных и институциональных изменений в современном обществе. Различные парадигмы современного западного общества, их классификация и взаимное соответствие (постиндустриальное общество, информационное общество, общество знания, общество постмодернити, сетевое общество). Концепция постиндустриального общества Д. Белла. Основные черты постиндустриального общества, отличие его от доиндустриального и индустриального. Основные проблемы, порождаемые глобализацией. Критика теорий постиндустриального общества.

Основная литература

Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы: Учеб. пособие для студентов вузов. М.: Логос, 2000. С. 3–30 (Введение и лекция 1). <http://www.postindustrial.net/doc/books/book9.zip>.

Karvonen E. Are we living in the Information Society or in the Knowledge Society? A deeper look at the concepts of Information and Knowledge // *Informational Societies: Understanding the Third Industrial Revolution* / Ed. by E. Karvonen. Tampere: Tampere University Press, 2001. P. 48–68. <http://tampub.uta.fi/tup/951-44-5472-3.pdf>.

Webster F. Global challenges and national answers // *Informational Societies: Understanding the Third Industrial Revolution* / Ed. by E. Karvonen. Tampere University Press, 2001. P. 259–278. <http://tampub.uta.fi/tup/951-44-5472-3.pdf>.

Дополнительная литература

Webster F. *Theories of Information Society*. L.: Routledge, 1995.

Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 1–59 (Введение).

Вершинская О.Н., Еришова Т.В. Информационное общество в России как проблема социально-политического выбора и общественной инициативы // *Мир России*. 2003. № 1. С. 101–108. http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol03_1/vershin.pdf.

Гидденс Э. Социальные изменения в современном мире // *Гидденс Э. Социология*. М.: Эдиториал УРСС, 1999. С. 483–610.

Дракер П. Посткапиталистическое общество // *Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология* / Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 70–100. <http://scd.centro.ru/drucker.htm>.

Иноземцев В.Л. Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире // *Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология* / Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 3–64.

Кастельс М. Информационная эпоха, экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. С. 491–513 (Заключение. Осмысливая наш мир).

Малинкин А.Н. Социология знания и современное «общество знания» // *Социологический журнал*. 2002. № 2. С. 36–57. <http://www.nir.ru/sj/sj/sj2-02mal.html>.

Штер Н. Мир из знания // *Социологический журнал*. 2002. № 2. С. 31–35. <http://www.nir.ru/sj/sj/sj2-02stehr.html>.

Тема 2. История Интернета и перспективы его развития

Определение основных понятий и их происхождение: Интернет, всемирная паутина, киберпространство, виртуальная реальность. Формирование особого научного дискурса вокруг концепции виртуальной реальности и его основные источники (научная фантастика, киберпанк, компьютерные компании и военные ведомства). Основные функции Интернета в современном обществе.

Развитие Интернета в России и за рубежом: история возникновения, динамика числа подключенных пользователей. Распространение Интернета среди различных социальных групп. Структура пользователей. Основные тенденции последних лет и их последствия. Рост аудитории Интернета в России. Изменение портрета Интернет-аудитории в России. Основные тенденции развития Сети, прогноз на будущее.

Основная литература

Barlow J.P. A declaration of the independence of cyberspace.

http://www.eff.org/pub/Publications/John_Perry_Barlow/barlow_0296.declaration.

Chesher Ch. Colonizing Virtual Reality: Construction of the Discourse of Virtual Reality, 1984–1992 // *Cultronix*. 1994. Vol. 1. No. 1. <http://eserver.org/cultronix/chesher>.

Tough P. What Are We Doing On-line? // *Harper's Magazine*. 1995. Vol. 291. No. 1743. P. 35–46. (ProQuest).

Дополнительная литература

Bray T. Measuring the Web // *WWW Journal*. 1997. No. 3. <http://www.w3journal.com/3/s3.bray.html>.

Dodge M., Kitchin R. Mapping Cyberspace. L.; N.Y.: Routledge, 2001. (Chapter 1. Introducing Cyberspace. P. 1–31).

Kling R. The Culture of Cyberspace: The Internet for Sociologists // *Contemporary Sociology*. 1997. Vol. 26. No. 4. P. 434–444. (ProQuest).

Rule J.B. Silver Bullets or Land Rushes? Sociologies of Cyberspace // *Contemporary Sociology*. 1999. Vol. 28. No. 6. P. 661–664. (ProQuest).

Wiemker M. Cyberpunks: A Sociological Analysis with Special Interest in the Description of Their Online Activities // *Cybersociology Magazine*. 1998. No. 4. December. <http://www.socio.demon.co.uk/magazine/4/4cyberpunk.htm>.

Гибсон У. Нейромант // Гибсон У. Джонни-Мнемоник / Пер. с англ. под ред. А. Черткова. М.: АСТ, 2003. С. 5–246. (*Gibson W.* Neuromancer. <http://www.lib.ru/GIBSON/neuromancer.txt>).

Дацюк С. Парадоксальная интенция свободы в Internet. 1997. 9 февраля. http://www.uis.kiev.ua/russian/win/~xyz/par_int.html.

Интернет в России. Вып. 4. М.: Фонд «Общественное мнение», 2003. 12 сентября. <http://bd.fom.ru/report/map/projects/internet/internet03/o030401>.

Киселев Г. Цифры нашего времени // *Мир Internet*. 2002. № 9. http://www.iworld.ru/magazine/index.phtml?do=show_number&m=94701990.

Ослон А.А. Интернет в России / Россия в Интернете. М.: Фонд «Общественное мнение», 2001. http://bd.fom.ru/report/map/projects/internet/22_14938/os010318.

Перфильев Ю.Ю. Российское интернет-пространство: развитие и структура. М.: Гардарики, 2003. <http://www.inocenter.ru/publications/index.html>.

Тарасов С. Куда идет компьютерный мир? // *Мир Internet*. 2001. № 6–7. С. 40–43. <http://www.iworld.ru/magazine/print.phtml?p=99781379>.

Тема 3. Киберпространство как особая социальная, психологическая и культурная среда

Трансформация традиционной системы ценностей. Появление новых социальных институтов. Особенности новой Интернет-культуры. Основные социально-психологические черты киберпространства (Дж. Сулер). Интерактивность. Постоянные трансформации пространства. Ограниченность сенсорных ощущений. Анонимность и невидимость. Децентрализация. Необходимость специфических знаний и навыков. Уникальная система поиска информации. Гибкость пространства. Возможность одновременной коммуникации больших групп. Растяжение и сжатие времени в процессе коммуникации. Письменная речь, возможность фиксации и сохранения текста «разговора». Гипертекст и мультимедиа – новые формы подачи информации. Новые виды стрессов.

Основная литература

Suler J. The Basic Psychological Features of Cyberspace // *Suler J. The Psychology of Cyberspace.* <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/basicfeat.html>.

DiMaggio P. et al. Social Implications of the Internet // *Annual Review of Sociology.* Vol. 27. Palo Alto: Annual Review Co., 2001. P. 307–336. (ProQuest).

Stephenson N. Snow Crash. N.Y.: Penguin Books, 1992. (Chapter 3, 5) http://www.lib.ru/INOFANT/STEFENSON/snow_crash_engl.txt.

Дополнительная литература

Escobar A. Welcome to Cyberia: Notes on the Anthropology of Cyberculture // *Current Anthropology.* 1994. Vol. 35. No. 3. P. 211–231. (Jstor).

Manovich L. The Aesthetics of Virtual Worlds: Report from Los Angeles. 1995. <http://www.manovich.net/text/virt-space.html>.

Mitchell W.J. City of Bits: Space, Place and the Infobahn. Cambridge: The MIT Press, 1996. (Chapter 2. Electronic agoras. P. 6–24).

Suler J. The Final Showdown Between In-person and Cyberspace Relationships // *Suler J. The Psychology of Cyberspace.* 1997. <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/showdown.html>.

Tapscott D. Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation. N.Y; San Francisco: McGraw Hill, 1998. (Chapter 4. The Culture of Interaction. P. 55–84) Abstract: <http://www.growingupdigital.com>.

Turoff M. Virtuality // *Association for Computing Machinery. Communications of the ACM.* 1997. Vol. 40. No. 9. P. 38–43. (ProQuest).

Белинская Е. К обоснованию социокультурного подхода в исследованиях виртуальной реальности. 1999. <http://psynet.carfax.ru/texts/bel5.htm>.

Емелин В. Глобальная сеть и киберкультура. http://www.geocities.com/emelin_vadim/cyberculture.htm.

Петрова Н. Виртуальная реальность как новый метод арт-терапии, или расставание с собой. 1998. <http://www.nataliapetrova.ru/Articles/vrat/Part2i.html>.

Печенкин В.В. Информационные технологии в социальной структуре общества. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001. Глава 2. С. 54–111.

Тема 4. Социально-психологические аспекты поведения индивида в киберпространстве

Мотивация пользователей Интернета. Классификация мотивов (деловой, познавательный, коммуникативный, самоутверждения, рекреации и т.д.).

Виртуальные образы, создаваемые людьми при общении в Интернете. Особые социальные роли – аватары, новые имена (ники). Основные подходы к выбору ника. Различные стратегии самопрезентации личности – различные типы аватаров.

Социальное неравенство среди пользователей Интернета: новые основания для стратификационного деления. Социальная структура виртуальной реальности, ее особенности. Хакеры как новая социальная группа, их типология и мотивация деятельности.

Зависимость от Интернета (Интернет-аддикция), ее основные индикаторы. Особенности Интернета, способствующие распространению и усугублению зависимости от Сети. Проблемы, которые создает Интернет-зависимость для самого пользователя и окружающих его людей.

Основная литература

Turkle Sh. Constructions and Reconstructions of Self in Virtual Reality: Playing in the MUDs // *Electronic Culture: Technology and Visual Representation* / Ed. by T. Druckrey. N.Y.: Aperture Foundation, 1996. <http://web.mit.edu/sturkle/www/constructions.html>.

Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Мотивация пользователей Интернета // *Гуманитарные исследования в Интернете* / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000. С. 55–76. <http://www.follow.ru/print.php?article=113&page=1>.

Дополнительная литература

Ben-Ze'ev A. Privacy, Emotional Closeness, and Openness in Cyberspace // *Computers in Human Behavior*. 2003. Vol. 19. P. 451–467. (ScienceDirect). <http://www.elsevier.com/locate/comphumbeh>.

Suler J. Identity Management in Cyberspace // *Suler J. The Psychology of Cyberspace*. 2000. <http://www.rider.edu/~suler/psycyber/identitymanage.html>.

Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смылова О.В. Интернет: воздействие на личность // *Гуманитарные исследования в Интернете* / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000. С. 11–39. <http://www.relarn.ru:8080/human/pers.html>.

Бондаренко С.В. По обе стороны цифрового барьера // *Мир Internet*. 2001. № 8. http://www.iworld.ru/magazine/index.phtml?do=show_number&m=94701978.

Войскунский А. Исследования Интернета в психологии // *Интернет и российское общество* / Под ред. И. Семенова. Моск. центр Карнеги. М.: Гендальф, 2002. <http://pubs.carnegie.ru/books/2002/08is>.

Войскунский А.Е. Феномен зависимости от Интернета // *Гуманитарные исследования в Интернете* / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000. С. 100–131.

Дрожжинов В., Штрик А. Проблема цифрового расслоения общества // *PC Week*. 2000. № 43. <http://www.pcweek.ru/Year2000/N43/CP1251/Strategy/chapt2.htm>.

Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. 1999. <http://www.flogiston.ru/projects/articles/strategy.shtml>.

Смылова О.В. Анализ представлений о мотивации хакеров // *Социальные и психологические последствия применения информационных технологий. Конференция на портале «Аудиториум»*. Секция 5. 2001. <http://psynet.carfax.ru/texts/smyslova.htm>.

Янг К.С. Диагноз – интернет-зависимость // *Мир Internet*. 2000. № 2. http://www.iworld.ru/magazine/index.phtml?do=show_number&m=18306787.

Тема 5. Взаимодействия индивидов в киберпространстве

Основные черты и особенности взаимодействия индивидов в киберпространстве. Различные каналы и возможности коммуникации (электронная почта, чаты, веб-конференции, форумы) и их специфика. Девиантное поведение. Переход от виртуального знакомства к реальному. Относительная безопасность сетевого общения. Виртуальные романы. Причины их возникновения. Основные типы. Реализация сексуальных желаний в сетевом общении. Позитивные и негативные последствия виртуальных романов.

Виртуальные сообщества как особое социальное явление. Основные направления изучения виртуальных сообществ. Различия между виртуальными и реальными сообществами (Г. Рейнгольд); сетевая организация ВС (Б. Уэллман); конфликты частных интересов и возможности создания и использования «общественных благ» (П. Коллок); социально-психологические исследования онлайн-коммуникации (М. Ли, Т. Постмес, Р. Спирс). Основные проблемы Интернет-сообществ. Основные роли в сетевых сообществах: гуру, модераторы, администраторы. Конфликты в сетевом общении. Этика и культура взаимоотношений. Сетевой этикет или «нетикет» (netiquette).

Основная литература

Rheingold H. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Co., 1993. Introduction. <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>.

Suler J. E-mail Communication and Relationships // Suler J. The Psychology of Cyberspace. 1998. <http://www.rider.edu/~suler/psyber/emailrel.html>.

Kollock P., Smith M. Managing the Virtual Commons: Cooperation and Conflict in Computer Communities // Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social, and Cross-Cultural Perspectives / Ed. by S. Herring. Amsterdam: John Benjamins, 1996. P. 109–128. <http://www.sscnet.ucla.edu/soc/faculty/kollock/papers/vcommons.htm>.

Дополнительная литература

Alstynne M. van, Brynjolfsson E. Electronic Communities: Global Village or Cyberbalkans? 1996. <http://web.mit.edu/marshall/www/papers/CyberBalkans.pdf>.

Dibbell J. A Rape in Cyberspace // Composing Cyberspace: Identity, Community and Knowledge in the Electronic Age / Ed. by R. Holeyton. Boston: McGraw-Hill, 1998. P. 83–98. http://www.juliandibbell.com/texts/bungle_print.html.

Donath J.S. Identity and Deception in the Virtual Community // Communities in Cyberspace / Ed. by P. Kollock, M.A. Smith. L.; N.Y.: Routledge, 1999. P. 29–59. <http://smg.media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html>.

Ferris Sh.P., Roper Sh. Same and Mixed-Gender Intimacy in a Virtual Environment // Communication Quarterly. 2002. Vol. 50. No. 1. P. QR47–55. (ProQuest).

Garton L., Haythornthwaite C., Wellman B. Studying Online Social Networks // JCMC. 1997. Vol. 3. No. 1. <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue1/garton.html>.

Hamman R. Cyborgasms: Cybersex Amongst Multiple-Selves and Cyborgs in the Narrow-Bandwidth Space of America Online Chat Rooms. MA Dissertation. University of Essex, 1996. <http://www.socio.demon.co.uk/home.html>.

Hamman R. Introduction to Virtual Communities Research and Cybersociology // Cybersociology Magazine. 1997. No. 2. <http://www.cybersoc.com/magazine/s2intro.html>.

Kollock P. The Economies of Online Cooperation: Gifts and Public Goods in Cyberspace // Communities in Cyberspace / Ed. by P. Kollock, M.A. Smith. L.; N.Y.: Routledge, 1999. P. 220–239. <http://www.sscnet.ucla.edu/soc/faculty/kollock/papers/economies.htm>.

Reid E. Hierarchy and Power: Social Control in Cyberspace // *Communities in cyberspace* / Ed. by P. Kollock, M.A. Smith. L.; N.Y.: Routledge, 1999. P. 107–133.

Turkle Sh. Virtuality and Its Discontents: Searching for community in cyberspace // *The American Prospect*. 1996, December 1. Vol. 7. No. 24. <http://www.prospect.org/print-friendly/print/V7/24/turkle-s.html>.

Бахмин А.В. Сотрудничество и конфликт в виртуальном сообществе // *Социологический журнал*. 1997. № 1/2. С. 65–92.

Паринов С.И. Онлайн-новые сообщества: методы исследования и практическое конструирование. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора технических наук. Новосибирск, 2000. <http://rvles.ieie.nsc.ru/~parinov/autoref.htm>.

Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума»). Бердянск: Бердянский государственный педагогический институт, 2001. . http://sociology.extrim.ru/buk_setsob.zip.

Тема 6. Интернет как средство массовой коммуникации

Гипертекст как новая форма коммуникации в обществе. Развитие теории гипертекста (В. Буш, Д. Энгельбарт, Т. Нельсон). Примеры литературных произведений, написанных с использованием гипертекста. Гипертекст как основа Всемирной паутины (WWW).

Особенности Интернета как средства массовой коммуникации. Основные преимущества и недостатки глобальной сети по сравнению с традиционными СМИ. Основные требования к информации, для того чтобы ее можно было рассматривать как публикацию.

Понятие аудитории Интернета. Распространение «традиционных» моделей коммуникации на Интернет. Традиционные СМИ в киберпространстве: онлайн версии. Интерактивность новых информационных каналов.

Интернет как образовательный ресурс. Интернет-образование. Преимущества и недостатки дистанционного обучения. Интернет-литература, виртуальные библиотеки.

Основная литература

Купер И.Р. Гипертекст как форма коммуникации // *Социологический журнал*. № 1/2. 2000. С. 37–59. <http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00kuper.html>.

Morris M. The Internet as Mass Medium // *JCMC*. 1995. Vol. 1. No. 4. <http://jcmc.huji.ac.il/vol1/issue4/morris.html>.

Дополнительная литература

Giles M.W. From Gutenberg to Gigabytes: Scholarly communication in the age of cyberspace // *The Journal of Politics*. 1996. Vol. 58. No. 3. P. 613–626. (Jstor).

Mason B., Dicks B. Going Beyond the Code // *Social Science Computer Review*. 2001. Vol. 19. No. 4. P. 445–457. (ProQuest).

Nielsen J. Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond. San Francisco: Morgan Kaufmann, 1995. <http://www.useit.com/jakob/mmhtbook.html>.

O'Donnel J.J. Avatars of the World: From Papyrus to Cyberspace. Cambridge; L.: Harvard University Press, 1998.

Андреев А. Литература без бумаги // *Мир Internet*. 1999. № 1. <http://www.iworld.ru/magazine/print.phtml?p=36673289>.

Астляйтнер Г. Дистанционное обучение посредством WWW: социальные и эмоциональные аспекты // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000. С. 333–366.

Горный Е., Вигурский К. Развитие электронных библиотек: мировой и российский опыт, проблемы, перспективы // Интернет и российское общество / Под ред. И. Семенова. Моск. центр Карнеги. М.: Гендальф, 2002. <http://pubs.carnegie.ru/books/2002/08is>.

Дацюк С. Сетевые издания. 1998, 11 июля. http://www.uis.kiev.ua/russian/win/~xyz/net_publications.html.

Зедфинова В.Л., Челноков В.М. История гипертекста. <http://www.computer-museum.ru/histsoft/hypertext.htm>.

Крук Ч. Школы будущего // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000. С. 314–332.

Эко У. От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст. Отрывки из публичной лекции Умберто Эко на экономическом факультете МГУ 20.05.1998 // Интернет. 1999. № 6–7. <http://www.futura.ru/index.php3?idart=135>.

Эпитейн В.Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы. <http://www.ipu.rssi.ru/publ/epstn.htm>.

Тема 7. Новая экономика – экономика, основанная на знаниях

«Новый экономический порядок». Отличие информации и знаний от природных, трудовых и технических ресурсов (Т. Стюарт, Т. Сакайя, Н. Штер). Переход современных западных обществ от индустриальной экономики к «новой экономике». Ее основные черты. Наиболее яркие примеры.

Исследования «новой экономики» и новых сфер занятости. Структура «новой экономики». Концепция трех полюсов, вокруг которых концентрируется занятость «новой экономики». Экономические особенности (Дж.Б. ДеЛонг, М. Фрамкин): исчезновение трех основ прежней рыночной системы.

Переход от массовости к уникальности (кастомизация). Обострение символической конкурентной борьбы. Виртуализация качества товаров и услуг. Изменение роли рекламы в современном обществе.

Основная литература

Kelly K. New Rules for the New Economy // Wired Magazine. 1997. September. Issue 5.09 http://www.wired.com/wired/5.09/newrules_pr.html.

Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 373–400. <http://scd.centro.ru/intelorg.htm>; <http://manager-komi.narod.ru/invest/intellect.htm>.

Дополнительная литература

Barbrook R. The High-Tech Gift Economy // Cybersociology Magazine. 1999. No. 5. <http://www.socio.demon.co.uk/magazine/5/5barbrook.html>.

Economides N. The Impact of the Internet on Financial Markets // Journal of Financial Transformation. 2001. Vol. 1. No. 1. P. 8–13. http://www.stern.nyu.edu/networks/The_impact_of_the_Internet_on_financial_markets.pdf.

Tapscott D. Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation. N.Y.; San Francisco: McGraw Hill, 1998. (Chapter 9. N-Gen as Consumers; Chapter 10. N-Gen at Work. P. 185–234) Abstract: <http://www.growingupdigital.com>.

Барлоу Дж.П. Продажа вина без бутылок: Экономика сознания в глобальной Сети / Пер. с англ. В. Литвинова // Русский журнал. 1999. 26 марта. <http://www.russ.ru/netcult/99-03-26/barlow.htm>.

Кузьминов Я. и др. Россия: формирование институтов новой экономики. К 4-й международной научной конференции «Модернизация экономики России: социальный аспект». М.: ГУ ВШЭ, 2003.

Курицкий А.Б. Интернет-экономика: закономерности формирования и функционирования. СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2000. Раздел 1.3 (С. 22–34).

Нордстрем К.А., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. СПб.: Питер, 2000. http://www.kirmann.narod.ru/Funky_business/index.html.

Паринов С.И. Информационные взаимодействия в экономическом пространстве. 1999. <http://www.ieie.nsc.ru/parinov/net-model.htm>.

Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием, или История будущего // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 340–371.

Тема 8. Роль Интернета в формировании основных черт новой экономики

Реорганизация рабочей силы, появление новых уровней ее объединения, новых стандартов качества и стабильности занятости. Распространение «проектно-ориентированной» занятости. Развитие «глобальной рабочей силы» и установление общих стандартов коммуникации.

Интернет как рабочее место и как средство заработка: новые профессии и специальности. Выделение «новой занятости», как трудового аспекта «новой экономики» (Д. Ньюмарк, Д. Рид). Понятие занятости в Интернете (или Интернет-занятости). Основные примеры Интернет-занятости: их специфика, распространенность и темпы роста в современной России. Интернет как средство облегчения работы. Электронная подпись и перспективы изменения условий документооборота благодаря новым информационным технологиям. Телеработа: преимущества и недостатки для работников и работодателей. Сферы распространения телеработы.

Возможности Интернета как средства поиска работы. Виртуальные кадровые агентства. Форумы и чаты как источник неформальной информации для работников и работодателей. Активный и пассивный способ поиска работы. Вакансии, наиболее широко представленные в Интернете. Эффективность поиска работы через Интернет: результаты социологических опросов.

Основная литература

Neumark D., Reed D. Employment Relationships in the New Economy // National Bureau of Economic Research. Working paper 8910. April 2002. <http://www.nber.org/papers/w8910>.

Freeman R.B. The Labour Market in the Information Economy // Oxford Review of Economic Policy. 2002. Vol. 18. No. 3. P. 288–305. www.economia.unife.it/hp/pini/mrp/paper/freeman-paper.pdf.

Дополнительная литература

Adam A., Green E. Gender, Agency, Location and the New Information Society // Cyberspace Divide: Equality, Agency and Policy in the Information Society / Ed. by B.D. Loader. L.; N.Y.: Routledge, 1998. P. 83–97.

Gabel J.T.A., Mansfield N.R. The Information Revolution and Its Impact on the Employment Relationship: An Analysis of the Cyberspace Workplace // American Business Law Journal. 2003. Vol. 40. No. 2. (ProQuest).

Wellman B., et al. Computer Networks as Social Networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community // Annual Review of Sociology. Vol. 20. P. 213–238. (ProQuest).

Головкин А. Телеработа, взгляд на рубеже XXI века // Мир Internet. 2001. № 4. С. 40–42. <http://www.iworld.ru/magazine/print.phtml?p=45445910>.

Заиченко С.А. Занятость в Интернет: нетипичные свойства и новые подходы к изучению // Экономическая социология. 2002. Т. 3. №5. С. 93–110. <http://www.ecsoc.msses.ru>.

Кастельс М. Информационная эпоха, экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. С. 199–268 (Глава 4. Трансформация труда и занятости: сетевые работники, безработные и работники с гибким рабочим днем).

Шмелькова Е. Телеработа для всех // Мир Internet. 2001. № 9. http://www.iworld.ru/magazine/index.phtml?do=show_number&m=94701979.

Тема 9. «Виртуальная» экономика и финансовое поведение в Интернете

Потребительское и сберегательное поведение в Интернете. Интернет как новая среда для оказания и распространения финансовых и потребительских услуг. Виртуальные магазины. Новые деньги. Новые услуги. Игровой сегмент Интернета. Business-to-business как особый сектор Интернет-коммерции. Мотивация людей, совершающих покупки или использующих финансовые услуги в сети Интернет. Преимущества и недостатки торговли и совершения финансовых операций в Интернете по сравнению с традиционными формами.

Реклама и маркетинг в Интернете. Основные разновидности рекламы. Терминология, используемая при анализе эффективности Интернет-рекламы. Особенности восприятия Интернет-рекламы. Проблемы с использованием рекламы в Интернете. Основные нарушения законодательства.

Правовое регулирование виртуальной реальности. Информационное и авторское право, интеллектуальная собственность. Значение авторского права в современной культуре. Ограничение распространения информации. Защита электронной информации. Защита торговых марок. Преступления в сфере информационных технологий. Интернет-преступления и другие «серые» формы деятельности в Интернете. Незаконный доступ к закрытой информации. Распространение запрещенных материалов. Мошенничество.

Основная литература

Odlyzko A. The Bumpy Road of Electronic Commerce // WebNet 96 – World Conf. Web Soc. Proc. / Ed. by H. Maurer. AACE, 1996. P. 378–389. <http://www.research.att.com/~amo/doc/eworld.html>.

Цыганков В., Богумирский Б. Электронная коммерция в России: настоящее и будущее // Мир Internet. 2000. №6–7. <http://www.iworld.ru/magazine/print.phtml?p=80513561>.

Дополнительная литература

Elliott S. Real or Virtual? You Call It: Digital Sleight of Hand Can Put Ads Almost Anywhere // The New York Times. 1999. October 1. <http://www.nytimes.com/library/tech/99/10/biztech/articles/01adco.html>.

Mitchell W.J. City of Bits: Space, Place and the Infobahn. Cambridge: The MIT Press, 1996. (Chapter 4. Recombinant architecture. P. 46–105).

Бек С., Лейтенеггер Ж.-М. Электронный бизнес с точки зрения клиента: от Web-попрыгунчика до верного виртуального заказчика // Принцип электронного бизнеса / IBM Consulting Group. М.: Открытые системы, 2001. С. 87–101.

Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 2.

<http://ecsoc.msses.ru>

Бокарев Т.А. Энциклопедия интернет-рекламы. М.: ПРОМО-РУ, 2000. <http://book.promo.ru>.

Новак Т., Хоффман Д. Новые метрики для новых СМИ: к разработке стандартов измерения Web-аудиторий // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000. С. 192–249.

Паринов С. Обзор социально-экономических приложений Интернет-технологий (примеры экономической деятельности в Интернете). <http://www.ieie.nsc.ru/parinov/in-pril.htm>.

Степанов Д. 11 важнейших этапов проведения PR-кампаний в Интернете // Мир Internet. 1999. № 12. <http://www.iworld.ru/magazine/index.phtml?fnc=magazine&m=45681829>.

Эггенбергер К. Аквариум, тамагочи, расстроенный священник и электронный бизнес, или Уменьшающийся период полураспада // Принцип электронного бизнеса / IBM Consulting Group. М.: Открытые системы, 2001. С. 21–34.

Яцевич А.В. Возможности Интернет для рынка банковских услуг. СПб.: СПбГУЭФ, 2001. http://www.csbi.ru/personal/andy/notes/ib_content.htm.

Тема 10. Интернет как исследовательский инструмент

Социологические опросы в Интернете. Преимущества, дополнительные возможности: широта охвата, достижимость, доступность, экономичность, быстрота, анонимность и т.д. Недостатки и ограничения Интернет-опросов. Поиск и отбор респондентов. Три разновидности выборок для онлайн-опросов: неограниченная (случайная, неконтролируемая), отобранная (отсеянная), и специально завербованная (Дж. Уотт). Создание и принципы работы Интернет-панели. Этика исследований в киберпространстве.

Семь наиболее распространенных технологий проведения online-исследований (Т. Филиппова). Рассылка анкет по электронной почте. Размещение текстовых анкет в Группы новостей (newgroups). Интернет-форумы, телеконференции (Bulletin Boards). Web-страницы. Стандартный Web-опросник. Самозагружающийся опросник. Онлайн-фокус-группы.

Информационные ресурсы Всемирной Сети. Основные типы электронных ресурсов. Специализированные порталы. Электронные журналы. Сайты научных и исследовательских организаций. Проблема поиска научной информации.

Основная литература

Coomber R. Using the Internet for Survey Research // Sociological Research Online. 1997. Vol. 2. No. 2. <http://www.socresonline.org.uk/2/2/2.html>.

Schaefer D.R., Dillman D.A. Development of a Standard E-mail Methodology: Results of an Experiment // Public Opinion Quarterly. 1998. Vol. 63. No. 3. P. 378–397. (ProQuest, Jstor). Draft: <http://survey.sesrc.wsu.edu/dillman/papers/E-Mailppr.pdf>.

Филиппова Т.В. Интерактивная коммуникация в эмпирической социологии (Опыт социологического анализа Интернет-опросов). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. М.: РГГУ, 2000. <http://www.isn.ru/sociology/filippova/Ref1.doc>.

Дополнительная литература

Bainbridge W.S. Cyberspace: Sociology's Natural Domain // Contemporary Sociology. 1999. Vol. 28, No. 6. P. 664–667. (ProQuest).

Cavanagh A. Behaviour in Public? Ethics in Online Ethnograph // Cybersociology Magazine. 1999. No. 6. <http://www.socio.demon.co.uk/magazine/6/cavanagh.html>.

Dillman D.A. Presidential Address: Navigating the Rapids of Change: Some Observations on Survey Methodology in the Early Twenty-First Century // *Public Opinion Quarterly*. 2002. Vol. 66. No. 3. P. 473–494. (ProQuest). Draft: <http://survey.sesrc.wsu.edu/dillman/papers/AAPOR%20Presidential%20Address.pdf>.

Dillman, D.A., Tortora R.D., Bowker D. Principles for Constructing Web Surveys // SESRC Technical Report 98–50. Pullman, Washington, 1998. <http://survey.sesrc.wsu.edu/dillman/papers/websurveyppr.pdf>.

Watt J.H. Using the Internet for Quantitative Survey Research // *Quirk's Marketing Research Review*. 1997, July. <http://www.swiftinteractive.com/white1.asp>.

Арефьев П.Г. Интеграция российского академического сообщества в глобальные коммуникации // *Социологический журнал*. 2001. № 2. <http://www.nir.ru/sj/sj/sj2-01aref.html>.

Батыгин Г.С. Социология Интернет: Наука и образование в виртуальном пространстве // *Социологический журнал*. 2001. № 1. С. 176–187. <http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-01bat.html>.

Докторов Б. Онлайн-опросы: обыденность наступившего столетия // *Телескоп*. 2000. № 4. <http://www.socio.ru/public/doktorov/Edit.doc>.

Жичкина А.Е. Теория, практика и методология опросов в Интернет. <http://www.isn.ru/info/seminar-doc/Wsurvey.doc>.

Филиппова Т.В. Интернет как инструмент социологического исследования // *Социологические исследования*. 2001. № 9. С. 115–121. http://2001.isras.ru/SocIs/SocIsArticles/2001_09/Philippova.doc.

Черенков А. Интернет и маркетинговые исследования // *Маркетинг и маркетинговые исследования в России*. 2000. № 2. С. 39–48. <http://mr.gfk.ru/public/articles/html/inetandmr/inetandmr.htm>.

Тематика письменных работ

1. Концепция постиндустриального общества Д. Белла.
2. Концепция сетевого общества М. Кастельса.
3. Сходства и различия концепций постиндустриального и информационного общества.
4. Знания и информация как особый ресурс в современном обществе.
5. Основные подходы к определению виртуальной реальности.
6. Социально-психологические черты киберпространства.
7. Мотивация пользователей Интернета.
8. Стратегии самопрезентации личности в Интернете.
9. Социальное неравенство среди пользователей Интернета: новые основания для стратификационного деления.
10. Сетевые сообщества: коммуникации в виртуальном пространстве.
11. Образование и функционирование виртуальных сообществ.
12. Этика взаимоотношений в киберпространстве.
13. Основные особенности Интернет-культуры.
14. Интернет как средство массовой коммуникации.
15. Финансовое поведение в Интернете: виртуальные магазины, банки, страховые компании.
16. Интернет как рабочее место и как средство заработка: новые профессии и новые возможности.
17. Возможности Интернета как средства поиска работы.
18. Социологические опросы в Интернете: возможности и ограничения.
19. Сравнительный анализ различных методов online-исследований.
20. Этика исследований в киберпространстве
21. Аудитория российского Интернета: структура и динамика.

Распределение часов курса по темам и видам работ

№ п/п	Наименование разделов и тем	Аудиторные часы			Самост. работа	Всего часов
		Лекции	Семина. занятия	Всего		
1	Информационное общество: основные теоретические концепции	2	2	4	5	9
2	История Интернета и перспективы его развития	2	–	2	5	7
3	Киберпространство как особая социальная, психологическая и культурная среда	4	2	6	5	11
4	Социально-психологические аспекты поведения индивида в киберпространстве	2	2	4	5	9
5	Взаимодействия индивидов в киберпространстве	4	2	6	5	11
6	Интернет как средство массовой коммуникации	2	2	4	5	9
7	Новая экономика – экономика, основанная на знаниях	2	2	4	5	9
8	Роль Интернета в формировании основных черт новой экономики	2	2	4	5	9
9	«Виртуальная» экономика и финансовое поведение в Интернете	2	2	4	5	9
10	Интернет как исследовательский инструмент	2	–	2	5	7
13	Эссе				18	18
	Всего	24	16	40	68	108

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

Тема 1. Информационное общество: основные теоретические концепции

1. В чем заключаются основные изменения, произошедшие за последние 30 лет в социальной сфере? В экономической сфере? В политической сфере? В культурной сфере?
2. Какие подходы существуют к определению современного и грядущего общества?
3. Каковы основные положения теории постиндустриального общества Д. Белла?
4. По каким основаниям (параметрам) различаются доиндустриальное, индустриальное и постиндустриальное общества?
5. Каким образом осуществляется переход от индустриального общества к постиндустриальному?
6. Что такое пятеричный сектор рынка труда? Какие отрасли в него включаются?
7. Что такое ситуационные группы? Чем они отличаются от статусных групп?
8. Что общего у концепций постиндустриального и информационного общества? В чем различия между ними?

Тема 2. История Интернета и перспективы его развития

1. Когда появился Интернет? Когда появилась всемирная паутина (WWW)?
2. Какие факторы обусловили столь широкое распространение WWW в мире?
3. Кто и когда ввел в оборот понятие «киберпространство»?
4. Какие подходы существуют к определению понятия «виртуальная реальность»?
5. В чем специфика культуры киберпанка?
6. Как происходило развитие Интернета в России и за рубежом?
7. Какие основные подходы существуют к выделению категории «пользователей Интернета»?
8. Как изменяется численность аудитории Интернета в России и в мире?
9. Каков социальный портрет «среднестатистического» пользователя Интернета в России?

Тема 3. Киберпространство как особая социальная, психологическая и культурная среда

1. Каковы основные социально-психологические черты киберпространства?
2. Какие пространственные метафоры обычно используются при описании киберпространства?
3. Как анонимность и невидимость в Сети влияют на коммуникацию в Интернете?
4. Какими способами преодолевается отсутствие физического взаимодействия, ограниченность сенсорных ощущений?
5. Как изменяется представление о времени и пространстве благодаря Интернет-коммуникации?
6. Какие основные особенности новой Интернет-культуры можно выделить?

Тема 4. Социально-психологические аспекты поведения индивида в киберпространстве

1. Какие основные мотивы движут людьми, проводящими свое время в Интернете?
2. Что такое аватары? Какую роль они играют в Интернет-общении?
3. Какие подходы существуют к выбору аватара и ника?
4. Что понимается под «множественной идентичностью»? Каким образом она реализуется в Интернете?
5. Какие критерии ложатся в основу нового стратификационного деления?
6. Ослабляет или усугубляет Интернет социальное неравенство?
7. Как влияет использование Интернета на изменение статуса человека в реальной жизни?
8. Какие возможности существуют для преодоления информационного неравенства?
9. Назовите основные индикаторы зависимости от Интернета (Интернет-аддикции).

Тема 5. Взаимодействия индивидов в киберпространстве

1. Каковы основные черты взаимодействия индивидов в киберпространстве?
2. Какие каналы коммуникации существуют в Интернете? В чем их специфика?
3. Что означают понятия «карнавальная» стиль общения и «доверительный» стиль общения?
4. Какие угрозы и опасности несет в себе общение в киберпространстве?
5. В чем заключаются позитивные и негативные последствия виртуальных романов?
6. Что такое «виртуальное сообщество»?
7. Какие основные направления изучения виртуальных сообществ существуют в настоящее время?
8. Каковы основные элементы сетевого этикета («нетикета»), нормы поведения в виртуальном социуме?

Тема 6. Интернет как средство массовой коммуникации

1. Что такое «гипертекст», какова история возникновения данного понятия?
2. Каким образом гипертекст изменяет способы восприятия и анализа информации?
3. В чем заключаются основные отличия Интернета от традиционных СМИ (газеты, радио, телевидение)?
4. При каких условиях размещение статьи в Интернете может считаться ее «публикацией»?
5. Какие новые возможности предоставляет Интернет для традиционных СМИ?
6. Каким образом Интернет влияет на изменение системы образования?
7. В чем преимущества и недостатки дистанционного обучения?

Тема 7. Новая экономика – экономика, основанная на знаниях

1. Что такое «новая экономика»? Каковы ее основные характеристики? В чем состоит ее новизна?
2. Каковы основные направления изучения «новой экономики»?
3. В чем заключается разница между понятиями «данные», «информация» и «знание»?
4. Чем отличаются информация и знания от природных, трудовых и технических ресурсов?
5. Что означает термин «кастомизация»? Каким образом осуществляется переход от стандартизации к кастомизации?

Тема 8. Роль Интернета в формировании основных черт новой экономики

1. Приведите примеры новых видов занятости, появившихся в связи с распространением Интернета.
2. Каковы основные направления исследований «новой экономики» и новых сфер занятости?
3. Что такое «проектно-ориентированная» занятость?
4. Представители каких профессий больше всего выигрывают от использования Интернета в своей работе?
5. Как социолог может облегчить свою работу благодаря использованию Интернета?
6. Какую пользу работникам приносит электронная почта?
7. Какая польза от собственного Интернет-сайта?
8. В чем заключаются основные преимущества и недостатки телеработы для работников? А для работодателей?
9. Какие возможности предоставляет Интернет для поиска новой работы?

Тема 9. «Виртуальная» экономика и финансовое поведение в Интернете

1. В чем состоят преимущества и недостатки Интернет-магазинов по сравнению с традиционными торговыми точками?
2. Какую выгоду от электронной коммерции получают поставщики, продавцы и покупатели?
3. Перечислите существующие в Интернете платежные системы.
4. В чем достоинства и недостатки электронных денег?
5. Чем реклама в Интернете принципиально отличается от традиционной рекламы?
6. Какие существуют методы измерения эффективности Интернет-рекламы?

Тема 10. Интернет как исследовательский инструмент

1. Какие новые возможности предоставляет Интернет в плане проведения социологических исследований?
2. Какие виды Интернет-опросов существуют в настоящее время?
3. В чем заключаются преимущества каждого из них? В чем недостатки?
4. Какого рода исследования невозможно проводить с помощью Интернет-опросов?
5. Как осуществлять отбор респондентов с помощью Интернета?
6. Какие новые правила задает Интернет относительно этики социологических исследований?