

## Психология интернет-комментариев

Журнал Popular Science объявил, что он решил запретить комментарии на своем сайте. Редакция сочла, что интернет-комментарии, особенно анонимные, подрывают научную достоверность и создают культуру агрессии и издевательства.

Несколько недель назад, 24 сентября, журнал Popular Science объявил, что он решил запретить комментарии на своем сайте. Редакция сочла, что интернет-комментарии, особенно анонимные, подрывают научную достоверность и создают культуру агрессии и издевательства, делающую невозможной осмысленную дискуссию. «Любое вздорное меньшинство получает достаточно власти, чтобы исказить восприятие статьи читателями», – написала директор по онлайн-контенту Сьюзен Лабарр (Suzanne LaBarre), ссылаясь на данные исследования, которые недавно провел Университет Висконсина в Мэдисоне. Хотя, конечно, соблазнительно винить в этом интернет, однако не стоит забывать, что провокационная риторика долгое время была одним из краеугольных камней общественной дискуссии. Еще Цицерон в открытую называл Марка Антония «общедоступной проституткой» и добавлял: «Но не будем больше говорить о твоём блуде и разврате». Так что же появилось с появлением всемирной сети?

Во-первых, анонимность. Как показывает сентябрьский опрос центра Pew, четверть интернет-пользователей комментирует анонимно. По мере снижения возраста пользователя возрастает его нежелание подписывать комментарии в сети реальным именем: 40% людей в возрастной группе от 18 до 29 лет комментировали анонимно. Сетевые комментарии часто критикуют за то, что они позволяют не связывать личность комментатора с его словами. Психолог Джон Салер (John Suler) удачно назвал этот феномен «эффектом сетевого раскрепощения». Согласно его теории, в тот момент, когда ты избавляешься от своей идентичности, ты избавляешься и от обычных сдерживающих механизмов. То есть, перефразируя подпись под старой карикатурой Питера Стайнера (Peter Steiner), в интернете никто не знает, что ты не собака. Когда профессор теории коммуникации из Хьюстонского университета Артур Сантана (Arthur Santana) проанализировал 900 случайно выбранных комментариев к статьям об иммиграции, половина которых была взята с сайтов, разрешающих анонимное комментирование (таких, как Los Angeles Times и Houston Chronicle), а половина – с неразрешающих (таких, как USA Today и Wall Street Journal), выяснилось, что анонимность обеспечивает ощутимую разницу: невежливо комментировали 53% анонимных пользователей и 29% зарегистрированных, неанонимных. Анонимность, заключил Сантана, поощряет невежливость.

С другой стороны, анонимность доказано способствует активности, обеспечивая пользователям чувство общей идентичности и позволяя им не бояться выступать лично. Анонимность также может усиливать творческое мышление определенного рода, и помогать лучше решать задачи. Исследуя учебный процесс, психологи Ина Блау (Ina Blau) и Авнер Каспи (Avner Caspi) обнаружили, что, если взаимодействие лицом к лицу обеспечивает больше удовлетворения, анонимная среда благоприятствует активности и готовности к риску.

Кроме того анонимные форумы могут вполне успешно саморегулироваться: нам легче не принимать в расчет анонимные комментарии и комментарии, подписанные псевдонимами, чем комментарии из других, узнаваемых источников. Исследователи, изучавшие в 2012 году анонимность в компьютерных коммуникациях, выяснили, что, хотя анонимные комментарии чаще бывают резкими и противоречащими, чем не анонимные, они с меньшей вероятностью меняют мнение читателя по этическим вопросам. Об этом же говорят данные более раннего исследования, проведенного Университетом Аризоны. Фактически, как выяснил специалист по информатике из Стэнфорда Майкл Бернштейн (Michael Bernstein), проанализировав форум 4chan, который называют «грубым и грязным подбрюшьем интернета» и больше 90% записей на котором полностью анонимны, на форумах спонтанно возникают механизмы, отслеживающие пользовательское взаимодействие и присваивающие комментатору статус более или менее влиятельного – и заслуживающего доверия.

В связи с противоречивыми эффектами анонимности и меняющейся природой интернет-публикаций как таковых, исследователи интернета в последнее время фокусируются не на анонимности, а на других аспектах сетевой среды – таких, как тональность и содержание. Скажем исследование Университета Висконсина в Мэдисоне, на которое ссылается Popular Science, рассматривало вопрос о том, как влияют на вежливость

сами по себе комментарии, независимо от их анонимности. Ученые обнаружили, что чем грубее комментарии под статьей, тем сильнее читатели начинают расходиться в оценках ее содержания. Этот феномен они назвали «эффектом грубости». Впрочем, ничего нового или связанного специфически с интернетом в нем нет. Психологов давно тревожит разница между общением лицом к лицу и дистанционной коммуникацией – письмами, телеграммами, телефонными разговорами. Без традиционных атрибутов личного контакта – невербальных сигналов, контекста, тона – общение становится излишне безличным и холодным.

Однако запрет на комментирование статей может просто привести к переносу комментариев на другую площадку – например, в Twitter или в Facebook. Это будет означать переход из сообщества, возникающего вокруг определенного издания или идеи, в среду, в которой отсутствует четкая общая идентичность. Подобная среда большой группы часто оказывает крайне нежелательное воздействие. В частности, она размывает ответственность: человек в ней чувствует меньше ответственности за свои действия и с большей вероятностью начинает вести себя аморально. В своей классической работе о роли групп и воздействия СМИ в распространении насилия социальный психолог Альберт Бандура (Albert Bandura) пишет, что в группе личная ответственность размывается, и люди начинают дегуманизировать окружающих и проявлять по отношению к ним больше агрессии. Одновременно, в такой обстановке люди проявляют больше склонности к самооправданию. Множество исследований также показали, что когда люди не ждут незамедлительной ответственности за свои слова, они чаще прибегают к упрощениям и ярлыкам и реже тщательно обрабатывают информацию. В результате они начинают упрощенно воспринимать сложные вопросы, что доказали исследования проблемы ответственности, которые несколько десятилетий проводил психолог Филип Тетлок (Philip Tetlock).

Кроме того, запрет комментариев сказывается и на процессе чтения: он может лишить читателя стимула тщательнее разбираться с темой и обсуждать ее с другими читателями. Существует такой феномен, как «разделенная реальность»: на нашем опыте сильно сказывается, можем мы социально им делиться или нет. Если полностью убрать комментарии, исчезнет часть этой «разделенной реальности», эффекта, толкающего нас первыми поделиться ссылкой или оставить первый комментарий. Всем нам нравится думать, что окружающие будут читать высказанное нами и на него реагировать.

В сущности, исследование Университета Висконсина в Мэдисоне, в конечном итоге, делает вывод не о негативном влиянии комментариев, а об их двойственном эффекте, в чем-то положительном, а в чем-то отрицательном, что звучит намного менее революционно. Один из главных факторов, сдерживающих наше поведение, это нормы, принятые в том или ином сообществе. По большей части, мы действуем в соответствии с местом и с ситуацией – скажем, на свадьбе и на футбольном матче люди обычно ведут себя по-разному. Аналогичный эффект действует и на онлайн-форумах, на которых тон существующих комментариев и самого материала задает тон дальнейшего общения. Эксперименту Андерсона, Броссара и их коллег не хватает ключевого элемента – среды, так как ученые работали с фальшивыми комментариями под фальшивой записью, тон которых был просто либо вежливым, либо грубым («Не видишь смысла – значит, ты просто идиот»).

Были бы результаты такими же, если бы грубые высказывания были частью цепочек комментариев на сайтах New York Times или Gawker, где другие пользователи могут повышать или снижать рейтинг комментариев? На Gawker, голосуя за или против конкретных комментариев, пользователи могут определять тональность дискуссии, и результат получается неожиданно цивилизованным. Другими словами, пользовательское сообщество выявляет «собак» за клавиатурой и заставляет их замолчать.

Как пишут психологи Марко Изер (Marco Izer) и Брайан Саутвелл (Brian Southwell), «новые коммуникационные технологии не меняют коренным образом теоретические границы человеческого взаимодействия – оно продолжает следовать своим обычным тенденциям». Как бы мы ни общались – в сети, по телефону, телеграммами или лично – мы руководствуемся одними и теми же базовыми принципами. Средства общения могут меняться, но люди не меняются. Вопрос, таким образом, заключается только в том, будут ли маргиналы, тролли и «флеймеры» иметь несоразмерное влияние. Судя по всему, ответ на этот вопрос таков: даже под защитой анонимности собака рано или поздно выдаст себя случайным лаем. А после этого, можно надеяться, к ней и будут относиться, как к собаке.

*Источник: "New Yorker", США*

Автор: Мария Конникова © inoСМИ.Ru ИНТЕРНЕТ И ИТ, МИР 3014 01.11.2013, 12:24 866

URL: <https://babr24.com/?ADE=120286> Bytes: 9010 / 9003 Версия для печати

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:  
[newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

Автор текста: **Мария  
Конникова.**

#### НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24\\_link\\_bot](#)  
Эл.почта: [newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

#### ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: [bratska.net.net@gmail.com](mailto:bratska.net.net@gmail.com)

#### КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь  
Телеграм: [@bur24\\_link\\_bot](#)  
эл.почта: [bur.babr@gmail.com](mailto:bur.babr@gmail.com)

Иркутск: Анастасия Суворова  
Телеграм: [@irk24\\_link\\_bot](#)  
эл.почта: [irkbabr24@gmail.com](mailto:irkbabr24@gmail.com)

Красноярск: Ирина Манская  
Телеграм: [@kras24\\_link\\_bot](#)  
эл.почта: [krsyar.babr@gmail.com](mailto:krsyar.babr@gmail.com)

Новосибирск: Алина Обская  
Телеграм: [@nsk24\\_link\\_bot](#)  
эл.почта: [nsk.babr@gmail.com](mailto:nsk.babr@gmail.com)

Томск: Николай Ушайкин  
Телеграм: [@tomsk24\\_link\\_bot](#)  
эл.почта: [tomsk.babr@gmail.com](mailto:tomsk.babr@gmail.com)

[Прислать свою новость](#)

#### ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"  
Телеграм: [@babrobot\\_bot](#)  
эл.почта: [equatoria@gmail.com](mailto:equatoria@gmail.com)

#### СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: [babrmarket@gmail.com](mailto:babrmarket@gmail.com)

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)