

ЛИТЕРАТУРА

1. Арне Фальк-Рённе. Путешествие в каменный век. — М.: Наука, 1988.
2. Бехтерев В. М. Бессмертие человеческой личности. Доклад 1916 года // Психика и жизнь. — СПб.: Алетейя, 1999. Т. 1.
3. Кабрин В. И. Ноэтическая коммуникация: на пути к релевантному исследованию психологического опыта // Методология и история психологии. 2009. Т. 4. Вып. 3. С 5–23.
4. Новый завет. — СПб., 1879.
5. Панферов В. Н., Микляева А. В., Румянцева П. В. Основы психологии человека. — СПб.: Речь, 2009.

Ю. Л. Проект, И. М. Богдановская, Н. Н. Королева

РАЗВИТИЕ СЕТЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИЙ ЖИЗНЕННОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

Технологические достижения последних десятилетий существенным образом изменили жизнь миллионов людей по всему миру. Сетевые технологии эволюционировали от первых компьютерных сетей к глобальной сети Интернета с его разнообразными приложениями и далее к мобильным технологиям. В современном социуме произошел качественный скачок к информационному обществу, в котором особое место отводится воздействиям информации, влиянию ее новых технологических систем на все сферы жизнедеятельности современного человека [17, с. 21].

По выражению Е. Л. Вартановой, «использование Интернета стало такой же неотъемлемой частью жизни людей, как чтение книг в XIX веке или телесмотрение в веке XX» [3, с. 12]. Однако по мере своего развития Интернет становится не просто инструментом и средством организации профессиональной деятельности и досуга, он все больше претендует на роль системообразующего фактора жизни современного человека. Как справедливо отмечает А. Е. Войскунский [4], Интернет в его техническом воплощении представляет лишь сеть связанных между собой технических устройств. Жизненным пространством человека он становится благодаря своим социальным сервисам. Именно социальные сервисы Интернета интенсивно развивались два последних десятилетия, и их развитие существенно преобразовало ландшафты общения и взаимодействия современных людей.

Масштаб и скорость трансформаций жизненного пространства человека настолько велики, что не только отдельные люди, общество в целом подчас не успевает глубоко осмыслить их последствия, выработать определенные стратегии минимизации экономических, политических, экологических, психологических и иного рода рисков преобразования современного социокультурного пространства. В этой ситуации информационные технологии становятся самой сильной «входной переменной», определившей такие изменения психики современного человека, которые не в состоянии были предсказать существующие психологические теории [10]. При этом именно в психологии интернет-коммуникаций знания устаревают с катастрофической скоростью. Всего десять лет назад наиболее обсуждаемой проблемой поведения интернет-пользователей являлась их анонимность [см., напр., 7, 9, 11], в то время как сегодня пользователи не только не скрывают свою личность, но и стремятся с помощью Twitter и геосоциальных сетей сделать публичными события своей повседневной жизни. Разнообразные мобильные устройства, гаджеты, повсеместный доступ к глобальным сетям и навига-

онным системам уже сегодня предоставили человеку широкие возможности в генерировании любого контента в любом месте в режиме реального времени, существенно изменив форматы обмена социальной информацией [21]. Проецирование событий реальной жизни в виртуальное пространство и наоборот — следующий шаг на пути интеграции реального и виртуального компонентов жизненного пространства человека.

Так, Adriana de Souza e Silva [23] предлагает новый концепт «гибридные пространства», описывающий особенности пространств, возникающих тогда, когда виртуальные сообщества (чаты, многопользовательские домены и массовые многопользовательские онлайн ролевые игры), ранее воспринимаемые как составляющие киберпространства, мигрируют в физические пространства с помощью использования мобильных технологий. Современные мобильные устройства позволяют человеку быть постоянно подключенным к Интернету во время перемещения по городским пространствам. Использование мобильных технологий в качестве интерфейсов, сопрягающих реальное и виртуальное, размывает традиционные границы между физическим и киберпространствами. Интерфейсы определяются как посредники в коммуникации, представляющие информацию между двумя субъектами/объектами, что делает их значимыми друг для друга [28, 30]. De Souza e Silva предлагает новый концепт «социальный интерфейс», который означает цифровое устройство, становящееся посредником в отношениях между двумя или более пользователями. Такой интерфейс не только изменяет форму социальных взаимодействий, но и само пространство, в котором это взаимодействие осуществляется. Важно, что интерфейсы приобретают свое значение не только в техническом, но и в культурном плане. Вместе с тем культурное значение интерфейса не всегда возникает одновременно с появлением технологии, а обычно формируется позже, когда технология окончательно встраивается в социальную практику. Поскольку мобильные устройства создают более динамичные отношения с Интернетом, встраивают его во внешнюю повседневную деятельность, мы не можем далее определять физическое и цифровое пространства как разъединенные. Гибридные пространства — это мобильные пространства, созданные постоянным движением пользователей, которые переносят портативные устройства, непрерывно подключенные к Интернету и другим пользователям. Возможность «всегда быть на связи», в ситуации движения через город преобразует переживание пространства, включая удаленные контексты в актуальный контекст взаимодействия человека и мира. Таким образом, границы между физическим и киберпространствами, которые были очевидными при фиксированном Интернете, становятся размытыми и больше четко не различаются.

Наиболее существенные изменения в восприятии и понимании пространства отмечаются у детей. Например, Rheingold отмечает, что большинство подростков в Японии не получало доступ в Интернет через настольные компьютеры, когда они получили свои первые кэйтэй (мобильные телефоны), поэтому ни один из них «не думает о том, что он использует Интернет», когда выполняет действия с мобильным телефоном [34, р. 6]. При несформированности предыдущих понятий «погружение» и «виртуальная реальность» мобильное киберпространство приобретает совершенно иной смысл для этого сообщества пользователей: вместо того чтобы сосредоточиться на таких концептах, как погружение в Интернет и построение идентичности в виртуальном мире, подростки, скорее всего, концентрируются на том, как их телефон может им помочь в физическом пространстве (например, находить места и друзей с помощью геолокационных сервисов, покупать железнодорожные билеты, платить за продукты в супермаркете и т. п.). Ling и Yttri [31, р. 147] отмечают, что наиболее отчетливый профиль использования сотового телефона может быть обнаружен у самых маленьких пользователей, потому что они присваивают технологии как экспрессивное средство

достижения социальных целей. Аналогично, Ragano [33] указывает на то, что многие мобильные компании изучили детей, чтобы понять потенциал разрабатываемых приложений, поскольку дети, как правило, не зависят от предыдущих значений уже существующих сходных интерфейсов и, следовательно, в состоянии найти новые неожиданные значения для новых устройств.

В основе действующих экономических факторов преобразования жизненного мира современного человека лежит развитие знаниевой экономики, становление которой осмыслялось в трудах философов, культурологов, психологов начиная со второй половины XX века (Д. Белл, З. Бжезинский, П. Дракер, М. Кастельс, М. Маклюэн, У. Мор, Т. Стоуньер, Э. Тоффлер и др.). Тесная связь между развитием технологических средств и социальными изменениями лежит в основе объяснения основных этапов развития общества. Развитие новых информационно-коммуникационных технологий, объединяющих в глобальные сети компьютерные системы по всему миру, привело к формированию постиндустриального, информационного общества, где информация выступает и как социальная ценность общества, и как специфический товар. В информационном обществе фокус управления сосредоточен уже не на материальных объектах, а на символах, идеях, образах, интеллекте, знаниях. Как следствие, общество характеризует интеллектуализация труда, повышение роли медийных технологий и массовой информации, изменение социальных отношений и характера коммуникации [2, 5, 8, 12, 14, 15]. Так, по мнению М. Кастельса, характерной чертой современного общества становится стремление не к производству товарной массы из всех доступных сырьевых источников, а к богатству знаний, черпаемых из информационных ресурсов, в целях максимального использования высокоразвитой техники для удовлетворения запросов ее пользователей [8]. Однако ключевым противоречием развития знаниевой экономики становится нарастающий разрыв между скоростью накопления знаний и удовлетворением потребностей в доступе к информации. Более того, современный потребитель хочет получать информацию в простых и доступных формах, способствующих экономии когнитивных усилий с его стороны. Информация все чаще представляется потребителю в аудиовизуальной форме, текстовая информация — в форме коротких сообщений, состоящих из простых общеупотребительных слов. Ярким примером высказанного положения является Twitter, быстро набирающий популярность среди пользователей Интернета. Подобные тенденции способствуют нарастанию интеллектуальной пропасти между производителями и потребителями знаниевой экономики. Если первым требуется все больший когнитивный потенциал и креативность для создания принципиально новых технологий и продуктов, то последним требуется все меньше умственных усилий для того, чтобы эти продукты потреблять.

Развитие сетевых технологий существенно преобразовало гражданское общество, основными тенденциями которого становятся продолжающаяся глобализация, нарастание космополитических настроений, расширение прав и возможностей общественности. Ярким примером использования социальных медиа, как инструментов организации протестов против власти и распространения информации о протестном движении, выступила так называемая арабская весна 2011 г., когда политические волнения и протесты захватили страны Ближнего Востока и Северной Африки (Ливия, Тунис, Бахрейн, Сирия) [20, 24, 32]. Сообщения в Twitter и Facebook о происходящих событиях вызвали широкий резонанс у пользователей сети по всему миру. Таким образом, события внутренней политической жизни становятся зависимыми от «внешних координат», наблюдатели играют активную роль в придании значения и формировании ценностного отношения к событию [13]. Вместе с тем возможность получать информацию не только от различных профессиональных медиа, но и от очевидцев событий в режиме реально-

го времени обеспечила широкий набор интерпретаций, основанных на различных политических взглядах и идеологиях. Как отмечает Е. Л. Вартанова, современный пользователь самостоятельно формирует для себя информационную повестку дня, что, с одной стороны, приводит к депрофессионализации журналистики, а с другой — «снижает уровень информационной зависимости аудитории от медиапрофессионалов» [3, с. 31]. Более того, коммуникационное пространство Интернета предоставляет возможности любому человеку и любым социальным группам выражать свои политические и гражданские взгляды, объединяться на основе общих ценностей, активно участвовать в обсуждении общественных событий и оказывать влияние на принятие политических решений. Как утверждают западные авторы, Интернет становится ключевым компонентом демократизации современного общества, усиления общественного контроля власти, формирования культуры свободы [19, 22, 26, 27]. Однако при недовольстве властью и низком уровне доверия населения к государственным СМИ, разнородный политический контент, предоставляемый социальными медиа, приводит к дестабилизации политической ситуации, расколу в обществе, нарастанию информационных манипуляций со стороны различных политических сил.

На сегодняшний день существенно расширился круг устройств, обеспечивающих воспроизводство медиаконтента (компьютеры, планшеты, мобильные телефоны). Увеличение числа устройств, подключенных к глобальным коммуникационным сетям, интенсифицировало и без того достаточно насыщенный информационный обмен между людьми. Более того, социальные взаимодействия практически переходят в плоскость интерактивного общения, то есть общения с использованием технических устройств. Достаточно типичной стала ситуация, когда люди (особенно, подростки), находясь в одном помещении, продолжают общаться через социальные сети или с их использованием в качестве объекта обсуждения.

Смещение социальной жизни в интернет-пространство повышает значимость информационных событий как фасилитаторов социальных взаимодействий. Ключевыми информационными событиями становятся события, которые получают наибольшее число откликов пользователей сети, приобретают массовую популярность. При этом современная медиаиндустрия работает таким образом, что информационное событие, достигшее определенного уровня откликов, преобразуется в целую группу информационных продуктов другого типа. Например, популярный фильм становится основой для создания компьютерных игр, книг, комиксов, сериалов, сувенирной продукции (в форме продуктов питания, одежды, тетрадей, пеналов и т. п.). Возникает своего рода конвергенция информационных продуктов на основе базового события, отвечающего потребностям той или иной социальной группы. Понятие конвергенции (происходит от лат. *convergere* — сходиться, сближаться) чаще всего используют для обозначения процессов схождения, взаимоуподобления [3]. Аккумулялирующий эффект подобного взаимоупотребления информационных продуктов достигается за счет их распространяющегося информационного влияния на те социальные группы, представители которых ранее не были заинтересованы базовым событием, однако их внимание было привлечено другими типами информационных продуктов или же интерес вызван стремлением быть в курсе тенденций развития современной культуры. Таким образом, ключевые смыслы события транслируются с помощью мультимодального контента современной информационной среды даже тем, кто не был знаком с содержанием базового события. Например, необязательно было смотреть «Дом-2», чтобы знать о ключевых персонах этого медийного продукта, малая часть тех, кому известен Гарри Поттер, читал книги Джоан Роулинг и т. д. В этой ситуации становятся актуальными вопросы о функционировании сетевых сообществ, механизмах привлечения внимания различными информа-

ционными событиями, стратегиях распространения информационных продуктов и их влиянии на сознание и поведение современного человека.

Социальные механизмы проявлены в изменении социальной структуры общества, расширения границ общения, трансформации социальных ценностей. С развитием технологий WEB 2.0 и 3.0 коренным образом меняется пространство социальных взаимодействий современного человека. Так, J. P. Gee [25] обсуждает применимость традиционных психологических дефиниций, определяющих межличностные взаимодействия, к социально-психологическим процессам в сети Интернет. Автор предлагает новый подход к осмыслению социального поведения пользователей Интернета. Центральным понятием концепции Gee становится «семиотическое социальное пространство» (далее — ССП), приходящее на смену традиционному понятию «группа», поскольку последнее строится на двух ключевых смысловых образующих «членство» и «принадлежность», мало пригодных для определения социальных взаимодействий в сети. Действительно, социальные взаимодействия в Интернете множественны, динамичны и поверхностны. Их отличает неустойчивый характер, пользователь в любой момент может прервать контакт. В то же время, виртуальные сообщества представлены для пользователя в виде разнообразных семиотических средств, используемых для привлечения внимания тех пользователей, чьи интересы, убеждения и социальные установки сходны транслируемым. Таким образом, в ССП основным генератором социального взаимодействия выступает контент, то есть специфический набор мультимодальных знаков. Такие знаки могут приобретать у пользователя различные значения, побуждая его действовать различными способами [25, p. 5]. Gee приводит пример многопользовательских компьютерных игр, которые подразумевают большое количество выборов в зависимости от означивания тех или иных элементов игры. При этом пользователи могут действовать в границах предложенного набора знаков и возможных способов их интерпретации. Каждое ССП имеет внутреннюю грамматику (включающую композиции знаков и их отношений) и внешнюю грамматику (включающую способы организации мыслей, убеждений, ценностей, действий и взаимодействий пользователей в пределах, заданных имеющейся композицией знаков). Системообразующим компонентом ССП выступает портал или группа порталов, локализуя указанные композиции знаков и предоставляющих доступ к ним пользователей. Особое место среди ССП занимают объединяющие пространства («affinity spaces»). Эти пространства обладают рядом характеристик, определяющих их связующую роль [25, 29]:

1. Основой для общения являются общие интересы, а не возрастные, половые, расовые или иные характеристики человека.

2. Равенство участников. Каждый пользователь, независимо от длительности пребывания в сообществе, навыкам и способностям, получает равный доступ ко всем ресурсам пространства.

3. Порталы служат пространством генерации нового контента. Пользователи таких сообществ создают новые знаки, преобразуют отношения между знаками. Характерная черта таких сообществ — создание новой мифологии и ритуалов.

4. Внутренняя грамматика ССП может трансформироваться под влиянием внешней грамматики. Результаты действий и взаимодействий пользователей отражаются в изменяющемся контенте портала.

5. Участие в сообществе является динамичным, многоплановым и самоуправляемым. Пользователь самостоятельно определяет формы и стратегии своего участия в жизни сообщества, может расширять его границы за счет создания новых порталов или аккаунтов в социальных сетях (Google Plus, Twitter, Facebook, Foresquare, Instagram, ВКонтакте и т. д.).

6. Мультиmodalность контента. Пользователи пополняют контент самыми различными формами информации (текстовой, звуковой, видео и т. п.). Они производят новые идеи, воплощенные в аватарах, мотиваторах, видеосюжетах, блогах, новых WEB-сайтах.

7. Объединяющие пространства представляют собой множество взаимосвязанных WEB-ресурсов. Помимо специализированных сайтов пространства включают разделы социальных сетей, каналы видеоресурсов, личные страницы участников сообщества, соединенные перекрестными ссылками.

8. Лидерство в сообществах имеет многие способы выражения. Лидерами становятся наиболее активные члены сообщества. Они не становятся «боссами», а являются, скорее, ресурсами знаний для остальных участников. Они не могут выстраивать иерархии или отдавать другим распоряжения, однако их лидерство проявляется в управлении контентом сообщества, они часто принимают на себя роль модераторов сообщества.

9. Знания распространены по всему объединяющему пространству. Знания и контент распространяются посредством интенсивного общения между членами сообщества, медиаресурсов, текстов, порталов и т. п. Различные порталы, входящие в состав объединяющего пространства, специализируются на разных аспектах знания, что позволяет пользователям переходить от одного источника знания к другому в зависимости от своих интересов.

Однако действие социальных факторов трансформации жизненного пространства актуализирует следующее противоречие: при возрастании значения ценностей индивидуализации, человек все больше включается в социальные общности больших размеров, в то время как локальные малые группы продолжают терять свое влияние на его поведение. Известно, что размер сообщества, в которое включен человек, прямо пропорционально связан со степенью его влияния на последнего. Массовость определенных трендов поведения снижает критичность рефлексии при их восприятии и оценке отдельным человеком, актуализируя архетипические слои коллективного и индивидуального сознания. В то же время социальные нормы малых групп (например, семьи) уже не оказывают столь выраженного влияния, поскольку они размываются в широком поле вариативных сценариев поведения, отраженных в глобальном информационном пространстве. Участие в глобальных сообществах, включающих сотни тысяч, а иногда и миллионы пользователей, позволяет человеку, с одной стороны, удовлетворять базовую потребность в принадлежности, с другой — выбирать те общности, воздействие которых в минимальной степени требует от него внутренней работы над собой, личностных изменений, сознательного контроля различных форм поведения.

Трансформация социальных структур в глобальные способствует и изменению характера формирования идентичности современного человека, поскольку меняются диспозиции источников, из которых человек черпает знания, формирует представления о себе, ощущает значимые переживания, задающие основу самотождественности личности [16]. С точки зрения А. Г. Асмолова и Г. А. Асмолова, «виртуальная личность оказывается достаточно полноценной, чтобы послужить мотивом для создания новых социальных интеракций в пределах Интернета. В результате она превращается в сетевобразующий фактор, и Интернет теряет свою вторичность по отношению к физическому пространству» [1, с. 8]. По мнению авторов, конструирование сетевой идентичности проходило через этапы формирования виртуальной личности, когда идентичность менялась с каждым входом в то или иное коммуникативное пространство Интернета (чаты, ICQ, блоги и т. п.), стабилизации виртуальной личности и развитие практики двойной жизни, «когда человек вел два блога — один, где его личность была известна, и другой — под маской», к реальной идентичности, способствующей расширению контак-

тов в социальных сетях LinkedIn, Facebook, Одноклассники, ВКонтакте, Scype, Twitter и др. Таким образом, всего за десятилетие произошло восстановление стабильной идентичности личности в интернет-среде, ее связи с реальным контекстом жизни человека.

Однако слияние реальной и виртуальной идентичности имеет своим следствием нарастание угроз усиления зависимости человека от технических устройств, нарушения приватности его жизни и т. д. Пользователь может быть обнаружен в сети любым другим пользователем, информация о его повседневной жизни может быть раскрыта, персональные данные о местах проживания, работы, учебы и т. п. доступны. Остро встает вопрос о психологических последствиях широкого распространения технологических новшеств. Так, В. А. Емелин, Е. И. Рассказова, А. Ш. Тхостов [6] отмечают три основных категории психологических последствий технического прогресса: первая — нарастание психологической зависимости вследствие широкого распространения технических средств в жизни человека; вторая — изменение психологических границ и границ телесности вследствие изменения представлений о доступности людей, объектов и информации в сторону их большей «близости», достижимости. И наконец, третья — изменение сферы потребностей вследствие создания новых потребностей и изменения структуры уже существующих. Важнейшую роль во взаимодействии человека и современной информационной среды играет процесс рефлексии, обеспечивающий осознание психологических последствий технического прогресса. Ключевым противоречием личностной самореализации в современной информационной среде выступает разрыв между стремлением человека к созданию новых социальных интеракций в сети Интернет посредством полноценного функционирования виртуальной личности и нарастающими угрозами психологических и психических нарушений вследствие погружения в современную информационную среду.

Таким образом, Интернет как открытая самоорганизующаяся система развивается в сторону все большего захвата жизненного пространства человека. Изменение формата обмена социальной информацией оказало влияние на все сферы жизнедеятельности человека и процессы его развития. Социальные сервисы Интернета являются эффективными проводниками нарастающих социальных изменений, обусловленных экономическими, политическими, социальными, социально-психологическими, личностно-смысловыми факторами трансформации взаимодействия человека и современных технических устройств, требующими глубокого психологического исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асмолов А. Г., Асмолов Г. А. От мы-медиа к я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире // Вопросы психологии. 2009. № 3. С. 3–15.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования: Пер. с англ. 2-е изд., испр. и доп. — М.: Academia, 2004. CLXX. 788 с.
3. Варганова Е. Л. Человек и цифровая революция в СМИ: вызовы и проблемы // Человек как субъект и объект медиапсихологии. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011. С. 11–38.
4. Войскунский А. Е. Киберпсихология в прошлом, настоящем и будущем // Журнал практического психолога. 2010. № 4. С. 7–16.
5. Друкер П. Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе / Под ред. В. Л. Иноземцева. — М.: Academia, 1999.
6. Емелин В. А., Рассказова Е. И., Тхостов А. Ш. Разработка и апробация методики оценки изменения психологических границ при пользовании техническими средствами (МИГ-ТС) // Психологические исследования. 2012. № 2 (22). С. 5. — URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 07.11.2013). 0421200116/0017.
7. Жичкина А. Е. Особенности социальной перцепции в Интернете // Мир психологии. 1999. № 3 (19). С. 72–80.
8. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. — М., 2000.

9. Кузнецова Ю. М., Чудова Н. В. Психология жителей Интернета. — М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 224 с.
10. Лосик Г. В., Фридланд А. Я., Лебедев А. Н., Варганов А. В. Психология сознания человека и информационные технологии // Идеи О. К. Тихомирова и А. В. Брушлинского и фундаментальные проблемы психологии (к 80-летию со дня рождения): Материалы Всероссийской научной конференции (с иностранным участием). Москва, 30 мая — 1 июня 2013 г. — М.: Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 2013. С. 267–269.
11. Манеров В. Х., Королева Н. Н., Богдановская И. М., Проект Ю. Л. Мир образования и личностные феномены интернет-коммуникации: Монография. — СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2006. 191 с.
12. Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. — М., 1999.
13. Почепцов Г. Г. Революция.com. Основы протестной инженерии. — М.: Европа, 2005.
14. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П. С. Гуревича. — М., 1986. С. 393.
15. Тоффлер Э. Третья волна. — М.: ООО «Фирма "Издательство АСТ"», 1999. 261 с.
16. Тхостов А. Ш., Рассказова Е. И. Идентичность как психологический конструкт: возможности и ограничения междисциплинарного подхода // Психологические исследования. 2012. Т. 5. № 26. С. 2. — URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 11.11.2013).
17. Фельдштейн Д. И. Современное Детство как социокультурный и психологический феномен // UNIVERSUM: Вестник Герценовского университета. 2012. № 1. С. 20–29.
18. Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование Я в опосредованном компьютером общении // Гуманитарные исследования Интернета / Под ред. А. Е. Войскунского. — М.: Можайск-Терр, 2000. С. 40–54. (Перевод с англ.)
19. Agre P. (1994). Networking and democracy. The Network Observer1(4).
20. Axford B. (2011). Talk about a revolution: Social media and the MENA uprisings. Globalizations, 8(5), 681–686. doi:10.1080/14747731.2011.621281.
21. Bahir E.; Peled A. (2013). Identifying and Tracking Major Events Using Geo-Social Networks. Social Science Computer Review, 31. P. 458–470.
22. Castells M. (2012). Networks of Outrage and Hope. Cambridge: Polity; Held D. (2006). Models of Democracy, 3rd edn. Cambridge: Polity.
23. de Souza e Silva A. (2006). From cyber to hybrid: mobile technologies as interfaces of hybrid spaces. Space & Culture, 9 (3), 261–278.
24. El Hamamsy W. (2011). BB = BlackBerry or big brother: Digital media and the Egyptian revolution // Journal of Postcolonial Writing, 47(4), 454–466. DOI:10.1080/17449855.2011.590325.
25. Gee J. P. (2005). Semiotic social spaces and affinity spaces: From The Age of Mythology to today's schools. In D. Barton and K. Tusting (Eds.) Beyond communities of practice: Language power and social context. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
26. Held D. (2006). Models of Democracy, 3rd edn. Cambridge: Polity.
27. Howard P. (2011). The Digital Origins of Dictatorship and Democracy. Princeton, NJ: Princeton University Press.
28. Johnson S. (1997). Interface culture: How technology transforms the way we create and communicate. San Francisco, CA: HarperEdge.
29. Lammers J. C., Curwood J. S., & Magnifico A. M. (2012). Toward an affinity space methodology: Considerations for literacy research. English Teaching: Practice and Critique, 11(2). P. 44–58.
30. Lévy P. (1993). As tecnologias da inteligencia: O futuro do pensamento na era da informatica. Rio de Janeiro, Brazil: Editora 34.
31. Ling R., & Yttri B. (2002). Hyper-coordination via mobile phones in Norway // J. Katz & M. Aakhus (Eds.), Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance (P. 139–169). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
32. Morozov E. (2011, March 7). Facebook and Twitter are just places revolutionaries go. Guardian. Retrieved from <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2011/mar/07/facebook-twitter-revolutionaries-cyber-utopians>
33. Ragano D. (2002, March 5). Growing up in the age of the keitai. The Feature. Retrieved April 18, 2006, from http://www.thefeaturearchives.com/topic/Archive/Growing_Up_in_the_Age_of_the_Keitai.html
34. Rheingold H. (2002). Smart mobs: The next social revolution. Cambridge, MA: Perseus.