

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ ІМЕНІ Г. С. КОСТЮКА**

**Немеш О.М.**

**ВІРТУАЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ:  
СТРУКТУРА ТА ДИНАМІКА ПСИХОЛОГІЧНОГО  
ЗМІСТУ**

*Монографія*

Київ

Слово

2017

**Немеш О.М.** Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: Монографія / О.М.Немеш. Київ: Слово, 2017. – 391 с.

**ISBN 978-966-194-292-8**

**Рецензенти:**

**Клименко В.В.** – лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, доктор психологічних наук, професор, головний науковий співробітник лабораторії вікової психофізіології Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України.

**Бондаренко О.Ф.** – дійсний член НАПН України, доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри психології та педагогіки Київського національного лінгвістичного університету.

**Гошовський Я.О.** – доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри педагогічної та вікової психології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

Монографічне дослідження присвячене вивченню психологічних особливостей суб'єкта використання Інтернет-технологій та можливостей застосування цих технологій в психологічній практиці. Показано, що практична психологія віртуальної реальності – нова, актуальна та високотехнологічна галузь професійної діяльності психолога. Ефективне застосування психологом Інтернет-технологій потребує глибокої теоретичної підготовки та всебічної обізнаності щодо сучасних концептуальних моделей комп'ютерно опосередкованих комунікацій.

Віртуальні технології навчають та розвивають людину. У зв'язку з загальним генетико-психологічним підходом, характерним для українських досліджень, краще вивчати інформаційні, в тому числі Інтернет-технології за допомогою експериментально-генетичного (привласнення здібностей) чи генетико-моделюючого (розвиток особистості) методу, розробленого С.Д. Максименком.

Виявлено, що інтернет-технології в психологічній практиці можуть розглядатися в різних аспектах – від інтимно-інтраіндивідуальних до екстенсивно-міжособистісних. Суб'єктом психологічної практики засобами інтернет-технологій є людина: психолог, практичний психолог або психотерапевт, які хочуть підвищити свій професійний рівень, вдосконалити свою компетентність, розширити можливості надання психологічної допомоги населенню. Інтернет-технології повинні враховувати реалії сучасного віртуального світу – від соціальних мереж до багатокористувацьких онлайн-ігор.

Доведено, що використання Інтернет-технологій особистістю актуалізує інтрапсихологічні смисли та переводить їх у міжособистісний контекст. Опредметнення смислів в Інтернет-комунікації є одним із способів особистісного розвитку.

Ключові слова: особистість, опредметнення, розвиток, генетико-моделюючий метод, суб'єктно-психологічні особливості, Інтернет-технології, психологічна допомога, консультування, психотерапія.

## **ЗМІСТ**

### **Вступ**

### **Розділ I. Психологічні основи використання Інтернет-технологій**

- 1.1. Психологічні аспекти використання Інтернету
- 1.2. Психологічні основи Інтернет-комунікації
- 1.3. Гендерні аспекти використання Інтернету

### **Розділ II. Психологічні аспекти віртуальної комунікації**

- 2.1. Теорії відфільтрованих сигналів для пояснення комп'ютерно опосередкованої комунікації
- 2.2. Досвідні та перцептивні теорії комп'ютерно опосередкованих комунікацій
- 2.3. Теорії міжособистісної адаптації та застосування медіа

### **Розділ III. Психологічний аналіз проблеми віртуального спілкування у підлітковому віці**

- 3.1. Сутність віртуальної взаємодії. Віртуальна реальність як психологічна категорія
- 3.2. Віртуальне спілкування у підлітковому віці як психологічна проблема
- 3.3. Соціальні мережі як провідний вид віртуального спілкування
- 3.4. Вплив віртуального спілкування в соціальних мережах на розвиток особистості підлітка
- 3.5. Емпіричне вивчення специфічних рис взаємозв'язку віртуального спілкування та самосвідомості у підлітковому віці
  - 3.5.1. Програма і методи дослідження
  - 3.5.2. Результати дослідження та їх обговорення

**Розділ IV. Вплив віртуальної реальності на життя людей: дезінгібіція та Інтернет-залежність**

- 4.1. Психологічні особливості дезінгібіції у віртуальному середовищі
- 4.2. Ефекти онлайн-дезінгібіції
- 4.3. Огляд психологічних досліджень Інтернет-залежності
- 4.4. Психологічні особливості спілкування Інтернет-залежних людей

**Розділ V. Психологічна допомога особистості засобами Інтернет-технологій**

- 5.1. Психотерапія в Інтернет та групи самопомоги
- 5.2. Професійний розвиток, патологія та психотерапія онлайн
- 5.3. Корекційно-розвивальний потенціал психологічної допомоги особистості засобами Інтернет-технологій

**ВИСНОВКИ**

**ЛІТЕРАТУРА**

## Вступ

Стрімкий розвиток суспільства кінця XX – початку XXI століть перш за все означений загальним вектором становлення постіндустріального суспільства, що відображує безпрецедентність інформаційно-технічних досягнень людства, радикальність соціокультурних інновацій в усіх основних сферах життєдіяльності людства. Активні трансформації вітчизняного соціуму охопили найрізноманітніші сфери життєдіяльності людини, зокрема й у ракурсі здійснення комунікативної діяльності. Переосмислення структури комунікативного процесу відповідно до технічних особливостей організації віртуального комунікативного простору детермінує закономірні зміни психологічного профілю суб'єктів комп'ютерно опосередкованого спілкування. Повсякчасне застосування Інтернет-технологій стало невід'ємною складовою діяльності та спілкування особистості у багатьох вимірах її самореалізації: від професійно-функціональних до інтимно-особистісних. Безперечно, серед нагальної проблематики сучасної психології виокремлюється вкрай важливе дослідницьке коло – вивчення психологічних особливостей використання Інтернет-технологій. В окресленому контексті особливого значення набуває розгалужене теоретико-емпіричне дослідження психологічних особливостей комунікативної діяльності особистості у віртуальному просторі Інтернет-технологій.

Проблема набуває окремого наукового статусу і дослідницької значущості ще й тому, що світова павутина перебирає всі функціональні параметри величезної компендії людських знань, оволодіння якими приналежить кожного, призводячи іноді навіть до Інтернет-залежності. Занурення у відкриті інформаційні безміри може призвести до пригнічення екзистенційних потенціалів особистості, вплинути на її поведінку, проявитися в надмірній адиктивності, маніпульованості та інших амортизаційних психостанах. Людина,

включена в діяльність з використання Інтернет-технологій, суб'єктивно переживає, оцінює та осмислює дійсність та відносини з іншими людьми дуже своєрідно. У площині означеного проблеми залучення особистості до використання комунікаційних ресурсів Інтернет-простору потребують компетентної наукової оцінки, і зокрема – аналізу психологічних наслідків використання інформаційних технологій (А.Н.Арестова, Е.П.Белинська, А.Е.Войскунський, Г.С.Чуйкова та інші). Відповідно різні аспекти психологічної практики в Інтернеті – онлайн-консультування, психотерапія засобами skype, психологічна підтримка через спеціалізовані сайти та e-mail тощо – повинні ґрунтуватися на наукових, теоретично досліджених та емпірично перевірених фактах, механізмах та закономірностях психічної діяльності особистості, яка використовує Інтернет-технології.

Сучасний нам Інтернет і система комунікацій – порівняно нові сфери діяльності людини, що стрімко розвиваються. Досліджень актуальної онлайн-поведінки недостатньо, хоча ця тема привертає увагу дослідників із багатьох наук та міждисциплінарних галузей. Важливим є вивчення психологічної природи Інтернет-спілкування як комп'ютерно опосередкованого, внаслідок чого появляється міждисциплінарний проблемогенний спектр досліджень, одне з чільних місць у якому належить якраз психологічному знанню як обґрунтовуючому та інтерпретуючому тлі, що пояснює багато інших феноменів. У зв'язку з цим дослідники різногалузевої природи Інтернету сходяться на його найважливішій ознаці як всезагальній формі мережевої комунікації між людьми. Комп'ютерно опосередкована комунікація має досить потужний доробок, однак не зважаючи на це, практична цінність отриманих наукових даних для психології стала високо оцінюватися якраз на відтинку інформаційного актуалгенезу людства. Багатовимірність віртуального спілкування зумовила утворення нових конфігурацій класичних вимірювань комунікаційного процесу. У міру того, як Інтернет став розумітися як засіб

масового спілкування, стало очевидним, що ні масовість, ні сама категорія спілкування не можуть бути визначені для всіх ситуацій і контекстів, але натомість повинні постійно переосмислюватися у зв'язку з конкретністю кожної ситуації із обов'язковим урахуванням особистісних та ситуаційних змінних. Усталеним розумінням виступило те, що Інтернет – це мультикластерний засіб масової комунікації, який означає множинність різних конфігурацій спілкування. Слід відзначити, що Інтернет змінює властивості традиційної моделі масових комунікацій «джерело – повідомлення – одержувач», формуючи абсолютно нові поєднання відомих у психології законів та ефектів інформаційного обміну.

Отож проблема вивчення психологічних особливостей реалізації комунікативної діяльності у Інтернет-просторі є актуальною як у теоретичному, так і практичному сенсі проблемою сучасних психологічних досліджень, спрямованих на пізнання та оптимізацію взаємодії людини із середовищем Інтернет. Звичайно, проблема має як емпірично-прикладний, так і фундаментально-теоретичний характер, що зумовлює необхідність комплексного міждисциплінарного вивчення насамперед з метою підведення методологічної бази розробки інноваційних технологій.

**Мета дослідження:** дослідити психологічні особливості, механізми та функції взаємодії людини із Інтернет-середовищем.

**Засадові положення дослідницької концепції** автора такі:

1. Феноменологія використання особистістю Інтернет-технологій полягає в детермінаційній функції, яка зумовлює актуалізацію інтрапсихологічних смислів та переводить їх у міжособистісний контекст. Різномодальне опредметнення смислів в Інтернет-комунікації є одним із способів особистісної психогенези.

2. Задіяння віртуальних технологій сприяє навчанню та розвитку людини, що стало можливим для вивчення завдяки загальному генетико-

психологічному підходові, характерному для українських досліджень, зокрема за допомогою експериментально-генетичного (учіння) та генетико-моделюючого (розвиток) методу, розробленого С.Д. Максименком.

3. У сенсорно-перцептивному процесі при використанні особистістю Інтернет-технологій головна роль у подоланні інформаційної тривоги і фрустрації належить смислу, породжуваному суб'єктом.

4. Спектр вираження власного «Я», який може проявляти суб'єкт, багато в чому поступається спектру виражень індивіда в реальному світі, тоді як сукупна психосоціальна множина персонажів, керованих однією фізичною особою, може багато в чому перевищувати різноманітність її досвіду в реальному світі.

5. Дезінгібіція (розгальмування) в Інтернеті є продуктом водночас фокусу самоконтролю та контексту, в якому індивід діє.

6. Інтернет-комунікації пропонують людям можливість відчувати певну форму соціального зв'язку без реальної соціальної присутності. Значною відмінністю між Інтернет-стосунками і взаєминами, які підтримуються за допомогою інших технологій (телефон, традиційна пошта, факс), є нові невинно генеровані культурні цінності віртуальних Інтернет-спільнот.

7. Ключовим фактором, що звужує міжособистісну близькість у великих, відкритих онлайн психологічних групах самопомоги, є насамперед відсутність обмежень.

8. Інтернет має високий потенціал у психологічній допомозі людям із загальною соціофобією, тривожним розладом особистості або агорафобією.

**Методологічну основу** дослідження склали загальні принципи психологічної науки (детермінізму, діяльності, єдності свідомості й діяльності, єдності діяльності й спілкування, розвитку, системного підходу та ін.), а також принципи і концепції вітчизняної та зарубіжної психології, що розкривають природу особистості, свідомості, Інтернет-технологій.



Фундаментальними засадами дослідження психологічних особливостей використання Інтернет-технологій є положення таких теоретичних напрямів у психологічній науці, як: теорія діяльності (О.М. Леонт'єв, С.Л. Рубінштейн, Г.С. Костюк), концепції генетичної психології (Л.С. Виготський, Г.С. Костюк, Д.Б. Ельконін, В.В. Давидов, С.Д. Максименко, Т.М.Титаренко та ін.); концепції розвитку особистості й суб'єктного підходу (С.Л. Рубінштейн, О.М. Леонт'єв, Л.І. Божович, С.Д. Максименко, І.Д. Бех, М.Й. Боришевський, В.О. Татенко, О.В. Брушлінський, В.І. Слободчиков, К.О. Абульханова-Славська, В.А. Петровський); теорія вчинку (В.А. Роменець); психологічна герменевтика (Т.М. Титаренко, Н.В. Чепелева), раціогуманістичний підхід (Г.О. Балл), психологія смислу (Д.О. Леонт'єв); психологія комунікації у віртуальному просторі (С. П. Архипова, Ю. Д. Бабаєва, О. Є. Войскунський, Ю. А. Данько, О.В. Камінська, Є. Ю. Крилов); психологія комп'ютерної залежності (К. В. Аймедов, Т. Ю. Больбот, А. В. Грішина, О.В. Камінська, О. В. Шинкаренко, О. В. Якушина та ін.); специфіка психічних станів, які виникають у інтернет-залежних осіб (Т. С. Асланян, Н. О. Добровідова, О.В. Камінська та ін.); психологія зловживання інтернет-мережею (О. М. Арестова, К. В. Боярова, О. Є. Войскунський, М. С. Іванов, Л. О. Пережогін, Дж. Сулер, В. О. Фролов та ін.).

Стратегія методологічного дослідження полягає у сходженні від аналізу психологічних передумов вивчення віртуальної реальності в психологічній науці й практиці до розробки суб'єктно-онтологічних засад психології використання Інтернет-технологій.

**Наукова новизна роботи** полягає в тому, що:

*вперше* здійснено методологічне обґрунтування комунікативної діяльності в Інтернеті як використання Інтернет-технологій у психологічній практиці; теоретично проаналізовано основні наукові концепції комп'ютерно опосередкованої комунікації, які засвідчують її особливу актуальність та

особистісну значущість у розвитку і функціонуванні спілкування людини; досліджено вплив віртуального спілкування в соціальних мережах на розвиток особистості в підлітковому та юнацькому віці, встановлено існування як спільних так і відмінних соціально-вікових тенденцій, помітну динаміку аналізованого феномена, а також дуже потужний вплив віртуального спілкування на самосвідомість підлітків і юнаків, зокрема зауважено факти своєрідного заміщення реальності образами реальних і віртуальних значущих інших; вивчені особливості дезінгібіції, які зводяться до того, що якщо інгібіція (гальмування) має місце, коли поведінка обмежується або регулюється самосвідомістю, неспокоєм щодо соціальних ситуацій, зважанням на оцінки з боку оточуючих, то дезінгібіція може бути охарактеризована відсутністю таких чинників або їх протилежною дією;

*поглиблено наукові уявлення* про специфіку залежності особистості в Інтернет-середовищі, що трактується як поведінка у віртуальній реальності, яка відповідає таким шести критеріям: яскрава вираженість; зміни настрою; розвиток толерантності; симптоми абстиненції; конфлікт; рецидив;

*дістали подальшого розвитку* науково-психологічні підходи щодо надання психологічної допомоги засобами Інтернет-технологій, зокрема у формі консультацій онлайн, Інтернет-психотерапії та організації груп психологічної самопомоги.

Автор висловлює щире вдячність науковому консультанту – академіку секретарю відділення психології, вікової фізіології та дефектології НАПН України, професору С.Д.Максименку, науковим рецензентам дійсному члену НАПН України професору О.Ф.Бондаренку, дійсному члену НАПН України професору М.Л. Смульсон, а професору Я.О. Гошовському, а також всім, хто в тій чи іншій мірі сприяв виданню дійсної монографії в світ.

***З повагою, доцент О.М. Немеш***

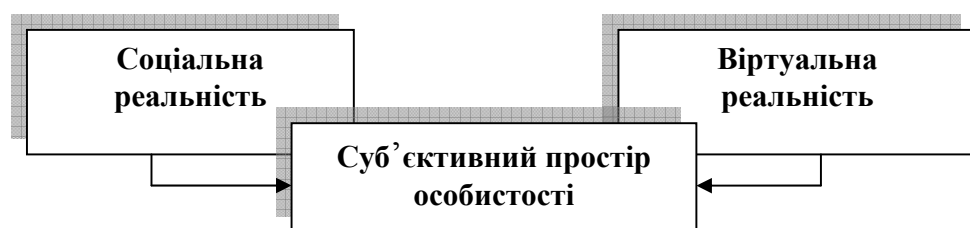
# РОЗДІЛ І. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ

Розділ присвячено дослідженню психологічного контексту використання Інтернету та аналізу сутнісних особливостей Інтернет-комунікації.

Висвітлено гендерні аспекти використання Інтернету.

## 1.1. Психологічні аспекти використання Інтернету

Соціокультурні вимоги до людини у вимірах сучасного інформаційного суспільства із кожним роком зростають, ускладнюється й сама соціальна структура сучасного суспільства. Буття людини, конституюване різноманітними інформаційно-комунікативними потоками (рис. 1.1.), знаходиться у стані постійної мінливості та фрагментації, з'являються модернові впливи на людину, що конкурують і конфліктують у системах світосприймання [56, с.23].



*Рис. 1. – Схема інформаційно-комунікативних потоків у сучасному світі*

Аналіз наукових джерел (С. Дацюк, Д.В. Іванов, Ж. Ланьє, Н. Форман, Ф. Хемміт, С.Г. Чуйкова, В.В. Шевченко та ін.) дозволяє означити сутнісні характеристики віртуальної реальності: штучність утворення, інтерактивність,

іммерсивність, знаковий характер, сенсорна достовірність. Найбільш активним і агресивним у нових вимірах психосоціальної системи «інформаційне суспільство – особистість» стає вплив такого посередника як засоби масової інформації, і зокрема – Internet.

Сучасні інформаційно-комунікаційні Internet-технології відкривають для людини надзвичайні перспективи, надаючи можливості доступу до різновекторної інформації, що дозволяє набути соціальних знань, накопичити соціальний досвід, сформулювати життєві перспективи і завдання, реалізувати особистісний потенціал у найкоротші терміни. Водночас інформаційне суспільство привносить чисельні ризики і небезпеки у життя людини. В умовах колосальних обсягів інформації людям усе важче орієнтуватися у інформаційних потоках, отримуючи необхідний досвід і уникаючи маніпулювання свідомістю і поведінкою [56, с.23].

Теми варіюють від глибоко особистих визначень „Я” крізь різноманітні соціальні обміни аж до потенціалу трансперсональних аспектів цього нового засобу комунікації. Від внутрішнього „Я” до зовнішнього „Я” Інтернет стрімко починає представляти широкий ряд нових визначень, які кидають виклик минулим точкам зору на „Я”, стосунки, суспільство, культуру і навіть свідомість. Можливість гратися з альтернативними „Я”, як це можна робити в психодрамі – маніфест чатів і багатокористувацьких спільнот. Але кіберпростір не є чистою фантазією; серйозні стосунки, від нових професійних зв’язків до розквіту кохання також трапляються.

Комунікаційні технології добре відомі через їх здатність зосереджувати нашу увагу на теперішньому. Ніл Постман [409] нагадує нам про це в своїй критиці телебачення. Постман стверджує, що два найбільш підступні слова ХХ століття – це „Зараз...це”. Поміж іншим, Н.Постман застерігає щодо способу, у який сучасні медіа наголошують на теперішньому, заперечуючи історію, зв’язок і причину та наслідок. Він відчуває, що цей наголос на теперішньому працює як

коротке електричне замикання для нашої здатності оцінювати медіа і інформацію, яку вони подають. Іншими словами, в технологічно спричиненому „отупінні” мас-медіа заохочують нас вбирати в себе інформацію і реагувати, але не думати.

„Тепер” як позитивна цінність і „потім” як неважливе, несуттєве – це лейтмотив європейського суспільства, який можна прослідкувати аж до пізніх Середніх Віків. Цей лейтмотив бере свої початки у середньовічному гуманізмі, у запереченні моделі життя, що розроблялася церквою протягом тисячолітнього періоду. Гуманісти відмовлялися жити так, ніби день сьогоднішній не має жодної ваги, так, ніби єдиною метою земного людського життя має бути життя потойбічне. Через заперечення потойбічності, так само як попередньої історії, наприклад тисячолітніх звичаїв церкви, гуманісти відкрили двері для теперішнього.

Ренесанс, або Відродження, який став наступником Середніх віків, докорінно змінив погляд європейців на світ: їх світогляд змінився [24]. Вони зосередилися на світі навколо них, на світі теперішнього, вони захотіли дивитися на світ як на розрив з нещодавно минулим. Вони почали цінувати не тільки теперішнє, але й *нове*: інновації, поступ і рух до нових і кращих способів життя і пізнання. Коли середньовічні гуманісти міркували щодо цінності прижиттєвого досвіду, вони насправді міркували про цінність людини [25]. Замість зосередження на абстрактних теологічних дискусіях вони віддавали перевагу вивченню людей як частини природи, оскільки вони вважали, що „людина є мірою всіх речей”. Коротко кажучи, фокусуючись на досвіді більш, ніж на вірі, вони винайшли сучасне уявлення про „Я”. Всі ці нові ідеї – поступ, пов’язаний з машинами, і людський досвід в упорядкованому світі – визначили позитивні стосунки між людьми і технологією. І це було частиною нових стосунків між людьми і Богом, де кожна людина могла спілкуватися прямо з Богом без посередництва священнослужителя. В цьому сенсі гуманізм дав

кожній людині в європейському суспільстві пряму дорогу до невимовно священного. Це були потужні ідеї, що спричинили близько двох століть воєн.

На XVIII століття Європа була знесилена всіма радикальними змінами, спричиненими Реформацією та Контрреформацією. Всюди було наполегливе бажання миру і гармонії, що відчувалося в кожному аспекті Європейського суспільства. Мистецтво, архітектура, література, музика і мода цього періоду наповнені порядком, симетрією, рівновагою і добрим смаком. І саме тісний зв'язок між людьми і технологією допоміг встановити наново цей порядок. Мішель Фуко в праці „Наглядати і карати” [238] описує, як нове поняття дисципліни утвердилося у французькому суспільстві. Дисципліна була змодельована за зразком чернечого життя, добовий цикл якого був впорядкований за сімома богослужіннями або періодами поклоніння. У XVIII столітті ця нова механічна модель соціального контролю проявилася у реорганізації армій шляхом введення багатьох головних та допоміжних військових звань та шаблів ієрархії, з використанням прив'язаної до часу муштри і нових методів спостереження та фіксації.

Таким чином, у XVIII століття Європа увійшла з уявленням про порядок і передбачуваність, так що навіть людське тіло можна було розглядати як окремий вид машин. Ж.О. Ламетрі [121] порівнює людське тіло зі складною машиною, яку можна вивчати, контролювати і використовувати як знаряддя праці, джерело енергії. Цей новий погляд на людину припускав нові шляхи контролю над нею через вправління та дисципліну, регламентовані форми навчання та тренування і конвеєрну модель робочого простору. Урсула Франклін зауважує, що це був „соціально і політично добре приготований ґрунт, куди впали зернини промислової революції. Система фабрик і заводів з її механічними пристроями та машинами тільки підсилила патерни контролю; машини не створювали ці патерни контролю, останні вже існували до появи машин. Нові патерни з їх похвилинним розписом щонайменших дрібниць,

поділом праці і деталізацією процесів на малі прописані кроки, швидко поширилися зі сфери виробництва у області комерції, управління та політики” [314, с. 60].

Новий розподіл праці в індустріальному суспільстві означав, що люди мають менше контролю над продуктом власної праці і менше контролю над своїми власними тілами. Відчуття сили індивіда, що було породжене уявленнями гуманістів, змінилося на відчуття безсилості. Прийнято вважати, що саме індустріальна революція спричинила ці зміни у стосунках між людьми, поступом та технологією. Але, як вказує У. Франклін, ці зміни були частиною соціальних патернів, які вже існували у Європі протягом століть. Вона пише, що хоча „вісімнадцяте століття вправлялося в контролі та пануванні, розглядаючи людські тіла як машини, дев’ятнадцяте століття почало використовувати самі тільки машини як інструменти контролю” [314, с. 62]. Для власників підприємств машини виглядали більш передбачуваними та контрольованими, ніж люди. Вони бажали усунути тих робітників, яких можна було замінити машинами, і водночас хотіли примусити решту робітників працювати як машини.

Починаючи з XIX століття, наші стосунки між поступом, технологією та індивідом стали неймовірно неоднозначними. Від XIX століття і по тепер наші стосунки між прогресом, технологією та особистістю стають все більш амбівалентними. Незважаючи на швидкість технологічних інновацій у XX столітті, ми все ще закохані в ідею „тепер-ішності”; наше мовлення наповнене словами на зразок „прорив”, „революційна зміна”, „бурхливий перелом”. Як суспільство ми все ще сприймаємо нове як розрив з минулим, ми все ще підходимо до нього з мірками прогресу, і ми все ще діємо так, ніби прогрес має принести нам кращий світ. Ми відчуваємо фінансовий і моральний імператив огорнути собою нове. Але ми ефекти технології також переслідують нас на рівні індивіда і на рівні суспільства в цілому. Ми відчуваємо, що це відчужує нас від

природи, що це віддаляє нас від пізнання самих себе, що це контролює самі наші життя.

В.Роуланд [428] пише, що чим складнішим стає суспільство, тим необхіднішою стає розробка методів підтримки контролю. Технології комунікації та телерадіомовлення створені саме для цього: вони контролюють людей, виховуючи в останніх конформність. В усіх засобах масової комунікації, за винятком телефону та Інтернету, комунікація організована в одному напрямку, і внесок аудиторії до комунікації є лише вдаванням, ілюзорним.

У.Франклін погоджується, що технологія взагалі, і комунікаційні технології зокрема не є нейтральними, але є каталізатором контролю. Вона вважає, що технологія зазвичай подається громадськості у дві стадії. На першій стадії та чи інша технологія – це можливість для багатих людей, для професіоналів або для любителів, ентузіастів цієї справи. Технологія часто здається такою, що вивільняє, звільняє її користувачів, або якимось чином робить їхню професію або життя легшими. На цьому етапі часто робляться спроби полегшити сприймання технології і зробити її „дружньою для користувача” для того, щоб прим’якшити побоювання широких мас, які щойно починають з нею стикатися. Утворюються спільноти користувачів на зразок клубів, гуртків або журналів чи газет за інтересами. На цьому ранньому етапі користувачі, які обрали цю технологію, відчувають сильну міру контролю над тим чи іншим засобом. У. Франклін ілюструє цю схему такими прикладами: автомобілі, напівфабрикати, швейні машинки, дитяче харчування і комп’ютер [314, с. 97].

Наступною фазою в появі нових технологій є фаза інфраструктури. По мірі того, як нова технологія стає все більш поширеною, її використання стає все більш необхідним, якщо не обов’язковим. У. Франклін вказує як приклад на розвиток використання швейних машинок. У 1861 році швейна машинка рекламувалася як машина-визволитель для жінок: вони більше не були



прив'язані до необхідності вручну обшивати родинний одяг. Жінки більше не мусли псувати свій зір, працюючи вручну як кравчині. Щойно ж працедавці усвідомили швидкість, з якою ці нові машини могли виконувати завдання, була організована фабрична система, вміння шити на машинці стало кваліфікаційною вимогою, і результатом того, що спершу підносилося як визволення жінки, стала система рабської праці в текстильній індустрії. На другій стадії люди „мимо їх власної волі підтримували технологію та інфраструктуру” [314, с.98]. Сама інфраструктура розроблялася так, щоб технології були легшими для використання, і щоб люди легше „розвивали залежність від них” [314, с.102]. Швидкісні автотраси, утримувані за бюджетний кошт, є прикладом інфраструктури, що розвиває залежність від автомобіля. Автоматична банківська машина, або банкомат – це новіший приклад тієї самої тенденції. Розпочавшись як опція, як необов'язкова можливість для пришвидшення нашого банківського обслуговування, банкомат більше не є питанням вибору. Щойно банкомати набули всезагального поширення, банки почали скорочувати своїх працівників і обмежили перелік послуг та операцій, що можуть виконувати останні, водночас роблячи банкомати швидшими і більш ефективними. Клієнти банків тепер *мусять* використовувати машини для більшості своїх банківських потреб, і не так довго вже лишилося часу до того, як *можливість* телефонного чи Інтернет-банкінгу так само перетвориться на обов'язковість.

У. Франклін та В. Роуланд нагадують, що поява нових комунікаційних технологій вкладається у вищезазначену схему. Від телеграфу до радіо, від Інтернету до технології DVD-Rom більшість комунікаційних технологій розроблялися спершу для військового, а лише потім для комерційного використання. І в більшості випадків уряди інвестували, створювали і підтримували мережі поширення для цих технологій, діючи як комерційна монополія (або принаймні з дуже малим допуском конкуренції).

Поява Інтернету вкладається в двофазну схему, наведену вище. Розвиток Інтернету був відповіддю на стратегічну *проблему*, поставлену перед американським науково-дослідницьким центром, RAND Corporation, під час загострення холодної війни 1960-х років: як може американський уряд залишатися поінформованим і підтримувати порядок у країні після ядерної війни, якщо мережі звичайних засобів комунікації будуть вщент зруйновані? Відповіддю стало створення мережі без головного осередку контролю, яка була би настійки стійкою, що на неї не впливало би зруйнування її частини.

Кожен вузол ARPANET (агенції передових дослідницьких проєктів) однаково з іншими вузлами мережі міг надсилати, передавати далі і отримувати повідомлення. Кількість таких вузлів теоретично могла бути безмежною. Повідомлення являли собою певну кількість закодованих і адресованих пакетів, які могли бути надіслані до їх отримувача по будь-якому маршруту. Як тільки до отримувача дійдуть всі пакети повідомлення, їх можна буде зібрати назад у вихідне повідомлення. Хоча запропонована модель чудово пасувала до потреб американських військових, для інженерів компанії AT&T це був справжній конструкторський жах. Їх телефонне комутаційне обладнання було відпочатково спроектоване для того, щоб передавати тільки аналогові сигнали. Для того, щоб уможливити і запустити в роботу спроектовану мережу (що пізніше розвинулася в Інтернет), необхідно було внести суттєві зміни і великі інвестиції у існуючу телефонну мережу, в тому числі в лінії міжміського зв'язку. Так що американські військові передали проєкт університетським дослідникам, які розробили Інтернет-протокол (IP), який дозволив будь-якому комп'ютерові під'єднуватися до мережі.

У 1969 році до мережі були під'єднані чотири американські університети. У 1972 році кількість вузлів становила 37. По тому, як кількість користувачів збільшувалася, мережа почала змінюватись. Відпочатково спроектована тільки для військових цілей, ARPANET швидко стала поштовою службою для

особистих повідомлень і місцем для конференцій дослідників, що могли разом обговорювати наукові питання і спільно працювати над проектами. Ентузіазм щодо цієї нової системи спілкування на далекі відстані став заразним. Науковці працювали у свій вільний від роботи час для вдосконалення програмного та апаратного забезпечення, яке б зробило використання Інтернет легшим та швидшим. Оскільки перші користувачі мережі походили з академічної спільноти, їх метою було створити мережу з вільним та публічно доступним обміном інформацією.

Перетворення локальних мереж в межах університетів на засіб масової інформації вимагало ширшої мережі та більш легкого доступу. Всесвітня павутина WWW була започаткована у березні 1989 року. Європейські дослідники створили універсальний стандарт, що дозволяв би сполучати між собою локальні мережі різного розміру та топології. Після впровадження цього стандарту Інтернет-документ, що був створений відповідно до протоколів WWW, міг бути надісланий і прочитаний будь де. Але справжній прорив WWW – це гіпертекстові посилання (hypertext links). Будь-яке слово чи фраза у повідомленні може бути виділене і пов'язане з будь-яким іншим словом, фразою чи документом у WWW. Клацаючи на посиланні (link), користувач автоматично переходить на інший сайт в павутині, пов'язаний зі змістом посилання. Ця високотехнологічна система індексування дозволяє користувачам блукати (surfing) павутиною у пошуку інформації. Другим покращенням, що перетворило Інтернет у засіб масової комунікації, був браузер. Цей інструмент додає колір, звук та рух до статичних чорно-білих екранів. Третім інструментом був пошуковик, тобто складний індекс чи каталог сайтів з можливістю пошуку. Такі пошуковики, як Google, Yandex, Meta, Yahoo та інші допомагають користувачам прокласти шлях крізь мільйони документів, доступні користувачам в Всесвітній павутині.

Ці інновації треба пам'ятати, бо вони є основою того, що допомагає

Інтернетові опиратися тиску і прагненню поставити мережу під свій контроль з боку транснаціональних корпорацій та урядів, що сталося з радіо та іншими засобами масової комунікації. Роуланд зауважує, що надання онлайн-послуг стало основою для того, щоб Інтернет-користувачі розглядалися як клієнти або громадяни. Люди оплачують Інтернет, щоб отримати доступ до електронної пошти, скористатися пошуком інформації і відвідати дискусійні форуми.

В Україні на початку 2000-х років, хоча більшість населення все ще не мала доступу до Інтернет, комерційні компанії вже почали отримувати прибуток (монетизувати) від використання Інтернет-сервісів користувачами. На відміну від першої, академічно-дослідницької та технічної хвилі, нова хвиля Інтернет-користувачів була представлена масовою публікою, яка прагнула доступу до мережі передусім для розваги та інформації (infotainment). Наприклад, сучасні соціальні мережі успадкували функціонал раніших сайтів знайомств, що включали елементи онлайн-флірту, привабливого для молодшого покоління користувачів.

Інтернет дав людям ті можливості для інтерактивності, які їм не могло дати телебачення. Користувачі Інтернету були також його засновниками, будівельниками, творцями і громадянами. В Інтернеті люди в будь-який час можуть висловити те, що вони хочуть і завжди бути почутими. Таким чином, їхнє право на самовираження завжди забезпечене. У час масового суспільства, коли звичайна людина сумнівається, чи її голос щось значить, існує технологія, що надає індивідуальному голосу публічне звучання. Таким чином, Інтернет сам по собі відповів на наміри великих корпорацій заволодіти ринком. Винайдення і вільне поширення WWW (Всесвітньої павутини) і браузерної технології означало, що користувачі більше не потребують послуг комерційних компаній для того, щоб шукати по Інтернету. Зараз звичайні люди можуть самі конструювати свої домашні сторінки і заявити про своє існування на весь Інтернет.

Наш нарис з технічного розвитку Інтернету лише частково розкриває соціальний ефект мережі. Швидкість, з якою Інтернет став розвиватися у формі соціальних мереж, виявилася дивовижною. Але все це було раніше, з аматорським радіо. Ми просто забули про це, адже ми занадто зосереджені на „тепер-ішності” комп’ютерних технологій. Хоча В. Роуланд пише, що Інтернет був „безпрецедентною технологією”, він сам присвячує шість розділів радіо-технологіям, проводячи чітку паралель між радіо і Інтернет у тому, як вони вплинули на людей як на особистостей і як на соціальних істот. Привертаючи нашу увагу до історичних зв’язків між радіо та Інтернетом, В. Роуланд намагається виправити ефекти „тепер-ішності”. Він стверджує, що коли ми вивчаємо мас-медіа, ми мусимо звертати увагу на минуле, інакше існує серйозний ризик нерозуміння соціальної ролі кожної нової технології масових комунікацій. Якщо ми глянемо на Інтернет, то побачимо перед собою двонаправлену технологію спілкування на великій відстані, легко доступну широкій громадськості. Радіо вперше продемонструвало зразок того, як така технологія може вплинути на суспільство. Але коли ми поглянемо на *ранню* історію радіо (коли воно справді було двонаправленим інтерактивним засобом комунікації), то зможемо помітити цікавий факт: приблизно через двадцять років після його винайдення з боку державних структур у всьому світі перебрали контроль над радіо з рук звичайної людини, так що радіо стало однонаправленою технологією, такою, як вона нам відома зараз. Хоча Інтернет-громадськість опирається спробам урядів та корпорацій контролювати Інтернет, в історії комунікацій є красномовні приклади такого контролю. Подібно до Інтернету, радіо почало своє існування як засіб комунікації для військових потреб, який швидко привернув увагу бізнесу і кваліфікованих аматорів. У Європі та Північній Америці радіо використовувалося на флоті для морських комунікацій. Як і в Інтернеті, перші користувачі цієї нової технології були висококваліфікованими молодими людьми, що працювали на привілейованих

позиціях. Так само, як і Інтернет, радіо швидко стало субкультурою для хлопців і молодих чоловіків з власними легендами та героями, з власним жаргоном та історіями. Але на відміну від Інтернету, прийомо-передавачі (радіо) були недорогими, і компоненти для них можна було легко купити і скласти до купи будь-якому молодому хлопцю, який мав трохи досвіду і грошей.

Важливо відзначити віртуальну природу обох засобів масової комунікації. На початку століття радіо-хвилі запропонували молодим чоловікам цілий віртуальний світ для відкриттів і пригод. Коли радіолюбитель вмикав свій прийомо-передавач, він ніколи не знав напевне, де він опиниться, яке захоплююче відкриття він зробить, кого він зустрине, свідком яких дивних подій він може стати. Подібно до Інтернету, використання псевдонімів і відчуття свободи було значним проривом. Радіо звело вплив віку, раси і соціального становища (але не гендеру) до одного важливого фактору – ентузіазму. Світова спільнота користувачів радіо розвивалася дуже швидко. Кожен користувач почувався, що він має право висловлюватися, як громадянин радіосвіту.

У той час як Інтернет був спроектований для забезпечення урядового контролю після руйнівної ядерної війни, радіо було відпочатково сконструйоване як засіб порятунку після аварій на морі. Але безвідповідальне і неконтрольоване використання радіо часто могло спричинити аварії, наприклад, стати однією із причин відомої загибелі „Титаніка”. Флот і логістичні компанії вимагали від урядів, що використання радіохвиль має бути контрольованим, і що технологія має бути закрита для широких народних мас. Крок за кроком такі обмеження були впроваджені. Цікаво, що перші кроки у наступу на незалежність радіо були здійснені разом з вибухом Першої світової війни. Під час цієї війни уряди в Європі та Північній Америці примушували всіх цивільних користувачів здавати державі своє радіообладнання, мотивуючи це міркуваннями безпеки. Після Першої світової війни уряди почали усвідомлювати, який комерційний прибуток і політичний контроль може мати

використання радіо.

Вибухове зростання Інтернету дивує нас, але подібний вибух ставався і раніше. Незважаючи на урядовий контроль над двонаправленим використанням радіо, звичайні люди залишалися оптимістами щодо нової технології. Так, як і Інтернет, радіо сприймалося як репрезентант голосу народу. Воно було найшвидшим методом передавання новин до найбільшого числа людей. Більше того, люди вірили новинам, які вони чули по радіо. Радіоновини часто передавалися маленькими локальними станціями, на яких працювали молоді кореспонденти, чиї голоси випромінювали ентузіазм та щирість. Радіо давало людям в місті та селі рівний доступ до інформації. Жінки могли слухати радіо, не залишаючи дім. Діти могли ввімкнути його після вечері. Люди відчували, що у них є можливість і влада блукати радіохвилями, перемикаючись з одного каналу на інший. Радіо сприймалося як „народний” засіб комунікації навіть після того, як місцеві незалежні станції були поглинені загальнодержавними мережами, і навіть довгий час після винайдення телебачення.

Особистий зв'язок, який люди відчували з радіо, частково походить із самої природи цього засобу комунікації. Невидимі хвилі були водночас чарівними і лякаючими. Наша реакція на Інтернет є схожою. Всесвітню мережу оточує та сама аура невідомого і забороненого. Віртуальні зв'язки, що утворюються між людьми та ідеями, стали властивістю обох засобів комунікації. Так само і в Інтернеті, як колись на радіо, людей спокушає сила їх власної уяви: ми можемо вийти в „ефір” і сконструювати будь-яку реальність, яку ми хочемо.

Радіо було „народним” ЗМІ і в інших сенсах. Коли ми з'єднуємо мас-медіа з установками демократії, ми з'єднуємо людей з установками офіційної правди. У багатьох країнах радіо сприймалося як інструмент для навчання громадян в сферах здоров'я та гігієни, історії та політики. Радіо презентувало своїм слухачам оперу, народну музику, популярну музику та симфонії, матеріали з

історії та документальні матеріали, поезію та дитячу літературу, промови, дебати, богослужіння та дискусійні клуби, драму та комедію, корисні поради. Уряди розглядали громадське радіо як дешевий та ефективний інструмент для підвищення освітнього рівня своїх громадян, у багатьох віддалених районах діти та дорослі навчалися біля радіоприймача. Для урядів радіо було також чудовим засобом для зміцнення громадянського патріотизму і міжнародної підтримки держави; всередині держави радіо могло згладжувати регіональні відмінності, підсилювати національну гордість і створювати почуття солідарності проти зовнішніх ворогів та ворожих ідей. Сьогодні уряди використовують Інтернет разом, спільно з громадянами у наданні корисної інформації про свої програми та послуги, у просуванні національних ідей, і т.д.

Треба зауважити, що радіо, навіть однонаправлене і контрольоване урядами, в тому числі урядами тоталітарних держав, не перетворило мільйони людей на неосвічених зомбі, які легко піддавалися впливу тих, хто стоїть на чолі і контролює цей засіб масової комунікації. Ми можемо приписати це сумне „досягнення” телебаченню, але не радіо, принаймні не тій ранній добі радіо, коли радіо все ще було двонаправленою технологією, що знаходилася в руках широкої громадськості. Причиною цього є, звісно, інтерактивність.

## **1.2. Психологічні основи Інтернет-комунікації**

Інформаційна сфера в епоху постмодернізму виступає системоутворювальним фактором життя сучасної людини:

- інформація і знання набувають ознак основної перетворювальної сили суспільства;
- домінування засобів масової інформації та їх продуктів у формуванні картини світу, призначеної для широких мас населення (З.Бауман);
- темпи циклів оновлення технологічного забезпечення і розвивальних



технологій (і зокрема – інформаційно-комунікативних) у різних сферах соціального життя значно переважають темпи зміни поколінь (Г.-Х. Б.Дамбаєва);

- умовою успіху особистості є безперервна освіта і здатність до мобільної перекваліфікації;
- якість життя людини залежить від умінь і навичок своєчасного знаходження, швидкого опрацювання, адекватного сприйняття та ефективного використання нової інформації при вирішенні актуальних задач;
- Internet виступає як глобальний інтегратор сегментування локальних груп, що випали із загальної ієрархії суспільства (І.В.Крилова) [цит. за 56, с.23].

Специфічними ознаками віртуального комунікативного простору і опосередкованої комп'ютером міжособистісної взаємодії у науковій спільноті (О.П. Белинська, С.В. Бондаренко, А.Є. Войскунський, А.Є. Жичкина, В.Ю. Нестеров, О.К. Тихомиров, О.Б. Скородумова, Дж. Салер, В. Фріндте та ін.) визнаються такі, як соціальність, «буттєвість», анонімність, «карнавалізація» взаємодії, емоційна насиченість, доступність, відсутність тілесності, трансформація просторових і часових координат.

Сучасний нам Інтернет і система комунікацій – порівняно нові сфери діяльності людини, що стрімко поширюються. Інтернет, що колись був загадковим способом зв'язку і спілкування для вчених та дослідників, зараз зачіпає будь-яку людську діяльність, яку тільки можна уявити, – від покупок до сексу, від академічних досліджень до вуличної революції. Ми використовуємо його для того, щоб залишатися на зв'язку з друзями і співробітниками, шукаємо вигідні придбання (покупки), проводимо дослідження, обмінюємося інформацією, зустрічаємося з незнайомцями. Розвиток Інтернету виявився таким бурхливим, що дослідники не встигли поглянути на це середовище спілкування і проаналізувати його систематично як нове місце існування, яке

може потенційно впливати на нашу поведінку. Інтернет – це те місце, де люди діють і взаємодіють, іноді дуже дивно і незвично для спостерігача з „реального світу”. Іноді ефекти такого спілкування дуже позитивні, але часом ми робимо речі, які ніколи б не дозволили собі в іншому оточенні і про які пізніше пошкодуємо. Спираючись тільки на заголовки із популярних «жовтих» газет, у людини, яка ніколи не мала досвіду спілкування онлайн, може сформуватися враження, що Інтернет перенаселений людьми з психологічними розладами, божевільними ідеями та незрозумілими мотивами, і що «нормальні» люди повинні ставитися до такого середовища дуже обережно. В той же час десятиліття досліджень людської діяльності і поведінки в різних ситуаціях показують, як незначні зміни в оточенні можуть примусити цих «нормальних» людей поводитися досить незвично і навіть шокує. Хоча ми можемо думати про себе як про добросердих, розсудливих, упевнених у собі або щедрих, ми зазвичай недооцінюємо вплив ситуації на нашу поведінку. Люди, які оцінюють себе на 10 балів з 10 за шкалою «розсудливості», можуть легко втратити цю розсудливість у деяких ситуаціях. Людина, яка вважає себе добросердою і у реальному житті ставиться до людей доброзичливо, може легко вибухнути агресією в палкій Інтернет-суперечці. Психологічні дослідження нагадують нам, що оточення, в якому діють люди, може впливати і дійсно впливає на їх поведінку. При певних обставинах майже кожна людина робитиме ті речі і вчинки, які до того вважала би для себе абсолютно не властивими. Дослідження про актуальну онлайн-поведінку все ще недостатні, хоча ця тема привертає увагу дослідників із багатьох наук та міждисциплінарних областей.

Важливим є вивчити психологічну природу Інтернет-спілкування як комп'ютерно опосередкованого. У зв'язку з цим дослідники в багатьох галузях науки, зокрема психологічної, ще тільки приступають до вивчення природи і суті Інтернету як форми комунікації. М.Моріс і К.Оген [398] указують, що дослідники масових комунікацій переглянули свої погляди на проблему

комунікаційних Інтернет-технологій, зокрема у зв'язку з розвитком Інтернету в окремих його частинах і галузях. Ці останні пов'язані з активністю людей, для яких Інтернет – це хобі, учнів і студентів, а також дослідників та вчених. Виступаючи в ролі неформального засобу спілкування, доступного пару десятиліть тому лише вузькому колу фахівців, Інтернет не привертав уваги психологів. Пізніше його поява як «високих технологій» не привернула уваги більшості вчених-гуманітаріїв і дослідників у сфері соціальних наук. Іншими словами, наукове співтовариство дуже поволі почало усвідомлювати, що Інтернет став за менш ніж чотири десятки років центральною частиною системи масової комунікації.

Разом з тим, не зважаючи на те, що вивчення комп'ютерно опосередкованих комунікацій проводиться вже більше 30 років, у деяких дисциплінах, зокрема у психологопедагогічних, використання отриманих наукових даних стало актуальним тільки зараз. Такі дисциплінарні відмінності впродовж довгого часу перешкоджали тому, щоб учені усвідомили ширший комунікаційний процес у термінології різних наукових шкіл, парадигм і підходів. Наприклад, в психології актуальними є безліч робіт у різномірних галузях психологічної науки, що стосуються міжособистісного спілкування, яке розуміється широко, – починаючи від дискусій з приводу ролі невербальних актів комунікації в соціальній психології до невдач в спілкуванні у співзалежних відносинах, якими займається сімейна і консультативна психологія. Але все-таки слід зазначити, що традиційна психологія приділяє менше уваги опосередкованому спілкуванню.

У зв'язку з цим дослідники в багатьох галузях науки, зокрема психологічної, ще тільки приступають до вивчення природи і суті Інтернету як форми комунікації (О. Байм, В. Барнс, К. Вітті, К. Джоінсон, А.Є. Жичкіна, О. Карр, Л.Ф. Компанцева, А.М. Орлов, Д. Постемес, Г. Рейпс та ін.). У міру того, як більшість комунікацій, що є ключовими в нашому щоденному існуванні,

стають опосередкованими, як у випадку з широким розповсюдженням і застосуванням Інтернету, природа цього опосередкування повинна бути вивченою детальніше.

М.Моріс і К.Оген указують: «З новими технологіями демаркаційна лінія між різними контекстами починає зникати. І неясно, чи є моделі, засновані на традиційних мас-медіа або контекстах безпосереднього спілкування, дотепер адекватними» [394, с.12]. Інтернет створив нові конфігурації класичних вимірювань комунікаційного процесу. Джерела, повідомлення і одержувачі вимагають нового дослідницького дискурсу, щоб переглянути старі визначення. У міру того, як Інтернет став розумітися як засіб масового спілкування, стало очевидним, що ні масовість, ні сама категорія спілкування не можуть бути визначені для всіх ситуацій і контекстів, але натомість повинні постійно переосмислюватися у зв'язку з конкретністю теперішнього моменту. Інтернет – це мультикластерний засіб масової комунікації, що означає множинність різних конфігурацій спілкування. Інтернет змінює властивості традиційної моделі масових комунікацій «джерело – повідомлення - одержувач», іноді оформляючи їх класичний патерн, але в інших випадках формуючи абсолютно нові поєднання.

Інтернет-комунікації в своїй суті є або синхронними, виникаючи симультанно в режимі реального часу, або асинхронними, зокрема у випадках, коли є затримка або відстрочення в реальному часі. Якщо додати до цього класичні вимірювання джерела або відправника, що посиляє повідомлення, і одержувача, а також певну кількість людей, які можуть бути задіяні в цих двох функціях (один-небагато-багато), можна отримати вісімнадцятикоміркову матрицю потенційного Інтернет-спілкування. Проте, вищенаведена побудова не враховує типи можливих повідомлень, але є корисною хоч би для того, щоб окреслити рамки потенційної складності нового засобу масової комунікації. Ілюстраціями до можливих онлайн-комунікацій є нижченаведені:

- 1) Приватна чат-кімната, доступна в багатьох сервісах між двома людьми зі схожими інтересами.
- 2) Приватний обмін електронними листами між батьком і сином.
- 3) Декілька учнів із класу ставлять питання експертові на якусь тему, що зараз обговорюється в учбовому процесі, за допомогою е-пошти на електронну скриньку експерта.
- 4) Мала група схвильованих громадян висилає оголошення про мітинг або зустріч іншим людям, що користуються послугами місцевого Інтернет-провайдера.
- 5) Оголошення більшістю акціонерів корпорації їх процедурної позиції відносно покупки стокових акцій у корпоративному чаті замість проведення щорічних зборів акціонерів.
- 6) Великий програмний комітет конференції зв'язується з потенційним доповідачем електронною поштою.

Не зважаючи на те, що деякі з перерахованих прикладів можуть бути всього лише плодом уяви, стає очевидним, що потенційні комбінації спілкування за допомогою Інтернету є множинними. Ці комбінації не можуть бути просто зведені до вивченого раніше опосередкованого спілкування, одностороннього або ж «лицем-до-лиця». Необхідно досліджувати психологічний вплив Інтернет-спілкування у внутрішньоособовому, міжособовому, і навіть у трансперсональному аспектах.

Інтернет як система управління інформацією для людей створюється джерелами інформації і шукачами інформації. Соціальні дослідники можуть багато що запропонувати для різних учасників цього обміну, щоб забезпечити краще розуміння і функціонування усередині цього нового середовища.

Джерела інформації інвестують не тільки гроші і ресурси, оскільки існує також психологічна ціна їх інвестування. Наприклад, для шукачів інформації додатково до грошових вкладень (оплата доступу до Інтернет) існують ризики

розвитку різного роду технофобій і просто безліч фрустрацій.

Джерела і шукачі інформації також страждають через інформаційну надмірність. Шукачі напевно відчують роздратування через величезну кількість інформації, доступної сьогодні в Інтернеті. Р.Вурман відзначає: «За останні тридцять років виникло більше нової інформації, ніж за попередні п'ять тисяч років. Близько тисячі книг публікується щодня по всьому світу, і загальний обсяг всієї друкарської інформації подвоюється кожні вісім років» [496, с. 32]. Зважаючи на той факт, що ці слова були написані в кінці минулого сторіччя, слід припустити, що сучасне збільшення інформаційного потоку ще стрімкіше і динамічніше.

Структура людської психіки припускає безліч способів боротьби з інформаційним перевантаженням, але зараз ми живемо в епоху інформаційного перевантаження відносно складними типами і видами інформації. Ті самі способи в психіці, які використовувалися в епоху до Інтернету, можуть бути застосовані до нинішніх складніших потоків інформації. Таким чином, в сенсорно-перцептивному процесі саме сенс допомагає фільтрувати тонни надмірної інформації. На цьому складнішому рівні обробки інформації *саме сенсу належить головна роль в подоланні інформаційної тривоги і фрустрації*. Існує також безліч міркувальних евристик, які ми використовуємо для сортування і обробки складної інформації. Хоча вони збільшують розумову ефективність, вони також можуть швидко привести до спотворень. Широта Інтернету може додатково сприяти інформаційному перевантаженню, але вона також може сприяти процесу пошуку значень за допомогою організованих пошукових запитів.

Але не тільки обсяги інформації або технофобія є предметом уваги джерел і шукачів інформації. Л.Гелб [321] указує, що на сайтах, присвячених охороні здоров'я (фізичного або психічного), тип і обсяг накопиченої інформації може вплинути на шукача такої інформації як патогенно, так і

саногенно, з однаковою вірогідністю обох варіантів. Звичайно, ця інформація може допомогти, якщо стосується симптомів, способів лікування або вибору ліків, але та ж сама інформація може збільшити наступні ризики:

- 1) дати необгрунтовану надію;
- 2) пропагувати неточні, ненаукові методи;
- 3) марно витратити час або гроші;
- 4) розвинути непотрібне відчуття провини, страху або гніву;
- 5) погіршити прогнози з причини можливого призупинення або повного припинення курсу лікування;
- 6) призвести до відчуження і/або до відмови від послуг охорони здоров'я і/або від пошуку релевантної інформації.

В деякому розумінні всі ці ризики є частиною процесу пошуку інформації, незалежно від способу і сфери пошуку останньої. Вони зачіпають ширшу проблему того, як ми можемо впоратися і реагуємо на великий обсяг інформації, що доступна нам сьогодні, якщо можемо вийти за рамки відчуття роздратування, яке цей обсяг може викликати.

Соціальне онлайн-взаємодія передбачає, що користувачі вільні проектувати те, що вони хочуть показати іншим. Разом з відносною псевдо-анонімністю онлайн-взаємодії це надає користувачам повну, нічим не стримувану свободу. А.Стоун і Шеннон Маккрей [448] писали про аморфну природу кіберпростору; про фрагментацію фізичного і розмиття соціокультурного контекстів, на які ми звикли покладатися в традиційних ЗМІ. Більшість дослідників розглядають ці характеристики онлайн-медіа в позитивному ключі. Багато досліджень онлайн-взаємодії вказують на можливість дослідження множинності вільного вираження «Я» як звільняючого, емансипаторного досвіду. В той же час ці аспекти віртуального «Я» здатні створити безліч проблем, з якими стикаються віртуальні співтовариства.

Свобода приховувати або створювати заново багато рис віртуального «Я» відкриває шлях до дослідження і вираження багатьох аспектів людського існування. Дослідження віртуальних співтовариств повні історіями вигаданих або прихованих віку, статі, раси, соціального становища; можливості приховати майже будь-який аспект ідентичності. Цей відомий аспект комп'ютерного опосередкованого спілкування вже достатньо описаний в існуючих дослідженнях. Безліч робіт по віртуальних співтовариствах зосередилися на тому, як ці співтовариства дозволяють своїм членам уникнути або отримати досвід втечі від структур „реального” суспільства. Достатньо багато також було написано про аморфну природу віртуального простору: про фрагментацію фізичного, про текстове втілення тіла у віртуальному світі. Проекція «Я» у віртуальне середовище осмислювалась як звільнення «Я» від рамок фізичної дійсності – як відкриття можливостей для досліджень і відкриттів, як щось гідне захоплення і пошани.

Фрагментація індивіда перешкоджає утворенню гнучкого і стійкого онлайн-персонажа. Міжособистісні проблеми вимагають гнучкості для їх подолання. Здатність до компромісу, змін, емпатії і здібності домовлятися – це життєво важливі якості для стійкості і тривалості відносин. Без цих якостей всі відносини є ризикованими. Віртуальна присутність часто може наперед виключати можливість зміни або ж давати шанс таким змінам лише за рахунок їх стабільності і тривалості. В деякому розумінні люди діють подібним фрагментарним чином в професійному реальному світі: багато хто з нас діє неоднаково в службових і особистих ситуаціях. В той же час більшість із цих фрагментарних соціальних ролей об'єднані відчуттям єдиного реального «Я». Зокрема, цій інтеграції сприяє практична неможливість фізичного розділення наших соціальних ролей, що володіють одним і тим же фізичним тілом і однаковою зовні приписуваною ідентичністю. На противагу цьому онлайн-персонажі не є зібраними в одному і тому ж просторі, і з погляду індивіда



помітна явна психологічна відмінність в досвіді буття одного персонажа в порівнянні з іншим. Це психологічна відмінність обумовлена дискретною природою онлайн-простору. Множинні онлайн соціальні простори можуть накладатися на реальну ідентичність учасників, але онлайн персонаж не може бути легко ідентифікований іншими і пов'язаний з особою одного певного фізичного індивіда.

Цей недолік цілісності не припускає гнучкість і можливість домовлятися в процесі взаємодії з іншим онлайн-персонажем. Спектр вираження власного «Я», який може проявляти будь-який одиничний персонаж, багато в чому поступається спектру виражень індивіда в реальному світі, тоді як сукупна психосоціальна множина персонажів, керованих однією фізичною особою, може багато в чому перевищувати різноманітність її досвіду в реальному світі. У реальному світі наша множинність – безліч наших настроїв і мінливих думок – це те, що обумовлює індивідуальну психічну стійкість і створення гнучкої та життєздатної культури. Віртуальні співтовариства часто заохочують множинність, але не гнучкість, коли кожен окремих персонаж наділений обмеженим, слабкомінливим соціальним діапазоном.

Віртуальне спілкування і віртуальна мова наділені спонтанністю і миттєвістю традиційного недокументованого, усного публічного виступу, але також характеризуються стійкістю письмового документу. Головна характеристика гарячих дискусій (flamewars) – цих інтенсивних, уїдливих обмінів повідомленнями, які регулярно виникають в онлайн-середовищі, – це швидкість, з якою індивіди поляризуються і фіксуються на своїх точках зору. Онлайн ми є тим, що ми пишемо; цей зв'язок є набагато більш вираженим і незмінним, ніж навіть те, що ми можемо сказати в особистому спілкуванні. Онлайн дуже легко проявити себе в захисті тих або інших положень, які можуть вважатися абсолютно немислимими до обговорення або досить незручними для їх підтримки в реальному світі. Так само набагато легше критикувати подібні

положення шляхом образ на адресу особи, що висловила їх, аніж це можливо зробити поза віртуальним простором.

У нормальному перебігові повсякденного життя ми часто допускаємо неточності у власній мові. Ми проявляємо впевненість, коли у нас є тільки припущення; звертаємося до авторитетного джерела, в той час, як насправді ми ледве-ледве пам'ятаємо фрагмент статті із старого журналу; упевнені в чомусь, коли у нас є тільки особиста думка. Онлайн-діалоги діють у цих же неформальних і неточних межах, проте у них так само є стійкість формальної письмової репліки. Часто в гарячих дискусіях учасників закликають до пред'явлення посилань і документів, і нерідко раніше висловлені слова якогось з учасників використовуються як цитата для того, щоб виставити в невігідному світлі їх автора. Старі слова і репліки можуть бути знов викликані до життя, щоб переслідувати їх творця, якого ставлять в незручне становище, примушуючи захищати ці положення або відмовитися від них. Неформальні усні діалоги, зокрема саркастичні, спираються на неточність і припускають гнучкість; формальна письмова дискусія припускає жорсткість і відстежуваність – онлайн дискусія діє в своїй колишній манері усних дебатів, але ускладнена своєю ж власною самодокументованою природою. Ми не можемо бути гнучкими, коли існує легко відстежувана документованість наших слів, яка перетворює подібну гнучкість на лицемірство. Виниклі з цієї негнучкості моменти алогічності виражаються у ворожості палких учасників дискусії, які вимушені стикатися з власними словами і виразами і часто демонструють відверто комічні мовні звороти на захист останніх. При таких обставинах учасник, що програє в суперечці, може захотіти уникнути суперечки, і природа онлайн-взаємодії робить таку втечу легкою і вільною від наслідків. Таким чином, окремий віртуальний персонаж дуже прив'язаний до частковості, окремішності тієї грані реального «Я», яку він проектує, і в тій же мірі не прив'язаний до стійкості цієї грані.

Структура віртуальних співтовариств створює атомізовані простори і атомізовані «Я». Розсосереджена структура соціально розділених світів, населених психологічно розділеними персонажами, породжує відчуття того, що множинні прояви «Я» існують тільки для одного типу взаємодій. Множинність в цьому випадку чинить опір плинності, оскільки учасники бачать сенс створення різних персонажів, що відображають різні грані «Я», в тому, щоб не об'єднувати різні типи дій і протидій в одне і те ж «Я».

В цілому проблематика психологічних досліджень Інтернету не може не вийти на тему залежності особи від проведення часу в мережі [15]. Очевидно, існує розуміння того, що Інтернет мотивує людей до такої поведінки, яка недоступна їм в реальному житті. В межах онлайн-співтовариства ці відмінності в поведінці виражаються у використанні і розвитку таких термінів, як «флейм» і «флейм-війни». Також численні джерела, що звертаються до проблем мережевого етикету, підкреслюють важливість псевдографічних зображень, функцією яких є письмове вираження засобів невербальної комунікації в реальному житті (емотиконів або смайликів).

Вищевикладені аргументи дозволяють нам сформулювати певні попередні висновки. Свобода приховувати або створювати грані віртуального «Я» дає можливість більшого розвитку, дослідження і вираження власного самозвеличання. В більшості випадків зняття обмежень характеризується як віртуальна свобода. Проекції «Я» у віртуальний світ описуються як створення можливостей для досліджень і відкриттів. Разом зі всім позитивним потенціалом подібного відтворення «Я», переосмисленням і звільненням, історії відносин у віртуальних співтовариствах також містять темні тони. Онлайн-взаємодія може викликати збентеження і нерозуміння; онлайн-співтовариства можуть бути місцями зради, ворожнечі і роз'єднання. Розсосереджені простори і фрагментарні проекції «Я», мабуть, так і залишаться необхідною частиною онлайн-досвіду. З одного боку, досвід у реальному світі може набагато

перевищувати можливості і особливості самореалізації одного персонажа. Але з іншого боку, досвід створення і відтворення різних граней власного реального «Я» у віртуальному світі за допомогою управління множинними персонажами в різних онлайн-спільнотах може бути набагато різноманітнішим за реальний життєвий досвід, де всі соціальні ролі людини жорстко прив'язані до її фізичної тілесності і соціальних атрибутів.

### **1.3. Гендерні аспекти використання Інтернету**

Інтернет було проголошено електронною агорою – місцем зустрічі, де, звільнені від обтяжень комунікації „лицем до лица”, люди могли зустрічатися та взаємодіяти як рівні, незважаючи на відмінності у національності, соціальному статусі, расі, гендері та інших соціальних чи фізичних атрибутах. Інтернет наймовірніше розширює потенціал комунікації з тими людьми, з якими за інших обставин людина ніколи б не зустрілася. Інтернет також може вирівнювати соціальний статус між індивідами, оскільки характеристики ідентичностей, наявні у спілкуванні „лицем до лица”, не обов'язково та далеко не повністю переносяться у Інтернет-комунікації. Однак мусимо зауважити, що Інтернет не є повністю демократичною агорою, де люди взаємодіють онлайн на однакових підставах. Для початку, доступ до цієї електронної агори обмежений фінансовими міркуваннями, а навіть ті, хто може собі дозволити оплатити доступ до Інтернет, може мати недостатньо підготовки, компетенції чи зацікавлення у залученні до онлайн. Демографічно Інтернет не є репрезентативним щодо всього суспільства. Інтернет-користувачі, в середньому, є фінансово заможнішими, краще освіченими, молодшого віку і, ймовірно, чоловіками, аніж генеральна сукупність населення [278; 357]. Міркування фінансового характеру, компетенції та підготовленості можуть деякою мірою пояснювати диспропорцію у тому, що Інтернет-користувачі є в

середньому, є багатшими, краще освіченими та молодшими, але не пояснюють, чому жінки менш схильні використовувати Інтернет, ніж чоловіки.

Доступ та використання Інтернету має важливі фінансові та професійні вигоди. Наприклад, багато компаній використовують Інтернет для пошуку персоналу. Дж. Катц і П. Аспен вважають: „До тієї міри, у якій жінки виключені з та недопредставлені у Інтернеті, вони так само обділені економічними вигодами, які може принести така участь” [356]. Люди, які використовують комп’ютерно опосередковані комунікації, зазвичай отримують більш точну політичну, професійну, економічну та бізнесову інформацію, аніж ті, хто такого доступу не має. В організаціях та на підприємствах працівники, які регулярно використовують Інтернет, демонструють більшу обізнаність про організацію, аніж ті, хто Інтернет не використовує. Р. Краут і П. Атвел зазначають, що 87 % Інтернет-користувачів зазначають, що Інтернет надає їм більш ефективний доступ до інформації, потрібної їм у повсякденній професійній діяльності, а 77 % згодні, що доступ онлайн допомагає їм бути більш продуктивними у своїй роботі [371].

Таким чином, доступ до Інтернет може стратифікувати людей на інформаційну еліту і тих, хто не має доступу до інформації. Це, у свою чергу, може посилити економічні та культурні відмінності між тими, хто має у своїй власності комп’ютер та тими, хто його не має. Дж. Катц і П. Аспен називають стратифікацію між тими, хто має Інтернет-доступ, та тими, хто не має, цифровим поділом: „Багаті будуть ставати ще багатшими також у термінах інформатизації. Інформаційно бідні будуть ставати ще біднішими, оскільки урядові установи, органи місцевого самоврядування та корпорації будуть переміщати ресурси від звичайних каналів комунікації цих людей у Інтернет” [357].

Інтернет також пропонує користувачам широкі можливості для соціальних та професійних зв’язків як з тими, кого вони знають у реальному

житті, так і з тими, кого вони зустрічають вже онлайн. Ці онлайн соціальні зв'язки можуть покращувати професійні контакти і надавати доступ до професійної, економічної, політичної та іншої інформації. Утворення соціальних груп в Інтернет не обмежене і не зводиться лише до кар'єрних потреб та інтересів. У сучасних соціальних мережах є багато груп для тих, хто хоче відшукати людей зі спільними інтересами та потребами у щонайширших сферах людського життя.

Захоплення наукою та технологією є стереотипно чоловічим. Крос-культурні дослідження показали, що у порівнянні з чоловіками жінки більш ймовірно є технофобними, менш ймовірно технофільними, сприймають менше переваг нової технології і мають менше досвіду у новій технології. Страх технології збільшує опір її прийняттю та засвоєнню, у тому числі комп'ютерних технологій та Інтернет [489; 389; 337].

Історично корені чоловічого домінування у науці та технології глибокі. У давні часи жінкам був заборонений доступ до науки та технології. Навіть у новітній час ці сфери залишалися переважно чоловічими, і жінок всіляко дестимулювали від участі у науці та технології. Хоча з тих часів відсоток жінок у науці значно зріс, жінки все ще залишаються меншістю у високотехнологічних сферах, таких, як комп'ютери та інформаційні технології. Наприклад, студентки з тієї чи іншої спеціальності, пов'язаної з комп'ютерними чи інформаційними технологіями, відзначають почуття ізольованості від колег-чоловіків та викладачів чоловічої статі, які мають відмінні цінності та інтереси [419]. Інші причини включають в себе соціалізацію та гендерно-рольові стереотипи.

Серед дітей не спостерігається значної різниці між хлопчиками та дівчатками у набутті комп'ютерного досвіду дома чи в початковій школі, і хлопчики та дівчатка демонструють однаковий рівень володіння комп'ютерами до семи років. Однак з семи років хлопчики починають випереджати дівчаток в

опануванні комп'ютером, і ця різниця поглиблюється у старшій школі. Батьки купують комп'ютери чи комп'ютерне обладнання для хлопчиків удвічі частіше, ніж для дівчаток, і хлопчики проводять вдома більше часу за комп'ютером, ніж дівчатка. У ВНЗ молоді чоловіки більш схильні витратити перші самостійно зароблені гроші саме на власний комп'ютер, аніж це схильні зробити дівчата. Навіть у громадських місцях чоловіки більш схильні використовувати комп'ютер у вільний час, аніж жінки. Тому не дивно, що, починаючи з дитячих років аж до випуску з ВНЗ, чоловіки проводять більше часу за комп'ютером, ніж жінки, і в загальному мають більш розвинені навички і рівень знань у сфері комп'ютерів. Ця різниця виявляється особливо великою, якщо з тих чи інших причин використання комп'ютерів не було доступним у загальноосвітній школі.

У дорослому віці чоловіки використовують комп'ютер більше за жінок, якщо виключити пов'язану з роботою обробку текстів та звітну бухгалтерську діяльність. В.Фріссен зазначає: „Коли жінки використовують комп'ютери на роботі, це зазвичай менш оплачувана та менш престижна робота, пов'язана з набором текстів у офісах, у той час як чоловіки набагато більше представлені на високооплачуваних посадах, таких як дизайн і програмування” [315, с. 67].

Загальні патерни схожі до тих, що мали місце у дитячому та підлітковому віці. Чоловіки більше за жінок схильні мати та використовувати комп'ютер вдома, використовувати більше комп'ютерних програм та широко застосовувати комп'ютер для організації дозвілля [269]. Чоловіки більш обізнані в комп'ютерах і демонструють більше інтересу до комп'ютерної діяльності, на зразок читання статей та журналів, пов'язаних з комп'ютерами. Чоловіки будь-якого віку демонструють більш складні прийоми у володінні комп'ютером і легше залучаються до таких діяльностей, як програмування.

Хоча не існує нічого таємничого у комп'ютерній технології, що б відваджувало жінок від використання комп'ютерів, навколо комп'ютерна культура переважно належить чоловікам [465]. З раннього віку діти

соціалізуються у високостереотипізованій щодо гендеру культурі, у якій комп'ютерні ігри та освітні програми відображають гендерні установки та стереотипи [341]. Комп'ютерні ігри можна розглядати як рушії, через які у дітей відбувається ініціація та при звичаєння до комп'ютерної культури. Не дивно, що більшість комп'ютерних ігор створені чоловіками для хлопчиків, і переважно висвітлюють чоловічі теми екшену, пригод, насильства, спорту та змагальності. Комп'ютерні ігри можуть бути описані як мізогінні (жінконенависницькі), персонажі яких відображають гіпертрофовані гендерні стереотипи мачо, доміантних чоловіків та субмісивних або сексуально пасивних жінок. Гравці в комп'ютерні ігри не тільки навчаються сприймати комп'ютер як іграшку, але й набувають досвіду володіння комп'ютером.

Комп'ютер став іграшкою не тільки для хлопчиків, чоловіки є переважними користувачами комп'ютера у будь-якому віці, і навколо користування комп'ютерами розвинулася стереотипна маскулінна культура. Дівчата та жінки, які намагаються ввійти у цей світ, часто відзначають почуття ізольованості та наляканості і скаржаться, що вони не можуть соціалізуватися у цій спільноті. Навіть ті, хто напряду не пов'язаний зі спільнотою користувачів з високими навичками володіння комп'ютером, можуть сприймати цю технологію як чоловічу.

Логічно припустити, що досвід використання комп'ютера, навички та установки впливають на Інтернет-досвід та Інтернет-навички та вміння. П.Шумахер і Дж.Морахан-Мартін [393] з'ясували, що як для чоловіків, так і для жінок рівень комп'ютерної компетентності не тільки впливав на комп'ютерний досвід та поведінку, але також і на рівень Інтернет-компетентності, зручності, досвіду та поведінки. Гендер та вік сильно визначали використання Інтернету. Чоловіки та підлітки були більш активними користувачами Інтернету, ніж жінки та дорослі. Підлітки чоловічої статі були найбільш активними користувачами, проводячи у 10 разів більше часу, ніж ті, хто виходить онлайн



найменш часто.

Дослідження гендерних відмінностей в Інтернет-поведінці та установках перегукується з дослідженнями комп'ютерної поведінки та установок, припускаючи кореляцію між першим та другим. Чоловіки використовують Інтернет довше та заходять онлайн частіше, аніж жінки. Чоловіки почуваються більш компетентно за зручно при використанні Інтернету, аніж жінки. Кореляція рівня комп'ютерної компетентності з Інтернет-досвідом, щоденним та щотижневим використанням Інтернету та поведінкою в Інтернет є приблизно однаковою як для чоловіків, так і для жінок. Жінки відзначають більший рівень складності у пошуку інформації, ніж чоловіки. Так само, як при використанні комп'ютера офлайн, чоловіки використовують більше Інтернет-додатків та каналів комунікації, і роблять це з більшою різноманітністю причин, аніж жінки. Виняток зз вищенаведеного становить використання Інтернету для пошуку інформації щодо подорожей та інформації в сфері медицини й охорони здоров'я. Останнє, скоріш за все, пояснюється традиційною піклувальною роллю жінок.

Чоловіки також більше схильні до шопінгу онлайн, що контрастує з традиційним жіночим домінуванням у споживацькій економіці реального світу. Це може відображати як більший чоловічий комфорт в Інтернеті, так і більшу спрямованість продуктів, що пропонуються онлайн, на високі технології.

Перспективною для досліджень ділянкою вивчення гендерних відмінностей є те, як чоловіки та жінки відрізняються у використанні дискусійних Інтернет-груп, таких як чати та форуми. Д.Тепскот [457] вважає, що Інтернет відкриває перед дівчатами нову арену, яка відповідає їхнім традиційним ігровим патернам. Спираючись на дослідження Л.Тарулло [458] щодо гри та ідентичності у дітей, він стверджує, що „традиційні ігрові патерни у дівчат залежать від взаємних міжособистісних зв'язків” [457, с. 167]. У грі дівчата „хочуть досліджувати стосунки і складні наративи, що описують ефекти

цих стосунків” [457, с. 182]. Дівчата відшуковують свою ідентичність шляхом зв’язку з іншими, у той час як хлопчики відшуковують власну ідентичність через відрізнення себе від інших. Згідно з Д.Тепскотом, „ці дві орієнтації і два принципові способи конструювання стосунків не є ніде більш чітко видними, як у кібергрі” [457, с. 168], де хлопці можуть відігравати власні потреби у багатокористувацьких онлайн-іграх, а дівчата – у чат-кімнатах та онлайн-соціальних клубах та форумах, у наповнення яких вони вкладають власні ресурси, зокрема час. Д.Тепскот вважає, що ігрові спільноти, які дівчата будують онлайн, виникають за зразками тих спільнот, які вони створюють у реальному житті серед однокласників та однолітків. В обох випадках ключовим фактором є соціальна цінність діалогу та спільної участі. Інтернет додав до цих привабливих рис можливість мати потенційно необмежену кількість друзів та співрозмовників. Звичайно, хлопці теж утворюють спільноти онлайн і користуються чатами та форумами, але Д.Тепскот вважає, що дівчата використовують їх більше. На жаль, не існує ґрунтовних досліджень, які б стосувалися використання дітьми чат-кімнат та соціальних мереж, але таке дослідження напевне варто провести. Зокрема, варто звернути увагу на використання Інтернет-форумів, чатів та соціальних мереж (синхронних та асинхронних форм) дітьми, яким не виповнилося 14 років (віку, з якого на більшості соціальних мереж та форумів дозволена реєстрація користувача). Оскільки у сучасному українському суспільстві діти можуть мати доступ до комп’ютера та Інтернет ще з дошкільного віку, то неминучим є масова участь у соціальних мережах дітей, які змушені видавати себе за підлітків. Це неминуче призводить до дифузії вікової та соціально-рольової ідентичності.

Нинішнє панування чоловіків у Інтернеті є продовженням маскулінної комп’ютерної культури. Перші користувачі Інтернету переважно були науковцями, математиками і технічно освіченими людьми здебільшого чоловічої статі, що вплинуло на образ Інтернет-культури.

Флеймінг, сексуальні домагання і онлайн-порнографія є аспектами Інтернет-культури, що їх жінки можуть вважати шокуючими та ворожими, а чоловіки сприймають толерантно. Керол Гіліган [323] стверджує, що відмінності у соціалізації призводять до гендерних відмінностей у ідентичності. Жіноча ідентичність центрована навколо взаємних міжособистісних зв'язків та стосунків, а чоловіча ідентичність робить наголос на відокремленні та незалежності. Дебора Таннен зазначає, що жінки „чують та говорять мовою зв'язку та близькості” [455, с. 42], де розмови ведуться „як перемовини щодо близькості, у яких люди намагаються отримати і надати підтвердження та підтримку і досягти консенсусу” [455, с. 25]. Жіноче мовлення більш інклюзивне, але менш пряме, влаштоване так, щоб уникати суперечок та конфронтацій. На противагу цьому чоловіки чують та говорять мовою статусу та незалежності, вони взаємодіють між собою „як індивіди у ієрархічному соціальному порядку” [455, с. 24], використовуючи діалоги для покращення статусу, збереження незалежності та демонстрації знань та вмінь.

Сьюзан Герінг [340] розширила роботу Д.Танен для дослідження онлайн-поведінки та мовлення. Як і у комунікації „лицем до лица”, полюси зв'язку та статусу відрізняють чоловіків та жінок онлайн. Аналізуючи онлайн-форуми та дискусійні групи, С.Герінг виявила, що жіночі повідомлення були більш підтримуючими і делікатними, у той час як чоловічі повідомлення були конкурентними, антагоністичними, недружніми. Жіночий стиль підтримки включав у себе „вирази поцінування, подяки та спільної участі, що дозволяли іншим учасникам відчувати себе доброзичливо прийнятими” [340, с. 4]. Жіноча делікатність включала „обережні вислови, вирази сумніву, вибачення, постановку запитань і внесення ідей у формі запитань” [340, с. 8]. На противагу цьому, чоловічий конкурентний стиль онлайн включав повідомлення, що містили „сильні, іноді образливі припущення, провокативні зауваження, довгі та/або часті повідомлення, саморекламу та сарказм” [340, с. 12].

Інші дослідники, які скористалися напрацюваннями С.Герінг, прийшли до схожих результатів. Дж.Пріс [413] дослідила комунікативні патерни в онлайн-групі медичної самодопомоги і з'ясувала, що жінки як звертаються за емпатичною допомогою, так і надають її самі, набагато частіше і більш явно, аніж чоловіки. На противагу цьому повідомлення чоловіків були набагато більш фактуальними та інформативними, ніж у жінок. Дж.Пріс також з'ясувала, що жінки більш доброзичливі до нових учасників групи і більш схильні відповідати на теми, започатковані іншими, аніж чоловіки.

Гендерний склад дискусійних груп впливає на комунікативні патерни онлайн. В.Савіцький, Д.Лінгенфельтер та М.Келлі [433] проаналізували повідомлення у 27 онлайн-дискусійних форумах. Як і передбачалося у дослідженні С.Герінг, вони з'ясували, що групи, де переважну більшість учасників становили чоловіки, використовували більш імперсональне, факто-орієнтоване мовлення і містили більше закликів до дії. Однак не було помічено виразної різниці у гендерному складі у питаннях флеймінгу, провокативної поведінки і повідомлень, спрямованих на підвищення статусу. На противагу цьому, учасники груп з переважною більшістю жінок були більш схильні до саморозкриття та робили частіші і ґрунтовніші спроби, щоб послабити напругу у груповій комунікації. Однак ці дослідники не зафіксували виразної різниці у вираженні власної думки, висловленні вибачення, постановці запитань чи використанні займенників „я”/”ми”, як передбачало дослідження С.Герінг. Інше дослідження цих авторів стосувалося впливу гендерного складу у групах, що використовують асинхронні комп'ютерно опосередковані комунікації. Автори з'ясували, що члени виключно чоловічих груп менше схильні використовувати займенник „я”, а кажуть „ми”; менше схильні змінювати свою думку; використовують більш грубе мовлення і менш орієнтовані на групові процеси. На противагу цьому члени виключно жіночих груп здебільшого використовували індивідуально орієнтоване мовлення. Змішані групи

знаходяться посередині у використанні індивідуального чи колективно орієнтованого мовлення та мірою важливості для учасника внутрішньогрупових процесів. Це дослідження підтверджує, що гендерний склад групи впливає не тільки на мовлення учасника, але й також на орієнтацію щодо групової комунікації.

Лінгвістичні відмінності призводять до різної комунікативної онлайн-етики серед чоловіків та жінок. У опитуванні учасників восьми Інтернет-форумів С.Герінг з'ясувала, що жінки цінують гармонічні міжособистісні взаємодії та „увагу до бажань і потреб іншого” [340, с. 9], в той час як чоловіки цінують індивідуальну свободу, включаючи „свободу від цензури, право на вільне вираження та обговорення (дебати) як засіб покращення знань, вмінь та статусу” [340, с. 11]. Жінки роблять більш ввічливі твердження онлайн. Неконформтаційні, підтримуючі повідомлення, що їх жінки розглядають як вдумливі, чоловіки сприймають як брак знань і уникання вираження своєї позиції. Конкуруючі повідомлення, що їх чоловіки сприймають як прийнятні, жінки розглядають як ворожі, грубі та неконструктивні. Ці етичні відмінності призводять до чоловічої домінатності та жіночої субмісивності онлайн. У своїх екстремальних виявах ці відмінності призводять до того, що чоловіки більш часто ініціюють флеймінг самі і толерантно сприймають ініціювання флеймінгу іншими, в той час як жінки відзначають, що флеймінг лякає їх і знижує мотивацію участі у тій чи іншій темі або ж форумі в цілому.

Чоловіче домінування в Інтернеті узгоджується з загальними лінгвістичними патернами. Чоловіки більше за жінок схильні говорити в різногендерних групах і перебивають жінок частіше, ніж жінки чоловіків. Д.Таннен наголошує: „З раннього дитинства чоловіки використовують розмову як спосіб привернути та утримати увагу і почуваються більш комфортно, мовлячи у більших групах, що складаються з великої кількості людей, яких чоловіки знають менше” [456, с. 88]. Онлайн, коли жінки намагаються

досягнути рівного ставлення до них у спільнотах, де домінують чоловіки, їх ігнорують, висміюють або критикують, що спонукає жінок до меншої участі у дискусіях або до уникання онлайн-спілкування. Герінг зазначає, що коли жінки пишуть більше повідомлень в групі, ніж чоловіки, чоловіки відповідають сердито і дехто з них погрожує вийти з групи. Це дослідження узгоджується з положенням Д.Спендера [442], що коли жінки говорять більш ніж 30% часу, їх сприймають як домінуючих. Чоловіче домінування в онлайн-дискусіях впливає на вибір тем обговорення, на започаткування тем, а також на розвиток започаткованих тем, що може бути ще однією з причин, чому жінки уникають певних дискусійних груп або окремих тем в межах однієї групи.

Р. Резнік та Андерсон [425] провели дослідження того, що жінки хочуть мати в своїх власних спільнотах. Жінки очікують, що чисто жіночі групи даватимуть їм можливість висловлюватись без того, щоб їх перебивали, з меншим рівнем конфронтації та більшим рівнем підтримки. Жінки очікують, що в чисто жіночих групах вони почуватимуться більш безпечно та комфортно.

Вище ми зазначали про деякі негативні аспекти чоловічої онлайн-поведінки, як, наприклад, більша схильність чоловіків до прийняття і толерування мови та висловів агресивної та конфліктної природи. Дослідження онлайн-поведінки та комп'ютерно опосередкованої комунікації показали, що анонімність та відсутність взаємодії „лицем до лица”, що має місце в Інтернеті, може стимулювати дезінгібіцію, яка, в свою чергу, допомагає зменшенню міжособистісної напруги і може бути причиною флеймінгу та інших форм недружньої поведінки онлайн. З іншого боку, дезінгібіція також сприяє полегшенню міжособистісних комунікацій, даючи багатьом учасникам можливість легше ділитися інтимними аспектами життя, чого вони не можуть собі дозволити в інших формах комунікації. Інтернет-комунікація в чатах, дискусійних групах та форумах дозволяє учасникам спілкуватися в умовах відносної анонімності та безпеки з тими людьми, з якими вони не взаємодіють у

повсякденному житті. Для чоловіків це може допомогти їм позбутися стереотипних гендерних приписів стосовно заборони емоційної відкритості та емпатії без страху стигматизації. Пріс з'ясувала, що чоловіки менше за жінок проявляють емпатію в усіх досліджених медичних групах самопомоги. Дж.Вальтер і Р.Бойд [484] з'ясували, що жінки вище оцінюють анонімність онлайн-груп, ніж чоловіки, однак немає різниці між чоловіками та жінками у сприйнятті переваг соціальної дистанції або полегшення міжособистісних стосунків. Р. Шумахер і Дж. Морахан-Мартін [393] виявили, що в порівнянні з жінками чоловіки більш схильні розкриватися онлайн, вони більше є самими собою, більше діляться таємницями з інтимної сфери, відчувають більше радості та задоволення від спілкування з людьми і заводять більше друзів онлайн (ці показники є відносними стосовно показників в реальному житті).

Росте покоління дітей, для яких Інтернет та комп'ютери є частиною соціальної реальності з раннього віку. В цілому ці діти більш сприятливо орієнтовані до комп'ютерів та нових технологій, аніж дорослі. Як ми вже писали раніше, гендерні відмінності у використанні Інтернету є набагато менш вираженими у дітей, ніж у підлітків та дорослих. Як зазначають А.Кантор та М.Ньюбарт [354], це покоління є розділеним соціоекономічно на тих, хто має комп'ютер та тих, хто його не має, і те саме стосується Інтернет-доступу. Як зазначає Д.Тепскот, значення комп'ютерів та Інтернету для цих дітей є відмінним від старших поколінь [457]. Ці діти сприймають комп'ютер та Інтернет як частину власного оточення і не вважають ні комп'ютер чи Інтернет чудом технологій, як це може робити старше покоління. Навіть ті підлітки, які не мають комп'ютера та/або доступу до Інтернет вдома, в опитуваннях відповідають, що частіше використовують Інтернет, аніж дорослі в їх власних родин.

Дівчата можуть приходити в Інтернет, оскільки він пропонує нові канали комунікації. Як зазначалося раніше, Тепскот відмічає, що Інтернет пропонує

нові можливості гратися онлайн для дівчат, використовуючи чат-кімнати та соціальні мережі, таким чином зменшуючи гендерні відмінності, які виникають з переважного використання хлопцями комп'ютера та Інтернету.

Жінки розглядають Інтернет як рушій комунікації. Існує великий потенціал у використанні жінками Інтернету як комунікативного середовища для підтримки, пошуку інформації та утворення спільнот. Дослідження показують, що значною соціальною цінністю для жінок є анонімність. Жінки висловлюють і втілюють бажання власних онлайн-спільнот і створили багато сайтів, форумів та дискусійних груп тільки для жінок. Легкість доступу та використання Інтернет може сприяти більшій жіночій участі в інших сферах Інтернету, особливо тих, що стосуються економії часу – наприклад, шопінг, банківська справа, пошук потрібної інформації та планування щоденної рутини.

Хоча названі фактори можуть збільшити жіноче використання Інтернет, інші фактори можуть продовжувати стримувати жіночу участь. Відмінності між жіночим та чоловічим використанням Інтернет походять з лінгвістичних відмінностей, готовності до активної участі у конфлікті та толеруванні конфлікту, неоднаковій зосередженості на внутрішньогрупових процесах. Ці фактори можуть знеохочувати жінок до участі в дискусійних групах та міжгендерних соціальних онлайн-взаємодіях.

### **Висновки до I розділу**

Аналіз представлених у науковому просторі досліджень, зорієнтованих на означення специфіки та потенціалу використання Інтернет-комунікації (С. Дацюк, Д.В. Іванов, Ж. Ланьє, Н. Форман, Ф. Хемміт, С.Г. Чуйкова, В.В. Шевченко та ін.), дозволяє визнати найбільш активним і агресивним у нових вимірах психосоціальної системи «інформаційне суспільство – особистість» вплив такого посередника як засоби масової інформації, і зокрема – Internet.



Доведено, що сучасні інформаційно-комунікаційні Internet-технології відкривають для людини надзвичайні перспективи, надаючи можливості доступу до різновекторної інформації, що дозволяє набути соціальних знань, накопичити соціальний досвід, сформулювати життєві перспективи і завдання, реалізувати особистісний потенціал у найкоротші терміни. Водночас інформаційне суспільство привносить чисельні ризики і небезпеки у життя людини (труднощі опрацювання колосальних обсягів інформації, проблеми орієнтування у інформаційних потоках, імовірність маніпулювання свідомістю і поведінкою тощо).

Констатовано, що інформаційна сфера в епоху постмодернізму є системоутворювальним фактором життя сучасної людини. Специфічними ознаками віртуального комунікативного простору і опосередкованої комп'ютером міжособистісної взаємодії у науковій спільноті (О.П. Белинська, С.В. Бондаренко, А.Є. Войскунський, А.Є. Жичкина, В.Ю. Нестеров, О.К. Тихомиров, О.Б. Скородумова, Дж. Салер, В. Фріндте та ін.) визнаються такі, як соціальність, «буттєвість», анонімність, «карнавалізація» взаємодії, емоційна насиченість, доступність, відсутність тілесності, трансформація просторових і часових координат.

У площині означеного Інтернет розглядається як мультикластерний засіб масової комунікації, що детермінує множинність різних конфігурацій спілкування. Інтернет змінює властивості традиційної моделі масових комунікацій «джерело – повідомлення – одержувач», іноді оформлюючи їх класичний патерн, але в інших випадках формуючи абсолютно нові поєднання. Інтернет-комунікації в своїй суті є або синхронними, котрі виникають симультанно в режимі реального часу, або – асинхронними, зокрема у випадках, коли є затримка або відтермінування у реальному часі.

Проекції «Я» у віртуальний світ описуються як створення можливостей для досліджень і відкриттів. Розсосереджені простори і фрагментарні проекції

«Я» визнаються необхідною частиною онлайн-досвіду. З одного боку, досвід у реальному світі може набагато перевищувати можливості і особливості самореалізації одного персонажа. Але з іншого боку, досвід створення і відтворення різних граней власного реального «Я» у віртуальному світі за допомогою управління множинними персонажами в різних онлайн-спільнотах може бути набагато різноманітнішим за реальний життєвий досвід, де всі соціальні ролі людини жорстко прив'язані до її фізичної тілесності і соціальних атрибутів.

Детально розглянуто гендерні аспекти використання Інтернету.

Виявлена більша схильність чоловіків до прийняття і толерування мови та висловів агресивної та конфліктної природи. Дослідження онлайн-поведінки та комп'ютерно опосередкованої комунікації показали, що анонімність та відсутність взаємодії „лицем до лица” в Інтернеті може стимулювати дезінгібіцію, яка, в свою чергу, допомагає зменшенню міжособистісної напруги і може бути причиною флеймінгу та інших форм недружньої поведінки онлайн. З іншого боку, дезінгібіція також сприяє полегшенню міжособистісних комунікацій, даючи багатьом учасникам можливість легше ділитися інтимними аспектами життя, чого вони не можуть собі дозволити в інших формах комунікації. Чоловікам це може допомогти позбутися стереотипних гендерних приписів стосовно заборони емоційної відкритості та емпатії без страху стигматизації.

Виявлено також, що жінки розглядають Інтернет як рушій комунікації. Дослідження доводять, що значною соціальною цінністю для жінок є анонімність. Жінки висловлюють і втілюють потреби власних онлайн-спільнот у різних аспектах інтернет-комунікації.

## **РОЗДІЛ II. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВІРТУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

У розділі здійснюється аналіз різних теорій для пояснення комп'ютерно опосередкованих комунікацій, зокрема, теорій відфільтрованих сигналів, досвідних, перцептивних теорій та теорій міжособистісної адаптації. Висвітлено результати емпіричного вивчення психологічних особливостей міжособистісного спілкування студентів за посередництвом використання Інтернет-технологій.

### **2.1. Теорії відфільтрованих сигналів для пояснення комп'ютерно опосередкованої комунікації**

Системи комп'ютерно опосередкованої комунікації у різноманітних формах стали всеосяжною цілісністю для ініціації, розвитку та підтримки міжособистісних стосунків. Ці системи мають стосунок до формування обрисів комунікації майже у будь-якому контексті стосунків. Ми можемо спостерігати чи брати участь у розмовах великої кількості соціальних діячів – від повідомлень у твіттері фахівців, яких ми ніколи не зустрічали до окремого сімейного блогу, і від написання повідомлень ледь знайомій людині у соціальній мережі до домовленостей з чоловіком і дружиною, хто буде забирати дітей з дитсадка, чи е-мейл перепрошувань за вчорашню бурхливу сварку. Люди використовують властивості цих медіа, аби справити найкраще враження про себе, привернути увагу чи навпаки, відвадити від себе небажаних співрозмовників [462]. Учасники комп'ютерно опосередкованих комунікацій постійно формують та реформують свої враження та оцінки інших онлайн, від міркувань, кому слід довіряти у дискусіях на форумі [467], до оціночних суджень про друга, який змальовує себе онлайн у такий спосіб, який не дуже

відповідає його поведінці у реальному житті. Хоча багато людей сприймають повідомлення у соціальних медіа як тривіальні та банальні, але якраз таким є все те, чим підтримуються міжособистісні стосунки [306; 461].

Існує багато методологічних підходів, що використовуються при вивченні комп'ютерно опосередкованих комунікацій та соціальних взаємодій. Великомасштабні, складні дослідження підраховують, що люди роблять онлайн та що вони говорять про це (наприклад, [355]; the Pew Internet & American Life Project на <http://pewinternet.org/>). Існують збірники метафор, які визначають онлайн-досвід шукачів побачень через Інтернет [338] та інтерпретативні інсайти у групах молодих людей про те, що вони зараз роблять онлайн, і що це означає [279]. Чимало вже опублікованих та підготованих до друку робіт торкаються різних аспектів міжособистісної взаємодії онлайн, включаючи роботи таких авторів, як Я. Амічай-Гамбургер [267], Н. Байм [274], А. Джоінсон, К. Маккена, Т. Постемес та У. Рейпс [351], Є. Коніджн, С. Утз, С. Таніс та М. Барнс [368], З. Папачаріссі [402], М. Вітті та Р. Карр [492], а також К. Райт та Л. Веб [494]. Будь-який з цих підходів демонструє частковий, фрагментарний погляд на мінливий ландшафт міжособистісних комунікацій та комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Жоден дослідник не зможе змалювати цей ландшафт повністю чи цілком його теоретично підсумувати. Більше того, таке зібрання фактів часто страждає від відсутності узгодженості, показуючи, що на проблемному полі було пророблено більше роботи, аніж досягнуто консенсусу.

З іншого боку, незважаючи на відносну молодість проблемного поля, є більша кількість теоретичних позицій, що мають прямий стосунок до комп'ютерно опосередкованих комунікацій, аніж це може включити будь-який короткий огляд літератури на зразок вищенаведеного. Деякі теорії сформувалися і вже готові для перевірки як у світлі емпіричних даних стосовно їх валідності, так і щодо їх теоретичної пояснювальної здатності. Нові технологічні досягнення можуть збільшувати чи змінювати сферу застосування

цих теорій. Є також зовсім нові теорії, майже не перевірені, корисність яких може бути предметом сумніву. Таким чином, ми не маємо на увазі, що єдиними теоріями, яких потребує предметне поле, є такі, що фокусуються саме на комп'ютерно опосередкованих комунікаціях. Як зазначають М. Ізер та Б. Саусвел [498], найбільш корисними поясненнями комп'ютерно опосередкованої комунікації є такі пояснення, що базуються на добре обгрунтованих теоріях, розвинених у традиційних контекстах. Цей розділ буде зосереджений на теоретичних формулюваннях, сконцентрованих саме на комп'ютерно опосередкованих комунікаціях. Як писав К. Скотт: „Якщо ми не можемо йти в ногу з новими інноваціями, то ми потребуємо теорій та моделей, які дозволять нам це зробити” [436].

Цей розділ та кілька наступних розділів містять огляд та оцінку тринадцяти головних та другорядних теорій комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Ці теорії класифіковані згідно з концептуалізацією того, як користувачі відповідають характеристикам систем комп'ютерно опосередкованих комунікацій, зокрема щодо адаптації до тих систем, які відрізняються від комунікації „лицем до лица”. Ці теорії включають стандартну класифікацію теорій відфільтрованих сигналів, які припускають, що систематичні редуції у невербальних сигналах, спричинені різними комунікаційними системами, призводять до безособистісних орієнтацій серед користувачів. Є відмінності між центрами безособистісних орієнтацій, деякі з яких є асоціальними за своєю природою, а деякі цілком конкретними та соціальними. Друга група теорій описує, як характеристики учасників комунікацій, їх взаємодія з іншими та контекстуальні фактори впливають на сприймання властивостей різних класифікаційних систем. Ці враження, в свою чергу, впливають на експресивність та нормативне використання цих самих технологій так, як ніби було змінено самі ці властивості. Наступна група теорій відображає способи, якими учасники комунікацій пристосовуються до або

використовують сигнальні обмеження систем комп'ютерно опосередкованих комунікацій для досягнення чи перевершення рівня комунікативної близькості модальності „лицем до лица”. Нарешті, окреслено нові теоретичні ідеї, що звертаються до практичної цінності різних медіа. Обговорення включає численні приклади з досліджень, які допомагають проілюструвати ключові теоретичні знахідки цих груп теорій.

Опис існуючих теорій комп'ютерно опосередкованого спілкування завершується низкою зауважень щодо тенденцій в сучасних дослідженнях комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Ці тенденції відображають напрямки розвитку, задані природою предметного поля, хоча разом з тим вони демонструють потенційні проблеми подальшого розвитку пізнання у певних питаннях. Ці зауваження включають у себе роль порівнянь з еталонним спілкуванням „лицем до лица” у технологічно орієнтованих дослідженнях, потенційний вплив нових технологій на раніші теорії комп'ютерно опосередкованих комунікацій та припущення щодо мультимодальності у стосунках (наприклад, як дізнатися про використання різноманітних комунікаційних систем в межах будь-яких одиничних стосунків).

М. Кульнан та М. Маркус [293] вважаються авторами терміну відфільтрованих сигналів для позначення групи теорій, що сходяться у припущенні, що комп'ютерно опосередковані комунікації не мають невербальних сигналів і таким чином унеможлиблюється належне виконання соціальних функцій, що зазвичай включають ці сигнали.

Теорія соціальної присутності була запозичена з досліджень телеконференцій як один з перших аналітичних підходів у застосуванні до комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Теорія Дж. Шорта, М. Вільямса та С. Крісті [439] постулює, що різні комунікаційні медіа розрізняються за своєю здатністю передавати класи невербальної комунікації на додаток до вербального змісту. Чим меншу кількість знакових систем підтримує певна

медіа-система, тим менше відчуття емоційної теплоти та залучення, причетності мають стосовно один одного користувачі цієї системи. Вперше застосували цю модель до комп'ютерно опосередкованих комунікацій С. Гільц, Джонсон та Ейгл [343] та Р. Райс і Д. Кейс [427], припустивши, що комп'ютерно опосередковані комунікації включатимуть вужчий соціоемоційний зміст (контент, наповнення), аніж інші, мультимодальні форми комунікації. Численні експерименти підтвердили ці припущення. Незважаючи на це, чимало теоретичних та методологічних зауважень з боку інших дослідників сформували критичну позицію щодо пояснення динаміки комп'ютерно опосередкованих комунікацій за допомогою концепту соціальної присутності [377; 471]. Ці ж дослідники піддали критиці деякі припущення моделі соціальної присутності.

Незважаючи на неуспіх теорії соціальної присутності в деяких областях досліджень комп'ютерно опосередкованих комунікацій, розширені дослідження та формування дефініцій продовжувалися з врахуванням теорії соціальної присутності. Ф. Біокка, К. Гармс та Дж. Бургун [276] окреслили кілька дефініцій, що їх може потребувати ґрунтовна теорія соціальної присутності та перспективи оновленої теорії соціальної присутності для порівняння ефективності різних медіа. К. М. Лі [381] висвітлив різні концепції присутності, включаючи телеприсутність, співприсутність та соціальну присутність. На думку дослідника, кожен з цих трьох концептів описує різні стани сприймання себе та інших у процесі електронної комунікації. Незважаючи на це, різні теоретичні визначення та конструкти часто вживаються взаємозамінно або дублюють одне одного. Експеримент К. Новака та Ф. Біокка [398] щодо оптимального рівня антропоморфізму у аватарах, наприклад, порівняв реакції учасників на життєподібні, мультиплікаційні та абстрактні аватари в термінах присутності, співприсутності та соціальної присутності. Кожна зі змінних присутності показала схожий результат: абстрактні аватари більше за

життєподібні стимулюють реакції присутності.

Хоча дослідники здебільшого відкидають припущення, що комп'ютерно опосередковані комунікації прямо успадковують такі властивості традиційних комунікаційних медіа, як соціальна присутність, це може бути основою для відродження оцінок, що базовані на теорії соціальної присутності, які широко застосовувалися в комп'ютерних комунікаціях першого покоління (текстовий е-мейл, чати та текстові форуми) відносно комп'ютерно опосередкованих комунікацій наступного покоління (які включають в себе фото, графіку, аудіо або відео). Багато дослідників вважають, що більше немає потреби виражати себе за допомогою раніших, застарілих форм комп'ютерно опосередкованих комунікацій з мінімальною кількістю сигналів, а так само проводити дослідження про такі системи, оскільки зараз ми маємо канали комунікацій з набагато більшою пропускнуою спроможністю та рівнем присутності.

У сучасному світі, де ми знаємо наших комунікаційних партнерів за допомогою фото, якщо не в обличчя, чисто текстові комп'ютерно опосередковані комунікації без додаткових мультимедіа-засобів можуть вважатися застарілими, оскільки ніколи не покажуть такого ж доброго результату, особливо у порівнянні з новітніми медіа, що демонструють набагато більший рівень присутності. Видається, що хоча формальна теорія соціальної присутності вже не є такою шанованою у багатьох сферах дослідження комп'ютерно опосередкованих комунікацій, сам концепт соціальної присутності як неминучого наслідку множинних сигналів залишається до сих пір актуальним.

Ймовірно, що соціальна присутність чи інший подібний конструкт буде здатним пояснити, чому люди використовують різні нові медіа для різних стосункових активностей. Спостерігачі нового мультимодального світу стосунків ще мають ідентифікувати узгоджені пояснення щодо стосункових функцій та цілей, з якими застосовуються медіа-системи попереднього та



майбутнього покоління. Разом з тим чисто текстове листування за допомогою е-мейл, мобільних телефонів та 140-символьних твітів підтверджують, що комп'ютерно опосередковані комунікації на основі чистого тексту все же живі.

Як і теорія соціальної присутності, гіпотеза про брак сигналів соціального контексту [440; 444] спричинилася до численних досліджень щодо міжособистісного та групового впливу у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях, хоча до цієї теорії виникли численні заперечення, що з'явилися у природніх Інтернет-середовищах. Теорія засновувалася на припущенні, що комп'ютерно опосередковані комунікації виключають сигнали індивідуальності та нормативної поведінки, що їх взаємодія „лицем до лиця” передає невербально. Як наслідок, згідно з цією моделлю, користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій стають деіндивідуалізованими та менш „нормальними”; комп'ютерно опосередковані комунікації відваджують користувачів від пристосування до індивідуальних характеристик інших людей, таких як харизма, домінантність чи прихильність, що має наслідком когнітивну переорієнтацію цих користувачів. Брак невербальних сигналів спонукає їх до того, аби стати зосередженими на собі та резистентними до впливу інших, дезінгібованими, недружніми та емоційно негативними.

Як і щодо теорії соціальної присутності, до гіпотези про брак сигналів соціального контексту була висунута низка критичних зауважень, що призвели до перегляду та уточнення цієї моделі. Негативні соціальні відповіді у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях були враховані шляхом напрацювання складніших теоретичних моделей, що можуть пояснити негативні афективні результати водночас з позитивними; у дефініції та формулювання були включені безособистісні, міжособистісні та надособистісні ефекти комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Дослідники висловили альтернативні припущення та розробили різні плани досліджень, що мали б привести до розвитку другого покоління теорій комп'ютерно опосередкованих

комунікацій. Ці останні мали передбачити різні соціальні та міжособистісні ефекти комп'ютерно опосередкованих комунікацій залежно від різних контекстуальних факторів.

Одне з таких досліджень було виконано Р. Гуадагно та Р. Чалдіні [328], які вивчали досягнення консенсусу та соціальний вплив у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях. Дослідники стверджують, що відсутність невербальних сигналів у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях стримує учасників від з'ясування демографічних, особистісних та міжособистісних характеристик інших учасників. Це припущення ґрунтується на тому, що комп'ютерно опосередкована комунікація не додає сама по собі сили переконливості, як це має місце там, де є невербальні сигнали. Як наслідок, припускають дослідники, користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій пишуть повідомлення, спираючись на силу переконливості аргументів, і в цілому менш схильні до зміни установок, аніж це роблять учасники офлайн-комунікації. Методично таке дослідження було проведено у форматі дуже коротких комунікативних сесій між незнайомцями за допомогою комп'ютерно опосередкованих комунікацій і у ситуаціях „лицем до лица”. Дослідження продемонструвало, що в комп'ютерно опосередкованому спілкуванні існує ефект штучного стримування формування вражень про співрозмовника [301].

Інше дослідження переконливості, що використовувало гіпотезу про брак сигналів соціального контексту, включало в себе короткі заздалегідь написані чат-сесії у режимі реального часу як операціоналізацію е-мейлу, хоча робилися заяви про охоплення всього потенціалу переконливості в середовищі електронного листування [327]. Використання синхронного чату для опису асинхронного е-мейл спілкування є сумнівним, хоча напевне не новим підходом.

У подібному дослідженні Н. Еплі та Дж. Крюгер [310] стверджують, що

брак невербальних сигналів при спілкуванні за допомогою е-мейл стримує користувачів від розшифрування індивідуальних характеристик інших учасників, що супроводжується демонстрацією хибних очікувань перед взаємодією з майбутнім співрозмовником. Ці автори провели кілька експериментів, в яких вони розподілили досліджуваних на пари інтерв'юера та респондента. Експериментатори попросили інтерв'юерів зазначити високий чи низький рівень інтелекту та екстраверсії у респондента, деякі пари спілкувалися за допомогою голосової системи, у той час як е-мейл співрозмовники використовували систему синхронного чату. В умовах спілкування голосом, хоча діалоги були обмежені до простих, наперед визначених питань та спонтанних відповідей, вони склали дійсну взаємодію між двома реальними (хоча випадково призначеними) особами. На противагу цьому між чат-інтерв'юерами та їхніми несправжніми респондентами не було реальної взаємодії, оскільки відповіді, які інтерв'юери отримували на свої запитання, надсилалися експериментатором, який переводив у текстову форму голосову відповідь респондента на питання, озвучене вголос іншим інтерв'юером. Ця дослідницька стратегія мала на меті запобігти впливу різних мовних відмінностей при комп'ютерно опосередкованих комунікаціях і забезпечити справжнє виявлення відмінностей між комп'ютерно опосередкованим спілкуванням та голосовим спілкуванням. Н. Еплі та Дж. Крюгер з'ясували, що хибні передрозмовні очікування залишалися, не зникали повністю навіть в оцінках респондентів після сесій, хоча в дійсності чат-інтерв'юери оцінювали лише транскрипт сказаного респондентами вголос.

Повторне дослідження Дж. Вальтера, Д. ДеАндреа та С. Тонг [480] уточнило методологію попередніх досліджень, зокрема використання транскрибованого усного мовлення у якості операціоналізації відповідей респондентів при комп'ютерно опосередкованому спілкуванні. Це уточнення було зосереджене на браку реальних взаємодій у попередньому дослідженні і на

ролі мови, яка генерується, супроводжуючись голосом, в усному мовленні; і чи було це мовлення структурно та функціонально ідентичним до мовлення, яке генерувалося у спонтанному комп'ютерно опосередкованому спілкуванні, де учасники знали, що не існує голосових сигналів, які позначають ідентичність та соціальні смисли. Дж. Вальтер, Д. ДеАндреа та С. Тонг стверджують, що користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій пристосовуються до комунікативного середовища, трансформуючи власне мовлення у такий спосіб, який покликаний компенсувати відсутність невербальних сигналів. Проведене дослідження складалося з серій інтерв'ю як голосом, так і за допомогою комп'ютерно опосередкованих комунікацій, де могли генеруватися правдоподібні відповіді респондента інтерв'юєру як голосом, так і за допомогою комп'ютера. Післярозмовні враження користувачів комп'ютерно опосередкованих комунікацій були оцінені як більш інтелектуальні, аніж враження тих учасників експерименту, які спілкувалися голосом, на противагу висновкам Н. Еплі та Дж. Крюгера. Ці висновки Дж. Вальтера, Д. ДеАндреа та С. Тонг узгоджувалися з надособистісною моделлю комп'ютерно опосередкованих комунікацій Дж. Вальтера [473]. Зміна вражень, поєднана з кількістю взаємних висловлювань, узгоджується з теорією обробки соціальної інформації у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях [471].

Історія суперечностей між тим, що було досліджено в теоріях відфільтрованих сигналів та більш просоціальними ефектами комп'ютерно опосередкованих комунікацій може бути пояснена частково методологічними складнощами дослідження взаємодії у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях [316; 381].

Теорія медіа-збагаченості [296], також відома як теорія інформаційної збагаченості, відпочатково моделювала відносну ефективність різних комунікаційних медіа для зменшення двозначностей у прийнятті рішень при управленні організацією. Теорія також застосовувалася до міжособистісних

ситуацій формального та неформального характеру. Термін „збагачене медіа” часто застосовується в популярній літературі для позначення мультимодального та/або ширококанального медіа, тобто комунікаційного медіа, що підтримує водночас вербальні та невербальні сигнальні системи.

Теорія медіа-збагаченості є однією з найбільш популярних моделей комп'ютерно опосередкованих комунікацій [307]. Причиною цієї популярності може бути те, що основні ядерні конструкти положення цієї теорії є надзвичайно інтуїтивно зрозумілими, особливо сам концепт медіа-збагаченості. Цей концепт, в свою чергу, теоретично визначається чотирма вимірами:

- 1) кількість знакових систем, підтримуваних медіа-середовищем;
- 2) негайність зворотнього зв'язку, забезпечувана медіа-середовищем (від неунаправленої, як е-мейл розсилка, через асинхронну двонаправлену, як у е-мейлі чи веб-форумі, до одночасної двонаправленої взаємодії, як відеоконференції);
- 3) потенціал для розмовного стилю мовлення (у порівнянні з більш формальними жанрами меморандуму, бізнес-листа, доповіді чи звіту);
- 4) рівень персоналізованості повідомлення (тобто ступінь, до якого повідомлення може бути адресоване окремому, конкретному індивіду).

Таким чином, згідно з оригінальним формулюванням, комунікація „лицем до лиця” є найбагатшою, оскільки вона включає мультимодальні знакові системи, одночасні обміни між відправником і реципієнтом (у тому числі найвища негайність зворотнього зв'язку), розмовний стиль природнього мовлення та персоналізація повідомлення. Телефонні розмови, листи та офіційні документи являють собою спадний рівень інформаційної збагаченості.

Другим ядерним концептом моделі медіа-збагаченості є ситуація двозначності повідомлення. Двозначність визначається як міра або ступінь того, наскільки ситуація прийняття рішення та пов'язана з нею інформація є суб'єктами множинних інтерпретацій.

Теорія медіа-збагаченості стверджує, що є кореляція між ситуацією двозначності повідомлення та багатством середовища, у якому воно передається. Для більшої ефективності вищий рівень двозначності вимагає більшої медіа-збагаченості, а відповідно менший рівень двозначності вимагає меншу медіа-збагаченість. Хоча теорія медіа-збагаченості була відпочатково сформульована у такому ключі, що результат оптимального співпадіння (чи неспівпадіння) впливає на ефективність, вона часто описується у літературі як така, що пов'язана з комунікаційною ефективністю.

Цікаво, що до цієї теорії часто звертаються у літературі, незважаючи навіть на те, що у галузі організаційної комунікації, звідки вона відпочатково виникла, вона має небагату історію емпіричних підтверджень. Перше емпіричне дослідження теорії стосувалося її опосередковано. Менеджери мали зазначити в опитувальнику, яке медіа вони б використовували у різних комунікаційних ситуаціях. Ці ситуації були проранговані іншими учасниками дослідження за шкалою їх двозначності. Ступінь, за яким вибори менеджерів (у термінах медіа-збагаченості) співпадали з багатозначністю ситуації, був оцінений як рівень медіа-чутливості менеджера. Вивчаючи оцінки, що їх ці самі менеджери давали підлеглому персоналу, дослідники виявили кореляцію між рівнем медіа-чутливості та професійним управлінським рівнем менеджера. Ці результати були інтерпретовані як такі, що підтримують теорію [207].

Можна побачити, що дослідження, описане вище, насправді не перевіряє стосунки, відносно яких будує свої припущення теорія медіа-збагаченості. Скоріше це дослідження оцінює периферійні процеси та припущення, які можуть мати певний, менш прямий стосунок до теоретичної моделі медіа-збагаченості. Тобто замість того, щоб вивчати безпосередній зв'язок між актуальним використанням медіа різного рівня збагаченості, ситуаціями двозначності повідомлення та ефективністю (тобто необхідним часом та зусиллями), Р. Дафт, Р. Ленгел та Л. Тревіно [297] вивчали проєкції менеджерів

щодо вибору певного медіа. Результати досліджень Р. Дафта, Р. Ленгела та Л. Тревіно були уточнені іншими науковцями. Наприклад, М. Маркус [385] задається питанням, чи справді проєктивний підхід, що ґрунтується на самозвітах і постановці питання менеджерам щодо вибору медіа для різних комунікативних задач, відображає та узагальнює дійсне використання та вибір менеджерами цих медіа. У власному дослідженні М. Маркус з'ясує, що менеджери заявляють про свій медіа-вибір дуже узгоджено з власними очікуваннями щодо того, як треба заповнити опитувальник. Шляхом анонімного опитування кількох менеджерів М. Маркус з'ясувала, що їхній медіа-вибір часто відрізняється від того, що зазначений у опитувальнику. Видається, що менеджери притримуються нормативних переконань стосовно вибору медіа, які узгоджуються з моделлю медіа-збагаченості, але звичайні обмеження та спонтанні комунікаційні потреби, з якими вони стикаються, спонукають їх до вибору медіа у такий спосіб, що не співпадає з моделлю медіа-збагачення і, згідно з М. Маркус, вони не показують в результаті цього будь-якого погіршення результатів своєї роботи.

Другою значною загрозою для моделі медіа-збагачення виявився експеримент А. Денніса і С. Кінні [299], що мав на меті пряме тестування основних теоретичних положень концепції медіа-збагачення, а також можливість її розширення щодо міжособистісного сприймання онлайн-співробітників. Це дослідження включало в себе маленькі групи, які отримували просте або двозначне завдання з використанням відеоконференцій (високого рівня збагачення) або ж простих текстових повідомлень (низького рівня збагачення). З'ясувалося, що різний рівень медіа-збагачення обумовив різницю у кількості часу, потрібного різним групам для виконання їх завдань. Медіа-збагачення, однак, не впливає на двозначність завдання і як на якість прийняття рішень, так і на міжособистісне сприймання, в той час як двозначність завдання впливає як на якість прийняття рішень, так і на міжособистісне сприймання.

Пізніші роботи вивчали різні рівні медіа-збагачення у зв'язку з високим чи низьким рівнем культурного розвитку користувачів [438]. Дослідники припустили, що користувачі з високим рівнем культурного розвитку отримують більше вигод від використання відео-конференцій, аніж від біднішого медіа. Від рівня культурного розвитку, однак, не залежать відмінності в рівні медіа-збагаченості за показниками діалогової ефективності, виконання завдань чи задоволеності.

Дж. Вальтер і М. Паркс [479] критикували модель медіа-збагаченості як таку, що не спроможна генерувати гіпотези, що підходили б до багатьох форм комп'ютерно опосередкованої комунікації. Дослідники зосереджували свою увагу на чотирьох вимірах збагаченості. Застосовуючи ці критерії до традиційних медіа, легко помітити, що всі чотири виміри мають тенденцію утворювати різні поєднання один з одним при порівнянні різних медіа. Зрозуміло, що, наприклад, при порівнянні спілкування „лицем до лиця” та офіційної ділової документації буде очевидною наявність меншої кількості знакових систем, меншої негайності зворотнього зв'язку, меншого рівня природності мовлення та меншої персоналізації повідомлення. Однак е-мейл не так добре вписується у цю схему. Хоча е-мейл зазвичай складається у формі простого тексту і, таким чином, є „бідним” у смислі множинності кодів, е-мейл-повідомленнями можна обмінюватися відносно швидко (особливо якщо всі учасники обміну знаходяться одночасно онлайн), спілкування за допомогою е-мейл може використовувати неформальний розмовний стиль мовлення або формальний стиль на вибір кореспондентів, і так само великими є можливості е-мейлу щодо персоналізації повідомлення. Схожим чином людина може використовувати соціальні мережі для передачі інформації про себе на велику аудиторію, але соціальні мережі також дають можливість публічної демонстрації відносно приватних діалогів двох учасників (наприклад, між друзями), які є часом написаними у дуже особистому, навіть ідіоматичному



ключі. Як показують ці приклади, теорія медіа-збагачення не пропонує чіткого методу для визначення єдиних параметрів цього збагачення, оскільки описові критерії, з яких складається визначення медіа-збагачення, можуть відображати дуже різні цінності. Дослідники не можуть застосовувати таку модель до медіа, що пропонує таку велику розбіжність між характеристиками збагачення. Це зауваження може бути основоположним фактором, покладеним в основу критичних зауважень щодо емпіричного підтвердження моделі медіа-збагачення у дослідженнях комп'ютерно опосередкованих комунікацій.

Не зважаючи на низький рівень емпіричного обґрунтування, теорія медіа-збагачення і далі застосовується для опису нових медіа та нових міжособистісних установок. Наприклад, Дж. Каммінз, Дж. Лі та Р. Краут [294] кладуть теорію медіа-збагачення в основу гіпотези про те, що шкільні друзі використовують телефонні контакти та контакти „лицем до лиця” частіше, аніж комп'ютерно опосередковане спілкування, з метою підтримки своїх дружніх стосунків після вступу до ВНЗ. Результати дослідження, однак, показали, що комп'ютерно опосередковане спілкування було найчастіше використовуваним медіа серед таких друзів. Не заперечуючи основних положень теорії медіа-збагачення, автори припустили, що відносно висока вартість міжміських телефонних дзвінків могла вплинути на втілення в життя їх гіпотези.

З іншого боку, Дж. Генкок, Дж. Том-Сантеллі та Т. Річі [336] використовували теорію медіа-збагачення у дослідженні, де порівнювалися схильності учасників до вибору медіа з метою обдурити іншу людину. Дослідники припустили, що обман може вважатися як форму багатозначного повідомлення. І таким чином обманщики мають вибирати багатші медіа, такі як „лицем до лиця” або телефонний зв'язок частіше, аніж текстовий чат чи е-мейл. Результати аналізу щоденників не підтвердили цю гіпотезу. Телефонний зв'язок виявився найчастіше використовуваним медіа-середовищем для обману, а за ним йшли „лицем до лиця” та системи миттєвого обміну повідомленнями (на

зразок ICQ). Е-мейл виявився найменш часто використовуваним для обману середовищем. Генкок та співавтори приходять до пояснення результатів цього дослідження базуючись на властивостях медіа-середовища. Обманщики уникають використання медіа-середовищ, де існує можливість запису сеансів комунікації (що має місце при комп'ютерно опосередкованих комунікаціях), так що їхній обман не може бути зафіксовано чи використано пізніше як доказ. Характеристика записуваності нових медіа, вважають автори, ставить під питання можливість застосування положення теорії медіа-збагачення про те, що комунікаційні канали відрізняються в межах одного з базових чотирьох вимірів. Дослідження, присвячені обману на сайтах Інтернет-знайомств, підтверджують той же самий висновок, до якого приходять Дж. Генкок зі співавторами: що обманщики уникають записуваних і відтворюваних медіа.

Теорія пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності (SIDE-модель, social identity model of deindividuation effects) має цікавий розвиток у літературі. Хоча її розробники вважають, що вона не прямо стосується міжособистісної комунікації, принаймні у термінах механізмів, що генерують її гіпотези, проте її застосовували до багатьох ситуацій, які за своєю природою є міжособистісними. У певний момент часу теорія пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності була однією з найбільш домінантних теорій у галузі комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Зміни теорії у відповідь на емпіричні виклики та зміни у комунікаційних технологіях – тобто зміни того, на чому тримаються основні припущення теорії – збіглися зі зменшенням популярності та сфер застосування теорії. Разом з тим у певних контекстах ця теорія залишається найбільш простою та обґрунтованою концепцією для пояснення динаміки комп'ютерно опосередкованих комунікацій.

Теорія пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності (SIDE-модель) включена нами до теорій відфільтрованих сигналів,

оскільки вона, як і інші теорії, включені до цієї групи, розглядає відсутність невербальних сигналів у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях як знеосіблюючий інгібітор для вираження та сприймання індивідуальності та розвитку міжособистісних стосунків онлайн. Теорія пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності (SIDE-модель), однак, відрізняється від інших концепцій з групи теорій відфільтрованих сигналів у тому, що інші теорії не лишають користувачам майже ніяких підстав для експресії, вираження та отримання вражень і для встановлення стосунків, в той час як SIDE-модель передбачає, що у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях користувачі зміщуються до іншої форми соціальних взаємодій, заснованої на соціальній самокатегоризації. Теорія пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності [377; 421] зазначає два головні фактори, які вмотивовують онлайн-поведінку. Першим фактором є візуальна анонімність, яка має місце тоді, коли користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій надсилають одне одному повідомлення у вигляді тексту (у синхронному чаті у режимі реального часу або ж за допомогою асинхронного е-мейл чи веб-форуму). Коли співрозмовники не можуть бачити один одного, як вважають автори SIDE-моделі, ці співрозмовники не пристосовуються один до одного на основі своїх міжособистісних відмінностей. Спираючись на принципи соціальної ідентифікації та самокатегоризації [452; 453], SIDE-модель відпочатково припускала, що візуальна анонімність призводить до деіндивідуації або до втрати обізнаності як до власної індивідуальності, так і до індивідуальності інших. Коли ми приймаємо до уваги стан деіндивідуації, тоді вступає в дію другий головний фактор теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності: користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій орієнтують себе на певну чітку соціальну категорію чи групу. Якщо користувач комп'ютерно опосередкованих комунікацій переживає досвід соціальної ідентифікації, він буде ставитися до

інших користувачів на основі внутрішньогрупової чи зовнішньогрупової динаміки. Ці групові класифікації таким чином мотивують сприймання користувачів у термінах схожості – несхожості та атракції стосовно онлайн-партнерів, що складається в єдине сприймання, яке більше засновується на тому, чи інші онлайн-учасники належать до тієї ж групи, яка є чітко вираженою для цього учасника, аніж на сумі сприймань цим учасником інших партнерів у розмові.

В цій моделі також теоретично сформульовано, що коли деіндивідуалізований користувач комп'ютерно опосередкованих комунікацій орієнтується більше на індивідуалістичну ідентифікацію, аніж на соціальну ідентифікацію, тоді систематичні ефекти подібності і атракції скоріше не працюють. Модель розглядає радше міжособистісну, аніж групову, атракцію до інших членів як сукупність випадковим чином розподілених цінностей, заснованих на атракції учасника до кожного унікального індивіда. Таким чином, сприймаючи інших індивідуально, людина може сильно вподобати одного учасника, сильно не вподобати якогось іншого учасника і вподобати чи не вподобати усіх інших в різній мірі, що в сумі дасть баланс на якомусь нейтральному рівні. На противагу цьому атракція до групи, до якої належить людина, завжди є систематично позитивною. Ця різниця у формах атракції позначає ключову відмінність між підходами, заснованими на груповому концепті, та підходами, заснованими на міжособистісному концепті, до соціальної динаміки у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях [379].

Головна дослідницька стратегія, яка забезпечувала емпіричну базу для теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності, включала серію експериментів, в яких основними змінними були візуальна анонімність та тип ідентифікації. У пілотажному експерименті половина маленьких груп користувачів комп'ютерно опосередкованих комунікацій мала спілкуватися один з одним, використовуючи лише текстовий чат, у той час як

інша половина могла використовувати систему чату і обмінюватися фотографіями, якщо треба було розкрити візуальну ідентичність учасників. Перша умова забезпечує візуальну анонімність, яка скоріш за все призводить до деіндивідуації, у той час як друга умова включає в себе візуальну ідентифікацію та індивідуалізацію.

Другий фактор, групова ідентифікація, змінювався шляхом запрошення учасників явно висловитися щодо унікальних та визначальних характеристик цієї групи, до якої вони були залучені, замість того, щоб намагатися визначити, що складає унікальну і неповторну індивідуальність тих людей, з якими вони спілкувалися. Таке дослідження продемонструвало передбачувані інтеракційні ефекти візуальної анонімності/можливості ідентифікувати через групову /міжособистісну ідентичність, за умов, що включали візуальну анонімність та групову ідентичність як фактори, які забезпечують найбільший рівень атракції [377].

Теорія пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності (SIDE-модель) виходить з припущення, що природа членства у групах, з якими ідентифікують себе користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій, включає в себе досить узагальнені соціальні категорії (наприклад, прибічники проросійського проти прибічників прозахідного вектору розвитку України, чоловіки проти жінок, гуманітарії проти технарів, наймані працівники проти власників бізнесу тощо). Хоча були спроби впровадити ці типи ідентифікацій у експерименти, це не давало такого чіткого ефекту, як тоді, коли ідентифікація була спрямована лише на локальну групу, тобто на унікальну та специфічну маленьку групу, безпосередньо залучену до взаємодії. Ці результати призвели до перегляду SIDE-моделі, і останні версії цієї теорії зосереджуються на тому, що візуально анонімне комп'ютерно опосередковане спілкування радше призводить до внутрішньогрупової ідентифікації з групою учасників, аніж до ідентифікації з ширшими соціальними категоріями.

Хоча SIDE-модель напевно не описує міжособистісну основу для онлайн-стосунків, вона може розглядатися як пояснювальна база для того, що інші дослідники вважають міжособистісними феноменами. М. Леа та Р. Спірс [378] писали, що теорія пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності може пояснити розвиток романтичних стосунків онлайн. Відкидаючи уявлення, що інтимна атракція є необхідною та заснована виключно на фізичній зовнішності або на обміні невербальними сигналами, автори писали, що близькість може походити від почуттів подібності, які впливають зі спільного членства обох учасників пари у кількох соціальних категоріях. З цієї точки зору, хоча партнери, які спілкуються романтично онлайн, можуть вважати, що вони люблять одне одного як особистість, це буде ілюзією. Їх проєкція міжособистісної близькості буде розширенням та проєкцією подібності / атракції, яку вони спільно відчують на базі їх соціальних, а не міжособистісних, ідентифікацій. Інші дослідники робили дуже чіткі наголоси про переважання групового підходу над міжособистісним підходом до розуміння різноманітності соціальних відповідей онлайн. Дослідники зайшли навіть так далеко, щоб припустити, що міжособистісні пояснення систематичних соціальних ефектів у онлайн-поведінці є емпірично конфліктуючими та концептуально хибними, і що вони заважали розвитку теоретичного розуміння ефектів комп'ютерно опосередкованих комунікацій [410].

Незважаючи на заяви про основоположну роль теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності в якості організуючої моделі для всього поля досліджень комп'ютерно опосередкованих комунікацій, зараз ця теорія займає більш відповідне їй, обмежене місце у дослідженнях комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Ця зміна виникла завдяки непевностям щодо компонентів самої моделі, емпіричним „конкурентним” дослідженням, у яких розглядаються як соціальні, так і міжособистісні

компоненти, та новим формам медіа, які розширюють чи звужують сферу застосування SIDE-моделі.

Ефект деіндивідуалізації всередині самої моделі був переглянутий. Хоча візуальна анонімність все одно залишається ключовим фактором для передбачуваних теорією ефектів, емпіричні дослідження поставили питання про деіндивідуацію, яку має спричиняти ця анонімність, у термінах її дійсної спроможності та теоретичної необхідності у межах моделі. Дослідження з'ясували, що у деяких випадках реакції, передбачувані SIDE-моделлю, на велику анонімну онлайн групу є більш вираженими, коли користувач комп'ютерно опосередкованих комунікацій є більше зосередженим на власній індивідуальній ідентичності, аніж на груповій [304]. Це дослідження та ряд інших привели прибічників SIDE-моделі до висновку, що має місце не деіндивідуалізація, а радше деперсоналізація – неможливість чітко сказати, хто є хто онлайн – яка є (і завжди була) головним конструктором, від якого залежать феномени SIDE-моделі. Цікаво, що теорія є відкритою до такої модифікації, хоча вона являє собою значне відхилення від важливих положень теорії соціальної ідентичності, з якої вона відпочатково виникла, а також від початково сформульованих положень самої цієї моделі.

Відповідаючи на твердження прибічників SIDE-моделі, що їх теорія може пояснити міжособистісні ефекти, дослідники спробували більш ретельно продемонструвати, чи у їх дослідженнях мають місце і діють групові, а чи міжособистісні фактори. Велика увага була приділена тому, щоб операціоналізація та вимірювання в межах дослідження могли відділити групові конструкти від міжособистісних [490]. Більше того, в межах експериментів дослідники прямо порівняли фактори SIDE-моделі на протигагу міжособистісним факторам в межах одного дослідження ефектів спілкування у групах користувачів комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Р. Роджерс та М. Леа [427], наприклад, вивчали віртуальні групи, що склалися зі студентів у

Великобританії та Нідерландах, які працювали впродовж тривалого періоду часу за допомогою асинхронних конференцій та чату у реальному режимі часу. Були впроваджені експериментальні заходи для того, щоб максимізувати чітку вираженість унікальної ідентичності кожної віртуальної групи (наприклад, дослідники зверталися до груп, лише називаючи їх колективне збірне ім'я, а натомість уникаючи індивідуальних звертань до окремих членів групи). Кількаразові зрізи показали, що групова атракція не залишається рівною чи збільшується впродовж певного часу. На противагу цьому, міжособистісні афіліації між членами груп відображали маргінальні збільшення по мірі того, як зростав досвід групи. Пізніші дослідження З. Ванга, Дж. Вальтера та Дж. Генкока [487] із візуально анонімними онлайн-групами включали завдання, які ґрунтувалися на SIDE-моделі, у двох різних підгрупах з чотирьох учасників кожна. Дослідники попросили одного члена у кожній з груп, яка складалася з чотирьох учасників, діяти, виявляти міжособистісну дружню (або недружню) поведінку стосовно решти учасників. В загальному інші учасники оцінювали девіантів у кожній групі на основі індивідуальних міжособистісних проявів поведінки, а не на основі внутрішньогрупового чи зовнішньогрупового статусу цих індивідів у відношенні решти членів кожної з груп. Ці результати підтверджують припущення, що теорія пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності (SIDE-модель) є менш обґрунтованою, ніж вважалося раніше, коли користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій стикаються з справжніми, щирими поведінковими відмінностями між учасниками, які залишаються візуально анонімними. Останні дослідження пропонують більш виважений погляд на SIDE-модель та інші прояви внутрішньогрупової та міжгрупової динаміки, що мають місце у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях, та те, що вони привносять у динаміку міжособистісних стосунків [478].

Останні доповнення до SIDE-моделі також переглянули її попередні



припущення, що візуально анонімні користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій не можуть, як вважалося раніше в межах моделі, ставитися одне до одного як до особистостей [411; 412]. Тепер більш імовірно, що люди з часом та за умов візуальної анонімності спершу формують стосунки один з одним, а вже потім ідентифікують один одного та формують прив'язки до малих взаємодіючих груп. Групова ідентифікація виникає індуктивно в цій новій перспективі. Ці формулювання являють собою значний відхід від початкових положень теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності (SIDE-моделі). Вони також не торкаються механізмів, за допомогою яких індивіди, що взаємодіють онлайн, відчують достатню атракцію один до одного, яка могла би забезпечити міжособистісну мотивацію, атракцію та винагороду, що можуть бути потрібні для сприяння тривалості цієї взаємодії, необхідної для розвитку емерджентної групової ідентичності.

Нові медіа-форми також піднімають цікаві питання, що стосуються сфери застосування теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності (SIDE-моделі). Багато нових технологій здаються цілком підходящими для аналізу їх ефектів на користувачів з точки зору SIDE-моделі, у той час як інші технології явно не входять в сферу застосування теорії. Комунікаційні системи на зразок соціальних мереж, у яких користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій стикаються з фотографіями людей, з якими вони взаємодіють, нагадують умови контрольної групи у пілотажному експерименті SIDE-моделі, тобто умови наявності візуальної ідентифікації, для яких вона не передбачає систематичних виражених ефектів. З іншого боку, деякі нові Інтернет-комунікаційні системи є дуже сумісними з динамікою, яку передбачає SIDE-модель [475]: системи комп'ютерно опосередкованих комунікацій відображають анонімні коментарі без візуальної ідентифікації інших коментаторів, без взаємодії з іншими коментаторами, але з відносно чітким припущенням, що учасники комунікації належать до однієї і тієї самої

соціальної групи. Нещодавнє дослідження, засноване на теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності (SIDE-моделі), передбачало відповіді читачів на коментарії, залишені іншими користувачами Ютуба як реакцію на соціальну рекламу проти вживання маріхуани. Дослідники розмістили створені спеціально для експерименту набори коментарів (від виключно позитивних до виключно негативних) під Ютуб-роліками з цієї соціальною рекламою. Чим більше учасників ідентифікували себе з дослідниками, які грали роль коментаторів, тим більше виразність цих коментарів (чи то позитивна, чи то негативна) впливала на установки інших глядачів щодо відео з цією соціальною рекламою та щодо питання вживання та легалізації маріхуани взагалі [481].

Дж. Донат [302] була першою, хто підвів теоретичне обґрунтування під скептицизм, що його користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій часто відчують щодо справжності онлайн-самопрезентацій інших користувачів та того, як комп'ютерно опосередковані комунікації допомагають у такому обмані. Ще до концепції Дж. Донат у джерелах існували (і зараз існують) згадки про те, що анонімність у Інтернеті сприяє обману, хоча анонімність є складним утворенням з різними численними потенційними значеннями, які стосуються онлайн-взаємодії [415]. Те, що анонімність має мало користі у смислі обману, підтверджується тим фактом, що люди можуть так само брехати про самих себе (онлайн чи офлайн), використовуючи як свої справжні імена, так і псевдоніми. Потребувалося краще пояснення того, чому люди не довіряють онлайн-самопрезентаціям інших, і підхід Дж. Донат забезпечує розумне пояснення того, чому люди довіряють багатьом формам інформації, коли спілкуються один з одним „лицем до лиця”, але виражають стійку тенденцію недовіри тій інформації, яку інші учасники надають про себе онлайн.

Згідно з Дж. Донат теорія сигналів розвинулася зі сфер економіки та

біології, яку дослідник застосував до оцінки самопрезентацій у текстових онлайн-дискусіях. Теорія сигналів, як заявляє Дж. Донат, показує, „чому деякі сигнали є надійними, а деякі ні. Щоб сигнал був надійним, вартість продукування потенційно оманливого сигналу має переважати можливі отримувані вигоди” [303].

В межах теорії сигналів визначені два головні типи сигналів. Сигнали оцінювання є артефактами, що мають успадкований та природний зв'язок з певними характеристиками, з якими вони пов'язані. Наприклад, тварина, яка має дуже великі роги, має бути сильною – сила необхідна для носіння великих важких рогів. Неможливо носити великі важкі роги, не будучи сильним, і намагаючись справити оманливе враження без використання таких рогів; не можна фальшувати носіння великих рогів, якщо носій не має достатньо великої сили. Конвенційні сигнали, з іншого боку, несуть у собі соціально визначені символічні стосунки з учасниками сигналів. Словесні заяви про володіння певним атрибутом (наприклад, таким, як сила) можуть конвенційно розумітися у термінах заяви, але насправді конвенційні сигнали не є настільки ж надійними та достовірними, як сигнали оцінювання. Конвенційні сигнали вимагають набагато менше затрат на їх конструкцію та вироблення, і в той же час вони набагато менш достовірні.

У текстових онлайн-дискусіях, як стверджує Дж. Донат, домінують конвенційні сигнали, оскільки такі дискусії складаються лише зі словесних тверджень, і тут повністю відсутня соматичність. Оскільки самоописові твердження можуть легко бути сфальсифіковані у вербальному дискурсі, існує цілком розумний скептицизм щодо того, чи інші учасники дискусії дійсно говорять правду про те, ким вони є: „Рідкісні у тваринному світі, конвенційні сигнали є дуже поширеними у людській комунікації. Самоописи у онлайн-профілях є у переважній більшості конвенційними сигналами – так само легко написати у графі „вік” 24 роки чи 62 роки або навіть ввести свій справжній вік

чи змінити стать з чоловічої на жіночу або навпаки” [303].

У контексті текстових комп’ютерно опосередкованих комунікацій застосування Дж. Донат теорії сигналів видається таким, що має обмежену передбачувальну корисність і піднімає певні питання щодо валідності. Така перспектива не передбачає обмежуючого фактора щодо загального припущення про те, що користувачі мають бути підозріливими щодо вербальних тверджень та самоописів у комп’ютерно опосередкованих комунікаціях. Хоча цей підхід допомагає нам зрозуміти онлайн-скептицизм, він не дає багато у термінах того, як спостерігачі оцінюють достовірність презентацій інших учасників, хоча питання достовірності у комп’ютерно опосередкованих комунікаціях привернули увагу деяких інших дослідників [390; 450]. По-друге, ця перспектива не бере до уваги, чи справді те, що передається достатньо надійно лише через текст та мовлення, є дійсними характеристиками індивіда. Важко уявити, наприклад, що індивід може бути переконливим чи бути кумедним онлайн, якщо він насправді не наділений цими характеристиками. У таких випадках, вербальна поведінка якраз і становить радше сигнали оцінювання, аніж конвенційні сигнали. Ці та інші якості, що їх може переконливо показати мовлення, не зауважені в розглядуваному підході Донат до застосування теорії сигналів до комп’ютерно опосередкованих комунікацій.

Слід зауважити, що Дж. Донат розширила сферу застосування теорії сигналів для пояснення вигод та потенціалів соціальних мереж, що надають учасникам можливість спостерігати за правдивістю онлайн-презентації інших. Так, як це роблять Дж. Вальтер і М. Паркс [479], Донат наполягає, що можливість людини контактувати з іншими індивідами у соціальних мережах зменшує ймовірність залучення цього учасника у обман. З перспективи сигнальної теорії можливість спостерігача розгледіти обман жертви може мати результатом соціальні санкції чи покарання для жертви. Ці негативні наслідки розглядаються як витрати у термінах економічної теорії, і усвідомлення того,

що ці витрати можуть накопичуватися, знижує мотивацію користувачів соціальних мереж до того, щоб повідомляти неправдиву інформацію у своїх профілях. Таким чином, онлайн соціальні мережі, на відміну від комунікаційних систем, заснованих на чисто текстовій інформації, які є відділеними від соціальних мереж людини з реального життя, мають зменшувати рівень обману та збільшувати довіру, яку користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій відчують до інших. Ці припущення слід детальніше перевірити, хоча результати досліджень К. Тома, Дж. Генкока та Н. Еллісона, а також Д. Варкентіна, М. Вудвортса, Дж. Генкока та Н. Кормієра [460; 488] узгоджуються з цією гіпотезою. Д. ДеАндреа і Дж. Вальтер з'ясували, однак, що люди проявляють достатньо високу уважність до спотворених самопрезентацій їх друзів, що їх останні відображають у своїх профілях у соціальних мережах.

## **2.2. Досвідні та перцептивні теорії комп'ютерно опосередкованих комунікацій**

Теорія електронної спорідненості була започаткована в дослідженнях Ф. Корзенни [369]. Дослідники приділяли відносно мало уваги цій теорії з часу її появи у 1978 році та подальших досліджень у 1981 [370; 392]. Можливо, з тієї причини, що найбільш розвиненою технологією, яка мала місце на час заснування теорії, було інтерактивне телебачення замкненого контуру (на зразок системи відеонагляду у супермаркеті чи у банку), ця теорія майже уникла уваги дослідників у літературі, присвяченій комп'ютерно опосередкованим комунікаціям. Її формальна структура та природа її положень, однак, робить цю теорію достатньо придатною для тих форм комп'ютерно опосередкованих комунікацій, які можуть бути охарактеризовані у термінах їх пропускну́ї спроможності та інтерактивності. Теорія знову привернула до себе увагу, починаючи з 2002 року, включаючи емпіричні дослідження, що можуть

спричинитися до відновлення інтересу щодо потенціалу цієї теорії.

Центральним поняттям у теорії електронної спорідненості є психологічна близькість, що переживається співрозмовниками. Хоча психологічна близькість або інтимність зазвичай асоціюється з міжособистісною залученістю у комунікації „лицем до лица”, Корзенни стверджує, що співрозмовники, поєднані за допомогою електронних медіа, також можуть переживати подібне почуття близькості, або електронної спорідненості.

Теорія описала головні та інтеракційні ефекти електронної спорідненості, які залежать від кількох специфічних факторів. Першим фактором є пропускна спроможність, або здатність комунікаційного каналу підтримувати мультисигнальні системи (як перший фактор у описаній вище теорії медіа-збагачення, що історично передувала теорії електронної спорідненості): чим більшою є пропускна спроможність, тим тіснішою є спорідненість. Взаємна направленість комунікацій (тобто негайність зворотнього зв'язку) збільшує спорідненість, так само впливають на рівень спорідненості вищі комунікативні навички користувачів, нижчий рівень складності комунікативних завдань, менша кількість комунікативних правил та обмежень і менша кількість варіантів вибору між альтернативними медіа. Ці фактори також взаємодіють один з одним, як зазначено у положеннях цієї теорії: чим ширша пропускна спроможність, тим меншим є ефект складності завдання; чим вищі комунікативні навички користувачів, тим меншим є ефект більшої кількості комунікативних правил; чим менша кількість варіантів вибору між альтернативними медіа, тим меншим є ефект пропускної спроможності каналу.

Хоча теорія передувала широкому розвитку Інтернету, ці теоретичні положення забезпечують достатньо відкриту дефініційну матрицю, в яку можна вписати чи впровадити пізніше будь-яке специфічне медіа, навіть якщо воно не існувало на час створення теорії. Таким чином, комп'ютерно опосередковані комунікації з чи без аудиторії та/або візуальних сигналів може достатньо добре

розглядатися у концептуальних положеннях теорії електронної спорідненості. Частково завдяки невдалому експерименту з використанням традиційних медіа у дослідженнях Ф. Корзенни і К. Бауера [370], до недавнього часу застосування теорії електронної спорідненості до комп'ютерно опосередкованих комунікацій не вивчалось емпірично.

Нещодавні повторні дослідження з використанням оригінального тесту теорії електронної спорідненості показали більшу валідність теорії і можливість її успішного застосування до комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Дж. Вальтер і Н. Базарова [477] знайшли похибку в оригінальному дослідженні Ф. Корзенни і К. Бауера, яку спробували ізолювати в новому емпіричному дослідженні. Помилка була пов'язана з таким теоретичним положенням, що чим менше варіантів вибору медіа має людина, тим більшу спорідненість вона відчуває у межах наявних варіантів. Цей взаємозв'язок, можливо, був присутній у дослідженні Ф. Корзенни і К. Бауера, але був не запланований і не перевірявся. Дж. Вальтер і Н. Базарова прямо зосередили свою увагу на цьому припущенні. Вони створили експериментальні групи, члени яких мали або вибір між двома медіа (наприклад, аудіоконференції між усіма членами, але додаткова можливість відеоконференцій у підгрупі з кількох членів), або лише одне медіа, що з'єднувало усіх членів групи. Варіанти медіа включали в себе обговорення „лицем до лица”, відеоконференції, аудіоконференції та текстовий чат.

Результати підтвердили припущення про зв'язок ефекту вибору медіа та пропускнує спроможності каналу. Ті учасники, які не мали жодного вибору (тобто мали у розпорядженні лише одне медіа), переживали вищий рівень спорідненості при використанні цього медіа, аніж ті, хто використовував те саме медіа, але мав можливість вибору між двома варіантами, причому вибір зазвичай робився на користь медіа з ширшою пропускнує спроможністю каналу. Наприклад, текстовий чат показував більші результати електронної

спорідненості та задоволення, коли цей чат був єдиним каналом, доступним для групового спілкування, у порівнянні з рейтингом цього ж медіа у групах, де члени груп могли використовувати чат та аудіо конференції. Ці патерни виразно проявлялися у всіх комбінаціях медіа, які були розглянуті у дослідженні: „Не було ніякої різниці між рейтингами таких медіа, як чат, голосові конференції, відео конференції чи комунікація „лицем до лица” у групах, які мали змогу використовувати тільки цей єдиний канал [477; с. 640]. У той час, як використання двох альтернативних медіа постійно призводило до меншої близькості у медіа-каналі з нижчою пропускнуою спроможністю. Експеримент, таким чином, підтримав подальший розвиток концептуальних положень теорії. Він показав складні взаємодії між варіантами та ситуацією вибору, пропускнуою спроможністю каналу, навичками комунікатора та складністю завдання, що в цілому узгоджується з передбаченнями теорії електронної спорідненості.

На додаток до відновленого потенціалу застосування теорії електронної спорідненості до новітніх медіа Дж. Вальтер та Н. Базарова [477] припустили, що ці результати можуть в деякій мірі заповнити прогалини в існуючій літературі щодо соціальних ефектів комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Дослідження, що вивчали використання комп'ютерно опосередкованих комунікацій у польових умовах, часто зазначають, що канали з нижчою пропускнуою спроможністю менш прихильно обираються користувачами для встановлення стосунків та підтримання групової структури та динаміки, аніж інші, більш ширококанальні, з більшою пропускнуою спроможністю медіа та взаємодії „лицем до лица”, оскільки взаємодія „лицем до лица” найширший в цьому смислі канал спілкування. На противагу цьому численні експериментальні дослідження показують відносно високі рівні задоволення та позитивні стосункові комунікації при використанні лише комп'ютерно опосередкованих комунікацій при різних обставинах. Сфокусованість теорії електронної спорідненості на ефектах вибору медіа допомагає згладити цю



розбіжність. Теорія звертає нашу увагу на те, що коли співрозмовники проявляють уважність або мають досвід вибору альтернативного медіа для специфічних стосунків, то комп'ютерно опосередковані комунікації будуть, скоріш за все, найменш підходящими і приносять найменший рівень задоволення. Там, де співрозмовники прив'язані лише до одного каналу, як часто вимагають умови експериментів, теорія електронної спорідненості пояснює, яким чином користувачі досить швидко пристосовують свої наявні комунікативні навички для того, щоб зробити це єдино доступне медіа ефективним та таким, що дає достатній рівень задоволеності. Інше питання, чи існує так багато ситуацій у реальному світі, де користувачі таким чином прив'язані до єдиного каналу спілкування.

Теорія електронної спорідненості допомагає пролити світло на те, що залишалось непоясненим парадоксом у дослідницькій літературі, присвяченій комп'ютерно опосередкованим комунікаціям, висвітлюючи ці суперечливі результати емпіричних досліджень.

Підхід соціального впливу до медіа-збагачення [318; 319], як і теорія розширення каналу, зосереджується на факторах, що змінюють сприймання користувачів щодо можливостей комп'ютерно опосередкованого спілкування та наступного використання цього медіа-каналу. Важливо зауважити, що цей підхід зсуває фокус у дефініції медіа-збагачення до перцептивних феноменів, які описують, наскільки експресивно може використовуватись те чи інше медіа. Це і становить відмінність підходу соціального впливу від класичних положень теорії медіа-збагачення, які визначають медіа-збагачення на основі апріорних властивостей медіа.

Теорія соціального впливу відкидає ті аспекти теорії медіа-збагачення (та теорії соціальної присутності), які постулюють, що певні властивості медіа винятково визначають експресивні можливості цього медіа та їх корисність у сфері міжособистісного спілкування та інших сферах. Замість цього Фалк і

співавтори [318; 319] вважають, що природа медіа та його потенціал є соціально конструйованими і збагачення та корисність медіа визначаються взаємодією індивідів один з одним у межах спільних соціальних мереж. Виходячи з цієї мережно-аналітичної перспективи, теорія соціального впливу передбачає, що міцні соціальні зв'язки людини мають більший вплив на сприймання нею збагачення комп'ютерно опосередкованих комунікацій, аніж слабкі зв'язки. В умовах організацій ці розрізнення включають близьких співробітників людини проти співробітників, що працюють у інших підрозділах організації. Автори моделі припускають, що соціальна взаємодія, яка включає мережні зв'язки, може включати в себе відкриті обговорення щодо комунікаційних медіа та їх використання. Це також може включати в себе комунікації по певному комп'ютерно опосередкованому медіа-каналі з тими, з ким у людини є зв'язки. Якість цих обмінів також впливає на сприймання потенціалу та нормативного використання цього медіа-каналу.

Теорія соціального впливу отримала значну підтримку у попередніх емпіричних дослідженнях. Дослідження показали сильну кореляцію між сприйманням учасниками рівня збагаченості електронної пошти та переважним вибором тих співробітників, з якими у учасників були сильні зв'язки, перед тими, з ким були слабкі зв'язки. Дослідження встановило когнітивну та перцептивну основу цих ефектів: настановлення людини щодо корисності електронної пошти співвідносяться в першу чергу з її сприйманням перцепцій інших співробітників, а лише в другу чергу з актуальними настановленнями цих співробітників. Ці відмінності між прямими сприйманнями та метаперцепціями допомагають продемонструвати, що процес соціального впливу не є чарівною таблеткою, але комунікаційним процесом, що призводить до реконструкцій учасником повідомлень інших людей [317].

Теорія соціального впливу не отримувала останнім часом багато уваги з боку дослідників. Її засновники змістили фокус своєї уваги після того, як вони

отримали прецедент для складних дослідницьких стратегій, що вивчають соціальний вплив, який не був би простим для відтворення. Незважаючи на це, питання того, як користувачі конструюють перцепції щодо потенційного та переважного використання нових комунікаційних технологій, може бути знову поставлене в центр уваги, наприклад, соціальні мережі роблять найбільш видимими сильні та слабкі зв'язки учасників. Вони роблять очевидним те, що становить нормативну, експресивну та виконавчу практику учасника соціальних мереж стосовно своїх друзів. Цей феномен добре узгоджується з теоретичними факторами, описаними в теорії соціального впливу, та дослідженнями того, як різні групи користувачів розробляють різні стандарти на норми спілкування та розміщення повідомлень за допомогою цих соціальних мереж.

Теорія розширення каналу [288; 287] також має справу з фіксованими властивостями, приписаними до різних медіа у межах теорії медіа-збагачення. У той час, як теорія соціального впливу зосереджується на тому, як динамічна взаємодія в соціальних мережах учасників комп'ютерно опосередкованих комунікацій передбачає та пояснює те, як користувачі починають сприймати збагачення комп'ютерно опосередкованих комунікацій, головний фокус теорії розширення каналу зосереджено на внутрішніх факторах, факторах переживання та досвіду. Першопочаткове положення теорії полягає в тому, що чим більшого досвіду набувають учасники в межах окремого комунікаційного медіа, тим багатшим це медіа стає для них [287]. Таким чином, теоретично, це медіа стає більш придатним для виконання багатозначних та міжособистісно орієнтованих комунікаційних задач. З подальшим зростанням комунікативного досвіду та навичок, вважають автори, учасники вчать того, як кодувати та декодувати афективні повідомлення, використовуючи певний комунікативний канал.

Теорія розширення каналу була розширена, щоб включати у себе зростання рівня близькості з комунікаційним партнером у якості другого

головного фактора, який впливає на збагачення чи експресивність медіа-каналу, що використовується для комунікації з цим партнером; досвід комунікаторів у темі обговорення та організаційний досвід розглядалися як додаткові, потенційні фактори [288]. Соціальний вплив інших співрозмовників вважався таким, що впливає на ті перцепції, від яких залежить усвідомлення уявлення про величину багатства каналу. Ця модель була перевірена її розробниками у перехресному опитуванні та у лонгитюдному багаторазовому дослідженні на одній і тій самій групі досліджуваних, у обох випадках зосереджуючись лише на електронній пошті. Перше дослідження показало середню кореляцію між досвідом використання е-мейл та сприйманням збагачення цього комунікативного каналу, так само як кореляцію між обізнаністю з комунікаційним партнером та збагаченістю е-мейл. Лонгитюдне дослідження виявило, що збільшення у рівні сприймання збагаченості електронної пошти було пропорційним до часу, протягом якого формувався досвід використання е-мейл. Соціальний вплив був незначним.

Теорія майже не використовувалася, аж поки С. Д'Урсо та С. Рейнз [307] повторили та розширили експериментальну частину моделі. Ці дослідники включили як традиційні медіа (спілкування „лицем до лица” та по телефону), так і текстовий чат та е-мейл у опитування корпоративних користувачів. Результати досить добре узгоджувалися зі знахідками Дж. Карлсона і Р. Змуда [287] з урахуванням цих нових медіа. У випадку чату та е-мейлу лише досвід використання цього медіа, а не жодні інші змінні, вплинули на рейтинги медіа-збагаченості. Для традиційних медіа лише соціальний вплив та досвід спілкування зі співрозмовником людини, а не досвід в межах медіа-каналу, вплинули на рівень того, як людина сприймає збагаченість цього каналу.

Теорія розширення каналу в певному розумінні пропонує антидот до неузгодженостей, що накопичилися у дослідженнях, присвячених теорії медіа-збагачення. Пояснення, засноване на наочності, яке пропонує теорія розширення

каналу, є достатньо розумним та інтуїтивно зрозумілим. У той же час інші підходи в межах групи теорій медіа-збагачення мають справу з елементами початкової теорії медіа-збагачення у більш складний для пояснення та розуміння спосіб. Наприклад, здатність користувачів комп'ютерно опосередкованих комунікацій кодувати та декодувати особисті та соціальні сигнали є центральною для теорії обробки соціальної інформації у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях; вплив перцепцій інших учасників комунікацій показано більш чітко та докладно у теорії соціального впливу; а теорія електронної спорідненості пропонує свій погляд на те, чому той самий комунікаційний засіб за певних обставин може надавати можливості для більшої психологічної близькості та задоволення, аніж за інших обставин, шляхом виокремлення констеляції ситуаційних, медійних та користувацьких характеристик.

### **2.3. Теорії міжособистісної адаптації та застосування медіа**

Теорія обробки соціальної інформації у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях [471] стала широко використовуваною матрицею для пояснення та передбачення відмінностей між текстовими комп'ютерно опосередкованими комунікаціями та комунікацією „лицем до лица”, і в останніх дослідженнях була зроблена спроба розширити сферу застосування цієї теорії так, аби включати нові мультимедійні форми онлайн-комунікацій. Теорія прагне пояснити, як з плином часу користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій накопичують враження про інших онлайн-учасників та встановлюють з ними стосунки, і як ці стосунки досягають такого рівня розвитку, який очікується та спостерігається у офлайн-комунікаціях.

Теорія висловлює кілька припущень та гіпотез щодо того, що саме є мотиватором цих ефектів. Вона чітко визнає, що комп'ютерно опосередковані

комунікації позбавлені невербальних комунікаційних сигналів, які супроводжують комунікацію „лицем до лица”. Теорія обробки соціальної інформації відрізняється, однак, від тих теорій комп’ютерно опосередкованих комунікацій, які стверджують, що брак невербальних сигналів уповільнює формування вражень чи встановлення стосунків між користувачами, чи переорієнтовує увагу користувачів до безособистісних станів чи до форм стосунків, заснованих на груповій ідентичності. Теорія обробки соціальної інформації припускає, що співрозмовники вмотивовані розвивати міжособистісні враження та прихильність незалежно від медіа-каналу, який використовується. Теорія далі припускає, що коли невербальні сигнали є недоступними, співрозмовники адаптують свою міжособистісну (а так само й інструментальну) комунікацію до тих сигналів, які залишаються доступними у межах каналу, який використовують ці співрозмовники. Таким чином, у випадку текстових комп’ютерно опосередкованих комунікацій теорія очікує, що учасники будуть адаптувати кодування та декодування соціальної інформації (наприклад, соціоемоційні або стосункові повідомлення) до мовлення та темпоральних характеристик цих повідомлень. Хоча багато тих, хто знайомий з цією теорією, проінтерпретували цей аргумент як відсилку до емотиконів (смайлів) [300], теорія припускає, що зміст мовлення та стиль мовлення є більш важливими носіями міжособистісної інформації.

Другим головним положенням теорії обробки соціальної інформації є те, що комп’ютерно опосередковані комунікації працюють на рівні, відмінному від комунікації „лицем до лица” у розумінні можливості користувачів досягати рівнів враження та визначеності стосунків, еквівалентних з тими, що є у взаємодії „лицем до лица”. Оскільки вербальна комунікація, що супроводжується відсутністю невербальних сигналів, складає лише частину інформаційного потоку у режимі мультимодальної комунікації, комунікаційні функції потребують довшого часу для їх встановлення. Користувачі

комп'ютерно опосередкованих комунікацій потребують більше часу для компенсації нижчого рівня інтенсивності обміну інформацією, аби накопичити достатній обсяг інформації, з яким можливо сконструювати задовільні когнітивні моделі комунікаційних партнерів, та писати та отримувати повідомлення, які могли б встановлювати необхідний статус стосунків та визначати цей статус.

Враховуючи зміст попередніх теоретичних досліджень, нещодавні дослідження показали, що співрозмовники адаптують соціальні значення до мовлення у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях, які вони б у іншому випадку виражали б невербально. Дж. Вальтер, Т. Ло та Л. Гранка [483] провели експеримент, в межах якого учасників розбили на пари і запропонували для обговорення контроверсійну тему: спілкування „лицем до лица” проти комп'ютерного чату у режимі реального часу. У кожній діаді перед обговоренням дослідники таємно попросили одного з учасників збільшувати чи зменшувати рівень його чи її дружності, приязності стосовно іншого учасника у той спосіб, у який вибере сам учасник. Необізнаний партнер оцінював іншого (якого попросили виявити ту чи іншу поведінку) після того, як взаємодія була уже завершена, відзначаючи рівень нехайності зворотнього зв'язку співрозмовника та афективних вимірів стосункових комунікацій. Дослідники потім аналізували записи розмов „лицем до лица” на предмет кінестетичної, голосової та вербальної поведінки, що відповідає змінним, які стосуються нехайності та афективності. Кількість голосових сигналів забезпечила найбільший вплив на стосункову комунікацію, випередивши групу особливих проявів кінестетичної поведінки; вербальна поведінка співрозмовників не чинить значного впливу на їх сприймання за шкалами нехайності та афективності. На противагу цьому у розшифровках комп'ютерно опосередкованих комунікацій деякі специфічні прояви вербальної поведінки показали значущий взаємозв'язок з відмінностями у стосункових комунікаціях.

Була помічена така ж мінливість у вербальних сигналах у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях, як і у невербальних сигналах, що мали місце у взаємодії „лицем до лица”. Це дослідження підтверджує теоретично сформульовані процеси та механізми теорії соціальної обробки інформації.

Теорія соціальної обробки інформації є дещо двозначною щодо другого головного її елемента, темпорального виміру. Початкове теоретичне пояснення щодо додаткового часу, якого потребує комп'ютерно опосередковане спілкування для формування та розвитку враження, а також для управління стосунками, полягало в тому, що електронні потоки вербальної комунікації без невербальних додатків містять менше інформації, ніж мультимодальні обміни „лицем до лица”. Навіть у синхронних комп'ютерно опосередкованих комунікаціях в режимі реального часу ці комунікаційні сигнали не є повністю двонаправленими у термінах сприймання реакції співрозмовника одночасно з моментом його висловлювання. З цієї точки зору навіть постійний та безперервний обмін у синхронних комп'ютерно опосередкованих комунікаціях забезпечує відносно менший рівень накопичення міжособистісної інформації, аніж це мало би місце у спілкуванні „лицем до лица” за той самий інтервал часу. Однак обговорення цієї теорії також відображає, що більше часу може бути потрібно для встановлення стосункових ефектів у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях, оскільки останні зазвичай використовуються більш спорадично, аніж спілкування „лицем до лица”. Онлайн-комунікації часто включають у себе асинхронні медіа, тобто системи, які дозволяють одному співрозмовнику створити повідомлення в один момент часу, а реципієнту отримати його пізніше, у час, зручний для нього. Точка зору теорії соціальної обробки інформації може концептуально пояснити обидва підходи до темпорального розриву, і обидва підходи були використані у емпіричних дослідженнях. Нещодавні дослідження надали емпіричну підтримку теорії соціальної обробки інформації з використанням строго асинхронних



комунікацій [405; 417] або з використанням фрагментів чату у режимі реального часу, що повторювалися кілька днів підряд [342; 493]. Разом з тим більша теоретична точність покращила б розуміння сфери теоретичного та практичного застосування концепції соціальної обробки інформації.

Теорія соціальної обробки інформації була розширена іншими дослідниками для розгляду медіа, відмінних від текстових комп'ютерно опосередкованих комунікацій, хоча ці розширені положення викликають певні питання. М. Теніс та Т. Постмес [454] встановили, що демонстрація фотографії співрозмовника чи обмін біографіями користувачів комп'ютерно опосередкованих комунікацій перед дійсним початком спілкування працюють так само добре, як і обмін вербальними репліками, для формування міжособистісних очікувань при комп'ютерно опосередкованих комунікаціях. Раніше дослідники в межах цієї теорії більше орієнтувалися на вербальні обміни, такі як біографічні розкриття користувачів комп'ютерно опосередкованих комунікацій, їх репліки, що відбивають певні особистісні настановлення, та стиль мовлення. Слід зазначити, однак, що фотографічна інформація функціонує дуже подібно до біографічного тексту.

Д. Вестерман, Б. Ван дер Гейде, К. Клейн та Дж. Вальтер [490] запропонували більш складний підхід до потенційних ефектів фотографій та іншої мультимедійної інформації, доступної онлайн, у межах підходу соціальної обробки інформації. Ці дослідники переглянули ключове положення цієї теорії про те, що медіа з меншою пропускнуою здатністю каналу передає менше інформації при обміні, аніж медіа з більшою пропускнуою здатністю, що впливає на рівень формування вражень та розвитку стосунків. З цієї точки зору вони вивчали різноманітні форми та канали персональної інформації. У результаті дослідження вони з'ясували, що деякі медіа передають інформацію швидше (тобто вони передають більше соціальної інформації за відповідний інтервал часу, наприклад, фото чи відео), а інші повільніше. Цей простий висновок

узгоджується з теорією соціальної обробки інформації; хоча розширений погляд на швидші та повільніші медіа уможлиблює ширшу сферу застосування та ширший спектр передбачень про нові мультимодальні медіа, аніж їх відпочатково планувалося пояснити оригінальною теорією.

Незважаючи на ці потенційні зміни, які інтегрували застосування візуальної інформації у теоретичну концепцію соціальної обробки інформації, деякі дослідження показали достатньо обмежені додаткові ефекти щодо привабливості та зменшення невпевненості, коли до текстових комп'ютерно опосередкованих комунікацій додаються розширені модальності. У одному дослідженні М. Антеуніс, П. Валькенбург та Дж. Пітер [268] порівняли діадну комунікацію „лицем до лица” з системою миттєвих повідомлень з гібридним клієнтом миттєвих повідомлень, що відображав візуальну інформацію про діадного партнера впродовж сесії текстової комп'ютерно опосередкованої комунікації. Після першої ознайомчої сесії не спостерігалось значних відмінностей у міжособистісній атракції між цими двома ситуаціями. Візуальні сигнали справді збільшили частоту розкривань та питань особистого характеру, на противагу попереднім відкриттям, що розкриття та питання особистого характеру були набагато частішими у комп'ютерно опосередкованому спілкуванні, ніж у взаємодії „лицем до лица” [459].

Нарешті, нещодавнє дослідження щодо процесів зменшення непевності у соціальних мережах явно зосередилося на потенційному застаріванні теорії соціальної обробки інформації у світлі характеристик нових медіа, що надають інформацію поза межами інтерактивних обмінів, на яких традиційно зосереджується критикована теорія. Інше дослідження М. Антеуніса, П. Валькенбурга та Дж. Пітера [269] вказує, що соціальні мережі забезпечують надлишок асинхронної та неінтрузивної біографічної, мультимодальної (у вигляді малюнків, аудіо та відео) та соціометричної інформації про інших людей. Таким чином, дослідники передбачили, що ці альтернативні форми

соціальної інформації слід розглядати як первинні джерела зменшення непевності учасників комп'ютерно опосередкованого спілкування стосовно інших учасників, без потреби уточнювати чи підтверджувати цю інформацію у інтерактивній текстовій комунікації. Результати цього дослідження показали, що, незважаючи на внесок цих нових форм відображення інформації, інтерактивна комунікація має найбільший внесок у зменшення непевності щодо іншої людини.

Надособистісна модель комп'ютерно опосередкованих комунікацій [475] пропонує набір теоретично пов'язаних між собою процесів для пояснення того, як комп'ютерно опосередковані комунікації можуть фасилітувати враження та стосунки онлайн, які б перевищували бажаність та близькість тих вражень і стосунків, що мають місце у паралельних офлайн-взаємодіях. Модель включає в себе чотири основні компоненти комунікаційного процесу (Рис.2.), які пояснюють, як комп'ютерно опосередковані комунікації можуть впливати на когнітивні та комунікативні процеси, що мають стосунок до конструювання та прийняття повідомлень:

- ефекти, які належать до процесів отримувача;
- ефекти, що мають місце між тими, хто надсилає повідомлення;
- атрибути комунікаційного каналу;
- ефекти зворотного зв'язку.



Рис.2. – Модель комп'ютерно опосередкованих комунікацій

Ця модель отримала визнання у науковців. В той же час розширення та доповнення до моделі були запропоновані на базі як теоретичних, так і емпіричних внесків. Певні аспекти моделі залишаються недостатньо вивченими – як, наприклад, цілісна єдність її субкомпонентів, так само як і ефекти взаємності зворотнього зв'язку – хоча і в цих недосліджених питаннях було зроблено певні напрацювання.

**Реципієнти.** Отримуючи повідомлення від інших учасників комп'ютерно опосередкованих комунікацій, людина може проявити тенденцію до перебільшення власних сприймань автора повідомлення. За умов відсутності фізичних та інших сигналів, які мають місце у ситуаціях „лицем до лиця”, замість того, щоб відмовитися формувати враження про автора повідомлення, реципієнти заповнюють прогалини, орієнтуючись на доступну інформацію. Це часто набуває форми ідеалізації, якщо первісні думки, наміри, сподівання щодо іншої особи є прихильними. Оригінальне формулювання моделі має чітке і ясне коріння з теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності (SIDE-моделі) [377] у формулюванні динаміки реципієнта. SIDE-модель також описує, як користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій приписують надмірні властивості подібності, коли спілкуються в умовах візуальної анонімності, якщо контекстуальні сигнали припускають, що співрозмовник поділяє ту ж саму чітку соціальну ідентичність, що і реципієнт. Теорія далі припускає, що співрозмовники переживають підвищений рівень атракції у цих умовах. SIDE-модель стверджує, що ця специфічна форма атракції зосереджена на прив'язці людини скоріше до групової ідентичності, аніж до індивідуальних та особистісних характеристик співрозмовника.

Останні переформулювання надособистісної моделі, однак, спробували розширити концепти, що мають стосунок до динаміки реципієнта [474]. Надособистісний підхід тепер припускає, що початкове враження про співрозмовника може бути активоване не лише груповими ідентифікаціями, але

і за допомогою індивідуальних стереотипів, таких як характеристики особистості, або завдяки віддаленій подібності онлайн-співрозмовника до попередньо відомої людини [348]. Дослідження онлайн-вражень з використанням аналізу соціальних стосунків [360], які показують, наскільки гомогенними чи диференційованими є враження людини щодо інших учасників групи, пропонують перспективний підхід до питання формування вражень у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях на основі групової чи міжособистісної ідентичності [384].

**Комунікатори, відправники.** Комп'ютерно опосередковані текстові комунікації допомагають формувати вибіркові самопрезентації. Спілкуючись онлайн, людина може передавати тільки ті сигнали, які вона хоче показати іншим. Ці сигнали не обов'язково мають демонструвати іншим, якими є фізичні характеристики відправника (якщо тільки сам відправник не розкриє цю інформацію явно). У ситуації „лицем до лица” люди також зазвичай не демонструють підсвідомо небажані зразки поведінки, такі як перебивання, невірний зоровий контакт або невербальні елементи поведінки, що можуть відволікати співрозмовника від формулювання у нього бажаного враження. Натомість відправники у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях можуть конструювати свої повідомлення так, аби описати себе у найбільш сприятливий спосіб, підсилюючи бажані характеристики та спілкуючись у такій манері, яка має стимулювати найбільш сприятливі реакції інших. Саморозкриття відіграє доволі природну роль у цьому процесі, у якому люди не тільки розкривають ті відомості про себе, які вони бажають повідомити іншим, але також шляхом цього розкриття накопичують рівень близькості. Дослідження з'ясували, що розкриття та питання особистого характеру становлять більшу частину реплік у онлайн-діалогах між незнайомцями, ніж це має місце у схожих розмовах „лицем до лица” [350; 459]. Це може бути простою адаптацією до браку невербальних експресивних сигналів, які зазвичай у ситуації „лицем до лица” забезпечують

інформацію, що зменшує рівень непевності. Слід зауважити, що розкриття користувачів комп'ютерно опосередкованих комунікацій мають більш інтимний, глибокий характер, ніж у ситуаціях „лицем до лица”.

Крім цих явних розкриттів, велика частина того, що відправники вибірково представляють іншим про самих себе, виражається у змісті обмінів у термінах того, як співрозмовники виражають свої оцінки щодо різних предметів, на різні теми, формулюють свою згоду чи незгоду зі партнерами по комунікації, підбирають репліки чи вирази та інші варіанти звичних проявів близькості. У нещодавньому дослідженні [485] одного з членів онлайн-пари, який обговорював тему гамбургерів зі своїм онлайн-співрозмовником, попросили поводитися у процесі цього спілкування у такий спосіб, який би наштовхував іншу людину до вподобання чи несподобання особистості відправника. Значущі відмінності у вподобанні для осіб, які приймали участь у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях, були пов'язані з рівнем випадків згоди проти випадків незгоди та випадків узгодження проти випадків розбіжностей у твердженнях, які стосувалися улюблених гамбургерів співрозмовника. При спілкуванні онлайн, і, можливо, у всіх інших випадках, ми не стільки маніпулюємо нашою бажаністю для інших шляхом виразних тверджень міжособистісної прив'язаності, але радше у такий спосіб, коли ми доповнюємо чи змагаємося з поглядами інших на якийсь предмет чи питання. У іншому дослідженні систематичні відмінності між тим, як учасники конструювали власні онлайн-наративи, призвели до змін у їх власних Я-концепціях. А. Гонзалес та Дж. Генкок [325] попросили учасників описати свій досвід у такий спосіб, який би спонукав інших вважати авторів цього опису або екстравертами, або інтравертами. Половина учасників експерименту розмістила ці описи у блозі, який, імовірно, був доступним для інших користувачів комп'ютерно опосередкованих комунікацій, в той час як інша половина учасників записала свої відповіді у вигляді окремого анонімного документа для

детального відкладеного у часі аналізу. Блогові дописувачі створили значно інші самосприйняті описи інтраверсії/екстраверсії внаслідок отриманого досвіду згідно з характеристиками, які були їм приписані в межах експерименту. А. Гонзалес і Дж. Генкок прийшли до висновку, що вибіркова онлайн-самопрезентація чинить потужний потенційний вплив не тільки на інших учасників комп'ютерно опосередкованих комунікацій, але й також перетворює власне „Я” індивіда. Цей феномен вони назвали „зсувом ідентичності”.

**Канал.** Третій вимір надособистісної моделі включає характеристику комунікаційного каналу і те, як комп'ютерно опосередковані комунікації спричиняються до заздалегідь обдуманого конструювання сприятливих онлайн-повідомлень. Частково фактор каналу зосереджується на механізмах зовнішнього вигляду комп'ютерно опосередкованих комунікацій, припускаючи, що користувачі використовують можливість обдумати і сконструювати ці повідомлення зважено. У багатьох програмах, які використовуються у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях (особливо у асинхронних системах), користувачі можуть не поспішати і створити оптимально бажані повідомлення, не порушуючи при цьому плин діалогу, що геть не доступне у термінах негайності діалогових ситуацій „лицем до лица”. Надособистісна модель далі припускає, що користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій прагнуть якнайвигідніше використати можливість редагувати, видаляти та переписувати повідомлення, аби ці повідомлення якнайкраще відображали те, що є бажаним для відправника. Наступним положенням теорії є те, що користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій можуть перенаправляти когнітивні ресурси на покращення власних повідомлень, без потреби приділення уваги до фізичних аспектів поведінки відправника чи його партнерів по діалогу, чи до умов навколишнього середовища, у яких знаходиться один або більше учасників комунікації (на противагу явно

вираженим вимогам приділення уваги до цих аспектів у ситуаціях спілкування „лицем до лиця”). Користувачі комп’ютерно опосередкованих комунікацій можуть зосередити свою увагу на конструюванні повідомлень у більшій мірі, ніж це вони можуть зробити у діалогах „лицем до лиця”.

Нещодавні дослідження підтвердили багато з цих припущень [470]. Було проведене дослідження, у якому студенти вузу були переконані, що вони беруть участь у асинхронному спілкуванні з шанованим професором, особистість якого була детально вималювана, з відносно непрестижним старшокласником з іншого регіону, особистість якого теж була детально вималювана, а також зі студентом іншого вузу, про якого не було відомо нічого, крім імені цього студента. Структура повідомлень учасників записувалася у режимі реального часу з пізнішим кодуванням та оцінюванням. При цьому інша група учасників оцінювала, наскільки бажаним є кожен тип співрозмовника у якості партнера по взаємодії. Результати дослідження показали, що чим більш бажаним вважався той чи інший діалоговий партнер, тим більше редагування (витирань, додавань, доповнень та вставок) використовували учасники при складанні своїх повідомлень до цього партнера. Міра редагування відповідала мірі стосункової прив’язаності, приписаної до цих повідомлень оцінювачами. Учасники відзначали рівень обдумування під час конструювання своїх повідомлень методом самозвіту, і цей рівень мав би відрізнятися залежно від привабливості отримувача повідомлення. Цього не сталося, і так само не виявилось значних різниць часу, який учасники витратили на обдумування повідомлень до різних отримувачів. Однак ті, хто проявили більший рівень вдумливості витратили більше часу на редагування вже написаних повідомлень, в той час як учасники з нижчим рівнем вдумливості витратили більше часу на попередній вибір самої теми листа. Ці результати додали певний рівень верифікації до такого положення надособистісної моделі, що користувачі комп’ютерно опосередкованих комунікацій використовують унікальні механічні властивості



комунікаційного медіа для покращення стосункових якостей власних повідомлень.

Інший аспект каналу як компоненту надособистісної моделі важче інтерпретувати, і результати досліджень кидають виклик початковим припущенням моделі щодо співвідношень асинхронних та синхронних комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Надособистісна модель відпочатково постулювала, що асинхронні комп'ютерно опосередковані комунікації дають можливість користувачам уникнути проблем залучення, що можуть мати місце у групових взаємодіях „лицем до лица”. Залучення у літературі, присвяченій комунікаціям та взаємодії у малих групах, визначається як здатність синхронізувати увагу та взаємодію з іншими членами групи. Цю вимогу важко виконати, якщо учасники мають суперечливі вимоги щодо часу та уваги. Часові обмеження працюють проти залученості у групових взаємодіях „лицем до лица”, спонукаючи співрозмовників жертвувати підтриманням групового порядку на користь безособистісних, орієнтованих на вирішення задачі, обговорень. Оскільки користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій, що працюють у асинхронному режимі, можуть взаємодіяти з іншим у той час, який є зручним та доступним для них, надособистісна модель припускає, що комп'ютерно опосередковані комунікації не будуть страждати через брак поведінки, спрямованої на підтримання групового порядку. Користувачі комп'ютерно опосередкованих комунікацій будуть більше схильними до залучення у міжособистісних дискусій, які не орієнтовані на вирішення задачі, аніж це має місце у аналогічних групах „лицем до лица”, оскільки немає часових обмежень для таких обмінів.

Цей аспект надособистісної моделі був дуже швидко підданий критиці. Етнографічні спостереження та інтерв'ю Робертса, Сміта та Поллока показали, що люди, які долучаються до багатокористувацьких онлайн-ігор у режимі реального часу та синхронних чат-систем (на противагу асинхронним формам

комунікації, таким як е-мейл), дуже швидко демонструють соціальні обміни. Схожим чином Дж. Пена і Дж. Генкок [407] показали, що діалоги у багатосторонній грі, яка симулювала бій на мечях у режимі реального часу, відображали більше соціоемоційних висловів, аніж тверджень, що мали прямий стосунок до гри, що мало місце навіть під час онлайн-дуелей. Вигоди соціабельності, відпочатково приписувані асинхронним формам комп'ютерно опосередкованих комунікацій, в перших версіях надособистісної моделі досить чітко виявляються аспектами багатьох синхронних систем, принаймні тих, у яких соціалізація є метою, яку користувачі приносять у систему. Нещодавній огляд комунікації, яка відбувається у певній онлайн рольовій грі у режимі реального часу, описує широку різноманітність форм міжособистісної комунікативної поведінки між учасниками гри та членами внутрішньоігрових об'єднань (кланів, гільдій, альянсів тощо) [366]. Хоча ці результати припускають ширшу сферу розвитку міжособистісної динаміки, пояснення концепту залучення не було випробуване з часу розробки моделі, і концептуальний та емпіричний статус цього аспекту каналу як компонента надособистісної моделі є нечітким.

**Зворотній зв'язок.** Надособистісна модель комп'ютерно опосередкованих комунікацій припускає, що покращення, що мають місце внаслідок ідеалізації, вибіркової самопрезентації та ефектів комунікаційного каналу, взаємно впливали на відповідні чинники цих покращень, формуючи систему зворотнього зв'язку, за допомогою якої комп'ютерно опосередковані комунікації інтенсифікують та підсилюють динаміку, яку додає кожен компонент надособистісної моделі. Тобто, коли реципієнт отримує повідомлення у формі вибіркової самопрезентації та ідеалізує його джерело, цей індивід може відповісти таким чином, що це буде взаємним та стимулює часткову модифікацію віртуальної особистості відправника, відтворюючи, покращуючи та потенційно перебільшуючи ці зміни. Спосіб, у який динаміка

цих взаємних очікувань може модифікувати персонажі учасників, запропоновано вважати таким, що відбиває процес біхевіорального підтвердження.

Біхевіоральне підтвердження [441] описує, як враження одного з партнерів комунікаційної взаємодії про іншого партнера стимулює першого партнера до певної поведінки, і як ця поведінка, в свою чергу, змінює реакції партнера-реципієнта. Першопочаткове дослідження з біхевіорального підтвердження включало учасників чоловічої статі, яким показували фотографії, що мали на меті переконати учасників у тому, що їхні комунікативні партнери жіночої статі, спілкування з якими відбувалося по телефону, були фізично привабливими чи непривабливими (хоча справжні комунікативні партнери були не тими, хто зображений на фотографіях, а випадково підібраними учасниками жіночої статі). Ці очікування не лише мали вплив на рівень залучення учасників чоловічої статі, вони заторкнули також реакції учасників жіночої статі, що стосувалися їх особистісних характеристик, як виявилось у зовнішніх оцінюваннях особистісних характеристик учасників жіночої статі на основі аудіозаписів їх розмов. Надособистісна модель включила в себе цей концепт, припускаючи, що ідеалізовані враження людини про онлайн-комунікативного партнера можуть призвести користувача комп'ютерно опосередкованих комунікацій до взаємних повторень, заснованих на цьому враженні. Це виражається у передачі таких повідомлень, які, у свою чергу, можуть змінити реакції партнера, зсуваючи особистість реципієнта у напрямку взаємно сконструйованих та напрацьованих вражень обох учасників спілкування. При такому спілкуванні зворотній зв'язок може підсилити надособистісні ефекти ідеалізації, вибіркової самопрезентації та використання каналу.

Зворотній зв'язок як компонент надособистісної моделі до останнього часу отримував мало уваги з боку дослідників в галузі комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Дж. Вальтер, Я. Ліанг та співавтори [482]

вивчали, чи зворотній зв'язок, отриманий учасником комп'ютерно опосередкованих комунікацій, покращував феномен зсуву ідентичності, описаний А. Гонзалесом і Дж. Хенкоком [325]. Так само як зробили А. Гонзалес і Дж. Хенкок, автори новітнього експерименту попросили половину учасників давати відповідь на певний набір питань, так, як ніби вони були екстравертами, а іншу половину – так, як ніби вони були інтровертами. Учасники розміщували свої відповіді у блог або вставляли їх у спеціальну веб-форму. На відміну від дослідження А. Гонзалеса і Дж. Хенкока у будь-якому варіанті розміщення та будь-якому варіанті екстраверсії – інтроверсії учасники або отримували, або не отримували зворотній зв'язок, який підтверджував би їх екстравертовані чи інтровертовані особистісні самоописи. Коли учасники послідовно виконували самозвітні записи щодо їхньої екстраверсії-інтроверсії, ті з них, хто отримував зворотній зв'язок, показували більш виразні результати у напрямку початкової ролі. Це дослідження також допомогло встановити зв'язок між двома компонентами надособистісної моделі – вибірковою самопрезентацією та зворотнім зв'язком, показуючи, що активація цих компонентів спільно, у режимі синергії, дає набагато сильніші ефекти, ніж задіяння цих самих компонентів окремо.

Деякі дослідження у галузі комп'ютерно опосередкованих комунікацій пришли до висновків, які узгоджуються з ефектом *біхевіорального невідтвердження* [347; 284]. Біхевіоральне невідтвердження відбувається, коли одна людина відкидає неприємну для неї взаємодію з реципієнтом, і для уникнення неприємностей надмірно пристосовується для того, щоб покращити свою поведінку або поведінку реципієнта. Цей феномен описувався в дослідженні Дж. Вальтера [474], у якому учасники виступали стороною онлайн-комунікацій зі старшокласником, студентом ВНЗ чи професором. Незважаючи на чіткі ознаки того, що старшокласники були найменш бажаними комунікативними партнерами, учасники чоловічої статі, які вважали, що вони

спілкуються з школярем чоловічої статі, виражали більший рівень редагування повідомлень та прив'язаності, аніж при спілкуванні з однолітком чоловічої статі або професором. У цьому дослідженні не робилися порівняння, засновані на голосовому спілкуванні, чи на спілкуванні „лицем до лица”.

Як зазначалося раніше, два нещодавні дослідження відкрили ефекти передінтеракційних очікувань на наступні враження, що мають місце при комп'ютерно опосередкованій комунікації або голосовій комунікації [310; 480]. Установки дослідників у обох дослідженнях наперед встановили передінтеракційні очікування серед інтерв'юерів незалежно від того, який рівень інтелекту (високий чи низький) проявляли їхні партнери. Ці маніпуляції авторів експериментів включали фальшиву презентацію одного або двох наборів фотознімків комунікаційного партнера, середній бал успішності, спеціальність, за якою було здобуто вищу освіту та самозвітоване найвище досягнення у середній школі. У дослідженні Н. Еплі та Дж. Крюгера [310], половина інтерв'юерів використовували систему телефонного зв'язку для розмови з реальним респондентом, а друга половина інтерв'юерів використовували комп'ютерно опосередковані комунікації, отримуючи відповіді, які транскрибувалися у текстову форму з голосових реплік особи, відмінної від справжнього респондента. Результати досліджень відображають більше біхевіоральне підтвердження у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях, аніж при спілкуванні телефоном: оцінки інтерв'юерами респондентів, що їх інтерв'юери давали після комунікації, відрізнялися при комп'ютерно опосередкованих комунікаціях, але не при спілкуванні голосом. Методика цього дослідження, однак, припускала, що інтерв'юер у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях не міг насправді впливати на поведінку власного партнера. Повторне дослідження Дж.Вальтера, Д. ДеАндреа та С.Тонга [480] включало справжніх інтерв'юерів як при комп'ютерно опосередкованій комунікації, так і при спілкуванні голосом. Оцінки після сесій комп'ютерно

опосередкованих комунікацій показали відносно вищий рівень приписуваного інтелекту, аніж у випадку спілкування голосом, що відображає біхевіоральне непідтвердження у випадку телефонного спілкування. Перспективним є дослідження, яке б поглибило вивчення причин таких відмінностей у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях та голосовому спілкуванні за параметрами біхевіорального підтвердження/непідтвердження.

**Доповнення до моделі.** По мірі того, як нові дослідження додавали, підтримували чи критикували певні положення надособистісної моделі, було зроблено чимало доповнень до неї, і таким чином ця модель стала придатною до застосування щодо нових соціальних технологій.

Певні аспекти надособистісної моделі було застосовано при проведенні дослідження, що вивчало динаміку на сайтах онлайн-знайомств. Багато з таких сайтів вимагають, щоб користувачі створювали профілі, які включають в себе фотографії та самоописи користувачів. Інтерв'ю з учасниками сайтів онлайн-знайомств, які проводили Н. Елісон, Р. Гейно та Дж. Гіббс [309], показали, що серед користувачів має місце надмірне приписування соціальних та особистісних смислів навіть з найменших сигналів, що їх показує потенційний романтичний партнер. Ці надмірні приписування включали в себе значною мірою описки та проекції щодо особистості романтичного партнера, навіть на основі того, у який час доби (зранку, вдень, ввечері чи вночі) він чи вона ініціює запит на побачення. Н. Елісон, Р. Гейно та Дж. Гіббс також вивели принципи вибіркової самопрезентації на основі матеріалів їх дослідження, що описували дилеми, з якими стикаються учасники сайтів знайомств, коли чесні самопрезентації дають у результаті менше випадків зацікавленості у ініціації діалогу, у пропозиції побачення та у реальному побаченні, аніж це має місце при самоперебільшенні, самовихвалянні чи інших формах оманливих самопрезентацій [491].

Дослідження щодо оманливих самопрезентацій у профілях на сайтах

онлайн-знайомств значною мірою спиралися на теоретичні положення надособистісної моделі. Дані нових досліджень показують, що більшість учасників сайтів онлайн-знайомств подають свідомо хибну інформацію щодо їх віку, ваги та/або зросту у своїх онлайн-профілях [460; 333]. У деяких випадках ці результати пояснювалися можливістю користувачів комп'ютерно опосередкованих комунікацій створювати вибіркові самопрезентації та редагувати повідомлення в умовах асинхронних комунікацій. Ця надособистісна точка зору часто застосовувалася до того, як користувачі сайтів онлайн-знайомств обирають або ретушують власні фотографії, які вони розміщують у своїх електронних профілях [335].

Інші дослідження додали нові пояснювальні можливості до надособистісної моделі. К. Джіанг, Н. Базарова та Дж. Генкок [349] запропонували розуміння виключного впливу актів саморозкриття на рівень близькості у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях у порівнянні з комунікаціями „лицем до лица”. Хоча люди розкриваються набагато більше і більш глибоко у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях, аніж у спілкуванні „лицем до лица” [459], залишається відкритим питання, чи реципієнти цих розкриттів інтерпретують їх таким чином, який збільшує рівень близькості у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях більше, аніж у відповідних офлайн-взаємодіях. К. Джіанг та співавтори [349] висунули гіпотезу, що рівень того, як отримане розкриття від співрозмовника впливає на рівень близькості, визначається тими мотивами розкриття, які реципієнт приписує відправнику. Експеримент в матриці 2 на 2 включав у себе комп'ютерний чат проти взаємодій „лицем до лица” між наївними учасниками та попередньо проінструктованими учасниками. Останнім запропонували здійснити протягом діалогу певні розкриття особистісного характеру в експериментальній групі і не робити ніяких розкриттів у контрольній групі. Післятестові вимірювання показали, що учасники комп'ютерно

опосередкованих комунікацій, які отримували ці розкриття, відчували більший рівень близькості, аніж учасники, які спілкувалися „лицем до лица”. Серед тих, хто показав більший рівень розкриття, учасники комп’ютерно опосередкованих комунікацій частіше відчували, що поведінка того, хто розкривається, була мотивована більшою мірою певним аспектом їх стосунків, аніж властивостями комунікативного медіа чи попередніми установками того, хто розкривається, на противагу тому, що мало місце у спілкуванні „лицем до лица”. Цей тип атрибуції повністю опосередковував зв’язок між розкривальною взаємодією та рівнем близькості. На додаток до фіксації надособистісного ефекту впливу розкриття на рівень близькості, це дослідження висвітлило новий атрибутивний механізм для пояснення надособистісного ефекту.

Самоатрибутивна динаміка може також проявлятися онлайн, що призводить до перебільшених рівнів близькості як результату саморозкриттів онлайн. Хоча ми зазвичай розуміємо, що коли інша людина розкривається нам, то ми переживаємо близькість з цією людиною, метааналіз зв’язку між розкриттям та вподобанням, проведений Н. Коллінзом та Л. Міллером [290], пропонує альтернативну кореляцію. Коли ми розкриваємося іншій людині, наше власне розкриття так само збільшує наші почуття близькості стосовно реципієнта. Таким чином, коли користувачі поступово пристосовуються до відсутності невербальних сигналів у комп’ютерно опосередкованих комунікаціях шляхом набагато більшого розкриття, ніж це має місце у взаємодії „лицем до лица” [350; 459], це може пояснюватися їхнім власним вираженням відносно більшого рівня розкриття (як доповнення або замість сприймання актів розкриття інших), при якому вони приписують більший рівень близькості діалогам за допомогою комп’ютерно опосередкованих комунікацій, де мають місце ці розкриття. Хоча це твердження потребує емпіричного підтвердження, воно додає цікаве теоретичне положення до загальної теорії надособистісної моделі.



Інша форма самосприймання, яка впливає на рівень близькості, може бути теоретично виведена на основі того, що онлайн-діалог може тривати у декілька разів довше, аніж обмін тією ж самою кількістю вербального контенту під час взаємодії „лицем до лица”. Якщо учасники синхронних комп’ютерно опосередкованих комунікацій проводять розмову, і тривалість цієї розмови суб’єктивно оцінюється ними приблизно як одна година, фактично виявляється, що сесія тривала чотири години, і за умови, якщо ця різниця у темпі комунікаційного обміну не помічається учасниками комп’ютерно опосередкованих комунікацій (як вона очевидно непомітна для гравців у багатокористувацькі онлайн-ігри) [420], цей темпоральний розрив може також призводити до перебільшених очікувань стосовно бажаності онлайн-партнера. Коли час здається таким, що плине швидше, ніж це є насправді, люди схильні до позитивної атрибуції тих подій, які стаються протягом цього часу [429].

Інші дослідники також вивчали роль розкриття у розвитку відносно більш близьких стосунків онлайн та їх ефектів. П. Валькенбург та Дж. Пітер [462] виділяють три зв’язки між чотирма специфічними процесами, що пояснюють, як комп’ютерно опосередковані комунікації можуть мати стосунок до покращень юнацького благополуччя. З підстав, які з’явилися у літературі [362; 435], першим важливим зв’язком у межах моделі є ефект впливу комп’ютерно опосередкованих комунікацій на стимуляцію онлайн-саморозкриттів. Базуючись на широкому огляді літератури, П. Валькенбург та Дж. Пітер продовжують пов’язувати саморозкриття з розвитком високої якості стосунків між людьми. Зрештою, автори вказують на зв’язок між високою якістю стосунків та розвитком психологічного благополуччя. Перші два зв’язки, зокрема, припускають, що комп’ютерно опосередковані комунікації є каталізатором у заснованому на стосунках розвитку особистості в юнацькому віці.

На противагу опису П. Валькенбургом та Дж. Пітером ефектів та вигод,

які комп'ютерно опосередковані комунікації привносять до психологічного благополуччя, інше застосування надособистісної моделі має місце у підході С. Каплан [286] до вивчення проблематичного використання Інтернету. С. Каплан зосереджується на використанні комп'ютерно опосередкованих комунікацій та наслідках такого використання для людей, які мають дефіцит соціальних навичок у спілкуванні „лицем до лица”, і які відчувають яскраво виражену тривогу, пов'язану з потребою встановлення комунікації. Для таких людей, вважає С. Каплан, Інтернет-взаємодія є особливо сприятливою, зокрема комунікаційні системи у режимі реального часу. Оскільки комп'ютерно опосередковані комунікації забезпечують користувачам більший контроль над своїми повідомленнями та власними самопрезентаціями, аніж це має місце у спілкуванні „лицем до лица”, це зменшує тривожність [266]. За цих умов учасники можуть розвинути те, що С. Каплан називає „схильністю до соціальних взаємодій онлайн”. Дослідниця писала: „Ця схильність характеризується переконаннями, що людина почувається безпечнішою, більш ефективною, більш впевненою у собі та більш комфортно при міжособистісних взаємодіях та стосунках онлайн, аніж при традиційних („лицем до лица”) соціальних взаємодіях [285, с. 723]. Це використання комп'ютерно опосередкованих комунікацій, згідно з дослідженнями С. Каплан, є парадоксальним та проблематичним, оскільки такі користувачі відчувають подальшу деградацію власних офлайнових соціальних навичок у поєднанні зі зростанням навичок онлайн-взаємодій, які виявляються більш соціально схвалюваними.

Новий теоретичний конструкт, що називається гарантуванням, позначає валідність інформації про іншу людину, яку учасник може отримати чи спостерігати онлайн. Люди часто дізнаються досить багато один про одного у тематичних дискусіях на веб-форумах або при участі в онлайн-багатокористувацьких іграх [403; 404], а також з особистих домашніх сторінок,

профілів у соціальних мережах та інших форм онлайн-взаємодії та самопрезентації, включаючи сторінки на сайтах онлайн-побачень [309]. Однак, як пояснює Дж. Донат [303], існує висока ймовірність того, що інформація, яку людина отримує при взаємодіях у такий спосіб, може значною мірою складатися з спотворених самопрезентацій та прямого обману, що стосується офлайн-характеристик учасників у реальному житті. По мірі того, як розвиваються онлайн-стосунки, вони можуть дійти до такої точки, у якій співрозмовникам стає дуже важливо мати таку інформацію, на яку б вони могли твердо покластися як на достовірний опис характеристик комунікативного партнера у реальному житті. Ця потреба може стати особливо гострою, якщо хтось із учасників комунікації, або вони обоє, вирішать ініціювати зустріч „лицем до лиця”, як зазвичай і роблять онлайн-друзі та ймовірні партнери у романтичних стосунках [404].

Початкові положення концепції гарантування стверджують, що людина менше схильна до спотворення власних вибіркового самопрезентацій, якщо реципієнт має доступ до інших членів соціальної мережі відправника, оскільки ці інші члени можуть повідомити справжню інформацію про ті чи інші характеристики відправника, що зробить останнього відповідальним за спотворену самопрезентацію. Для збільшення довіри партнера до власних самопрезентацій людина може стимулювати онлайн-партнера до контактів з членами соціальних мереж відправника у реальному житті.

Більшу цінність концепції гарантування ми можемо знайти у її визначенні того, який тип інформації забезпечує більшу довіру реципієнтів щодо потенційної справжньої природи офлайнового „Я” відправника. З цієї точки зору реципієнти схильні проявляти більшу довіру і покладатися на ті враження, які засновані на інформації з більшим рівнем гарантування чи більшим зв'язком онлайн-персонажа з офлайновим фізичним тілом та особистістю [448]. Інформація розглядається реципієнтом як надійна до тієї міри, що реципієнт

сприймає її як „стійку до маніпуляцій з боку особистості, якої вона стосується” [483, с. 548]. Дж. Вальтер і М. Паркс [479] стверджують, що користувачі комп’ютерно опосередкованих комунікацій можуть робити вільні кроки, аби надати онлайн-партнерам інформацію, що має відносно високу величину гарантування, використовуючи посилання на спільних знайомих у соціальних мережах або посилання на веб-сайти, що містять інформацію про відправника, над якими сам відправник не має контролю.

Нещодавнє дослідження забезпечило певні емпіричні тести теоретичного концепту гарантування. Хоча гарантування було відпочатково концептуалізоване у контексті стосунків, які виникають у текстових онлайн-обговореннях, це дослідження застосувало та розширило концепт гарантування до сучасних мультимедійних сайтів та соціальних мереж. Посилання на концепт гарантування з’являється у дослідженні щодо управління враженнями на сайтах онлайн-побачень. Н. Елісон та співавтори [309] зазначають, що учасники сайтів онлайн-побачень гарантують свої заяви щодо своїх схильностей чи участі у певних видах діяльності, розміщуючи у своїх користувацьких профілях такі фотографії, які зображують їх залученими у той вид діяльності, про який заявляє учасник. Наприклад, якщо людина зображена на фотознімку під час сходження на гору, то важко запідозрити її у маніпуляції чи підробці [302]. Інше дослідження, присвячене сайтам онлайн-побачень [460], з’ясувало, що люди, які використовували сайти онлайн-побачень, спотворювали свої онлайн-самопрезентації тим меншою мірою, чим більшою мірою їх знайомі у реальному житті знали, що вони використовують ці сайти. Схожим чином Д. Варкентін та співавтори [488] дослідили, яким чином самопрезентації учасників впливають на частоту та ступінь обману, який ці учасники показують у своїх твердженнях щодо своїх звичок, демографічних характеристик та персональних вподобань. Хоча синхронні чати дають більше можливостей для обману, ніж це має місце у соціальних мережах та за допомогою е-мейл, присутність сигналів

та прив'язок до офлайн-ідентичності у будь-якій з цих платформ зменшує рівень потенційного обману при спілкуванні [488].

Дж. Вальтер, Б. Ван дер Гейде, Л. Гемель та Н. Шульман [484] тестували гарантування експериментально шляхом суміщення улесливих та неулесливих тверджень про людину на стучно створених профілях у соціальних мережах. Коментарі розміщувалися або власником профілю, або друзями власника у соціальних мережах. Соціальні мережі зазвичай забезпечують учаснику можливість зазначити власні якості та характеристики у розділі „Про мене”, улюблені цитати, поточні види діяльності і т.д. На сторінці соціальної мережі знайомі учасника можуть також залишати коментарі, що відображають види діяльності та характеристики власника профілю, розміщуючи повідомлення на „стіні” або за допомогою інших систем зі схожими назвами. Коли припущення людей стосовно їх власної фізичної привабливості (або позитивні та саморекламуючі, або ж негативні та самоосуджуючі), заперечувалися сигналами, що містилися у настінних репліках від друзів, оцінки власника профілю з боку спостерігачів більшою мірою відображали коментарі цих друзів, аніж самооціночні репліки власника профілю.

Концепт гарантування залишається наразі відносно новим теоретичним конструктором, хоча його емпіричне застосування у сучасних мультимедійних системах є дуже перспективним.

З метою уточнення вищезначених теоретичних концептів та перевірки їх значимості в умовах сучасного інформаційного суспільства нами було організовано і проведено емпіричне дослідження.

Метою констатувального етапу дослідницької програми було визначено встановлення психологічних особливостей міжособистісного спілкування студентів за посередництвом використання Інтернет-технологій.

В емпіричному дослідженні психологічних особливостей міжособистісного спілкування студентів за посередництвом використання

Інтернет-технологій взяли участь студенти Рівненського державного гуманітарного університету та Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки віком 17-24 років, що регулярно й активно використовують Інтернет з метою спілкування (n=376 осіб, зокрема 152 – студенти гуманітарних спеціальностей (34 хлопці і 118 дівчат), 129 – студенти технічних спеціальностей (80 хлопців і 49 дівчат), 31 – учасники студентського Інтернет-форуму (14 хлопців і 19 дівчат), 64 – учасники спеціально організованого в позаурочний час процесу спілкування у формі обговорення різних тем (30 хлопців і 34 дівчини). Усі досліджувані були диференційовані на підгрупи:

- 1) за спілкуванням безпосереднім й опосередкованим Інтернетом;
- 2) за статевим диференціалом (хлопці та дівчата);
- 3) за спеціальністю (гуманітарні і технічні).

В якості діагностичного інструментарію були використані: спеціально розроблений (авторський) опитувальник, зорієнтований на вивчення цілей безпосереднього й опосередкованого Інтернетом міжособистісного спілкування студентів, методика І.П. Шкуратової для виявлення мотивів безпосереднього і опосередкованого Інтернет-технологіями міжособистісного спілкування студентів, методика діагностики міжособистісних стосунків Т. Лірі. Отримані дані були піддані кількісному аналізу із залученням методів математичної статистики (Т-критерій Вілкоксона, U-критерій Манна-Уїтні). Вивчення взаємозв'язку особливостей спілкування (цілей, мотивів і типів прояву міжособистісних стосунків), опосередкованого Інтернетом, і психологічною адаптацією студентів відбувалося із використанням контент-аналізу і факторного аналізу.

Упродовж констатувального експерименту було встановлено, що психологічними особливостями як безпосереднього, так і опосередкованого Інтернетом міжособистісного спілкування досліджуваних виступають такі

складові:

- 1) цілі, що зумовлені міжособистісним спілкуванням (контактна, розуміння, координаційна, інформаційна, емотивна, спонукальна, встановлення стосунків);
- 2) мотиви, що викликають необхідність міжособистісного контакту (емоційно-моральні, ділові, пізнавальні, інтерес до партнера, самоствердження, обміну думками, конвенційні, життєві, ігри й розваги, негативні, егоцентричні й альтероцентричні);
- 3) типи міжособистісних стосунків, культивовані учасниками спілкування (авторитарний, доброзичливий, егоїстичний, агресивний, підозрілий, підпорядковуваний, залежний, альтруїстичний);
- 4) зміст, що наповнюється інтересами тих досліджуваних, які взаємодіють між собою (емоційний, когнітивний, мотиваційний, діяльнісний);
- 5) функції, які виконує міжособистісне спілкування (інформаційно-комунікативна, регулятивно-комунікативна і афектно-комунікативна);
- 6) позиції, обрані учасниками спілкування (відкрита, закрита, відсторонена).

Цілі міжособистісного спілкування за посередництвом Інтернет-технологій встановлювалися нами за спеціально розробленим опитувальником. Встановлено, що всі сім досліджуваних цілей (контактна, розуміння, інформаційна, емотивна, координаційна, спонукальна, встановлення стосунків) характерні і в безпосередньому, і в опосередкованому Інтернетом спілкуванні, однак мають різний рівень прояву (див. табл. 1).

*Таблиця 1*

**Цілі безпосереднього й опосередкованого Інтернетом міжособистісного спілкування студентів**

<b>Цілі спілкування</b>		
<b>Рівень прояву</b>	<b>Безпосереднє спілкування</b>	<b>Опосередковане Інтернетом спілкування</b>

Високий	<ul style="list-style-type: none"> <li>• контактна</li> <li>• розуміння</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• інформаційна</li> </ul>
Середній	<ul style="list-style-type: none"> <li>• інформаційна</li> <li>• емотивна</li> <li>• координаційна</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• контактна</li> <li>• розуміння</li> </ul>
Низький	<ul style="list-style-type: none"> <li>• спонукальна</li> <li>• встановлення стосунків</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• емотивна, контактна</li> <li>• координаційна</li> <li>• встановлення стосунків</li> <li>• спонукальна</li> </ul>

Якісна інтерпретація отриманих даних засвідчує, що студенти основними цілями безпосереднього спілкування, бачать встановлення контактів ( $T=10,744$  при  $p \leq 0,01$ ) і розуміння ( $T=-7,324$  при  $p \leq 0,01$ ), опосередкованого Інтернетом – інформаційну ( $T=-6,960$  при  $p \leq 0,01$ ). Як у безпосередньому, так і в опосередкованому Інтернет-технологіями спілкуванні студенти не схильні стимулювати активність партнера для виконання певних дій (спонукати), а також фіксувати своє місце в системі рольових і статусних зв'язків (встановлювати стосунки). Зауважимо, що цілями спілкування, опосередкованого Інтернетом, у меншій мірі, в порівнянні з безпосереднім, є збудження емоційних переживань у партнера (емотивна мета:  $T=-9,750$  при  $p \leq 0,01$ ), взаємна орієнтація, узгодженість дій (координаційна мета:  $T=-7,397$  при  $p \leq 0,01$ ).

Результати дослідження мотивів безпосереднього і опосередкованого Інтернет-технологіями міжособистісного спілкування студентів за допомогою методики І.П. Шкуратової презентовані в таблиці 2.

*Таблиця 2.*

**Мотиви безпосереднього й опосередкованого Інтернетом міжособистісного спілкування студентів**

<b>Мотиви спілкування</b>		
<b>Рівень прояву</b>	<b>Безпосереднє спілкування</b>	<b>Опосередковане Інтернетом спілкування</b>



Високий	<ul style="list-style-type: none"> <li>емоційно-моральний;</li> <li>обмін думками;</li> <li>розвага</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>обмін думками;</li> <li>розвага</li> </ul>
Середній	<ul style="list-style-type: none"> <li>конвенційний;</li> <li>інтерес до людини;</li> <li>альтероцентричний;</li> <li>егоцентричний;</li> <li>життєвий</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>емоційно-моральний;</li> <li>конвенційний;</li> <li>альтероцентричний;</li> <li>інтерес до людини</li> </ul>
Низький	<ul style="list-style-type: none"> <li>діловий;</li> <li>негативний;</li> <li>самоствердження;</li> <li>пізнавальний</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>егоцентричний;</li> <li>життєвий;</li> <li>діловий;</li> <li>негативний;</li> <li>самоствердження;</li> <li>пізнавальний</li> </ul>
<b>Інтенсивність мотивів спілкування</b>		
Високий	<ul style="list-style-type: none"> <li>розвага</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>розвага</li> </ul>
Середній	<ul style="list-style-type: none"> <li>конвенційний;</li> <li>емоційно-моральний;</li> <li>інтерес до людини;</li> <li>альтероцентричний;</li> <li>егоцентричний</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>обмін думками;</li> <li>інтерес до людини;</li> <li>емоційно-моральний;</li> <li>конвенціональний</li> </ul>
Низький	<ul style="list-style-type: none"> <li>негативний;</li> <li>діловий;</li> <li>самоствердження;</li> <li>життєвий;</li> <li>пізнавальний;</li> <li>обмін думками</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>життєвий;</li> <li>діловий;</li> <li>альтероцентричний;</li> <li>егоцентричний;</li> <li>негативний;</li> <li>самоствердження;</li> <li>пізнавальний</li> </ul>

Здійснена нами якісна інтерпретація отриманих даних дає змогу констатувати, що провідними мотивами безпосереднього й опосередкованого Інтернет-технологіями міжособистісного спілкування досліджуваних студентів є насамперед мотиви обміну думками і розваги. Слід відзначити, що у безпосередньому спілкуванні студентів також переважає емоційно-моральний мотив. Статистично значущі відмінності на користь безпосереднього міжособового спілкування виявлені в емоційно-моральному ( $T=-7, 612$  при

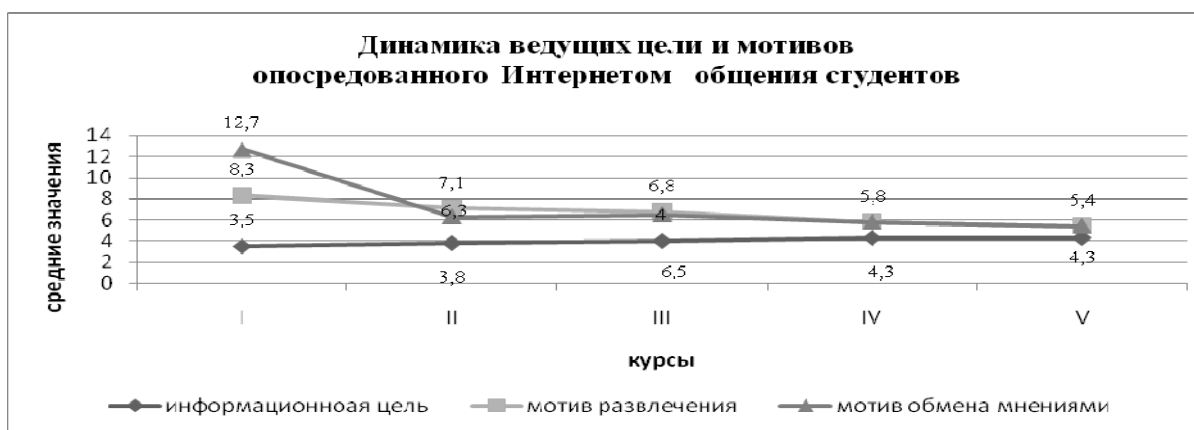
$p \leq 0,01$ ), альтероцентричному ( $T = -3, 510$  при  $p \leq 0,01$ ), егоцентричному ( $T = -6, 789$  при  $p \leq 0,01$ ), життєвому ( $T = -3, 973$  при  $p \leq 0,01$ ), діловому ( $T = -3, 640$  при  $p \leq 0,01$ ), а також мотиві інтересу до людини ( $T = -2, 227$  при  $p \leq 0,01$ ).

Також відзначимо, що статистично значущих відмінностей на користь опосередкованого Інтернетом міжособистісного спілкування нами не виявлено.

Аналіз інтенсивності мотивів також показав пріоритетність розваги в безпосередньому й опосередкованому Інтернетом спілкуванні. Проте, виявлені достовірно значущі відмінності дозволяють зробити висновок про те, що інтенсивність мотиву розваги в безпосередньому спілкуванні вища, ніж в опосередкованому Інтернетом ( $T = -3, 370$  при  $p \leq 0,01$ ). Таким чином, в Інтернеті студенти значно частіше, ніж при безпосередньому спілкуванні, схильні до простого обміну думками, під яким розуміються ситуації, коли спілкування організовується в основному для порівняння своїх поглядів з чужими, а також з інтересу до особистісних специфічних рис і властивостей партнера по віртуальному спілкуванню.

Інтерпретація виокремлених в дослідженні мотивів спілкування, опосередкованого Інтернетом також виявило, що у хлопців порівняно з дівчатами більше виражені діловий мотив ( $U = -2, 418$  при  $p \leq 0,01$ ) і мотив розваги ( $U = -2, 350$  при  $p \leq 0,01$ ); у дівчат переважають мотиви емоційно-моральний ( $U = -2, 342$  при  $p \leq 0,05$ ), інтересу до людини ( $U = -3, 059$  при  $p \leq 0,05$ ) і конвенційний ( $U = -1, 995$  при  $p \leq 0,01$ ). Вивчення особливостей мотивів в Інтернет-спілкуванні у студентів гуманітарних і технічних спеціальностей засвідчило, що студенти технічних спеціальностей порівняно зі своїми однолітками частіше використовують діловий мотив ( $U = -2, 870$  при  $p \leq 0,01$ ).

Аналіз динаміки прояву провідних цілей і мотивів опосередкованого Інтернетом міжособового спілкування студентів в процесі вікового дозрівання і професійного становлення представлений на рис. 3. (зробити українською мовою)



**Рис. 3. – Динаміка провідних цілей і мотивів опосередкованого Интернетом спілкування студентів**

Отож відзначимо, що в Інтернет-спілкуванні інформаційна мета має позитивну динаміку, яка виражається в зростанні її значущості від молодших курсів до старших (1 курс – середній показник 3,5; 2 курс – 3,8; 3 курс – 4; 4 курс – 4,3; 5 курс – 4,3); у мотиву розваги негативна динаміка: значущість цього мотиву знижується від молодших курсів до старших (1 курс – середній показник 8,3; 2 курс – 7,1; 3 курс – 6,8; 4 курс – 5,8; 5 курс – 5,4); динаміка мотиву обміну думками також негативна: знижується значущість цього мотиву від молодших курсів до старших (1 курс – середній показник 12,7; 2 курс – 6,3; 3 курс – 6,5; 4 курс – 5,8; 5 курс – 5,4).

Аналіз специфіки провідної мети і мотивів спілкування, опосередкованого Интернетом, у хлопців і дівчат виявив таке:

а) динаміка інформаційної мети у хлопців позитивна від 1 до 3 курсу і негативна від 3 до 5 курсу; у дівчат вона позитивна до старших курсів;

б) мотив розваги в Інтернет-спілкуванні у хлопців і дівчат не має виражених динамічних характеристик;

в) динаміка мотиву обміну думками у хлопців позитивна від 1 до 3 курсу і негативна від 3 до 5 курсу, а у дівчат вона негативна від молодших до старших курсів.

Також варто констатувати, що особливостей динаміки провідних цілей і мотивів спілкування, опосередкованого Інтернетом, у студентів гуманітарних і технічних спеціальностей нами не встановлено.

Порівняльне вивчення змісту, функцій і позицій безпосереднього й опосередкованого Інтернетом спілкування студентів проводилося за допомогою контент-аналізу. Основними категоріями аналізу були ті, що становлять спілкування (змістовна, функціональна, позиційна); одиницями аналізу – виділені в даних тих, що становлять компоненти (когнітивний, емоційний, мотиваційний, діяльнісний, інформаційний, регуляційний, афектний, відкритий, відсторонений, закритий). Складні взаємозв'язки різних компонентів спілкування не дозволили виділити так званих «чистих» одиниць аналізу, у зв'язку з чим було виявлено низку додаткових, «змішаних» характеристик у змістовній і функціональній складовій спілкування (див. табл. 3 ).

*Таблиця 3*

**Зміст, функції та позиції безпосереднього й опосередкованого Інтернетом міжособистісного спілкування студентів (у %)**

<b>Складові спілкування</b>	<b>Компоненти, що становлять спілкування</b>	<b>Безпосереднє спілкування</b>	<b>Інтернет-спілкування</b>	<b>Статистично значущі відмінності</b>
Змістовна	<b>когнітивний</b>	<b>59</b>	<b>29</b>	<b><math>\phi^*=4,1</math> при <math>p \leq 0,01</math></b>
	когнітивно-емоційний	16	11	
	когнітивно-мотиваційний	8	16	
	когнітивно-діяльнісний	0	7	
	<b>емоційний</b>	<b>4</b>	<b>26</b>	<b><math>\phi^*=4,5</math> при <math>p \leq 0,01</math></b>
	мотиваційний	11	7	
	когнітивно-емоційно-мотиваційний	2	3	
Функціональна	<b>інформаційний</b>	<b>55</b>	<b>40</b>	<b><math>\phi^*= 2,04</math></b>

				<b>при <math>p \leq 0,05</math></b>
	інформаційно-регуляційний	17	15	
	інформаційно-регуляційно-афективний	7	12	
	регуляційний	9	3	
	афективно-регуляційний	2	2	
Позиційна	<b>відкритий</b>	<b>70</b>	<b>80</b>	<b><math>\phi^*=1,64</math> при <math>p \leq 0,05</math></b>
	відсторонений	23	15	
	закритий	7	5	

Встановлено, що в змісті безпосереднього міжособистісного спілкування студентів переважає когнітивний компонент (59 %), який перевищує цей же показник в опосередкованому Інтернетом спілкуванні (29 %). Семантика опосередкованого Інтернетом спілкування позначена переважанням емоційного компонента (26 %), який перевищує цей же показник у безпосередньому спілкуванні (4 %).

При порівняльному вивченні функції безпосереднього й опосередкованого Інтернетом міжособистісного спілкування студентів було виявлено переважання інформаційного компонента в безпосередньому спілкуванні (55 % і 40 % відповідно). Зауважимо, що в позиційній складовій міжособистісного спілкування, опосередкованого Інтернетом, в порівнянні з безпосереднім, переважає відкритий компонент (80 % і 70 % відповідно).

Аналіз результатів дослідження основних типів міжособистісних стосунків за трьома мірами вираженості (методика Т. Лірі) подано на рис. 4. (зробити українською мовою)

Результати дослідження засвідчують, що середні показники типів стосунків при безпосередньому й опосередкованому Інтернетом спілкуванні у студентів знаходяться в діапазоні мінімальних і середніх значень, причому в

Інтернет-середовищі всі типи міжособистісних стосунків виражені слабше, ніж у безпосередньому спілкуванні. Це свідчить про психологічне здоров'я і адекватність більшості досліджуваних, а також вказує на особливості Інтернет-середовища, що дозволяє вибудовувати конструктивніші стосунки в процесі спілкування. Отримані відмінності підтверджені статистично за допомогою Т-критерію Вілкоксона.



**Рис 4. – Середні значення типів міжособистісних стосунків у безпосередньому й опосередкованому Інтернетом спілкуванні студентів**

У хлопців в порівнянні з дівчатами в Інтернет-спілкуванні переважає егоїстичний ( $U = 0,045$  при  $p \leq 0,05$ ) і агресивний ( $U = 0,041$   $p \leq 0,05$ ) типи міжособистісних стосунків, а у дівчат переважають підозрілість ( $U = 0,046$   $p \leq 0,05$ ) і дружелюбність ( $U = 0,049$   $p \leq 0,05$ ). Отримані відмінності підтверджені статистично за допомогою U-критерію Манна-Уїтні. Типи міжособистісних стосунків у процесі спілкування, опосередкованого Інтернетом, розрізняються у студентів гуманітарних і технічних спеціальностей за параметрами

авторитарності й егоїстичності, які характерніші для студентів технічних спеціальностей (авторитарність:  $U=0,048$  при  $p \leq 0,05$ , егоїстичність:  $U=0,043$   $p \leq 0,05$ ).

Вивчення взаємозв'язку особливостей спілкування (цілей, мотивів і типів прояву міжособистісних стосунків), опосередкованого Інтернетом, і психологічною адаптацією студентів відбувалося з використанням факторного аналізу. Виявлено, що можливості отримати інформацію в процесі Інтернет-спілкування, встановити контакт із співрозмовником, а також збудувати стосунки взаємопов'язані з прийняттям себе, емоційним комфортом і адаптивністю студентів. Також встановлено, що у студентів гуманітарних спеціальностей:

а) реалізація широкого спектру цілей спілкування в Інтернет-середовищі, прояв різноманіття типів міжособистісних стосунків взаємопов'язані з прийняттям себе і внутрішнім контролем;

б) прояв підозрілого і підпорядкованого типів міжособових стосунків в опосередкованому Інтернетом спілкуванні взаємопов'язано з дезадаптивністю.

У студентів технічних спеціальностей:

а) уміння отримати інформацію, спонукати партнера до спілкування, виявити емоції та розуміти співрозмовника в Інтернеті взаємопов'язано з адаптивністю;

б) розвага, формальне встановлення контактів, прояв егоїстичного типу міжособистісних стосунків у процесі опосередкованого Інтернетом спілкування взаємопов'язані з дезадаптивністю.

За статевим диференціалом нами встановлено, що у студентів-хлопців:

а) реалізація мотиву розваги, контактною, спонукальною, інформаційною цілями, агресивного, егоїстичного і підозрілого типів міжособистісних стосунків в Інтернет-спілкуванні взаємопов'язані з прийняттям себе та інших;

б) реалізація мотиву обміну думками й авторитарного типу

міжособистісних стосунків у процесі опосередкованого Інтернетом спілкування взаємопов'язана з емоційним комфортом.

У студентів-дівчат:

а) встановлення контактів із співрозмовником, уміння отримувати інформацію, розуміння, обмін думками, прояв агресивного, доброзичливого й альтруїстичного типів міжособистісних стосунків у процесі опосередкованого Інтернетом спілкування взаємозв'язані з прийняттям себе;

б) невміння встановлювати контакти, обмінюватися думками в сукупності з авторитарним і залежним типом міжособистісних стосунків у процесі опосередкованого Інтернетом міжособистісного спілкування взаємопов'язані з емоційним дискомфортом;

в) встановлення стосунків і розвага в процесі опосередкованого Інтернетом спілкування взаємопов'язане з прийняттям інших та емоційним комфортом.

Таким чином, Інтернет пропонує користувачам широкі можливості для соціальних та професійних зв'язків як з тими, кого вони знають у реальному житті, так і з тими, кого вони зустрічають вже онлайн. Ці онлайн соціальні зв'язки можуть покращувати професійні контакти і надавати доступ до професійної, економічної, політичної та іншої інформації. Утворення соціальних груп в Інтернет не обмежене і не зводиться лише до кар'єрних потреб та інтересів. У сучасних соціальних мережах є багато груп для тих, хто хоче відшукати людей зі спільними інтересами та потребами у щонайширших сферах людського життя.

## Висновки до II розділу

У розділі здійснено критичний аналіз та оцінка різних теорій пояснення специфіки комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Теорії класифіковані



згідно з концептуалізацією того, як користувачі відповідають характеристикам систем комп'ютерно опосередкованих комунікацій.

Зокрема виокремлено три групи теорій:

- 1) Теорії відфільтрованих сигналів, які припускають, що систематичні редукції у невербальних сигналах, спричинені різними комунікаційними системами, призводять до безособистісних орієнтацій серед користувачів (Теорія соціальної присутності; Теорія медіа-збагаченості (відома як теорія інформаційної збагаченості); Теорія пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності(SIDE-модель); Теорія сигналів).
- 2) Досвідні та перцептивні теорії комп'ютерно опосередкованих комунікацій, котрі описують, як характеристики учасників комунікацій, їх взаємодія з іншими та контекстуальні фактори впливають на сприймання властивостей різних класифікаційних систем; впливають на експресивність та нормативне використання цих самих технологій так, як ніби було змінено самі ці властивості (Теорія електронної спорідненості ; Теорія соціального впливу; Теорія розширення каналу).
- 3) Теорії міжособистісної адаптації та застосування медіа, котрі відображають способи, якими учасники комунікацій пристосовуються до або використовують сигнальні обмеження систем комп'ютерно опосередкованих комунікацій для досягнення чи перевершення рівня комунікативної близькості модальності „лицем до лица” (Теорія обробки соціальної інформації у комп'ютерно опосередкованих комунікаціях; Надособистісна модель комп'ютерно опосередкованих комунікацій).

На засадах аналізу теорій окреслено нові теоретичні ідеї, що апелюють до практичної цінності різних медіа. Обговорення включає численні приклади з досліджень, які допомагають проілюструвати ключові теоретичні знахідки цих груп теорій.

Доведено, що будь-який з цих підходів демонструє частковий, фрагментарний погляд на мінливість простору міжособистісних комунікацій та комп'ютерно опосередкованих комунікацій.

У розділі також висвітлено результати емпіричного вивчення психологічних особливостей міжособистісного спілкування студентів за посередництвом використання Інтернет-технологій.

В емпіричному дослідженні психологічних особливостей міжособистісного спілкування студентів за посередництвом використання Інтернет-технологій взяли участь студенти Рівненського державного гуманітарного університету та Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки віком 17-24 років, що регулярно й активно використовують Інтернет з метою спілкування (n=376 осіб).

Вивчення взаємозв'язку особливостей спілкування (цілей, мотивів і типів прояву міжособистісних стосунків), опосередкованого Інтернетом, і психологічною адаптацією студентів відбувалося з використанням факторного аналізу.

Виявлено, що можливості отримати інформацію в процесі Інтернет-спілкування, встановити контакт із співрозмовником, а також збудувати стосунки взаємопов'язані з прийняттям себе, емоційним комфортом і адаптивністю студентів.

Також встановлено, що у студентів гуманітарних спеціальностей реалізація широкого спектру цілей спілкування в Інтернет-середовищі, прояв різноманіття типів міжособистісних стосунків взаємопов'язані з прийняттям себе і внутрішнім контролем; прояв підозрілого і підпорядкованого типів міжособистісних стосунків в опосередкованому Інтернетом спілкуванні взаємопов'язано з дезадаптивністю.

У студентів технічних спеціальностей уміння отримати інформацію, спонукати партнера до спілкування, виявити емоції та розуміти співрозмовника

в Інтернеті взаємопов'язано з адаптивністю; розвага, формальне встановлення контактів, прояв егоїстичного типу міжособистісних стосунків у процесі опосередкованого Інтернетом спілкування взаємопов'язані з дезадаптивністю.

За статевим диференціалом нами встановлено, що у студентів-хлопців реалізація мотиву розваги, контактною, спонукальною, інформаційною цілями, агресивного, егоїстичного і підозрілого типів міжособистісних стосунків в Інтернет-спілкуванні взаємопов'язані з прийняттям себе та інших; реалізація мотиву обміну думками й авторитарного типу міжособистісних стосунків у процесі опосередкованого Інтернетом спілкування взаємопов'язана з емоційним комфортом.

У студентів-дівчат встановлення контактів із співрозмовником, уміння отримувати інформацію, розуміння, обмін думками, прояв агресивного, доброзичливого й альтруїстичного типів міжособистісних стосунків у процесі опосередкованого Інтернетом спілкування взаємозв'язані з прийняттям себе; невміння встановлювати контакти, обмінюватися думками в сукупності з авторитарним і залежним типом міжособистісних стосунків у процесі опосередкованого Інтернетом міжособистісного спілкування взаємопов'язані з емоційним дискомфортом; встановлення стосунків і розвага в процесі опосередкованого Інтернетом спілкування взаємопов'язане з прийняттям інших та емоційним комфортом.

## **РОЗДІЛ III. ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ВІРТУАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ В ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ**

У розділі розглянуто сутність віртуальної взаємодії, вплив віртуального спілкування в соціальних мережах на розвиток особистості підлітка. Презентовано результати проведеного емпіричного вивчення специфічних рис взаємозв'язку віртуального спілкування та самосвідомості у підлітковому віці.

### **3.1. Сутність віртуальної взаємодії.**

#### **Віртуальна реальність як психологічна категорія**

Двадцять перше століття принесло людству не тільки нові технології, але і безмежну віру в процес глобалізації всіх сфер життя суспільства. Розвиток засобів передачі інформації прискорив процес об'єднання, засноване на обміні даними в бізнесі, політиці і економіці. Технологія виробництва інформації здешевшала, процес обміну інформацією став більш швидким і більш зручним, звільняючи, таким чином, людину від різних незручностей, пов'язаних з проблемами взаємодії особистості і окремих громадських структур.

До кінця 2000-х років явище мобільності вже тільки здавалося основоположним фактором в успішному взаємодії людей в сферах виробництва, бізнесу, управління. Доступність віддалених інформаційних каналів з можливістю передачі колосальних обсягів даних дозволяє людині у багато разів збільшити комунікативний простір. Це в свою чергу підвищує її комунікативний, виробничий (в області інтелектуальної діяльності) та управлінський функціонал.

Однак разом з тим відбуваються і процеси, що наочно показують всі негативні сторони розвитку суспільства, в якому символи, відірвані від

реальності, так само як і нові смисли цих символів, набувають першорядного значення. Розглянемо ряд комунікативних проблем, викликаних соціальними потрясіннями, які спонукають особистість до серйозних внутрішніх змін.

Якщо розглядати суспільство з точки зору системно-функціонального підходу, то у випадку домінування функції над структурою інформація перетворюється в дуже цінний ресурс. І від обсягу, новизни і актуальності такого ресурсу залежить те, як людина буде виконувати свою функцію в інформаційному суспільстві. Але при переході на новий рівень інтеграції різних сфер суспільної діяльності змінюється і уявлення про функції діяльності людини. К. Ясперс писав з цього приводу: «Все, що людина здатна робити, робиться швидко. Їй дають завдання, але він позбавлений послідовності у своєму існуванні. Робота виконується доцільно, і з цим покінчено. Протягом деякого часу ідентичні прийоми його роботи повторюються, але не заглиблюються у цьому повторенні так, щоб вони стали надбанням того, хто їх застосовує» [265, с. 41]. Е. Фромм у роботі «Здорове суспільство» [237] вказав також і на те, що в процесі виробництва, під впливом ряду факторів, у тому числі і швидкості процесу виробництва, людина, чиї функції носять все більш приватний характер і чітко детерміновані, не здатна побачити кінцевий продукт власної праці. Грунтуючись на цих двох висловлюваннях, робимо висновок, що в повсякденному житті принцип швидкості, поверхневості і відірваності від цілого нікуди не зникає. Соціальні ролі при всій їх уявній різноманітності і неявній прив'язці до соціальних статусів все ж чітко визначені і в більшості своїй остаточно сформовані (хоча багато моделей поведінки під впливом зовнішніх непрогнозованих факторів можуть видозмінюватися).

Суспільство споживання, з його зростаючою роллю ЗМІ в житті людини, тільки потурає цьому, пропонуючи все більше і більше абсолютно непотрібної інформації. І, пропонуючи товари і послуги, що здаються різноманітними, воно нав'язує особистості досить обмежене коло шаблонних моделей поведінки.

Індивідуалізм знову ховається за страхом відмінності від інших. Це справедливо для тих випадків, коли отримавши нові можливості для досягнення своїх цілей, задоволення потреб (в даному випадку не важливо, суспільних чи індивідуальних), або ж заради простого виконання певної функції, людина все ще чіпляється за застарілі алгоритми дії, тільки з причини зарахування себе до певної соціальної групи.

Зараз, коли формується нова інформаційна цивілізація, процеси інтеграції різних областей людської діяльності зумовлюють великі зміни у схемі взаємодії людини і суспільства. Змінюється не лише сама соціальна система, змінюється також і співвідношення залежності особистості і суспільства у даній соціальній системі. Іноді це тягне за собою ілюзію свободи особистості, в той час як її дії все більше і більше регламентуються суспільством, шляхом надання симуляції вибору моделі власної поведінки. Це багато в чому обумовлено тим, про що писав Т. Парсонс: «Стійкість соціальної системи можлива тільки в тому випадку, коли в якихось межах люди надходять відповідним чином, у відповідний час і у відповідному місці» [190, с. 335].

Зараз подібний принцип постулюється постійно, множачи і в той же час спрощуючи поведінкові моделі. Однак зовнішній вплив на систему провокує людей, що її формують, на злагоджені дії, які суперечать стабільності. І при великою мірою уніфікації різних процесів діяльності членів соціальної системи перехід на «небажані» моделі поведінки відбувається досить швидко. Безглуздим буде заперечення впливу оточення на особистість. А в суспільстві, де панує конформізм і почуття необхідності приналежності до якої-небудь соціальної групи, навіть бажання виділитися із загальної маси буде відбуватися за цілком прогнозованим сценарієм.

Для інформаційного суспільства, про яке в останні роки говорять все частіше, характерна велика свобода вибору моделей поведінки, в основному за рахунок дистанціювання людей один від одного у процесі життєдіяльності.

Взаємодія людини і суспільства відбувається одночасно в декількох площинах, внаслідок чого комунікативний простір особистості значно розширюється, так само як розширюється і набір виконуваних нею соціальних ролей. Інформація стає не лише доступною, але й легко вироблюваною. За допомогою розвинених технологій в галузі засобів масової комунікації людина вивела виробництво інформації на абсолютно новий рівень, раніше не доступний широким масам. В мережі Інтернет, яка ще не визнана засобом масової інформації, тим не менш знімається багато труднощів, пов'язаних з отриманням, зберіганням і виробництвом інформації. І хоча сучасне суспільство ще не досягло тієї точки, в якій потреба кожної людини в інформації буде задовольнятися, вже зараз можливість зіткнення з так званою проблемою інформаційного голоду, значно знижується.

Людина стикається з іншою проблемою. перебуваючи в центрі кількох інформаційних полів, взаємодіючи з іншими людьми в різних сферах діяльності, – вона, щоб у своєму розвитку не відставати від розвитку суспільства, змушена постійно розширювати власний комунікативний простір. Таким чином, людина отримує доступ до великих обсягів даних, взаємодіє з великою кількістю людей, які перебувають у тих соціальних групах, до яких вона не належить. А отже вона стикається з все більшою кількістю соціальних ролей, які не характерні для її повсякденного життя. При такому повороті подій особистості доводиться обмежувати власний комунікативний простір, звужуючи коло взаємодії з іншими, або підлаштовуватися під змінне середовище і змінювати свій набір соціальних ролей, демонструючи моделі поведінки, схожі з прийнятими у даному мікросоціумі. Ці два процеси в повній мірі показують одномірність сучасної людини. Ця одновимірна людина змушена під впливом суспільства обмежувати власний вибір до гранично малої кількості опцій.

Однак зараз, в умовах світової кризи, коли навіть найзавзятіші прихильники ідеї глобалізації починають визнавати її провальним проектом,

людині випав шанс позбутися від прищепленої їй одномірності. Вона в силах позбутися досить обмеженого кола нав'язаних їй потреб і моделей поведінки, які в свою чергу визначають з плином часу хід думок людини.

Тут варто детальніше розглянути шляхи виходу зі сформованої ситуації, коли звичне наслідування шаблонів замінює собою творчий підхід і різностороннє розуміння взаємодії особистості та суспільства. І для початку варто згадати про те, чим відрізняється одновимірна особистість, від високоорганізованої багатовимірної особистості. У своїй роботі «Одновимірна людина» Г. Маркузе [156] вказував на явище трансплантації суспільних потреб в індивідуальні. Це відбувається якраз завдяки тому, що все розвинене людство рухається в бік створення інформаційної цивілізації. ЗМІ та Інтернет, величезна кількість інформаційного сміття, методи впливу на людину за допомогою технологій НЛП і public relations здебільшого стають причиною того, що суспільні потреби сприймаються особистістю не тільки як свої власні, але і як ті потреби, в необхідності задоволення яких вона переконалася самостійно. В той же час задоволення цих потреб відбувається через ті ж самі засоби, якими дані «помилкові» потреби, як їх називає Маркузе, і були нав'язані.

Також є деякі тривожні тенденції в розвитку суспільства, в якому панує інформація, а взаємодія переходить на віртуальний рівень. «Тривожні тенденції тут сформульовані як ризики інформаційного суспільства, пов'язані з заміщенням духовної культури вузькопрофесійними знаннями, деформацією дозвілля, орієнтацією на розважальність, витісненням реального живого спілкування, зміною характеру людського мислення від творчого до інструментального і формалізованого» [128].

Власне саме орієнтація на розважальність, а також формалізація процесу людського мислення, а отже, і моделей поведінки, призводить до того, що особистість відкидає творчі аспекти власного рутинного існування і досить однобоко дивиться на своє життя і життя свого оточення. І, на нашу думку, не



можна вважати особистість багатовимірною, якщо вона використовує можливості розширення комунікативного простору за допомогою Інтернету та інших технічних засобів, тільки для розваг і для спрощення процесу задоволення своїх бажань, а також, якщо особа використовує в процесі віртуальної взаємодії ті ж соціальні ролі, що й у повсякденній рутині життя.

Розвиток особистості сповільнюється, якщо сам віртуальний світ стає для особистості рутиною і місцем, де втілюються не нові моделі поведінки, що відображають нові смисли нестандартних ситуацій, а місцем, куди проєктуються звичні шаблони, які стають ще простішими за рахунок підміни реальної взаємодії з іншими симуляцією спілкування у віртуальному середовищі. Взаємодія через Інтернет і спроби експериментувати з симулятором власної особистості у віртуальному середовищі часто призводять до того, що людина стикається з абсолютно чужими їй поняттями, смислами і поведінковими моделями. Відповідно настороженість, консервативність виборів можуть бути своєрідною реакцією на страх, викликаний думкою про те, що її поведінка в цьому, поки ще новому для неї середовищі, не буде відповідати очікуванням «жителів» цього мікросоціуму.

Настороженість і страх викликають почуття ворожості в той момент, коли людина стикається з новими для неї явищами. Георг Зіммель вважав, що «ворожість виявляється, щонайменше, деякою формою або основою людських відносин, поряд з іншою – симпатією між людьми» [92, с. 5]. І якщо ворожий настрій по відношенню до інших превалує, то людина, беручи участь у процесі обміну інформацією через Інтернет, починає використовувати саме ті ролі, використання яких вже призводило до досягнення поставленої мети.

Проте боязнь нового і небажання позбутися старих перевірених методів взаємодії з іншими – далеко не всі причини, за якими особистість зупиняється у власному розвитку. Якщо взяти основну функцію глобальної інформаційної мережі, то стає очевидним, що для успішного користування Інтернетом, для

безперешкодного зберігання і виробництва інформації зовсім не обов'язково пробувати грати нові соціальні ролі. Особистості достатньо бути обізнаною про технічні і організаційні сторони питання спілкування через Інтернет, цього досить для успішного досягнення своїх цілей. І, в принципі, суспільство в особі державних і соціальних інститутів до недавнього часу лише заохочувало саме такий прагматичний і функціональний підхід.

У величезних мас людей відразу змінюється соціальний статус, відповідно і соціальні ролі, виконувані ними, також зазнають змін. А середовище Інтернет краще інших сфер суспільного життя пристосовується до системних трансформацій, викликаних зовнішніми факторами. Однак поштовх, який міг послужити початком глибоких змін в суспільному устрої і суспільній свідомості, поставив перед особистістю дві дуже складних комунікативних проблеми. Перша – це невдоволення і агресія, викликані тим, що звичний уклад життя і поведінкові моделі, що вже зрослися з самою особистістю, доводиться різко змінювати, що позначається не тільки і не стільки на манері взаємодії з іншими людьми, скільки на зміні принципів споживання. Крім того, сюди ж можна віднести і страх перед невідомим майбутнім. Це ускладнює комунікацію між людьми, оскільки поведінкові очікування підкріплені лише застарілою інформацією, а нову думку і, відповідно, нові очікування ще не утворили.

Друга проблема, з якою стикається людина при різкій зміні або розширенні набору соціальних ролей (мається на увазі ситуація, коли навколишня обстановка змушує людину так чи інакше змінювати свої поведінкові моделі), – це часта нездатність швидко адаптуватися до нових умов.

Швидкість розвитку суспільства завжди вища швидкості розвитку окремої людини, людина змушена постійно бути в курсі подій і внутрішньо вона повинна бути готовою до прийняття всіх цих змін. Ця готовність виявляється у часі, яке йде у неї на сприйняття і засвоєння нової інформації, прийняття нових установок, зміну власних моделей поведінки і використання нових соціальних

ролей. Тому друга проблема є більш важливою і актуальною, оскільки найстрашнішим для сучасної людини стає випадання з потоку, затримка на стадії засвоєння інформації про зміни суспільства.

Дві комунікативні проблеми, що ставлять під сумнів хід становлення інформаційної цивілізації, змушують особистість робити складний вибір. Слідувати чи старого способу життя, покладаючись на застарілі установки, та замінювати одні хибні потреби на інші, такі ж неправдиві; або повною мірою використовувати нові можливості для того, щоб, переосмисливши власне становище у суспільстві, винайти, змінити власні моделі поведінки? Кожна людина по-своєму вирішує дане питання. Хтось користується анонімністю, щоб поширювати завідомо неправдиву інформацію і ображати оточуючих, хтось, використовуючи фальшиві маски, навмисно вводить інших в оману і цинічно цим користується. Особа ж, яка відкидає закостенілий спосіб мислення та хибні потреби, прищеплені їй суспільством споживання, і творчо експериментує з власним рольовим набором, не підлаштовує під ті опції, які вже існують, а створюючи свої власні правила і норми, – тільки така особистість і може стати по-справжньому незалежною від віртуальності.

Віртуальна реальність початково – це складна самоорганізована система, певне специфічне середовище, що сприймається чуттєво (візуально, аудіально), створюване електронними засобами комп'ютерної техніки і повністю реалізоване в психіці сприймаючого (активно діє в цьому середовищі) суб'єкта: особливий, максимально наближений до реальної дійсності (на рівні сприйняття) штучно модельований динамічний континуум, що виникає в межах і за законами (поки тільки формується) комп'ютерно-мережевої дійсності.

Суть віртуальної реальності полягає в тому, що реципієнт, який знаходиться у спеціально обладнаному кріслі, з допомогою системи сенсорних датчиків, що з'єднують його з комп'ютером, може проникати в образі свого електронного двійника (іншого Я) всередину кіберпростору, частково сам

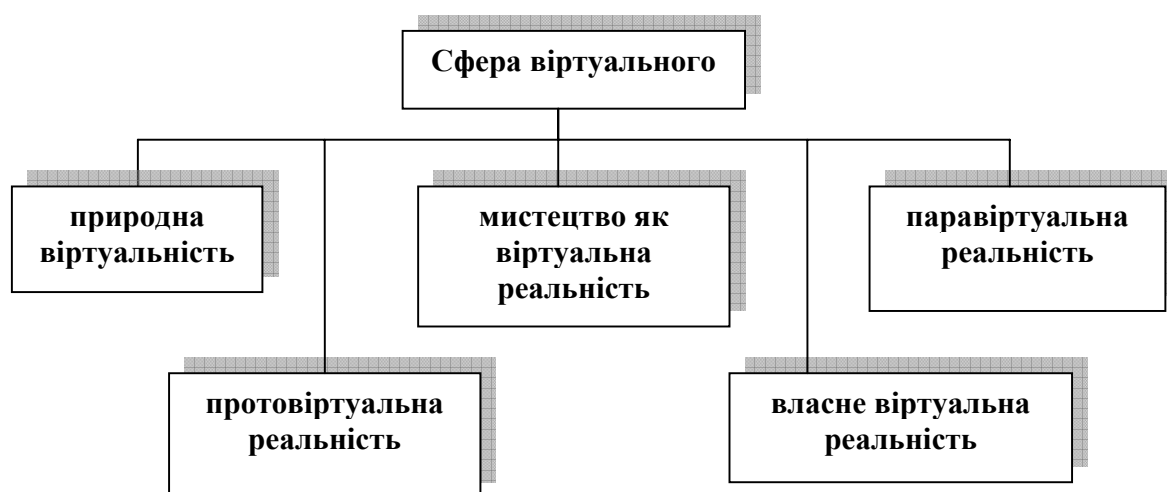
формувати його власний образ, активно брати участь в арт-ігрових ситуаціях, початкові установки яких пропонуються комп'ютерною програмою, модифікувати їх на свій розсуд, комунікувати як з віртуальними, фантомними персонажами програми чи власного винаходу (електронного моделювання), так і з іншими реципієнтами-учасниками, арт-партнерами, що увійшли, як і він, цей простір через свій комп'ютер в будь-якій точці земної кулі, і при цьому переживати комплекс відчуттів, повністю адекватний діям і відчуттями людини в реальній життєвій ситуації [5].

На відміну від класичного мистецтва, віртуальні арт-світи в ідеалі орієнтовані не на зображення життя, а на його вільне моделювання, претендують бути самим життям, що самоорганізується в складній нелінійній психотехногенній системі: людина-комп'ютер-мережевий просторово-часовий континуум. Фактично це нічим не обмежений пучок можливих життів людини, що активно використовує всі органи почуттів і способи реагування на зовнішні подразники: повна електронна заміна реального життя віртуальним, створюваним за відповідними законами. Перед реципієнтом відкриваються необмежені можливості «переселення душ» і перевтілення в кого завгодно (в іншу людину, історичного чи міфологічного персонажа, в тварину, фантастичну істоту, інопланетянина тощо). Найважливішою умовою такого «перевтілення» має бути постійне збереження реципієнтом свого справжнього Я, відчуття дистанції між реальним Я і віртуальним. Тільки в цьому випадку віртуальна реальність може претендувати на статус окремого феномена і брати участь у події естетичного досвіду [55].

Сучасна науково-фантастична література і кінематограф вже дали (іноді талановито і на хорошому художньому рівні) безліч можливих моделей дій людини у віртуальній реальності, як правило, нехудожній: у них або взагалі стирається грань між реальним і віртуальним світами, або при збереженні цієї межі персонажі відвідують віртуальну реальність аж ніяк не з естетичними

цілями. Нагадаємо хоча б фільм «Матриця» братів Вачовські (1999), в якому дано один з можливих варіантів організації фантазмагоричної віртуальної реальності, фактично знищує людину в її сучасному вигляді вільно діючої творчої особистості, переводить її на рівень віртуальної маріонетки, керованої всемогутнім електронним мозком – надкомп'ютером космічного рівня Матрицею. Зрозуміло, що цей апокаліптичний варіант віртуальної реальності, створений художніми засобами кінематографа, щоправда, при активному використанні комп'ютерних технологій, далекий від того, що ми маємо на увазі під віртуальною реальністю як естетичний феномен.

Спираючись на введеного вище поняття «віртуальної реальності», ми вважаємо за доцільне класифікувати всю область віртуальності [55, с. 49], так або інакше пов'язаної з мистецтвом та естетичним досвідом, і частково вже виявленої наукою, з п'яти розрядів (рис. 5).



*Рис. 5. – Класифікаційні розряди сфери віртуального*

1) Природна віртуальність – це споконвічно властива людині сфера її духовно-психічної діяльності, що реалізується в сновидіннях, мареннях, мріях, мареннях наяву, маячних галюцинаціях, дитячих іграх, фантазуванні. У сновидіннях ми з надзвичайною виразністю, яскравістю відчуттів переживаємо

як видозмінені картини реально здійснених чи майбутніх подій, так і фантастичні, сюрреалістичні феномени, відчуваємо захоплення, відчай, страх, долаємо будь-які відстані, здійснюємо неймовірні вчинки, літаємо, робимо гігантські стрибки в часі і т. п. У сновидіннях ми фактично живемо якимись новими віртуальними життями, при цьому нерідко відчуваючи, що далеко не все в сновидницькій реальності підкоряється нашій волі. Іноді ми відчуваємо, що чинимо всупереч нашим бажанням, всупереч логіці звичайної поведінки, як би керовані якоюсь зовнішньою силою. Як показали дослідження психоаналітиків і психологів ХХ ст., сновидіння, засвідчуючи неусвідомлювану психічну діяльність, являють нам те, що ми нерідко намагаємося приховати навіть від самих себе, доводять до логічного кінця інтенції, яким противиться наш розум. Мабуть, не випадково, що протягом всього ХХ ст. наростав інтерес до сновидницької концепції сприйняття особистості (З. Фрейд, Ж. Лакан, К. Метц та ін.), що послужило своєрідним прологом до сприймання нових художніх реалій, пов'язаних з віртуальним світом.

2) Мистецтво як віртуальна реальність. Ця проблема давно і добре відома з естетики і непогано розроблена в ній без вживання поняття «віртуальна реальність». Нам же тут важливо нагадати, що по суті весь образно-символічний світ, створюваний мистецтвом, може бути зрозумілий як своєрідний космос віртуальних світів, кожен з яких унікальний і повністю реалізується тільки в акті естетичного сприйняття конкретного твору мистецтва конкретним реципієнтом. У процесі формування художніх образів і символів реципієнт активно переживає (співпереживає) виникаючі у його внутрішньому світі події і стани як гранично реальні, хоча при цьому він практично завжди усвідомлює периферичними областями свідомості, що бере участь у сприйнятті твору мистецтва, а не в реальному подію. До специфіки художньої віртуальної реальності належить свідома участь реципієнта в ній (настрій на естетичне сприйняття мистецтва), нерідко – більш високий рівень переживань і емоцій,

ніж при діяльності людини в реальній дійсності, а головне – естетичну насолоду, яка супроводжує весь акт сприйняття/буття цієї реальності.

3) Паравіртуальна реальність. До неї ми відносимо, принаймні, дві сфери в художній культурі ХХ ст.:

а) психоделічне мистецтво;

б) різноманітні напрацювання елементів віртуальності в авангардно-модерністсько-постмодерністському мистецтві, що виникають на базі традиційних «носіїв» мистецтва, без застосування особливої техніки, насамперед, електроніки.

Ці елементи і навіть цілі квазівіртуальні світи створюються частково усвідомлено, але найчастіше виникають мимовільно під впливом всієї сучасної, техногенно орієнтованої атмосфери в культурі, точніше, вже пост-культури.

4) Протовіртуальна реальність. До цієї сфери ми відносимо всі форми і елементи віртуальності, що виникають або свідомо створювані на базі чи з застосуванням сучасної комп'ютерної техніки. Тут можна виділити, щонайменше, три класи віртуальних напрацювань:

а) включення елементів віртуальної реальності в найбільш сприйнятливий до неї «просунутий» вид «технічних» (що виникли на технічній основі) мистецтв, в результаті чого виникають початкові форми художньо-естетичної віртуальної реальності (комп'ютерні спецефекти в кіно, відео-інсталяції);

б) створення на основі елементів віртуальної реальності артефактів масової культури і прикладних продуктів, що містять ознаки художності (комп'ютерні ігри, відео-комп'ютерні атракціони, лазерно-електронні шоу, комп'ютерні тренажери, інша утилітарна комп'ютерна віртуальність);

в) виникнення арт-практик всередині мережі, які транслюють і адаптують до Інтернету традиційні арт-форми (мережева література, віртуальні виставки, музеї, подорожі по пам'ятниках мистецтва тощо), і поява принципово нових мережевих арт-проектів (net-арт, транс-музика, комп'ютерні об'єкти та

інсталяції, мережевий енвайронмент тощо), розрахованих на аудіовізуальне сприйняття без сенсорного підключення реципієнта до мережі [154].

На протовіртуальному етапі відчуття умовної межі між реципієнтом і артефактом не втрачається, почуття дистанції зберігається, повного занурення у віртуальну реальність не відбувається, тобто естетичний досвід ще не втрачає своєї традиційно склалася сутності.

У сфері протовіртуальної діяльності користувач має справу власне з Інтернетом як своєрідним посередником у різноманітних контактах з мистецтвом, проте поки що повного занурення в мережевий простір не виникає, зберігається істотна дистанція між реципієнтом і тим, що відбувається на екрані монітора. Тут особливого значення набуває механізм інтерактивного контакту із сприйманим об'єктом, феномен інтерактивності. Інтерактивність – спосіб впливу реципієнта на віртуальну реальність в режимі реального часу її становлення і сприйняття. Інтерактивність дозволяє поєднати художній образ, що традиційно формується у психіці суб'єкта, з більш-менш активним впливом на сам художній об'єкт, які матеріально трансформують його і тим самим коригують і художній образ. Герменевтична множинність чисто духовних інтерпретацій змінюється мультивзаємодією, діалог – не лише вербальним і візуальним, але і чуттєвим, поведінковим полілогом реципієнта зі сприйманим твором зразок комунікації користувача з комп'ютером. Ролі художника та публіки змішуються, мережеві способи передачі інформації зміщують традиційні просторово-часові орієнтири в новітніх мистецьких акціях. Обмеження, пов'язані з простором і часом, зводяться до віртуального нуля. Реципієнт перетворюється із спостерігача в співтворця, що впливає якщо не на становлення, то на розвиток та модифікацію твори мистецтва. Судження про твір як відкриту систему втрачають свій фігуральний зміст [184; с. 20].



### 3.2. Віртуальне спілкування у підлітковому віці як психологічна проблема

Останніми роками інтенсивно розробляються поняття віртуальної реальності [94; 126; 184] і, одночасно, ідея віртуалізації суспільства [94]. Особливий інтерес у зв'язку з цим викликає питання про входження суб'єкта діяльності у віртуальне середовище і, відповідно, поява нових, віртуальних форм взаємодій у соціальному співтоваристві. А проблема поширення віртуальних технологій виходить за межі спеціальних наук і вимагає філософського узагальнення. Масштаб вияву феномена віртуальності в соціальному й індивідуальному житті дає можливість говорити про «віртуалізацію» суспільства та спонукає дослідників до розроблення нового, збагаченого розуміння соціальної реальності в її відношенні до реальності віртуальної.

Постнекласична наука на сучасному етапі розвитку характеризується здатністю вторгтися в «нетрадиційні» для науки сфери, такі як культура, релігія, міфологія, що сприяє її зближенню з іншими формами суспільної свідомості – насамперед, з філософією. Багатофакторність і багатоваріантність, що випливає з неї, сучасної науки, за умов, коли будь-яка досліджувана система має багато варіантів розвитку, з яких реалізується лише один, змушує дослідників відмовитися від уявлень про абсолютну істину і будувати імовірнісні моделі.

Термін «віртуалізація» пов'язується у свідомості, зазвичай, з комп'ютерною сферою. Проте, звернемо увагу на те, що поняття «віртуальний» дедалі частіше вживається у ширшому контексті. Наприклад, швидко ввійшли до вжитку не лише такі словосполучення, як «віртуальне співтовариство», а й такі, як «віртуальна корпорація», «віртуальні гроші», «віртуальна демократія», «віртуальне навчання» тощо. Це свідчить про те, що справді виникла і

розвивається вже згадувана нами нова організація соціального життя комунікаційного середовища – віртуальна реальність. Її можна розуміти як створений і відтворюваний за допомогою комп'ютерних мереж континуум, який відтворює зміст і конститутивні механізми індивідуальної і колективної свідомості людини, опредметнюючи цілісний досвід людства і його культури, безперервно оновлюючи та ідеалізуючи світ. На думку автора теорії «віртуального суспільства» А. Бюля, з розвитком технологій віртуальної реальності комп'ютери з обчислювальних машин перетворилися на універсальні машини з виробництва «дзеркальних» світів. У кожній підсистемі суспільства утворюються «паралельні» світи, в яких функціонують віртуальні аналоги реальних механізмів відтворення суспільства: економічні інтеракції і політичні акції в мережі Інтернет, спілкування з персонажами комп'ютерних ігор тощо. Процес заміщення за допомогою комп'ютерів реального простору як локусу соціального відтворення простором віртуальним А. Бюль називає віртуалізацією [283].

Модель «віртуалізації соціального» М. Паєтау ґрунтується на теорії Н. Лумана, в якій суспільство визначається як система комунікацій. М. Паєтау інтерпретує виникнення гіперпростору мережі Інтернет як наслідок «використання» суспільством нових форм комунікації для аутопоезису. Поряд з традиційними формами – «реальною» інтеракцією і організацією, комп'ютерна комунікація робить внесок у виробництво соціальності.

Існує два основних (різних) сенси поняття «віртуальне». Перший сягає традиційного природознавства, в якому сенс терміну «віртуальне» розкривається через зіставлення ефемерності нескінченно малих переміщень об'єктів або нескінченно малих періодів існування частинок і стабільної у своїх просторово-часових характеристиках реальності. Другий сенс породжений практикою створення і використання комп'ютерних симуляцій і розкривається через зіставлення ілюзорності об'єктів, що створюються засобами комп'ютерної

графіки, і реальності матеріальних об'єктів. У понятті «віртуальна реальність» обидва сенси парадоксальним чином поєднуються. Поведінка об'єкта, що зображується, відтворює просторово-часові характеристики поведінки матеріального об'єкта.

Цей стан кореляції речово-матеріального й ілюзорного має низку характеристик, серед яких можна вирізнити три основні: нематеріальність впливу (зображуване виробляє ефекти, характерні для матеріального); умовність параметрів (об'єкти штучні і змінні); ефемерність (свобода входу/виходу забезпечує можливість переривання і відновлення існування).

Про віртуалізацію щодо суспільства можна говорити остільки, оскільки суспільство стає схожим на віртуальну реальність, тобто може описуватися за допомогою тих самих характеристик. Віртуалізація у такому разі – це будь-яке заміщення реальності її симуляцією/образом, і навіть не обов'язково за допомогою комп'ютерної техніки, але неодмінно із застосуванням логіки віртуальної реальності. Визначення соціальних феноменів за допомогою поняття «віртуальність» доречно тоді, коли конкуренція іміджів заміщає конкуренцію інституційний певних дій – економічних, політичних або інших.

Комп'ютерна революція постає матеріально-технічною підставою власне соціальних змін суспільства, яке переходить за межу модерну і зазнає кризи, розпаду соціальної реальності в традиційному розумінні, про яке говорить Ж.Бодрійяр. По суті, поширення технологій віртуальної реальності відбувається як кіберпротезування, покликане компенсувати за допомогою комп'ютерних симуляцій відсутність соціальної реальності.

У постіндустріальну, постмодерну епоху трансформація суспільства набуває цілком іншого характеру, ніж припускали теоретики інформаційного суспільства, моделі яких, як і моделі віртуалізації М.Паєтау, А.Бюля, А.Крокера і М.Вейнштейна, ґрунтуються на стереотипному уявленні про суспільство як про систему інститутів. У традиційно-реалістичному розумінні інституційний лад

суспільства і є те стійке й об'єктивне щодо індивідів, що можна назвати соціальною реальністю. Але інституційний лад, як показали К.Маркс, М. Вебер, П. Бергер і Т. Лукман, – це соціально-історична реальність, результат самовідчуження людини. Перетворення в останні десятиліття цієї реальності на ефемерну, нестабільну, описувану постмодерністським принципом П. Фейєрабенда «anything goes» («дозволено все»), саме і пояснюється її історичністю. В епоху постмодерну сутність людини відчужується вже не в соціальну, а у віртуальну реальність. У даному разі йдеться не лише про так званих кіберпанках, тобто людях, для яких сенсом життя стало занурення в світи комп'ютерних симуляцій і «бродяжництва» мережею Інтернет, хоча саме кіберпростір – базова для пропонованої концепції метафора. У віртуальній реальності будь-якого роду людина має справу не з річчю (що розташовується), а із симуляцією (що зображується). Людина епохи модерну, що настає в соціальній реальності, сприймає її серйозно, як природну даність, в якій доводиться жити. На противагу їй «людина епохи постмодерну, – пише Д.В. Іванов, – занурена у віртуальну реальність, захоплено «живе» в ній, усвідомлюючи її умовність, керованість її параметрів і можливість виходу з неї» [94, с. 76].

Перспектива того, що взаємини між людьми наберуть вигляду відносин між образами, і є перспектива віртуалізації суспільства. У цій перспективі і виникає можливість тлумачити суспільні зміни, розрізняючи старий і новий типи соціальної організації за допомогою дихотомії «реальне/віртуальне».

Уявляється, що адекватним філософським методом для розкриття сутності віртуальної реальності є феноменологія, оскільки створення віртуальної реальності є процесом, що повторює по суті основні процедури феноменологічного і трансцендентального типу (психологічної і трансцендентальної редукції), а також проектує механізми конституювання просторово-часового континууму й ідеювання потоку свідомості, за допомогою

яких суб'єкт відтворює конкретність реальності вже в її інтерсуб'єктивності у такий спосіб, який робить її надбанням будь-якої суб'єктивності, тобто має об'єктивний щодо індивідуальної свідомості характер. Для феноменології істотною є ідея, згідно з якою простір і дійсність не трансцендентні в якомусь містичному сенсі на зразок речі в собі: трансцендентним є саме феноменальний простір, феноменальна просторово-часова дійсність. Особливий, специфічний зв'язок між феноменологічним методом і функціонуванням віртуальної реальності полягає в тому, що саме феноменологічно конститутивні механізми і трансцендентно-ейдетичний рівень відтворення реальності перетворюються з іманентної характеристики суб'єктивності на щось зовнішнє щодо суб'єкта.

Механізм, що створює принципи сприйняття реальності, винесений поза суб'єктом, і ми в змозі спостерігати за тим, як він опредметнює ці сприйняття. Віртуальні реальності породжують нову постановку проблематики континууму: людина дістала можливість об'єктивувати спосіб, яким їй явлено час, створювати тривалість. Тут підкреслимо, що тимчасові параметри віртуальної реальності – це не параметри речей, їхні межі задані свідомістю. Процеси в природі минають, і координація між ними у свідомості формується в межах природної установки сприйняття часу, але це питання, яке дискутується в загальній концепції простору і часу.

При конституюванні віртуальної реальності часові межі (задані в певну кінцеву кількість параметрів) задаються ще на самому початку – в основу континууму закладаються точно визначені форми координації. Розгортання проєктованих у віртуальній реальності об'єктів вже містить у собі попередньо закладені параметри координації. Так ми можемо проєктувати просторові характеристики і тимчасовий плин подій.

Віртуалізація певного об'єкта полягає в знаходженні загальних основ його поведінки у світі. У цьому сенсі віртуальна модель не є повторенням емпіричної ситуації, і навіть групи ситуацій, що характеризують значущість об'єкта або

процесу. Вона є результат синтезу людських сенсорних і розумових здібностей, але взятих в їхній загальності, в ідеї кореляції між людиною і предметами світу. У такий спосіб віртуальна модель, на відміну від оригіналу, має всі істотні функції свідомості до реконструкції реальної моделі явища в загальності цих функцій. Ця модель має апріорну значущість, оскільки в ній закладені всі раціонально відособлені ситуації, в яких вона може опинитися.

Інший різновид віртуальної реальності – мережева віртуальна реальність у вигляді інтерактивного середовища – являє собою комунікативний простір майбутнього. Її специфіка полягає в тому, що вся система комунікативних дій і відносин, а також ресурси, що накопичуються в результаті сукупної людської діяльності, об'єднуються в єдину глобальну структуру.

Дослідники проблеми віртуальності відзначають, що сама по собі дійсність, як природна, так і соціальна, може вишиковуватися за принципом вкладених одна в іншу, подібно до матрьошок, реальностей [184, с. 155]. Так, державу можна розглядати як віртуальний суб'єкт, який існує у власній віртуальній дійсності, каркас якої становлять закони і рішення, що приймаються органами влади, причому цей каркас держава вільна змінювати, як захоче. Проте, для господарюючих суб'єктів закони держави не є віртуальними, вони об'єктивні й обов'язкові для виконання. Продовжуючи за аналогією, відзначимо, що господарський суб'єкт творить своє віртуальне середовище, яке для його співробітників і підрозділів буде об'єктивним. Тобто в наявності своєрідна ієрархія реальностей, які є генетично спорідненими і такими, що створюють різноманітність [111, с. 52].

У протилежність актуальній дійсності, що виражає цілісність, стабільність і завершеність, віртуальна реальність є джерелом відмінності і різноманіття. Таким чином, віртуальність є феноменом, іманентним самій структурі буття, що втілює можливість творчої, генеруючої діяльності. Багато в чому це пов'язане з тим, що віртуальна реальність будується за принципом «зворотного зв'язку», що

дає змогу здійснити максимальне входження людини в інформаційний простір. Причиною віртуалізації постмодерного суспільства є об'єктивна потреба в переході інформаційно-комунікаційних технологій на новий якісний рівень, а також іманентна людині потреба в творчості, в створенні нової реальності, таких світів, щодо яких вона була б деміургом.

Однією з основних труднощів для соціально-філософської і соціологічної інтерпретації прикладення нових інформаційних технологій є соціодинаміка їхнього впливу на інституційну, діяльну, комунікативну й організаційну структури сучасних суспільств, зміни в характері соціальних відносин, ролей і статусів, які вони спричиняють. Сутність проблеми полягає в тому, що ми або інтерпретуємо вплив нових інформаційних технологій у контексті класичних уявлень про суспільство, або намагаємося представити якийсь новий соціальний континуум, відповідний концепції «інформаційного суспільства». У такий спосіб ми опиняємося або в минулому, або в майбутньому, не маючи можливості осмислити, і що важливіше – адекватно проаналізувати теперішній період впровадження дигітальної культури і засвоєння її в контексті різних ступенів розвитку соціальних систем, різних параметрів їхньої інтеграції і різного характеру самої соціальної та комунікативної дії. Стає неможливим оцінити і характеризувати в інваріантних параметрах конкретний стан будь-якої окремої соціальної системи і, насамперед, віртуальних і інформаційних вимірювань її соціокультурного континууму.

Найголовнішою ознакою наявності інформаційного суспільства і дигітальної культури є формування відповідних цінностей і ціннісних орієнтацій, які могли б характеризувати різну якість соціальної інтеграції. Природно, найсерйозніша проблема, на яку наштовхується аналіз ціннісної системи і ціннісних орієнтацій, є необхідність ідентифікувати цінності з точки зору їхньої природи і дефініювати їхній «комунікативно-інформаційний компонент».

У цьому аспекті інформація в електронному вигляді, наявна в мережі, доступна в будь-якому конвертованому і переробленому вигляді в будь-якій точці планети, вже не є об'єктом. Вона – середовище, мережа, тканина. На місці традиційних соціальних відносин вже постає віртуальна соціальна організація. Класичним прикладом такої віртуальної організації є Інтернет, глобальна мережа, що демонструє відмінність між старим і новим типом соціальної реальності. Її питома вага, можливості впливу й охоплення роблять із неї матеріального й інформаційного носія нового типу взаємовідносин, які змінюють межі того, що прийнято називати соціумом.

В умовах множинних форм знання суб'єкт потребує допоміжних засобів редукції надмірної смислової надлишковості. Крім гнучкої структури тексту потрібна «текстова машина», яка дає можливість зберігати значні обсяги інформації й управляти ними, а також полегшувати процес виробництва текстів. Гіпертекст уявляється як основна форма «організації» в Інтернеті, він описується як децентрування у Г.Ландоу, як подібність «ризому» Дельоза, як «революція» в дослідженнях, як дещо, що дає необмежену владу маніпулювати символами, текстами й образами. Тому гіпертекст як спосіб комунікації і організації знання охоплює саме знання (текст), комп'ютер і програмне забезпечення. Це значно ускладнює опис гіпертексту, він вислизає і не піддається визначенню. Користувач Інтернету, таким чином, живе і комуніціює в умовах включеності в простір гіпертексту. «Ранжируючи тією чи іншою мірою інших людей в Інтернеті (представлених набором текстів) і роблячи це або цілеспрямовано, або раз від разу, зокрема ранжируючи потенційних комунікативних партнерів або тих, з ким встановлення контакту небажане, кожна людина будує свій фрагмент соціальної віртуальної реальності. До того ж будує... у вигляді гіпертексту: набори текстів, що відображають конкретних людей, рознесені в уявному просторі і сполучені між собою значущими відносинами» [374; с. 36–38].



Особливого місця в аналізі віртуального співтовариства, як ми вже відзначали, набуває феноменологічна соціологія, заснована саме на уявленнях, що виражають збіг способу конституювання феноменальної і трансцендентальної дійсності суб'єкта в її абсолютну інтерсуб'єктивну якість і способу побудови віртуальної реальності за допомогою комп'ютерної симуляції функцій людської свідомості та її уречевлення в багатовимірний простір, який вміщує інформаційні масиви майже безмежної глибини, що самовідтворюються.

У сфері соціально-філософського дослідження віртуальної реальності спостерігається ситуація, дуже схожа на ситуацію у сфері філософського аналізу, яка породила феноменологію. Тому найбільш адекватними методами дослідження й інтерпретації є феноменологічні – не лише тому, що це середовище, створене дією штучно відтворюваної та багаторазово посиленої здатності людської свідомості конституювати світи, ідеювати їх і уречевлювати їх, а й тому, що в цьому інтерактивному середовищі досягається новий, незнайомий дотепер потенціал формування інтерсуб'єктивності.

Застосовність феноменологічної соціології ґрунтується на тому, що, на відміну від решти концепцій, ця традиція розглядає людину як таку, що одночасно живе в багатьох реальностях, походження яких пов'язане з нею самою. Це означає, що ми можемо припустити існування нескінченної множини рядів реальності, будь-яка з яких має рівноправне й унікальне наявне буття. Аналогічно загальному філософському підходу феноменології, соціальна її парадигма визнає як первинну природну установку світ органів чуття, здорового глузду, фізичних реальностей. Ми дотримуємося тези А. Шюца, згідно з якою саме цей рівень суб'єктивного сприйняття є «архетипом» безлічі реальностей, оскільки будь-яка форма інтерсуб'єктивності припускає тіло Іншого як першого свого об'єкта і цим зіставляється з верховною реальністю повсякденного життя.

Особлива актуальність і тонкість застосування феноменологічної методології соціальних досліджень полягає в тому, що саме ця методологія

орієнтована на якісну диференціацію знакового континууму, який конститується людським створінням: світ наукового дискурсу, світ міфології, світ анімізму, релігії, ідеальних уявлень тощо. Тому саме феноменологічна методологія, яка вже має солідний досвід дослідження генезису людських реальностей та їхнього інтерсуб'єктивного статусу, найбільш пристосована до освоєння віртуального світу.

Водночас, застосування цієї методології нашоюхується на парадокс: саме почуттєве оформлення континууму віртуальної реальності, її здатність відтворювати сенсорний еквівалент абстрактних і взагалі текстових структур, а також дозволяти сенсорну інтерпретацію тексту, безмежно розширює і відтворює в багатьох вимірах простір верховної реальності «архетипу», тобто перетворює тотальність семантичних просторів культури на сферу природної установки. Внаслідок цього феноменологічна інтерпретація «вивертається навиворіт – архетипні уявлення виявляються продиктованими повсякденністю «мережевого» життєвого світу, дослідження якого є першорядним завданням нової віртуальної соціології.

Для вирішення цього завдання непридатні традиційні дослідницькі методи, які лишаються поза сутностями, з коррелятив яких конститується життєвий світ віртуальної людини. У такий спосіб вона може бачити Іншого в тексті – тіло іншого створене з плоті тексту. Людина може споглядати Іншого в самій його суті – природа інтерсуб'єктивності може складатися з найтоншої тканини візуалізації інших ідеальних світів. Вона може навіть закохатися в Іншого, споглядаючи у своїй природній установці його найвищі рівні ідейованої дійсності і вийти на рівень інтерсуб'єктивності буття як цінності.

Суб'єкт в електронну еру вже не може бути описаним у парадигмі класичної філософії. Для опису суб'єктивної позиції в контексті кіберландшафту сучасного стану пропонуються нові терміни, зокрема, «техностан розуму» (Б. Стерлінг), «термінальна (кінцева) тотожність» (У. Берроуз) та ін.

Термінальна тотожність – це безпомилково здвоєне членування, в якому ми знаходимо і кінець суб'єкта, і нову суб'єктивність, сконструйовану за пультом комп'ютера або телевізійним екраном [56, с. 177].

Напевно ще рано вважати трансцендентальну інтерсуб'єктивність ідейованих сенсів передзаданим змістом нового типу соціальної та комунікативної дії. У дії вона може виявитися частково, а може її взагалі не буде. Для входження людини в новий віртуальний світ потрібний новий, незнайомий дотепер тип культурності – як здатність не лише мати тотальність мережевої свідомості як природну установку, елімінуючи звичайні версії повсякденності, а й здійснювати трансцендентальний контакт («трансценденцито» Ясперса) із свідомістю Іншого. Цей контакт припускає високий рівень конституювання ідеального єдиного світу, високий ступінь відвертості і взаємності, інтерактивного розуміння. Тому, як і колишні форми культурності, комунікація у віртуальній реальності потребує етичного оформлення і звільнення духовного потенціалу.

Особливо актуальною проблематизація спілкування у віртуальному просторі є для підліткового періоду генези буття. Специфіка підліткового періоду розвитку як соціально-психологічного феномену зумовлена конкретно-історичними обставинами розвитку суспільства. Підлітки виявляють гострий інтерес до сучасності, намагаються відшукати своє місце у навколишньому світі, через що тонко сприймають усі відхилення і недоліки у діяльності конкретних людей і суспільних інститутів (зокрема – ЗМІ, Інтернету).

Існування у підлітковому віці стійкої тенденції щодо вияву самостійності, самоствердження, самовираження спричиняє укріплення і поглиблення прагнення підлітків брати участь у соціально визнаних і соціально схвалюваних видах діяльності, що є значущими для всіх і забезпечують підлітку задоволення від усвідомлення своєї соціальної цінності. Проте у соціально несталому суспільстві епохи постмодернізму особистості на стадії дорослішання зробити

це надзвичайно складно. У даному контексті важливим специфічним каналом передавання інформації, значущої для розвитку підлітка стає інтимно-особистісне спілкування з однолітками (один з видів спілкування, заснований на особистісній симпатії партнерів відносно один одного, їхній взаємній зацікавленості у встановленні і підтримці довірливих відносин). Інтимно-особистісне спілкування припускає Я-Ти-контакт, високий ступінь довіри між партнерами, взаємне глибоке саморозкриття; за допомогою інтимно-особистісного спілкування із однолітками задовольняється потреба підлітків у пізнанні тих сфер дійсності, які їх цікавлять і які із якихось причин не повністю задовольняються дорослими [225, с. 25–26].

Водночас, активне долучення підліткової спільноти ХХІ століття до вимірів віртуального середовища в умовах колосальних обсягів інформації дозволяє їм набути соціальних знань, накопичити соціальний досвід, сформулювати життєві перспективи і завдання, реалізувати особистісний потенціал у найкоротші терміни. Internet – мережа використовується підлітками як пріоритетний засіб комунікації, що певною мірою спричиняє дистанційування від реальних соціальних ролей [56, с. 21–24].

У підлітковому віці часто виявляється *комп'ютерна залежність* (більш сучасною формою якої є *Інтернет-аддикція*), пов'язана із цінністю віртуальної реальності, що забезпечує тотальне насичення зорового, слухового та кінестетичного аналізаторів і складає суттєву конкуренцію об'єктивній реальності. До цієї аддикції, згідно із твердженням Г.В.Старшенбаума, входять obsесивна пристрасть до комп'ютерних ігор або програмування; патологічна прив'язаність до опосередкованих Інтернетом азартних ігор, онлайн-аукціонів або електронних покупок, захоплення віртуальним спілкуванням і компульсивне блукання у видалених базах даних у пошуку нової інформації [цит. за 225, с.76 – 77].

Символічна природа комунікативної діяльності підлітків у віртуальному просторі дозволяє особистості реалізувати важливі потреби: потреби в активності і збудженні (азарті), у випробовуванні своїх сил, вільному самовираженні, потреби у стабільності і прогнозованості (слідування ритуалу, прийнятним сценаріям) тощо. Підлітки з легкістю переходять межу між реальністю та уявним світом, у них можуть відбуватися порушення сприймання часу, знижується інтерес до довкілля, змінюється характер сновидінь. За даними Г.В.Старшенбаума у 65% дітей (і підлітків) розвивається феномен «уявного друга» (однолітків, тварин, неживих істот), при цьому реальне спілкування зводиться до мінімуму [цит. за 225, с.77]. Означене із необхідністю детермінує увагу дорослих до комунікативної діяльності підлітків у вимірах опосередкованого комп'ютером спілкування.

Разом з тим, інтернет-комунікації пропонують підліткам можливість відчувати певну форму соціального зв'язку без реальної соціальної присутності. Значною відмінністю між Інтернет-стосунками і взаєминами, які підтримуються за допомогою інших технологій (телефон, традиційна пошта, факс), є нові невинно генеровані культурні цінності віртуальних Інтернет-спільнот.

Отже, Інтернет є середовищем активного формування нової якості відносин особистості і соціуму, нового типу культури взаємодії, де часові і територіальні рамки зводяться до мінімуму і розширюються рамки можливостей. Соціальні мережі – це відносно нове віртуальне суспільство, яке існує невідривно від реального, незмінно перетинаючись з ним і доповнюючи його.

### **3.3. Соціальні мережі як провідний вид віртуального спілкування**

Інформаційно-комунікативна спільнота, що розвивається суперечливо і багатовекторно, передбачає появу принципово нових напрямків наукового

пошуку і досліджень. Сучасні міждисциплінарні науки – лінгвокультурологія, соціолінгвістика, лінгвогендерологія – антропоцентричні, що зумовлює науковий інтерес до простору, прагматичний устрій якого надає можливості для самореалізації людини, розкриття її внутрішнього потенціалу і комунікативних можливостей.

Віртуальний дискурс демонструє особливості розвитку особистості, формує її, рівень її свідомості, розкриває тип соціальної поведінки тієї чи іншої спільноти.

Розвиток сучасних технологій, засобів масової комунікації, їх вплив на нинішню реальність розширюють не тільки суспільну свідомість, але і дають принципово нові сфери для наукових досліджень, для заповнення когнітивних лакун, в тому числі і в соціокультурологічному вимірі. Найбільш революційним із засобів масової комунікації (ЗМК) сучасності стали соціальні Інтернет-мережі. Проблема функціонування особистості в новому комунікативному просторі викликає неабиякий інтерес і стає предметом наукових досліджень.

Так, в контексті нашого дослідження соціальних Інтернет-мереж цінним є лінгвокультурологічний підхід. В.Н. Телія визначає предмет лінгвокультурології як «вивчення і опис культурної семантики мовних знаків (номінативного інвентарю та текстів) в їх живій, синхронно чинному вживанні, що відображає культурно-національну ментальність носіїв мови [222, с. 14]. При цьому вказується, що інтерактивні процеси взаємодії двох семіотичних систем (мови і культури) досліджуються з позицій культурно-мовної компетенції мовця/слухача; експлікація когнітивних процедур, здійснюваних суб'єктом при інтерпретації культурно значущої референції мовних знаків, проводиться на матеріалі живого функціонування мови в дискурсах різних типів з метою вивчення «культурної самосвідомості, або ментальності, як окремого суб'єкта, так і співтовариства в його поліфонічної цілісності» [222, с. 15].

Рівень культурної самосвідомості відображає і віртуальний дискурс. Так,

Т.А. ван Дейк розглядає дискурс як соціальну формацію, комунікативне подія в соціальному контексті, що дає інформацію про учасників комунікації, знання мови і світу, проводить макроаналіз матеріалів масової комунікації. Інтеграцію електронних засобів комунікації, графічні, лексичні та текстові характеристики віртуального дискурсу в фокусі лінгвокультуро-соціології розглядають М. Кастельс, В. Маслова, Т.Е. Горошко. Відомі роботи з Інтернет-комунікації у гендерному розрізі Л. Компанцевої, А. Кирилої. Як явище психолінгвістики віртуальний дискурс досліджується в роботах Л. Виготського, О. Ревзіної. Яке соціолінгвістичний аспект орієнтації людей в Інтернет-просторі та їх комунікативний взаємодії відображені в роботах М. Маклюена, А. Холода.

Розглядаючи Інтернет як глобальний простір, де формуються комунікативно-прагматичні відносини в межах визначених спільнот, віртуальний світ, який має свої лінгвістичні категорії, параметри і характеристики, виникає необхідність дослідити віртуальний дискурс. Багатовекторність цього феномена науково обґрунтована. Він здатний чинити емотивний вплив на учасників комунікації, є інструментом маніпуляції мовною свідомістю, сприяє формуванню і переформатуванню мовної картини світу нації, фіксує сценарії комунікації мовного співтовариства.

Термінологічний статус соціальних мереж як віртуальної комунікації – «відносно новий предмет наукового дослідження, її понятійний апарат перебуває у стадії формування» [109, с. 25], а ось дефініція терміна віртуальний дискурс накреслено досить чітко. Отже, «віртуальний дискурс – комунікативна подія соціальної мережі, комунікативна ситуація, зафіксована в гіпертексті; системний процес кореляції символічно-мовного спілкування віртуальних комунікантів, спосіб подання віртуальних мовних особистостей в єдності психологічних, соціальних, національних, етнічних та інших характеристик» [109, с. 27].

Віртуальний дискурс поєднує прагматичну ситуацію і ментальні процеси.

Учасникам віртуальної комунікації в соціальних мережах відводиться активна роль в обміні інформаційними потоками. «Кожен член мовного соціуму вносить внесок у матеріальну субстанцію дискурсу своїм мовним досвідом і кожен член мовного соціуму є споживачем дискурсу. Породженням і розпізнаванням осіб зобов'язаний найважливішій когнітивній системі мови. У дискурсі людина бере участь як мовна особистість. Це поняття знаходить повноцінне застосування саме в лінгвістики дискурсу, оскільки у співвіднесенні з мовною системою воно фактично збігається з поняттями соціо- і ідиолекта» [202, с. 66–78].

Сучасні уявлення про соціальні мережі об'єднують три моделі формування дискурсу. «При розумінні паралельно працюють «мікроструктурний» (внутрішньо-фразовий) і «макроструктурний» (міжфразовий) компоненти, до яких підключається ситуативний компонент, що відповідає за побудову моделі ситуації (ментальної моделі), де текстова інформація об'єднується зі знаннями слухачого про світ» [19, с. 13].

Е. Бенвеніст, пояснюючи саму природу мови, розглядає категорії думки і категорії мови, протиставляючи і об'єднуючи їх одночасно. «Ми можемо сказати все що завгодно, і сказати так, як нам хочеться. Звідси й випливає широко поширене і так само неусвідомлене, як і все, що пов'язане з мовою, переконання, ніби процес мислення і мова – це два різних в самій основі роди діяльності, які з'єднуються лише в практичних цілях комунікації, але кожен з них має свою область і свої самостійні можливості; причому мова надає розуму засоби для того, що прийнято називати виразом думки» [28, с.104]. Цей постулат поєднує прагматичний та когнітивний аспекти соціальних Інтернет-мереж. У цій же площині лежить і мовна свідомість, суть цього терміну розглядається як лінгвокультурологічний феномен, так і психолінгвістична категорія. «Ніякий тип мови не може сам по собі ні сприяти, ні перешкоджати діяльності мислення. Прогрес думки скоріше більш тісно пов'язаний зі здібностями людей, з загальними умовами розвитку культури і з пристроєм



суспільства, ніж з особливостями даної мови. Але можливість мислення взагалі невідривна від мовної здатності, оскільки мова – це структура, що несе значення, і мислити – означає оперувати знаками мови» [28, с. 114].

У цьому зв'язку можна припустити, що людська мова є проявом внутрішнього світу, виражає психологічний стан суб'єкта. На генетичному рівні закладено властивість людського організму висловлювати свій психологічний стан за допомогою слова, формуючи мовну свідомість. «Термін «мовна свідомість» акцентує найважливішу сторону психологічного функціонування людини, підкреслюючи значення внутрішніх психологічних станів свідомості суб'єкта, при використанні мови, мови. Термін підкреслює об'єднання, злиття головних складових мовленнєвої діяльності: психологічного та лінгвістичного елементів» [231]. Саме він лежить в основі породження феномену соціальних мереж. «Зараз є достатньо очевидним факт, що в процесах виробництва і сприйняття мови існують, і їх доцільно розрізняти в аналізі, дві сторони:

- 1) виробництво тіл мовних знаків (у нашому випадку в письмовій формі) і створення з цих тіл мовленнєвих висловлювань;
- 2) їх сприйняття (у нашому випадку зорове), з одного боку, і маніпулювання знаннями у вигляді образів свідомості різної психічної модальності, з іншого.

У цьому випадку мається на увазі:

- «одягання» безсловесної думки, формованої промовисто на початку висловлювання, слово при виробництві мовлення;
- конструювання реципієнтом з наявних у нього образів свідомості сприйманої мови» [222].

Тепер розглянемо феномен соціальних мереж з позицій віртуального дискурсу, а саме, його віртуальну реалізацію. Віртуальний дискурс, як відомо, об'єднує параметри усної і письмової мови. «Подібно письмовою дискурсу, електронний дискурс використовує графічний спосіб фіксації інформації, але

подібно усного дискурсу він відрізняється скороминущию і неформальністю. Ще більш чистим прикладом з'єднання особливостей усного та письмового дискурсу є спілкування в режимі Talk (або Chat), при якому два співрозмовника «розмовляють» через комп'ютерну мережу: на одній половині екрану учасник діалогу пише свій текст, а на іншій половині може бачити буквально з'являється текст свого співрозмовника» [102].

Досліджуючи сучасні тренди психолінгвістики, лінгвокультурології, когнітології та антропології, можна припустити, що віртуальний дискурс є тріадою, що об'єднує усну, письмову мову і мислення. Нейролінгвістичні процеси відображаються в мовному свідомості віртуального співтовариства, транслюють і формують картину світу нації, ретранслюють масову свідомість, переходячи з площини прагматики в площину когнітології.

Питаннями нейромодуляції когніції займається науково-дослідний інститут розвитку людського потенціалу Макса Планка. Одним з пріоритетів сьогодення є роботи по встановленню інтеракцій межах тріади нейромодуляція – мозок – когніція.

Макророзуміння дискурсу запропонував Ю. Габермас. «Прогрес біологічних наук і розвиток біотехнологій не тільки розширюють відомі можливості діяти, але і дозволяють здійснювати новий тип втручання у людське життя. Те, що раніше було дано як органічна природа і, в крайньому випадку, можна було «виростити», сьогодні перетворилося в сферу цілеспрямованого втручання. У тій мірі, в якій до об'єктів втручання ззовні відноситься людський організм, набуває вражаючу актуальність проведене Гельмутом Плеснером феноменологічне розрізнення «бути тілом» (Leib sein) і «мати тілесну оболонку» (Körper haben): межа між природою, якою ми «є», і органічною оболонкою, якої ми наділяємо себе, розпливається» [240; с. 144].

Отже, Інтернет-мережі надають можливості для вільного спілкування між представниками різних народів, стираються бар'єри між країнами, мовна

картина світу транслюється і окреслюється рамками певної спільноти, Інтернет-спільноти, яка транслювала одну мовну свідомість, формує мовну картину світу нації і просторову модель світу. Ми припускаємо, що соціальні мережі з позицій віртуального дискурсу можна розглядати в прагматичному і когнітивному аспекті за умови єдності останніх. Віртуальний дискурс, будучи лінгвокультурологічним, психолінгвістичним, соціолінгвістичним, лінгвогендерологічним феноменом, формує мовну свідомість нації, соціальні репрезентації, загальні думки, моделі поведінки, фрейми і сценарії.

Спілкування через віртуальний дискурс як комунікативна подія термінологічно «оформилося», але багато питань його параметризації залишаються нерозкритими, в стадії формування. Дослідження ж соціальних мереж як провідних сучасних засобів віртуальної комунікації є на сьогоднішній день одним з пріоритетних напрямків сучасної лінгвістики та психології в цілому. Дискурсивні практики соціальних мереж можна розглядати під різним кутом наукового знання, так як сам простір Інтернет, перебуває в постійному поступальному розвитку, має комунікативно-прагматичну організацію, відображає мовну свідомість користувачів і безперечно представляє інтерес для психологічної науки, зокрема і у віковому розрізі.

Слід визнати, що сучасна людина, особливо підліток, значну частину свого вільного часу проводить в Інтернеті, використовуючи його зовсім не для пошуку інформації або навчання, а для інших цілей. Справа в тому, що Інтернет дає можливість поринути у віртуальний світ, світ зі своїми законами і правилами. Так само, як і реальний світ, всесвітня мережа дає часом безмежні можливості для спілкування [18, с. 10]. Інтернет-спілкування забезпечує такі напрями життєдіяльності:

- 1) щоденне спілкування. Для підлітків це важливо, тому що їм завжди є чим поділитися один з одним, навіть якщо вони не бачилися всього лише півгодини. Так як комп'ютери є майже в кожній родині і доступні в будь-

який час, то підлітки можуть ділитися новинами, а то й просто базікати ні про що;

- 2) одночасне спілкування з великою кількістю людей;
- 3) можливість познайомитися з новими людьми. Інтернет дає можливість знайти друзів за інтересами та спілкуватися з ними, навіть якщо вони живуть в іншому місті. Іноді підліткові хочеться просто поговорити з кимось, нехай навіть і незнайомим, і в Інтернеті завжди знайдеться такий «друг». Про те, які небезпеки це таїть, трохи нижче;
- 4) спілкування з людьми, що знаходяться в інших містах і країнах. Це важливо для тих, хто влітку відпочивав десь, познайомився з ким-то, подружився, але не має можливості зустрітися.

Визначимо основні сайти і програми, більшістю з яких користуються сучасні підлітки та молодь:

1) Спеціальні програми, створені для того, щоб обмінюватися миттєвими повідомленнями, фотографіями, і якщо є камера біля комп'ютера, то можна спілкуватися за допомогою відео виклику. Наприклад: ICQ, QIP, SKYPE. Це дозволяє здійснювати обмін повідомленнями в реальному часі, можливість грати в мережеві ігри, обмін файлами і фотографіями, телефонні і відеодзвінки. Безумовно, є і негативні аспекти. По-перше, спрощена мова і безграмотність в письмовій мові. По-друге, якщо послав випадково щось не те, то назад вже не повернеш, (з іншого боку, хочеться сподіватися, що діти думають, перш ніж щось відіслати). По-третє, ця порожня балаканина дуже затягує, тобто створюється ілюзія спілкування.

2) Електронна пошта (e-mail). Вона скоріше призначена для роботи, ніж для особистого листування. Навряд чи діти її широко використовують, хоча, звичайно, деякі фотографії або файли вони можуть посилати один одному, і це досить зручно.

3) Спеціальні сайти і портали, задумані і створені для дорослих людей,

щоб вони могли відшукати своїх однокласників, однокурсників, загублених друзів і родичів. Але як тільки до цих ресурсів дісталися школярі, а сталося це, до речі, не дуже давно, років 5-6 тому, то ці сайти стали просто майданчиками для спілкування, хоча початкові функції не загубили. Сюди відносяться такі сайти, як: «в контактi», «однокласники», «в кругу друзей» та інші. На цих сайтах кожен користувач має свою сторінку, на яку може розмістити свою фотографію, особисту інформацію, захоплення, улюблені фільми та музику. З одного боку, це чудово, потрібно, цікаво. З іншого, немає ніякої впевненості в тому, що ця інформація достовірна і що взагалі ця особистість існує. В цьому і криється небезпека – ти ніколи не можеш бути впевнений, що твій співрозмовник той, за кого себе видає.

4) Блог – це сайт, основний зміст якого – регулярне додавання записи, зображення або відео, тобто щось на зразок щоденника (web log – мережевий журнал). Блоги публічні і передбачають сторонніх читачів, які можуть вступити в публічну полеміку з автором. Те ж стосується і форумів, де одна чи кілька проблем обговорюються величезною кількістю користувачів. Блоги створювалися з метою інформування публіки про те, відстеження її реакції на те чи інше подія, але в дітей це швидше читання-розвага, або спілкування зі своїми кумирами – артистами, співаками, спортсменами. Є позитивні і негативні сторони читання і ведення блогів. Серед плюсів можна відзначити функцію щоденника, можливість виразити себе і свої думки. До мінусів можна віднести недостовірність інформації та небезпеку спілкування з психічно хворими людьми, що провокують конфлікти і такими, що ображають інших.

Мова Інтернет-спілкування прагне до спрощення, хоча кожен сам вирішує, наскільки йому опускатися до безграмотності і вульгарності. До особливостей Інтернет-мовлення можна віднести: мережевий сленг (вживання англomовних та російських аббревіатур); комп'ютерні терміни або їх відмінювані кальки; «олбанська мова» (слова або словосполучення, написані неправильно з

точки зору правил орфографії, зазвичай з іронічним або з сатиричним змістом).

Тут криється небезпека, так як деякі підлітки, так і дорослі теж, використовують ці жаргонізми як звичайні слова і вживають їх. На жаль, в Інтернеті можна зустріти і ненормативну лексику, звичайно, її іноді маскують трикрапками або символами, але це справи не змінює. Підлітки вбирають її як губки, і пояснити, що так не можна розмовляти, часом буває важко.

Смайлики служать для вираження емоцій при письмовій мові. Вони зображуються за допомогою символів або «колобків» з різними фізіономіями. Загалом, іноді достатньо надіслати смайлик з потрібною емоцією, і стає ясно без слів, яке ставлення автора до інформації, тільки що ним отриманої. Для розвитку емоційної сфери це, напевно, добре, але вкрай збіднює і без того небагатий словниковий запас сучасних підлітків.

Безумовно, Інтернет таїть у собі масу небезпек, але і дає великі можливості. Наше завдання, вчителів і батьків – виховувати культуру Інтернет-спілкування, розкривати можливості Інтернету, своєчасно і повно розповідати підлітку про всі небезпеки і труднощі такого проведення часу. Безумовно, тут важливим є і особистий приклад дорослих, і контроль діяльності підлітків, виховання в дитині культури в цілому, розвиток її творчих здібностей, організація дозвілля.

Питання про те, як співвідноситься реальне «Я» з віртуальною особистістю і, де кордони між самопрезентацією, симуляцією і самоактуалізацією – основне питання, яке виникає при розгляді ігор з ідентичністю [89].

Говорячи про складної структурі образу «Я» користувачів соціальних мереж, не можна не спиратися на джерела – мотиви і потреби, які стимулюють його до взаємодії із зовнішнім світом, в тому числі і віртуальним світом. Потреба – внутрішнє умова, одна з обов'язкових передумов життєдіяльності, яка спрямовує і регулює конкретну діяльність суб'єкта в певному середовищі.

Функції Інтернет-середовища можна розділити на три основні групи: що задовольняють потреби людини як індивіда, як особистості; задовольняють потреби певних соціальних груп і людини як члена групи; задовольняють потреби суспільства в цілому як цілісної соціальної системи і відповідно людини як члена суспільства [8]. Соціальні мережі мають у собі трохи від кожного з цих типів. З їх допомогою користувачі реалізують безліч своїх потреб, які стали предметом нашого дослідження.

Виходячи з цього, можна висунути гіпотезу: багатоплановий і гнучкий віртуальне простір, що надається сучасними соціальними мережами, дозволяє особистості реалізувати виникаючі у неї потреби, які, можливо, фрустровані в реальному житті або реалізовані недостатньо бажаною мірою.

Багато закордонних та вітчизняних вчені представляли свої класифікації потреб. Наприклад, польський психолог К. Обухівський нарахував 120 класифікацій. П.М. Єршов у своїй книзі «Потреби людини» вважає найбільш вдалим дві класифікації: Ф.М. Достоевського і Гегеля. Кожна з їх класифікацій – оригінальна, але вузьконаправлена, непридатна для загального застосування [29]. Крім цього існує безліч теорій мотивації: двухфакторна теорія Ф. Герцберга, теорія мотивації Д. МакКлеланда, К. Альдерфера [8].

Найбільш дотичною для нашої роботи є класифікація потреб А.Г. Маслоу, запропонована ним у 1954 році [158]. Ієрархія людських потреб за А.Г. Маслоу представлена в семи щаблях (за зростанням):

- 1) фізіологічні потреби (голод, спрага, статевий потяг тощо);
- 2) потреба в безпеці (почуття впевненості, позбавлення від страху, невдач);
- 3) потреба в приналежності і любові;
- 4) потреба в повазі (досягнення успіху, схвалення, визнання);
- 5) пізнавальні потреби (знати, вміти, досліджувати);
- 6) естетичні потреби (гармонія, порядок, краса);
- 7) потреба в самоактуалізації (реалізація своїх цілей, здібностей, розвиток

власної особистості).

Всі ці потреби більшою чи меншою мірою реалізуються особистістю в віртуальній соціальній мережі.

У відповідності з ієрархією А.Г. Маслоу, можна систематизувати потреби особистості в соціальній мережі наступним чином:

1. Фізіологічні потреби задовольняються за допомогою соціальних мереж у вигляді можливості отримання необхідної інформації для життєдіяльності особистості. Вона виражається в тому, що особистість у соціальній мережі відчуває себе причетною до товариства з постійним припливом інформації. Користувачі бачать цінність Інтернету, як джерела інформації, засоби спілкування і взаємодії з суспільством, рівноправної участі в його життєдіяльності (1. реєстрація в самій соціальній мережі, стан в тематичних групах і спільнотах (35,6% користувачів «Вконтакте»); 2. причетність до найширшої бази даних (12,3% користувачів «Вконтакте»); 3. доступність інформації про інших користувачів (6,14% - користувачів «Вконтакте», 4,55% - користувачів сайту «Однокласники»); 4. можливість бути в курсі особистого життя інших цікавлячих користувачів (16% користувачів «Вконтакте», 9,1% - користувачів сайту «Однокласники»).

2. Потреба в безпеці – в умовах інформаційного суспільства складаються інші правила, норми і типи соціальних взаємодій. У людини може з'явитися відчуття дезорієнтації в соціумі, втрата або неможливість визначення свого місця в ньому. Цю глобальну проблему на рівні соціальних мереж особистість вирішує з допомогою анонімності, налаштувань приватності, «бесследности» на сторінках, диференціації кола свого спілкування і т. д. (10,43% - «Вконтакте»користувачі сайту «Однокласники» зовсім не залишили схвальної думки на цей рахунок, у той час як 19,7% відповіли незадоволені відкритістю і незахищеністю своєї особистої інформації; відсутністю анонімності незадоволені 25% відповіли користувачів сайту «Однокласники».) Так само



можна назвати позитивним чинником і те, що користувачі мають в своєму розпорядженні фактично необмежені інформаційні ресурси Інтернету, які вільно розміщують і обговорюють на сторінках сайту.

3. Потреба в приналежності і любові (соціальна потреба) – людина потребує відчуття приналежності до певних соціальних верств і груп, він дуже гостро сприймає можливість самотності та ізоляції. Йому необхідно не просто бути частиною якогось процесу, але і брати в ньому активну участь, контролюючи і формуючи його, маючи право вибору, за що в результаті він готовий нести відповідальність. Для цього в соціальних мережах користувачі активно вступають у тематичні групи і спільноти (35,6% «Вконтакте»), чітко диференціюють коло свого спілкування (3,7% «Вконтакте»).

4. Потреба у повазі – в сучасному світі багатьом людям важко встановлювати і підтримувати соціальні контакти, відстоювати своє положення по відношенню до інших в спільнотах. У соціальних мережах користувачі мають можливість самостійно щодо вибору встановлювати контакти, так і припиняти їх. У свою чергу властива соц. мереж можливість формування під своїм реальним ім'ям своє ідеальне «Я» в соціальних мережах, збагачує можливості самопрезентації людини (44% «Вконтакте»). Він конструює свою ідентичність за своїм вибором, нерідко захоплюючись цим процесом. З іншого боку, користувач може краще дізнатися про людину, що спростить процес знайомства з нею (9,21% «Вконтакте», 4,55% «Однокласники»), це зближує його з потрібними людьми.

5. Пізнавальні потреби – як в Інтернеті в цілому, так і в соціальних мережах зокрема, ці потреби виражається в можливості отримання нової розвиваючої інформації текстового характеру на будь-яку цікаву тему, унікальних матеріалів аудіо- та відео-формату, що розвивають кругозір особистості і т. д. (69% «Вконтакте», 10,3% «Однокласники»).

6. Естетичні потреби – виражаються в основному в бажанні мати у своєму

розпорядженні зручні і комфортні сервіси, які відповідають потребам зручності роботи і пошуку, привабливості інтерфейсу, зручності з точки зору функціоналу і т. п. («Вконтакте» – 78,7%, «Однокласники» – 18,2%).

7. Потреба в самоактуалізації – виражається в можливості самовираження, застосування своїх здібностей, набуття нового досвіду. Особливості середовища соціальних мереж Інтернету надають особистості практично безмежні можливості для самовираження і самореалізації через написання текстових заміток, публікація в мережі своїх творчих робіт з можливістю отримання відгуків, їх реалізації та отримання прибутку (38,2% «Вконтакте», 9,1% «Однокласники»).

Сучасна ситуація розвитку соціальних мереж дуже стрімка і слабо піддається прогнозуванню. Разом з цим відбувається активне формування проблемного поля для багатьох наук, в тому числі і психологічної. Для прогнозування динаміки поведінки особистості у віртуальних соціальних мережах, а, отже, для формування уявлення про образ «Я» особистості користувача соціальної мережі потрібна тривала аналітична та дослідницька робота, яка ставить перед собою серйозні практичні завдання.

### **3.4. Вплив віртуального спілкування в соціальних мережах на розвиток особистості підлітка**

Відповідно до концепції модернізації вітчизняної освіти, основний результат діяльності освітньої установи – не система знань, умінь, навичок, а набір ключових компетентностей в інтелектуальній, цивільно-правовій, інформаційної та інших сферах. Це означає, що пріоритетним напрямком традиційної методики викладання було досягнення комп'ютерної грамотності. Під комп'ютерною грамотністю розуміється вміння знаходити і сприймати інформацію, застосовуючи комп'ютерні технології, створювати об'єкти і

встановлювати зв'язки гіперсередовища, що включає в себе всі типи і носії інформації; конструювати об'єкти і дії в реальному світі і його моделях з допомогою комп'ютера. Але комп'ютерна грамотність є лише елементом інформаційної культури особистості, що передбачає здатність людини усвідомити і засвоїти інформаційну картину світу як систему символів і знаків, прямих та зворотних інформаційних зв'язків і вільно орієнтуватися в інформаційному суспільстві, адаптуватися до нього. Для цього учням необхідно оволодіти зведенням правил поведінки в такому суспільстві, способами спілкування з системами телекомунікацій, локальними і глобальними інформаційно-обчислювальними мережами.

У сучасному суспільстві стає все більш очевидним нестача інформаційної культури. Прямим її наслідком є розповсюдження «інформаційного наркотику». Ця проблема особливо актуальна в підліткової середовищі. Саме школярі в силу своїх психофізичних особливостей піддані негативному впливу Інтернету, як основного каналу проникнення в інформаційну віртуальну реальність.

Далі виникає необхідність виділити і проаналізувати специфічні риси феномену соціальних мереж як нового і займаючого усе більш значне місце в світовому комунікативному просторі і формуванні внутрішньо-суб'єктної повсякденної реальності феномена.

#### 1. Опосередкованість спілкування:

Природно, головною особливістю спілкування в просторі соціальних мереж вважають те, що «у людини як природного феномена немає «органів почуттів» для взаємодії з цим середовищем. Він змушений був винайти «очі і вуха», тобто комп'ютери і інші пристрої, а так само різноманітні технології, щоб пуститися в плавання в цьому океані, створеному ним самим» [99]. Тут від учасників спілкування, за визначенням цікавляться буття через відчуття світобудови в його цілісності, потрібне розширення свідомості, що дозволяє їм сприймати себе взаємодіючими і з іншими людьми, і з екранами моніторів.

Далеко не кожному це під силу. Отже, ідея про перетворення такого способу спілкування в універсальний представляється нам утопічною.

## 2. Глибока суб'єктивізація чужих образів

Спілкування за допомогою соціальних мереж багаторазово посилює суб'єктивність сприйняття образів партнерів. Всі учасники комунікації представлені на екрані монітора подібно фішок на полі настільної гри, де кожен гравець у процесі інтерналізації образів всіх інших по-своєму і у відповідності зі своїми очікуваннями добудовує їх. Таким чином, спілкування у віртуальній групі небезпечно виробленням маніпулятивного ставлення до тих, хто на рівних умовах включається в створення простору спілкування.

## 3. Зняття проблеми знайомства і пошуку «своїх»

Специфіка соціальних мереж спроектована як простір спілкування спочатку. Якщо у фізичному соціумі присутність людини в кімнаті ще не означає його включеності в простір спілкування, то зайшовши в чат, умовно сприймається як співрозмовник, що значною мірою знімає психологічний бар'єр і сприяє швидкому формуванню спільноти.

Крім того, у просторі соціальних мереж входять як реалізовані безліч можливих світів, тому фактично будь-яка комунікативна потреба, наскільки б екзотичною вона не була, потенційно може бути задоволена. Цьому сприяє і відносна анонімність іміджів. Всі ці чинники значно розширюють можливості соціальної локалізації і соціальні мережі роблять безмежно привабливими.

## 4. Формування нової письмової культури

«Читання з екрану здійснюється аж ніяк не очима. Це намацування пальцями, в процесі якого око рухається вздовж нескінченної ламаної лінії. Того ж порядку і зв'язок з співрозмовником у процесі комунікації, і зв'язок зі знанням у процесі інформування: зв'язок тактильний і пошуковий» [37].

Тут в першу чергу хочеться виділити феномен наближення писемного мовлення до усного: емпіричні дослідження показують, що учасники

спілкування сприймають здійснюване ними не як письмо і читання. «Для себе я не пишу – я говорю» – так один з активних творців власного локальності в просторі Internet охарактеризував цей спосіб комунікації.

З цього випливає і проблема псевдо-невербаліки: швидкість передачі інформації не поступається живій мові, але вираження невербальних знаків вимагає додаткових раціональних вказівок.

Виникає феномен «псевдо-невербаліки», здійснюється спроба добудувати емоційний вимір спілкування і частково цим долається кордон віртуальності (характеристикою якої, як уже говорилося, є виборча задіяність каналів сприйняття). Існують наступні вказівки, що відображають на екрані невербальні знаки:

- сказати, подумати, прошепотіти, діяти, відтворити звук;
- у нижньому лівому куті вікна бесід знаходиться «колесо емоцій», що дозволяє змінювати вираз обличчя вашого персонажа в ході бесіди. Навіть нейтральне вираз обличчя в деяких режимах доводиться вибирати.
- для додання виразності повідомленнями в текстовому режимі використовують смайлики, які створюються з текстових символів:

:- ( – нахмурене обличчя;

;- ) – підморгує обличчя і т. д.

Крім того, процес повноцінного спілкування групи вимагає певного специфічного досвіду. Справа в тому, що іноді послідовність реплік під час розмови здається на перший погляд безглуздим нагромадженням фраз. Наприклад, хтось ставить запитання, а потім вискакують три відповіді, які не мають ніякого відношення до питання. Через кілька кадрів з'являється і відповідь. Це відбувається тому, що, коли в розмові бере участь більше трьох осіб, розмова часто змішується. Плутанина відбувається тому, що слова різних учасників доходять до сервера в різний час, і деякі учасники витрачають більше часу на набір своїх фраз, ніж інші.

## 5. Зміна статусу і розуміння тілесності

Як вже було сказано, віртуальне поступово формує свого роду «псевдотілесність», в той час як тілесність біологічна, належить людині спочатку з моменту народження, втрачає свою константність, стійкість, впізнаваність, а отже, і значимість. Як стверджує Н. Носов, «тілесність людини» – це не тільки її тіло, але і простори фізичні і смислові, які складають її саму як людину. У нашій уяві про тілесність немає розрізнення на фізичне, біологічне, з одного боку, і психічне з іншого. «У афористичній формі можна сказати, що людина – це те, чим вона себе представляє, якщо його поведінка відповідає цим поданням» [181]. Тоді тілесність людини – це не тільки організм, але і все те, чим він володіє і чого він сам належить. Фактично це може бути весь зовнішній по відношенню до людини світ (тобто те, що не-людина) з усім своїм моральним, матеріальним, історичним та іншим змістом. Автор ділить світ на дві частини: одна – та, яка є людиною і м я р е к, а інша – все інше, і кордон між цими двома частинами проводить сама людина і м я р е к. Таким чином, у кожної людини формується своя реальність тілесності – певного рівня в ієрархії буття і певного обсягу. Кожна людина в поняття тілесності вкладає свій сенс.

Таким чином, тілесність у її розширеному розумінні пов'язує воедино константну реальність і реальність значущою для Життєвого світу людини локальності, що живе повноцінним соціальним життям в комп'ютерному просторі.

Можна розглядати цей феномен з аксіологічної точки зору? На думку Ж. Бодрійяра, в даний час «відео, телебачення, комп'ютер, мінітель (minitel) – ці контактні лінзи спілкування, ці прозорі протези – складають єдине ціле з тілом, аж до того, що стають генетично його частиною, як кардіостимулятор або знаменита «папула» П.К. Діка – маленький рекламний імплантант, пересаджений в тіло з народження і служить сигналом біологічної тривоги» [37]. Можливо, проникнення комп'ютерної реальності в Повсякденність ставить

питання про «смерть тіла», однак, з іншого боку, цей феномен сам є наслідком відповідної тенденції в постмодерністській культурі. Ж. Бодріяр пише: «До тих пір, поки протези старого індустріального «золотого століття» залишалися механічними, вони ще намагалися звертати увагу на тіло і, змінюючи його образ, самі були при цьому оборотно задіяні у метаболізмі уявного світу, так що цей технологічний метаболізм був складовою частиною образу тіла. Але коли імітація досягає межі, за якою немає повернення, тобто коли протез поглиблюється, проникає, просочується всередину невідомої мікромолекулярної серцевини тіла, коли він змушує тіло визнати себе, протез, «початкової» моделлю, знищуючи при цьому всі можливі символічні манівці, що можуть виникнути згодом, так що будь-яке тіло стає не чим іншим, як вічним повторенням протеза, тоді приходить кінець тіла, його історії, його перипетій. Індивід тепер являє собою якийсь раковий метастаз формули, що лежить в його основі. І хіба всі індивідууми, отримані в результаті клонування індивіда X, являють собою що-небудь інше, ніж раковий метастаз – поділ однієї і тієї ж клітини, що спостерігається при раку?» [37].

Можливо, не варто так однозначно (негативно) оцінювати перспективу зміни переживання тілесності. З іншого боку, можна припустити, що з ускладненням інформаційних технологій віртуальний світ все більше і більше буде набувати якості реального світу. Те, що ми зараз розуміємо як віртуальний образ, всередині гіпотетично ускладненого віртуального світу цілком може бути відрізнитись від предметної сутності з погляду своєї внутрішньої логіки віртуальної. При ускладненні віртуального світу до такої міри, коли усередині нього неможливо буде провести межу з тілесним світом, втрачається критерій віртуальності як світу «недороблених», «недовиниклих» образів» [99]. У цьому висловлюванні Н. Карпицького відсутня негативна оцінка процесу, але суть його практично не змінюється.

Проте можлива й інша точка зору: повного злиття світів не станеться

завдяки розвитку відповідної тенденції, про яку ми спробуємо розповісти далі.

6. Принципова недостатність віртуального спілкування, що виражається в прагненні найбільш життєво-значущих, в особливості неформальних локальностей до набуття групової тілесності у фізичному плані.

Узагальнення емпіричного матеріалу за характером цілепокладання створених стійких віртуальних груп дозволяє зробити висновок про те, що більша частина груп спілкування прагне в перспективі до фізичного втілення групи і, найчастіше підсвідомо, закладає його в якості кінцевої мети діяльності. Причому спілкування на віртуальному рівні не припиняється, але збагачується новим сенсорним матеріалом. Самі члени віртуальної групи пояснюють цей феномен тим, що в даний час людина ще (як завжди?) не готова до повного заміщення тіла чином (або переміщення тіла у образ).

Можна припустити, що тенденція «смерті тіла» є лише реакцією на тривалу недооцінку проблем віртуального в суспільній свідомості і науках, тобто тимчасовим явищем, подібним крайнього положення маятника, а не тільки закономірним етапом науково-технічного прогресу.

Справа в тому, що не тільки енергія, творчий віртуал, являє собою специфічний, дуже потужний і вимагає свого втілення потенціал. В якості подібного потенціалу ми представляємо і специфічну енергію фізичного тіла, не підлягає повною мірою якого б то ні було образним протезування. За визначенням, її не можна уявити (що означало б створити відповідний образ), але можна відчувати, як, наприклад, радість фізичного руху, особливу втома організму і т. д. Повна нівеляція цієї енергії, на наш погляд, подібна до відмови від енергії віртуальної і рівноцінна втраті цілісності, а з нею і людяності, що не має статися завдяки інстинкту самозбереження Роду. Якщо здорову дитину позбавити можливості рухатися фізично, надані йому необмежені можливості віртуального руху не компенсують відчуття дисгармонії і збіднить його здатність грати образами будь реальності: «Якщо помістити людину в умови



сенсорної депривації, в яких в значній мірі скорочується доступ до нього сенсорної стимуляції від зовнішнього світу, тобто матеріалу, з якого будується віртуальний образ світу, то порушується робота психіки в цілому. Вже через кілька годин після початку сенсорної депривації виникають психічні порушення, а через кілька днів ці порушення стають глобальними і незворотними. Цей факт доводить, що віртуальний образ світу не може самостійно і незалежно від константної реальності існувати» [99]. В якості константної реальності тут мається на увазі саме тілесність у незмінності та незамінності її біологічного розуміння, яка може втратити статус основи повсякденності, але не може зникнути.

#### 7. Розвиток культури іміджів і масок-«ніків»

Імідж (від англ. Image – образ) – невід'ємна частина саморепрезентації в умовах будь-якої реальності. «Будь-який суб'єкт «працює» над своїм іміджем, поставляючи його в інформаційне середовище в якості свого продукту, призначеного для використання іншими суб'єктами. Отже, кожен суб'єкт виступає в двох особах – виробника і споживача образів, символів, іміджів. І це не забава або гра суб'єктів, а необхідність, засіб виживання і самореалізації» [243].

Створення іміджу для адекватної участі в процесі спілкування стійкої віртуальної групи подібно і навіть майже тотожне побудові образу самого себе (тут не можна обмежитися випадковим чином, що відображає сьогохвилинне стан вступає в спілкування суб'єкта). «Іміджетворчість являє собою, в кінцевому рахунку, технології народження і розвитку реальностей суб'єктів. Це творчість відбувається не стільки в логічно осмислені, скільки у невербальних, емоційних формах, які важко або навіть неможливо передати словами. (...) Суб'єкт змушений формувати для себе «цілісний», закінчений імідж буття, який завжди є ситуативним і віртуальним. Ці іміджі служать найважливішим ресурсом всіх суб'єктів, що утворюють сумарно віртуальне ресурсне середовище і віртуальну

форму буття, що розвивається зокрема взаємодій суб'єктів між собою і з суб'єктивної частиною середовища» [243].

Таким чином, ми бачимо, що створення повноцінного іміджу суб'єкта (а також іміджу середовища буття, в ролі якої виступає простір віртуальної групи на всіх рівнях її існування – від суто віртуального до рівня Повсякденності) вимагає більше коштів, ніж формально можуть запропонувати комп'ютерні програми. Можливо, саме потреба добудувати образи друзів і стає одним із стимулів транспонування ситуації спілкування з віртуальної реальності у фізичний світ.

Проблема іміджу в просторі соціальних мереж полягає також в необмежених можливостях іміджетворчості:

- при бесіді ви можете видати себе за кого завгодно, або за кілька суб'єктів одночасно, причому це відноситься до всіх учасників бесіди (тому особисті зустрічі інтернетчиків бувають повні подиву і проблем у комунікації); повсюдно вдосконалюване мистецтво видавати себе за і різний рівень майстерності може стати загрозою цілісності особистості партнерів і навіть загрозою персональної ідентичності, але це вже наступна проблема;
- створюють самі для здійснення комунікації в стійкій віртуальній групі імідж поступово вплітається в тканину Повсякденності і вибудовує за своєю подобою і біологічну тілесність, і психічні структури самоідентифікації.

#### 8. Власні стратегії персональної та групової безпеки

Прекрасна практична ілюстрація дана Недом Снеллом: «...Я настійно рекомендую заборонити дітям користуватись бесідами через соціальні мережі, особливо без нагляду. Моє попередження стосується (...) безпеки... Важливо розуміти, що неприємності дитини з комп'ютером зазвичай свідчать про більш складну проблему, що не має нічого спільного з Internet Кімнати для бесід –

найнебезпечніші місця, і не тільки через те, що всі кімнати пов'язані з сексом. Найстрашніше – дитина зовсім беззахисна перед тими ідеями – словами і малюнками та людьми, які заподіють їм біль. Люди набагато небезпечніші ідей. Відбувається це так: сексуально стурбований або подібний небезпечний тип, часто видає себе за дитину, відвідує кімнати, де діти спілкуються, втирається до них в довіру і починає впливати на когось із дітей. Вимагає, щоб «друг» назвався справжнім ім'ям і повідомив адресу електронної пошти для особистого листування. І в кінці кінців домовляються про зустріч тет-а-тет» [178].

Подібні проблеми можуть виникнути і у дорослих, оскільки, якщо не вжиті спеціальні заходи, вся введена інформація (в тому числі і особисті відомості у діалоговому вікні) буде доступна кожному, з ким довелось розмовляти. Стаючи членом постійно діючої віртуальної групи (сталість спілкування передбачає певну ступінь відвертості), чоловік, сп'янілий новими можливостями, може недооцінити їх наслідки. Нед Снелл рекомендує не тільки не вводити ніяких відомостей, за винятком «ніка», але і його час від часу міняти. Рекомендації створюються для підлітків, але мають на увазі дотримання їх всіма учасниками віртуального спілкування:

- 1) Нікому без необхідності не давати своїх справжніх імені, адреси, ніколи і нікому не відправляти фотографію.
- 2) Не давати дані про своїх близьких і друзів.
- 3) Не домовлятися про зустріч у відокремленому місці.
- 4) Всякий раз, стикаючись з чимось, що викликає відчуття дискомфорту, йти в інше місце або просто відключатися і т. д.

Сама постановка проблеми безпеки (не тільки інформаційної, але і фізичної) говорить про те, що спілкування виходить за межі віртуального плану. Соціальна локальність знову виявляється прикордонним феноменом, що поєднує в собі не тільки структури Системного і Життєвого світів, але і різні рівні буття, Повсякденність як поле перетину віртуальної та константної

реальності.

Віртуальний соціально-культурний простір-час – це і фізичне місце, і не просто послідовність подій у вічному часу, це фундаментальні соціальні факти, параметри, вимірювання, компоненти суспільства, що конституують його в цілому, доповнюють фізичний простір-час, включають його і включені в нього.

У світлі нашого розгляду віртуальний соціально-культурний простір-час інтерпретується з позицій теорії просторово-часового континууму. Ефективною методологією виявлення його ціннісного потенціалу є соціальна синергетика, яка дозволяє розкрити системно-організаційні основи культури. «Синергетика надає культурології можливість знайти у цьому хаосі паростки нової, більш складної гармонії, бо синергетика і виявляє закономірності розвитку порядку з хаосу» [97, с. 47].

Центром віртуального соціально-культурного простору-часу, його фундаментальною константою, стають суб'єкт і процес його входження в світ культури, природи, суспільства. При цьому суб'єкт «існує як відношення: як єдність сторін, кожна з яких не може існувати без іншої; як зв'язок «людина – світ», поза якою неможливе розгляд людини; як спрямована і структурована активність, виникнення якої обумовлено її суб'єктним полюсом» [123, с. 96].

Культура спілкування в соціальних мережах як результат Інтернет-орієнтованої діяльності, у свою чергу, визначає смислове бачення і сприйняття віртуальної реальності, яке виражає суб'єктивність індивідів, груп, товариств як представників певної соціальної групи, межі їх бачення світу і самих себе. Підкреслимо і такий момент: в культурі віртуальної взаємодії спочатку задана можливість формування суб'єкта як регулюючого начала просторово-часового континууму.

Культурний «ландшафт» соціальних мереж як компонента віртуального простору являє собою цілісну і локалізовану сукупність технічних і соціально-культурних явищ, що сформувалися в результаті сполученого впливу

природних процесів і художньо-творчої, інтелектуально-творчої та життєзабезпечуючої діяльності людей [255].

Один з найбільш істотних критеріїв культурного ландшафту в цілому – це поєднання спадщини традиційної та сучасної культур. Культурні ландшафти віртуального простору відрізняються за характером співвідношення між традиційною культурою та спадщиною, з одного боку, і сучасною культурою – з іншого. В одних випадках переважають елементи традиційної культури, в них значний пласт спадщини і надзвичайно розвинена сучасна культура [122]. Важливо і те, що віртуальна культура виступає як спосіб буття взаємодіючих суб'єктів. Якщо суб'єкт – центр культурного простору-часу, то вказівка на даний час його буття означає актуалізацію в кожен конкретний момент тих чи інших смислів в культурному просторі. Ідея цілісності, гармонійності, принцип відповідності та причинно-наслідкового зв'язку – ось основні константи культури.

Так, В.І. Вернадський писав: «Свідомість – думка людини – є функція біосфери і прояв еволюційного процесу, тобто планетне явище, невіддільне від її матеріального буття, так як явно пов'язано з атомами... Людський розум не є вінець свідомості та виявлення планетної сили, який є у світі еволюційного процесу його виявлення інші...в цьому сенсі не є фантазія, але є вірогідне явище...» [61, с. 229].

Отже, з виникненням людства з'являється можливість самопізнання, і, як результат, виникає самосвідомість. Перетворення біосфери в ноосферу обумовлено зміною «центруючої» сили: замість біологічного пристосування активною силою виступає розум людини. Навіть розвиток природи багато в чому визначається рівнем суспільної самосвідомості.

Самосвідомість у цьому контексті трактується як побудник до соціальної культуротворчої діяльності. Не випадково вчені розрізняють реальність індивідуальної і реальність громадської самосвідомості. Реальність

індивідуальної самосвідомості може бути інтерпретована як можливість чи неможливість для даного суб'єкта впливати на розвиток будь-якого процесу в даній історичній обстановці.

На думку сучасного філософа В.І. Каширіна, «самосвідомість – це сторона, момент у просторово-часовому розвитку свідомості, усвідомлення суб'єктом свого місця і ролі в історії, це певний стан свідомості особистості. Культура самосвідомості є реальність самосвідомості в його розвитку, певний рівень прояву інтегративної та випереджаючої функцій самосвідомості, його подвійної рефлексії і полирефлексии» [100].

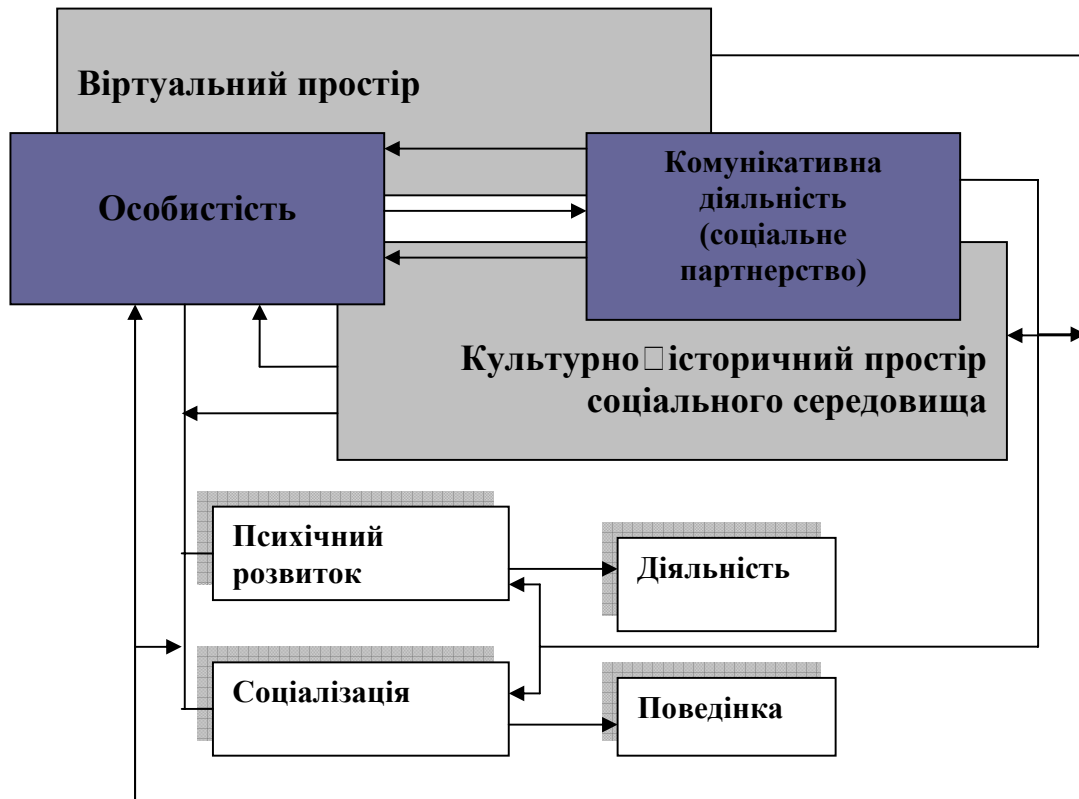
Рівень розвитку самосвідомості у віртуальній реальності може бути виміряний за такими критеріями:

- ціннісний: структура цінностей, включаючи сенс життя;
- домінуючі принципи самосвідомості;
- виявлені ілюзії самосвідомості;
- співвідношення реальних можливостей, здібностей і досягнень із намірами судження, засновані на помилках, не збігаються з принципами самосвідомості;
- істини самосвідомості;
- самооцінка.

При цьому «за змістом соціальна самосвідомість включає в себе в інтегрованому вигляді індивідуальну і суспільну самосвідомість в їх формах – історична, актуальна і прожективна; функціонально самосвідомість здійснює процес перенесення інформації з соціального середовища на індивідуальну і суспільну свідомість і назад, диференціації резонуючих впливів, структурування мотиваційного ядра, цінностей-об'єктів і цінностей-норм» [100].

Специфіка становлення самосвідомості у віртуальному соціально-культурному просторі-часі чітко виявляється в умовах великих переломів, коли людина втрачає звичні орієнтації і прагне виробити і засвоїти нові.

Людська індивідуальність розкривається насамперед «всередині» культури, але при цьому вона не є «абсолютної внутрішньої власністю» людини (рис.6). Лише в системі культурних комунікацій, у процесі осягнення та освоєння культурних смислів індивід отримує від інших «підтвердження та визнання і як взагалі особистість, і як ця індивідуальна особистість» [239, с. 38].



*Рис. 6. – Схема психосоціального розвитку сучасної людини*

У зв'язку з цим слід виявити умови створення соціально-культурного віртуального простору-часу, які ефективно формують самосвідомість особистості. Підкреслимо, що зміст і цінності віртуальної культури загалом та соціальних Інтернет-мереж зокрема є критерієм того, наскільки повно і яким чином у рамках конкретного суспільства вирішується завдання всебічного і гармонійного саморозкриття людини.

Можна вибудувати наступний алгоритм: чим більше значення має

цінність, тим вище її вплив на розвиток віртуального простору, на прояви тих чи інших соціальних дій. Ми вважаємо, що вищий рівень розвитку самосвідомості сучасної молоді людини, яка перебуває у віртуальному просторі соціальних мереж, буде досягнутий нею тільки тоді, коли всі елементи її багатовимірної свідомості будуть функціонувати в гармонії один з одним, коли відбудеться їх інтеграція в єдину, цілісну і гармонійну свідомість людини, коли ця свідомість зіллється з свідомістю суспільства.

Питання теоретичних основ, методології, ресурсів і технологій роботи з розвитку особистості в соціальних мережах простору віртуальної взаємодії розроблені Ю.А. Стрельцовим в його синергетичній теорії дозвіллевого спілкування. Вчений вважає, що будь-який вид вільної діяльності несе в собі як функцію відновлення сил, так і функцію розвитку знань і здібностей людини [220], а потреба у спілкуванні є домінантою дій людини на всіх історичних етапах її еволюції. Авторська концепція продуктивної взаємодії соціально-культурного простору-часу і процесу становлення самосвідомості особистості у віртуальному просторі враховує ці концептуальні положення.

Дослідники підкреслюють, що питання створення віртуального соціально-культурного простору-часу взаємопов'язане з проблемами соціально-культурної інтеграції молодого покоління засобами соціальних мереж. Соціально-культурна інтеграція в соціальних мережах передбачає розширення особистісного буття у часі, багаторівневу ідентифікацію з віртуальною соціальною групою, суспільством, культурою. Соціалізація забезпечується шляхом «включення» молоді людини в загальний для всіх життєвий (соціальний, ціннісний) Інтернет-простір засвоєння знань про навколишній світ, так як на цьому шляху він вибирає з соціального і культурного контексту ідеї, цінності, форми життєдіяльності, які відповідають індивідуальним особливостям. Тому у внутрішню структуру кожної конкретної особистості входять не всі соціокультурні та суспільні відносини, а лише певні, внутрішньо



їй властиві, а інші існують для неї в якості зовнішніх соціальних умов.

У процесі становлення самосвідомості молода людина усвідомлює і формує свою індивідуальність, знаходить себе в процесі міжособистісної комунікації, в якому власна самобутність людини у віртуальному просторі соціальних мереж обертається до неї відбитим у «дзеркалі» інших свідомостей образом її «Я». Що важливо для нашого дослідження, соціально-інтеграційні та самореалізаційні ресурси дозвілля в найбільш концентрованому вигляді реалізуються в колективних формах віртуальної культурно-дозвіллевої діяльності молоді – спілкуванні в соціальних мережах. Основна форма участі особистості в сфері дозвілля – віртуальна спільність (в соціальних мережах), стає умовою інтеграції особистості молодої людини (соціалізації, визнання) і одночасно засобом її інкультурації і самореалізації в силу культурного змісту спільної активності, особистісної мотивації та максимального врахування індивідуальності.

### **3.5. Емпіричне вивчення специфічних рис взаємозв'язку віртуального спілкування та самосвідомості у підлітковому віці**

#### *3.5.1. Програма і методи дослідження*

**Методологічні засади організації дослідження.** Перед вітчизняною психодіагностикою сьогодні постає чимало завдань, пов'язаних із необхідністю теоретико-методологічного самоосмислення, самовизначення і подальшого саморозвитку як відносно самостійної галузі психологічної науки і практики.

Протягом останніх п'ятнадцяти років саме гуманістична психологія (основу якої складають феноменологічна та екзистенційна психологія) набула певного поширення. Проте якщо її теоретичні засади активно відпрацьовуються і застосовуються нашими фахівцями, то методичні технології проникнення в

сутність людської душі лише в окремих випадках становлять предмет наукового чи практичного інтересу. Тому одним з найбільш перспективних для розвитку вітчизняної психодіагностики вбачається шлях поглибленого і систематичного вивчення світового досвіду, а також активної розробки власних системних методологічних моделей, орієнтованих на оцінювання сутнісних, оптичних горизонтів психічного світу.

Попри зростання уваги до проблеми особистісної зумовленості процесу формування суб'єкта діяльності, як зазначається у останніх публікаціях, до сьогодні є дефіцит досліджень на предмет удосконалення принципів і методів вивчення особистісних властивостей і якостей, зокрема, змісту й динаміки мотивів суб'єкта діяльності на етапах його становлення як професіонала.

У емпіричному розв'язку висунутих у дослідженні задач теоретичним підґрунтям слугували такі неодноразово апробовані у чисельних прикладних дослідженнях психодіагностичні принципи, як *принцип наукової обґрунтованості*. Він передбачає:

- 1) обґрунтованість і доречність здійснення психологічної діагностики;
- 2) обґрунтованість і визначення задач такого відбору, наприклад, діагностика здатності людини до навчання, оволодіння даною професією, до умов реалізації цієї діяльності або конкретної професії, до прогнозування досягнення виконавцем належної результативності тощо;
- 3) визначення і належна аргументація вибору даного контингенту осіб, що підлягають відбору (обсяг вибірки, загальна спрямованість її членів до оволодіння даною професією, рівень мотиваційної готовності, тощо);
- 4) забезпечення об'єктивності, надійності і валідності психодіагностичних прийомів, призначених для діагностики психічної сфери особистості досліджуваного;
- 5) визначення показників, що обираються дослідником в якості критеріїв оцінки чи прогнозування; по-шосте, визначення умов і форм конкретної

реалізації процедури діагностичного психологічного відбору.

Підкреслюється, що дотримання наведеного переліку вимог, в разі порушення принаймні однієї із них, спричиняє до уточнення, а, можливо, і цілковитого переформулювання показників і методичних прийомів дослідження, оскільки всі вони зберігають свою евристичність за умови відповідності їх конкретного змісту професії (спеціальності), що вивчається.

*Принцип активності.* Послідовне дотримання цього принципу вимагає узагальнення інформації, що отримується у процесі психодіагностичного обстеження, на інші види діяльності суб'єкта з метою розвитку й формування особистості на різних етапах професійної діяльності.

*Принцип актуальності.* Очевидно, що потреба у здійсненні процедури психодіагностики має сенс у випадку, якщо буде доведено, що особистісні утворення педагога на різних етапах професійної діяльності змінюватимуться відповідно до того, як буде формуватися внутрішній локус контролю.

*Принцип динамічності.* Згідно з цим принципом дослідження психічних явищ, властивостей не повинне обмежуватися їх актуальним станом, але має передбачати можливість дослідження останніх у розвитку, в процесі навчання й подальшого перебігу безпосередньо в умовах реалізації професійної діяльності, що відкриває можливість для уточнення й корекції висунутого на початковій стадії прогнозу.

*Принцип практичності.* Процедура діагностики має, за цим принципом, відповідати практичним запитам і реальним можливостям психологічної науки як з огляду застосування нею адекватних методичних прийомів, так і можливостям її теоретичного апарату для побудови довготривалого прогнозу.

**Вибіркова сукупність.** Задля уточнення тенденцій впливу віртуального спілкування на розвиток самосвідомості підлітків нами було продовжено констатувальний етап емпіричного дослідження.

В емпіричному вивченні специфічних рис взаємозв'язку віртуального

спілкування та самосвідомості у підлітковому віці взяли участь 367 осіб – підлітків віком 14-15 років, які (за результатами попередніх вимірювань) є активним користувачами соціальних мереж.

**Методичний інструментарій дослідження.** У процесі добору емпіричних показників, які відповідали б наведеним принципам і потребі у охопленні базових, з огляду принципів системності і цілісності аналізу, утворень особистості, а також для досягнення цілей дисертаційного дослідження, нами було визначено наступні методики психологічної діагностики:

- Методика визначення основних мотивів вибору (Є.М. Павлютенков);
- Тест-опитувальник самоствалення (В.В. Столін, С.Р. Пантелєєв);
- Методика «Самооцінка адаптивності» (модифікований варіант методики С.І. Болтівця);
- Методика оцінки комунікативних і організаторських схильностей (КОС) Б.А. Федоришина.

Розглянемо пропоновані методики більш детально.

*1. Методика визначення основних мотивів вибору (Є.М. Павлютенков).*

Ця методика дозволяє встановити роль тих або інших мотивів при виборі роду занять конкретним досліджуваним. Досліджуваному надається опитувальник, в якому міститься 18 думок про різні професійні завдання. Ці думки виражають 9 груп мотивів.

У даному дослідженні ми використовуємо методику Є.М. Павлютенкова для визначення мотивів віртуального спілкування, так як значна кількість шкал (типів мотивів) дає змогу ширше проаналізувати досліджуване явище. Для визначення основних мотивів вибору необхідно підрахувати суми по кожній групі мотивів. Групи мотивів, що мають максимальну кількість балів, є основними у виборі даним досліджуваним.

Групи мотивів:

- Соціальні – бажання своєю працею сприяти суспільному прогресу,

соціальна спрямованість на вищі загальнолюдські цілі і потреби.

- Моральні – прагнення до вдосконалення свого морального вигляду, духовного світу, розвитку етичних якостей.
- Естетичні – прагнення до естетики праці, її краси, гармонії, сприйняття прекрасного, отримання відчуття радості від діяльності.
- Пізнавальні – прагнення до оволодіння спеціальними знаннями, пізнання змісту конкретної праці.
- Творчі – прагнення бути оригінальним в роботі, здійснення наукових відкриттів, отримання можливостей для творчості.
- Пов'язані із змістом праці – чіткі знання про процес праці, спрямованість на розумову і фізичну працю.
- Матеріальні – прагнення одержувати певні блага.
- Престижні – прагнення до професій, які цінуються серед знайомих, дозволяють досягти видного положення в суспільстві, забезпечують швидке просування по службі.
- Утилітарні – прагнення керувати людьми, робота в місті, чистота і легкість праці, орієнтація на вуз.

2. *Тест-опитувальник самоствавлення (В.В. Столін, С.Р. Пантелєєв)*. Тест опитувальник самоствавлення (ОСО) побудований відповідно до розробленої В.В. Століним ієрархічної моделі структури самоствавлення. Дана версія опитувальника дозволяє виявити три рівні самоствавлення, відмінні по ступеню узагальненості:

- глобальне самоствавлення;
- самоствавлення, диференційоване по самоповазі, аутсимпатії, самоінтересу і очікуваним ставленням до себе;
- рівень конкретних дій (готовності до них) по відношенню до свого «Я».

В якості вихідного положення приймається відмінність змісту «Я-образу» (знання або уявлення про себе, у тому числі і у формі оцінки вираженості тих або інших рис) і самоствавлення.

У ході життя людина пізнає себе і накопичує про себе знання, ці знання складають змістовну частину її уявлень про себе. Проте знання про себе саму, природно, їй небайдужі: те, що в них розкривається, виявляється об'єктом її емоцій, оцінок, стає предметом її більш-менш стійкого самоствавлення.

Опитувальник включає наступні шкали.

Шкала S – вимірює інтегральне почуття «за» або «проти» відносно власного «Я» досліджуваного.

Шкала I – самоповага.

Шкала II – аутосимпатія.

Шкала III – очікуване ставлення від інших.

Шкала IV – самоінтерес.

Опитувальник містить також сім шкал направлених на вимірювання вираженості установки на ті або інші внутрішні дії на адресу «Я» досліджуваного.

Шкала 1 – самовпевненість.

Шкала 2 – ставлення інших.

Шкала 3 – самоприйняття.

Шкала 4 – самокерівництво, самопослідовність.

Шкала 5 – самозвинувачення.

Шкала 6 – самоінтерес.

Шкала 7 – саморозуміння.

Глобальне самоствавлення – внутрішньо недиференційоване почуття «за» і «проти» самого себе.

Самоповага – шкала з 15 пунктів, що об'єднали твердження, які стосуються «внутрішньої послідовності», «саморозуміння», «самовпевненості».

Йдеться про той аспект самоствавлення, який емоційно і змістовно об'єднує віру в свої сили, здібності, енергію, самостійність, оцінку своїх можливостей, контролювати власне життя і бути самопослідовним, розуміння самого себе.

Аутосимпатія – шкала з 16 пунктів, що об'єднує пункти, в яких відображається дружність-ворожість до власного «Я». До шкали увійшли пункти, що стосуються «самоприйняття», «самозвинувачення». В змістовному плані шкала на позитивному полюсі об'єднує схвалення себе в цілому і в істотних частинах, довіру до себе і позитивну самооцінку, на негативному полюсі, – бачення в собі переважно недоліків, низьку самооцінку, готовність до самозвинувачення. Пункти свідчать про такі емоційні реакції на себе, як роздратування, презирство, знуцання, винесення самовироків («І заслужено тобі»).

Самоінтерес – шкала з 8 пунктів, відображає міру близькості до самому себе, зокрема інтерес до власних думок і відчуттів, готовність спілкуватися з собою «на рівних», упевненість в своїй цікавості для інших.

Очікуване ставлення від інших – шкала з 13 пунктів, що відображає очікування позитивного або негативного ставлення до себе оточуючих.

3. *Методика «Самооцінка адаптивності» (модифікований варіант методики С.І. Болтівця).* Для відстеження процесу адаптації до навчальної діяльності у ВНЗ, С.І. Болтівцем було розроблено психогігієнічну методику лонгітюдіального вивчення самооцінки адаптивності. Ця методика передбачає відповіді досліджуваних на 8 запитань, кожне з яких має п'ять варіантів для вибору.

Для практичного застосування методики досліджуваному або групі досліджуваних виразно по черзі зачитуються всі п'ять варіантів тверджень, які розкривають ступені вираженості кожного з восьми показників адаптованості. Досліджуваний або кожен з групи досліджуваних має обрати один із варіантів відповіді, який найбільше відповідає усвідомленню власного емоційного стану,

перебігу пізнавальних процесів, і записати на окремому аркуші номер варіанту твердження. Після завершення цієї роботи визначається інтегральний показник адаптації.

Інтерпретація результатів опитування проводиться шляхом знаходження загальної суми балів, оскільки значення кожного з варіантів тверджень відповідає його порядковому номеру: від 1 до 5 балів. Для встановлення відповідності сум набраних балів певному рівню адаптації використовується спеціальна таблиця (табл. 5).

*Таблиця 5.*

**Визначення рівнів адаптації за методикою  
«Самооцінка адаптивності»**

Значення рівня	Сумарна кількість набраних балів за опитувальником	Цифрове позначення рівня
Відсутність адаптації	8-15	1
Первинний рівень адаптації	16-23	2
Помірний рівень адаптації	24-31	3
Виражений рівень адаптації	32-40	4

*4. Оцінка комунікативних і організаторських схильностей (КОС) Б.А. Федоришина.* Для оцінки потенційних можливостей особистості, її здібностей ретельно аналізуються дані анкети досліджуваного, розділи, що стосуються успішності навчання, досвіду і успіхів у неучбовій і позашкільної діяльності, а також використовується анкета для оцінки комунікативних і організаторських схильностей (КОС), запропонована Б.А. Федоришиним.

Комунікативність як риса характеру розвивається на основі товарищескості, яка, закріплюючись в поведінці, є передумовою для формування таких якостей особистості, як спрямованість на спілкування, інтерес до людей, соціальна перцепція, рефлексія, емпатія. Всі ці якості можна вважати необхідними для роботи у сфері професії «людина – людина», а також в інших сферах, де робота



пов'язана з керівництвом і спілкуванням. Не менше важливі і організаторські схильності, які виявляються в здібності до самостійного прийняття рішень, особливо в складних ситуаціях, в ініціативності в діяльності і спілкуванні, в плануванні діяльності.

Отримані шляхом психодіагностичного вимірювання дані піддавалися кількісному (із застосуванням коефіцієнта кореляції Пірсона) та якісному аналізу.

*Порядок роботи.* Експеримент може проводитися як індивідуально, так і в групі. Досліджуваним роздають бланки для відповідей і зачитують інструкцію: «Вам потрібно відповісти на всі запропоновані питання (40). Вільно висловлюйте свою думку з кожного питання і відповідайте так: якщо ваша відповідь на питання позитивна (ви згодні), то у відповідній клітинці аркуша відповідей поставте плюс, якщо ж ваша відповідь негативна (ви не згодні) – поставте мінус. Стежте, щоб номер питання і номер клітинки, куди ви запишете свою відповідь, співпадали. Майте на увазі, що питання носять загальний характер і не можуть містити всіх необхідних подробиць. Тому уявіть собі типові ситуації і не замислюйтеся над деталями. Не слід витратити багато часу на обдумування, відповідайте швидко. Можливо, на деякі питання вам буде важко відповісти. Тоді постарайтеся дати ту відповідь, яку ви вважаєте переважаючою. При відповіді на будь-яке з цих питань звертайте увагу на його перші слова. Ваша відповідь повинна бути точно злагоджена з ними. Відповідаючи на питання, не прагніть справити явно приємне враження. Нам важлива не конкретна відповідь, а сумарний бал по серії питань».

Для якісної оцінки результатів необхідно зіставити отримані коефіцієнти зі шкальними оцінками від 1 до 5. При аналізі отриманих результатів необхідний враховувати наступні параметри:

Досліджувані, що отримали оцінку 1, характеризуються низьким рівнем прояву комунікативних і організаторських схильностей.

Досліджуваним, що отримали оцінку 2, комунікативні і організаторські схильності властиві на рівні нижче середнього. Вони не прагнуть спілкування, відчують себе скуто в новій компанії, колективі, вважають за краще проводити час віч-на-віч з собою, обмежують свої знайомства, зазнають труднощі у встановленні контактів з людьми і у виступі перед аудиторією, погано орієнтуються в незнайомій ситуації, не відстоюють свою думку, важко переживають образи, прояв ініціативи в суспільній діяльності вкрай занижений, в багатьох справах вони вважають за краще уникати прийняття самостійних рішень.

Для досліджуваних, що отримали оцінку 3, характерний середній рівень прояву комунікативних і організаторських схильностей. Вони прагнуть контактів з людьми, не обмежують коло своїх знайомств, відстоюють свою думку, планують свою роботу, проте потенціал їх схильностей не відрізняється високою стійкістю. Ця група досліджуваних потребує подальшої серйозної і планомірної виховної роботи по формуванню і розвитку комунікативних і організаторських схильностей.

Досліджувані, що отримали оцінку 4, відносяться до групи з високим рівнем прояву комунікативних і організаторських схильностей. Вони не втрачаються в новій обстановці, швидко знаходять друзів, постійно прагнуть розширити коло своїх знайомих, займаються суспільною діяльністю, допомагають близьким, друзям, проявляють ініціативу в спілкуванні, із задоволенням беруть участь в організації суспільних заходів, здатні прийняти самостійне рішення у важкій ситуації. Все це вони роблять не з примусу, а згідно внутрішнім устремлінням.

Досліджувані, що отримали вищу оцінку 5, володіють дуже високим рівнем прояву комунікативності і організаторських схильностей. Вони відчують потребу в комунікативній і організаторській діяльності і активно прагнуть її, швидко орієнтуються у важких ситуаціях, невимушено поведуться в

новому колективі, ініціативні, вважають за краще у важливій справі або в складній ситуації, що створилася, ухвалювати самостійні рішення, відстоюють свою думку і добиваються, щоб вона була прийнята товаришами, можуть внести пропозиції в незнайому компанію, люблять організовувати різноманітні ігри, заходи, наполегливі в діяльності, яка їх привертає. Вони самі шукають такі справи, які б задовольняли їх потребу в комунікації і організаторській діяльності.

*Процедура дослідження.* З метою уникнення соціально бажаних відповідей та будь-якого викривлення чи підлаштовування результатів тестування, тема дослідження підліткам не повідомлялася. Заповнення бланків запропонованої батареї методик відбувалося у письмовому вигляді; тривалість тестування складала близько 30 хвилин. Перед використанням кожної із методик пропонувалася окрема інструкція, тому питань щодо тестового матеріалу у досліджуваних майже не виникало.

Дослідження проходило у спокійній обстановці, досліджуваним не заважали серйозні зовнішні умови. Учні виглядали зосередженими на роботі, багато з них потім виявили бажання дізнатися власні результати дослідження, а після оголошення теми дисертаційної роботи і робочої гіпотези деякі школярі виявили цікавість ще й до загальних результатів дослідження.

### *3.5.2. Результати дослідження та їх обговорення*

Методика «Самооцінка адаптивності» передбачала визначення рівня адаптованості підлітка у ситуації віртуального спілкування, тобто у соціальних мережах. Методика дає загальну картину результатів комплексного процесу адаптації підлітків до умов віртуальної комунікації.

Домінуючим у досліджуваних є помірний рівень адаптованості. Хоча тенденція наявних результатів свідчить скоріше про досить високий

(виражений) показник адаптованості підлітків. Для зручності аналізу отриманих даних ми привели відсотковий показник (у співставленні зі 100% – повна адаптованість особистості). Цей показник, на нашу думку, є досить високим, що свідчить про успішну адаптованість особистості до умов спілкування в соціальних мережах.

Приведемо узагальнені дані відсоткового співвідношення рівнів адаптованості школярів (табл. 6.).

*Таблиця 6.*

**Рівень адаптованості підлітків до умов віртуального спілкування  
(за методикою «Самооцінка адаптивності» С.І. Болтівця)**

<b>Рівень адаптованості</b>	<b>Кількість досліджуваних</b>	<b>Відсоток досліджуваних</b>
виражений	110	30,55%
помірний	240	66,67%
первинний	10	2,78%

Таким чином, більшість досліджуваних підлітків (66,67%) мають помірний рівень адаптованості, і лише один досліджуваний – первинний. Третина підлітків має високий рівень адаптованості, що є досить значним та суттєвим показником. Отриманий розподіл близький до нормального, середнє значення дорівнює 29,83, стандартне відхилення становить 3,29.

Оцінка комунікативних і організаторських схильностей за методикою КОС Б.А. Федоришина була здійснена для комплексного аналізу адаптованості підлітків до спілкування в соціальних мережах. Адже саме комунікативні та організаторські здібності сприяють якісній адаптованості підлітків як в реальній соціальній групі (комунікативний аспект), так і у процесі віртуальної комунікації (організаторський аспект).

Оцінка рівня комунікативних і організаторських схильностей здійснювалась за п'ятибальною шкалою (від 1 до 5).

Приведемо узагальнені дані відсоткового співвідношення рівнів комунікативних і організаторських схильностей досліджуваних (табл. 7.).

Таблиця 7.

**Рівні комунікативних і організаторських схильностей підлітків  
(за методикою «КОС» Б.А. Федоришина)**

<b>Показник комунікативних схильностей</b>	<b>Рівень вимірюваної ознаки</b>	<b>Показник організаторських схильностей</b>
<i>Відсоток досліджуваних</i>		<i>Відсоток досліджуваних</i>
30,56%	низький	36,12%
22,22%	нижче середнього	19,44%
11,11%	середній	8,33%
2,78%	високий	22,22%
33,33%	дуже високий	13,89%

Як видно з табл. 7, близько третини (30,56%) досліджуваних підлітків має низький рівень комунікативних схильностей, при цьому дещо більша кількість досліджуваних має високий (2,78%) та дуже високий (33,33%) рівень комунікативних схильностей.

Щодо показника організаторських схильностей, то фактично половина досліджуваних має невисокий рівень організаторських схильностей: 36,12% – низький, а 19,44% – нижчий середнього рівень. Лише третина досліджуваних має високий (22,22%) та дуже високий (13,89%) рівень розвитку організаторських схильностей.

Як бачимо з табл. 7, середні дані щодо показників комунікативних схильностей дещо вищі, ніж показників організаторських схильностей. Скоріше за все, ці дані пов'язані з більшою необхідністю до оволодіння підлітками комунікативними здібностями як такими, що використовуються ними у щоденному спілкуванні з групою. Організаторські ж схильності, хоча і відіграють важливу роль, але все ж не є первинними і необхідними у процесі адаптації підлітка до умов віртуального спілкування, на відміну від

комунікативних схильностей, які сприяють комфортному самопочуттю підлітка у віртуальній соціальній групі, і як наслідок – більш успішній особистісній адаптованості до віртуального спілкування.

Середні показники комунікативних і організаторських схильностей знаходяться на середньому рівні (цей показник дорівнює 2,86 для комунікативних схильностей, і 2,58 для організаторських). Незважаючи на схожість отриманих показників для цих двох шкал методики, спостерігаємо значні розбіжності у розподілі частот відповідей. Середній рівень комунікативних схильностей досягається за рахунок значної кількості крайніх показників, а рівень організаторських здібностей має більш рівномірний розподіл. Тому щодо комунікативних схильностей можемо говорити про наявність у групах досліджуваних як з високим, так і з низьким показниками рівня комунікативності, в той же час як організаторські схильності представлені більш-менш рівномірно.

Для вивчення взаємозалежності рівня адаптованості підлітків та їх комунікативних і організаторських схильностей нами було проведено кореляційний аналіз між показниками, отриманими за методиками «Самооцінка адаптивності» С.І. Болтівця та «КОС» Б.А. Федоришина.

Коефіцієнт кореляції Пірсона між показниками комунікативних схильностей та адаптованості склав  $-0,127$ , тобто встановлений кореляційних зв'язок є надто слабким для констатації взаємозалежності між вказаними показниками навіть на рівні тенденції.

Коефіцієнт кореляції Пірсона між показниками організаторських схильностей та адаптованості склав  $0,272$ , тобто встановлений кореляційних зв'язок також є незначним, хоча і дещо вищим, ніж у випадку комунікативних схильностей. Можна твердити, що, можливо, організаторські здібності мають вплив на адаптованість особистості до умов спілкування у віртуальному середовищі.

Тепер спробуємо встановити наявність взаємозв'язку між мотивами віртуальної взаємодії у соціальних мережах і рівнем особистісної адаптованості підлітків до віртуального спілкування. Для цього нами було застосовано наступні методики: методика визначення основних мотивів вибору (Є.М. Павлютенков), тест-опитувальник самоствавлення (В.В. Столін, С.Р. Пантелеєв).

Методика визначення основних мотивів вибору Є.М. Павлютенкова дозволяє виділити 9 видів мотивів вибору досліджуваним віртуальної форми взаємодії і оцінити їх за шкалою від 0 (повна відсутність такого мотиву) до 10 (провідний мотив). Приведемо узагальнену таблицю отриманих даних (табл. 8.).

*Таблиця 8.*

**Розподіл груп мотивів  
(за методикою Є.М. Павлютенкова)**

Показники вираженості груп мотивів, %								
соціальні	моральні	естетичні	пізнавальні	творчі	змістові	матеріальні	престижні	утилітарні
79,72	76,39	56,39	79,44	61,94	46,39	35,83	47,50	63,61

Таким чином, основними мотивами вибору саме віртуальної форми спілкування у наших досліджуваних стали соціальний та пізнавальний мотиви.

Соціальні мотиви позначають бажання досліджуваного своєю працею сприяти суспільному прогресу; наявна соціальна спрямованість на вищі загальнолюдські цілі і потреби.

Пізнавальні мотиви визначають прагнення досліджуваного до оволодіння спеціальними знаннями, пізнання змісту конкретної праці.

Найнижчі показники було виявлено за матеріальними та змістовими мотивами. Матеріальні мотиви позначають прагнення одержувати певні блага. Так як досліджувані поки що не в змозі оцінити матеріальну прибутковість вибраного ними роду діяльності, матеріальні мотиви дійсно відступають на другий план. Мотиви, пов'язані зі змістом праці, передбачають чіткі знання про

процес праці, спрямованість на розумову і фізичну працю.

Тест-опитувальник самоствавлення В.В.Століна та С.Р. Пантелеєва був використаний нами в якості методики, яка аналізує різні рівні самоствавлення. Ця версія опитувальника дозволяє виявити три рівні самоствавлення, відмінні по ступеню узагальненості, що й дозволить нам виокремити найбільш значимі характеристики при аналізі адаптованості підлітків до віртуального спілкування в соціальних мережах. Здійснимо узагальнення отриманих емпіричних даних (табл. 9., табл. 10.).

*Таблиця 9.*

**Розподіл рівнів показників самоствавлення підлітків,  
у відсотках (ч.1)**

<b>Інтегральне почуття «за» і «проти»</b>	<b>Самоповага</b>	<b>Аутосимпатія</b>	<b>Очікуване ставлення від інших</b>	<b>Самоінтерес</b>
83,12	67,51	66,65	68,05	79,18

Як бачимо з табл. 9, досить високими є показники інтегрального почуття «за» і «проти», а також самоінтересу; це свідчить про недвозначність ставлення особистості до самої себе та пошук шляхів самопізнання – таким чином виникає самоінтерес, цілком органічний та навіть необхідний для даного вікового періоду. На приблизно однаковому рівні знаходяться показники аутосимпатії, самоповаги та ставлення інших. Тобто можемо сказати, що високий рівень позитивного ставлення до себе очікує таке ж ставлення від оточуючих.

*Таблиця 10.*

**Розподіл рівнів показників самоствавлення підлітків,  
у відсотках (ч.2)**

<b>Самовпевненість</b>	<b>Ставлення інших</b>	<b>Само-прийняття</b>	<b>Само-керівництво</b>	<b>Самозви-нування</b>	<b>Само-інтерес</b>	<b>Само □ розуміння</b>
64,83	54,89	66,67	67,14	45,42	77,14	65,50



Виходячи з отриманих даних (табл. 10) бачимо, що найвищий показник виявлено за шкалою самоінтересу, що є, як ми вже згадували, необхідним та корисним надбанням даного вікового етапу. Розвинений та глибоко рефлексивний самоінтерес є запорукою успішного віртуального спілкування.

Найнижчими з отриманих даних виявилися показники самозвинувачення, що також є необхідною умовою для успішного становлення віртуального типу взаємодії в соціальних мережах. Крім того, самозвинувачення може негативно впливати на перебіг процесу адаптації особистості до віртуальної комунікації, тому низький показник за даною шкалою свідчить про досить успішну адаптованість підлітків до умов віртуального спілкування.

Для досягнення мети нашого дослідження, а саме вивчення особливостей зв'язку віртуального спілкування та самосвідомості особистості, нами було здійснено кореляційний аналіз між показниками самооцінки адаптивності підлітків до спілкування в соціальних мережах (за методикою С.І. Болтівця) та мотивами вибору роду діяльності (у нашому дослідженні – мотивами спілкування в соціальних мережах) (за методикою Є.М. Павлютенкова). Не було відмічено жодного статистично значимого кореляційного взаємозв'язку між показниками методик.

Було також здійснено кореляційний аналіз між показниками методики «Самооцінка адаптивності» С.І. Болтівця та опитувальником самоствавлення В.В. Століна. Також не було відмічено жодного статистично значимого кореляційного зв'язку (використано коефіцієнт кореляції Пірсона).

Достовірні кореляційні зв'язки (прямі) на рівні статистичної значимості 0,05 було отримано між показниками самоповаги та моральних мотивів вибору віртуальної форми взаємодії. Отже, підлітки вважають віртуальне спілкування в соціальних мережах досить вагомим, і таким, що дозволяє їм почуватися значимими та соціально затребуваними.

Кореляційний зв'язок (зворотній) на рівні статистичної тенденції було отримано між показниками очікуваного ставлення та змістовими мотивами. Направленість на зміст спілкування в певній мірі підкріплюється відповідним ставленням оточуючих. Власне, саме реагування оточуючих на зусилля, прикладені особистістю в процесі певної діяльності, і визначають подальше протікання цієї діяльності. Тобто якщо незважаючи на старання підлітка та його прагнення до пізнання результати його діяльності не будуть належно оцінені (а інколи навіть непомічені), то мотивація до такої діяльності швидко зникає, і людина не бачить сенсу у її продовженні.

Кореляційні зв'язки (пряма кореляція) на рівні статистичної значимості 0,05 було отримано між показником самокерівництва та естетичними мотивами вибору. Відчуття радості від здійснюваної діяльності, що характеризує змістові мотиви вибору, має тісні зв'язки з наявністю самокерування своїми діями, планування власної діяльності та грамотної її організації.

Кореляційні зв'язки (зворотна кореляція) на рівні статистичної значимості 0,05 було отримано між показником самоінтересу та змістовими мотивами вибору. Спрямованість на зміст спілкування не може не визначатися з допомогою наявності певного інтересу до нього. У випадку з віртуальним спілкуванням самоінтерес є визначальним чинником вибору саме цього виду спілкування, тому безпосередньо пов'язаний з її змістом.

Кореляційні зв'язки (пряма кореляція) на рівні статистичної значимості 0,05 було отримано між показником саморозуміння та престижними мотивами вибору. Мотиви вибору, що дозволяють досягти високого становища у суспільстві та ціняться оточуючими, мають безпосередній зв'язок з розумінням особистістю умов праці, мисленнєвій побудові плану своєї майбутньої форми спілкування та комунікативних стилів.

Кореляційні зв'язки (пряма кореляція) на рівні статистичної тенденції було отримано між показником саморозуміння та моральними мотивами

вибору. Саморозуміння передбачає перш за все самовизначення особистості у світі певних моральних устоїв, переконань та норм. Глибоке саморозуміння неможливе у людини з нестійкими життєвими принципами та моральними пріоритетами.

Отримані дані в цілому свідчать про наявність зв'язку між мотивами вибору та показниками самоствавлення, однак цей зв'язок є фрагментарним, частковим. Самосвідомість у підлітковому віці формується у спільній діяльності, результатом чого є усвідомлення молодою людиною своєї відмінності від інших – фізичної, інтелектуальної, моральної, творчої.

Самосвідомість ми визначали як явище, що має в своїй основі структурні компоненти Я-концепції як цілісного інтегрального особистісного утворення. Таким чином, можемо сказати, що мотивація вибору школярами віртуальної форми спілкування (у соціальних мережах) частково взаємопов'язана з якістю особистісної адаптованості підлітка, а саме значущими при дослідженні самосвідомості є показники саморозуміння, самоінтересу, самокерівництва, самоповаги та очікуваного (позитивного чи негативного) ставлення від інших.

Довгий час користувачі Інтернету шукають у віртуальній мережі свою нішу, комфортну і таку, яка відповідає їхнім вимогам до життя on-line. Цей процес безперервний – почавшись багато років тому, він триває досі. Пошук розпочався з безликого обміну даними, який проводився з єдиного місця зберігання на сайти по всьому світу. Пізніше з'явилася особиста електронна пошта, яка яскравіше відображала людини в мережі, але ще не так повноцінно, як сьогодні. Незабаром і ці рамки стали занадто вузькі – у людини з'являлася потреба заявляти про себе. Активно почали створюватися особисті сайти, чати, форуми, блоги. З кожним новим кроком користувач наближався до свого унікального «Я» в мережі Інтернет.

В чатах, програмних месенджерів (ICQ), на форумах користувачі застосовували в якості самоідентифікації «ніки» (вигадані імена). Поява блогів

так само почалося з досить відчутного присутності сторінок, чії господарі були анонімні. Паралельно з'являлася практика подвійне життя, коли людина вів два блоги: один, де його особистість була відома, і інший – під маскою. Користувачі змінюють імена, образи, грають з віком і статтю, досліджуючи нові межі свого віртуального «Я». Той факт, що в Інтернеті люди створюють собі якісь «віртуальні особистості», створює додаткові можливості для вивчення ідентичності.

Поступово загравання з власною ідентичністю та ведення відразу кількох життів в мережі ставало все менш цікавим і все більш стомлюючим. Це призвело до появи на віртуальній сцені соціальних мереж, чия ідея спочатку полягала в наданні реальної особистості у всесвітній павутині, яку могли б дізнатися знайомі і з якої можуть познайомитися незнайомі люди. Ця ідея була активно підтримана жителями світової мережі. Безсумнівно, залишаються ті, хто не бажає афішувати в мережі свої особисті дані і «зривати маски», але в порівнянні з ситуацією десятирічної давності їх становить значна меншість.

Підлітковий вік – це найбільш важкий і складний з усіх дитячих вікових груп, що представляє собою період становлення особистості. Головний зміст підліткового віку становить його перехід від дитинства до дорослого життя. Всі сторони розвитку піддаються якісній перебудові, виникають і формуються нові психологічні новоутворення, закладаються основи свідомої поведінки, формуються соціальні установки. Цей процес перетворення і визначає всі основні особливості особистості дітей підліткового віку.

Підлітковий вік виступає періодом набуття морального досвіду і відповідальності. На даному етапі розвитку підліток досягає віку усвідомлення своєї автономності і самостійності. Для нього властиво бажання самому визначати своє життя, самостійно робити вибір, приймати рішення. Однак готовність до прийняття відповідальності за цей власний, вільний вибір не завжди достатньо виражена у підлітка. Але, незважаючи на недостатню

готовність прийняття власної відповідальності, в підлітковому віці відповідальність все, виступає одним з головних якостей особистості підлітка.

Самосвідомість у підлітковому віці здійснюється у спільній діяльності, і її результатом є усвідомлення молодою людиною своєї відмінності від інших – фізичної, інтелектуальної, моральної, творчої. А в підсумку дозріває цілісна особистість – унікальна істота, рівна потенціалу віртуальної культури, що історично розвивається.

Загальне уявлення про феномен заміщення реальності образами дає можливість сформулювати на його основі цілісний соціально-філософський підхід: віртуалізація соціальної реальності є закономірним етапом історичного розвитку соціальності, пов'язаним з ускладненням і глобалізацією комунікативних зв'язків і відносин. Основною характеристикою цього етапу можна вважати перехід до домінування культурно-символічних, не прив'язаних безпосередньо до матеріально-фізичного аспекту існування, форм і способів підтримування і відтворення соціальності.

Середовище віртуальної реальності неначе завершує процес уречевлення комунікацій і перетворення їх на події, які не зникають у незворотному часі, а навпаки – зберігаються в єдиному інформаційному масиві, в межах якого вони існують в Мережі одночасно в безлічі варіантів, версій, інтерпретацій, які, своєю чергою, схильні до самостійного розвитку. Віртуальний світ не лише не поступається насправді актуальному – за своєю глибиною, можливостями проникнення в суть того, що існує і стає, за масштабами доступу до цілісної інформації, за багатовимірною наочністю і переведення її у тривимірний простір сприйняття, за комплексним характером проектування процесів, як і за можливістю будь-кого, хто бере участь, управляти самим процесом, віртуальна реальність може претендувати на статус найвищого ступеня дійсності.

Сьогодні ще хотілося б сподіватися, що людський розум не випустить техногенного джина з пляшки, і віртуальна реальність буде існувати тільки як

арт-реальність, що задовольняє естетичні потреби людини, повністю підвладна їй. Судячи з сучасних тенденцій розвитку віртуальності можна припустити, що у віртуальній реальності здатні здійснитися в дещо несподіваному ракурсі ідеали, актуальні в естетиці ХХ ст.: граничної активізації суб'єкта сприйняття мистецтва, залучення його в створення і процес розвитку твору; повного злиття мистецтва з життям; організації життя (віртуального) за законами мистецтва; навіть певної квазітеургії і своєїрідної «електронної соборності» свідомості.

Власне віртуальна реальність як повноцінний феномен комп'ютерно-мережевого діяння у підлітковому віці знаходиться ще в стадії активного становлення. Тим не менш, вже сьогодні ми можемо спостерігати за формами та етапами цього становлення, підготувати методологічну базу для вивчення принципово нового феномену буття і свідомості, виявити простір нині існуючих аналогій, пара-, квазі-, прото-феноменів комп'ютерно-мережевої віртуальності.

Таким чином, протовіртуальна реальність і особливо мотиви і парадигми моделювання у підлітковому віці активно програються в сучасній художній культурі, що оволодіває комп'ютерною технікою і мережевими просторами і технологіями. Різноманітні дигітальні продукти фактично готують сучасного реципієнта, який поки щодо пасивно сидить перед екраном монітора, до активних дій у віртуальній реальності і до відповідної психології сприйняття; формують зачатки нового естетичного свідомості. Ймовірно, у перспективі в повній мірі проявиться така ознака віртуального артефакту, як уявна справжність.

Підводячи підсумки проведеного дослідження, можна стверджувати, що висунута нами гіпотеза доведена потрапляючи у віртуальні соціальні мережі, людина реалізує свої найбільш актуальні в даний момент часу потреби. Задовольнивши нижчу фізіологічну потребу бути частиною спільноти, вступивши в нього і зайнявши своє місце, він шабелю за шаблем рухається далі. Говорячи про це, найбільш доречно буде вживання поняття – автентичність.

Автентична людина розвиває свої психологічні потреби, прагнучи повніше реалізувати ті здібності, якими він володіє, вишукуючи для цього нові шляхи і можливості. Значимість соціальних мереж Інтернету для автентичної особистості полягає в задоволенні потреб: у постійному припливі інформації, що цікавить; в спілкуванні і обміні думками щодо актуальних проблеми, ситуації, процеси, а так само щодо власних творчих та інтелектуальних досягнень; у розвитку загального кругозору, що підвищує інтелектуальний рівень особистості в цілому; в розвагах, плануванні свого дозвілля та відволіканні (відхід від повсякденних справ і буденності навколишнього життя); у виробленні навичок формування думки про себе і уявлень про інших людей, диференціюючи коло свого спілкування.

### **Висновки до III розділу**

Зміст розділу висвітлює значущість віртуальної взаємодії, вплив віртуального спілкування в соціальних мережах на розвиток особистості підлітка. Доведено, що середовище Інтернет краще інших сфер суспільного життя пристосовується до системних трансформацій, викликаних зовнішніми факторами.

Констатовано існування двох складних комунікативних проблем:

- 1) невдоволення і агресія особистості, викликані тим, що звичний уклад життя і поведінкові моделі, котрі вже зрослися з самою особистістю, доводиться різко змінювати, що позначається не тільки і не стільки на манері взаємодії з іншими людьми, скільки на зміні принципів споживання; страх перед невідомим майбутнім. Це ускладнює комунікацію між людьми, оскільки поведінкові очікування підкріплені лише застарілою інформацією, а нову думку і, відповідно, нові очікування ще не утворили;

2) нездатність швидко адаптуватися до нових умов життя існування.

Визначено, що особливо актуальною проблематизація спілкування у віртуальному просторі є для підліткового періоду генези буття. Підлітки виявляють гострий інтерес до сучасності, намагаються відшукати своє місце у навколишньому світі, через що тонко сприймають усі відхилення і недоліки у діяльності конкретних людей і суспільних інститутів (зокрема – ЗМІ, Інтернету). Internet-мережа використовується підлітками як пріоритетний засіб комунікації, що певною мірою спричиняє дистанційування від реальних соціальних ролей. Разом з тим, інтернет-комунікації пропонують підліткам можливість відчувати певну форму соціального зв'язку без реальної соціальної присутності. Значною відмінністю між Інтернет-стосунками і взаєминами, які підтримуються за допомогою інших технологій (телефон, традиційна пошта, факс), є нові невпинно генеровані культурні цінності віртуальних Інтернет-спільнот.

Самосвідомість у підлітковому віці формується у спільній діяльності, результатом чого є усвідомлення молоддю людиною своєї відмінності від інших – фізичної, інтелектуальної, моральної, творчої. Рівень розвитку самосвідомості у віртуальній реальності може бути вимірний за такими критеріями як ціннісний: структура цінностей, включаючи сенс життя; домінуючі принципи самосвідомості; виявлені ілюзії самосвідомості; співвідношення реальних можливостей, здібностей і досягнень із намірами судження, засновані на помилках, не збігаються з принципами самосвідомості; істини самосвідомості; самооцінка.

Емпіричне вивчення специфічних рис взаємозв'язку віртуального спілкування та самосвідомості у підлітковому віці (n = 367 осіб – підлітків віком 14-15 років, які за результатами попередніх вимірювань є активним користувачами соціальних мереж) виявило:

- помірний рівень адаптованості підлітків;



- близько третини (30,56%) досліджуваних підлітків мають низький рівень комунікативних схильностей, при цьому дещо більша кількість досліджуваних має високий (32,78%) та дуже високий (33,33%) рівень комунікативних схильностей;
- фактично половина досліджуваних має невисокий рівень організаторських схильностей: 36,12% – низький, а 19,44% – нижчий середнього рівень. Лише третина досліджуваних має високий (22,22%) та дуже високий (13,89%) рівень розвитку організаторських схильностей; середні дані щодо показників комунікативних схильностей дещо вищі, ніж показники організаторських схильностей;
- коефіцієнт кореляції Пірсона між показниками комунікативних схильностей та адаптованості склав  $-0,127$ , тобто встановлений кореляційних зв'язок є надто слабким для констатації взаємозалежності між вказаними показниками навіть на рівні тенденції;
- основними мотивами вибору саме віртуальної форми спілкування у досліджуваних стали соціальний та пізнавальний мотиви; найнижчі показники було виявлено за матеріальними та змістовими мотивами.

Для досягнення мети нашого дослідження, а саме вивчення особливостей зв'язку віртуального спілкування та самосвідомості особистості, нами було здійснено кореляційний аналіз між показниками самооцінки адаптивності підлітків до спілкування в соціальних мережах (за методикою С.І. Болтівця) та мотивами вибору роду діяльності (у нашому дослідженні – мотивами спілкування в соціальних мережах) (за методикою Є.М. Павлютенкова). Отримані дані в цілому свідчать про наявність зв'язку між мотивами вибору та показниками самоставлення, однак цей зв'язок є фрагментарним, частковим.

## **РОЗДІЛ IV. ВПЛИВ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ НА ЖИТТЯ ЛЮДЕЙ: ДЕЗІНГІБІЦІЯ ТА ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНІСТЬ**

У розділі проаналізовано психологічні особливості та ефекти онлайн-дезінгібіції, здійснено огляд психологічних досліджень Інтернет-залежності. Розглянуто психологічні особливості спілкування Інтернет-залежних людей, здійснено емпіричне вивчення (факторизацію) стосунків користувачів з «реальними» і «віртуальними» значущими іншими.

### **4.1. Психологічні особливості дезінгібіції у віртуальному середовищі**

Таксономія Інтернет включає декілька неоднорідних оточень. Хоча ці оточення можуть значною мірою перетинатися між собою, а декілька однотипних прикладів оточень іноді сильно відрізняються в межах одного типу, але розрізнення типів відбувається по деяких фундаментальних характеристиках, що впливають на нашу поведінку в Інтернет.

Соціальна мережа (social network) – це середовище Інтернет, в якому засновуються і розвиваються взаємини, що існують на основі соціальних зв'язків між реальними учасниками. Саме тому в соціальних мережах, на відміну від інших оточень, заохочується (або навіть є обов'язковим) вказування реального імені і надання якомога повнішої особистої інформації.

Електронна пошта (е-пошта, е-мейл, e-mail) стала життєво необхідним Інтернет-середовищем для користувачів, що вважають зараз її незамінною технологією. Основними адресатами електронної пошти є друзі, сім'я, партнери по бізнесу, колеги по роботі. Значного поширення е-пошта набула в школах, університетах, державних установах, корпораціях, фірмах, підприємствах і в домашньому вжитку. Найбільш часто використовувані сервери е-пошти – безкоштовні для кінцевого користувача, але при цьому йому доводиться

проглядати рекламу.

WWW, або всесвітня павутина, може використовуватися як вид бібліотеки, засоби медіа, довідник і також для просування власної інформації.

Ще одним середовищем в Інтернеті є асинхронний дискусійний форум, що виник і розвинувся з сервісу Інтернет-оголошень. Відмінною рисою форуму є тематичне розбиття публікованих повідомлень і можливість для користувача створювати нову тему, доповнювати, видаляти, проглядати повідомлення і відповідати на них. Середовище форуму є асинхронним в тому сенсі, що учасник може приєднатися до обговорення у будь-який час, тому темп обговорення може бути як дуже повільним (дні і тижні), так і швидким (декілька хвилин, що наближається за інтенсивністю обміну репліками до синхронного чату).

Іншим середовищем, відмінним від форуму, є синхронний чат, в якому учасники обмінюються повідомленнями в режимі реального часу або ж із незначними затримками, до декількох хвилин. Учасники друкують свої короткі повідомлення і одночасно читають інформацію від інших на екрані.

Розважальним середовищем є, зокрема, розраховані на багатьох користувачів онлайн-ігри, багато з них включені у функціонал соціальних мереж. І. Хейзінга писав про те, що спільна ігрова діяльність є могутнім стимулом для створення і підтримки подальших соціальних зв'язків. «Ігрове співтовариство наділене, власне кажучи, здатністю зберігати свій постійний склад і після того, як гра вже кінчилася. Зрозуміло, не кожна гра в камінчики або партія в бридж призведе до виникнення клубу. Та все ж властиве учасникам гри відчуття, що вони спільно перебувають в якомусь винятковому положенні, спільно роблять одну важливу справу, відособлюючись від інших і пориваючи із загальними для всіх нормами, простягає свої чари далеко за межі тривалості окремої гри» [240].

Нарешті, істотним Інтернет-середовищем сучасного світу є інтерактивні

голосові і відео-додатки (наприклад, Skype, Youtube). Багато психологічних чинників, що впливають на нашу поведінку онлайн, можуть значно змінитися через ефект публічності, що виникає в цьому середовищі.

Виділення вищеназваних категорій, їх психологічний вплив підкоряється логіці особливостей нашої поведінки в будь-якій обстановці, зокрема онлайн. Надзвичайно важливим є ступінь анонімності, яка може сильно змінюватися залежно від того, де знаходиться і що робить користувач. Дослідження підтверджують думку про те, що ступінь анонімності значно впливає на нашу поведінку, зокрема на зняття соціально встановлених обмежень. Користувач відчуває себе більш чи менш анонімним в різних Інтернет-оточеннях, і це може впливати на його поведінку. Одним з різновидів такої поведінки є розгальмована, або дезінгібована активність.

Розгальмування (дезінгібіція) як термін серед Інтернет-користувачів часто позначається субкультурним виразом «флейм». Жмуров Д.В. визначає дезінгібіцію як «неусвідомлюване ослаблення стримуючої дії соціальних санкцій і заборон» [81]. Дезінгібіція включає різноманітні види поведінки, від банальної неввічливості до використання великих букв і знаків окликів, і „переходу на особистості” щодо іншого мережевого користувача.

Якщо інгібіція (гальмування) має місце, коли поведінка обмежується або регулюється самосвідомістю, неспокоєм щодо соціальних ситуацій, зважанням на оцінки з боку оточуючих і т.д., то дезінгібіція може бути охарактеризована відсутністю таких чинників або їх протилежною дією. С.Прентіс-Данн і Р.Роджерс [414] описують дезінгібіцію як продукт низької уваги до публічної поведінки, що призводить до подальшого зменшення важливості оціночних думок з боку оточуючих. Щодо поведінки індивіда в Інтернеті дезінгібіція може бути описана як менш загальмована поведінка в порівнянні з подібною поведінкою в реальному житті. Тобто дезінгібіція не зводиться виключно до флеймінгу або інших проявів недружного спілкування, але скоріше

розглядається як будь-яка поведінка, яка характеризується очевидним зменшенням значущості самопрезентації і оціночних думок інших.

Більшість досліджень з комп'ютерно опосередкованих комунікацій розглядають групи з двох або більше людей, що обговорюють які-небудь питання з використанням синхронної або ж асинхронної системи обміну повідомленнями. Окрему групу досліджень складають такі експерименти, в яких учасникам дається завдання знайти вирішення проблеми, а не просто досягти згоди з приводу тієї або іншої моральної дилеми або спірного питання. Це називається спільною діяльністю за допомогою комп'ютера.

С.Кеслер і співавтори вказують: «Люди використовують комп'ютери для спілкування, яке розмиває встановлені часові межі, що розділяють роботу і дім; вони змішують службове і особисте спілкування; вони поперемінно використовують стиль мови, відповідний для залу засідань і для бейсбольного поля; і вони абсолютно не беруть до уваги звичайні норми, що стосуються сфери особистого» [361, с.1126]. Дж.Сігал, В.Дубровські, С.Кеслер і Т.Макгуайер [440] порівняли рівні незагальмованої словесної поведінки в спілкуванні «лицем до лица», на анонімному форумі, на форумі з указуванням особистих даних учасників і за допомогою е-мейл листування. Формат експерименту був однаковим для кожного з експериментів. Перед групою з трьох людей було поставлене завдання досягти консенсусу, виконуючи завдання з дилемою вибору. Коли Дж.Сігал і її колеги порівняли рівень незагальмованого спілкування (визначуваного як недружні коментарі, репліки або інші прояви на зразок лайки, обзивання та образ), вони зафіксували вищий рівень розгальмованої словесної поведінки в кожному з експериментів, коли люди використовували комп'ютери для спілкування. Найвищий рівень розгальмованої словесної поведінки був зафіксований серед користувачів анонімного форуму.

Відкриття, що полягало в тому, що комп'ютерно опосередковане

спілкування характеризується розгальмованістю, часто визначуваною як флеймінг, повторилося в багатьох дослідженнях. С.Селф і Р.Мейер писали: «Гаряче, емоційне, часто анонімне, бурхливе обговорення є спільною, якщо не універсальною, властивістю спілкування за допомогою комп'ютера» [437].

Хоча переважання флеймінгу та інших розгальмованих комунікаційних патернів у комп'ютерно опосередкованому спілкуванні часто сприймається як даність, деякі дослідники ставлять це під сумнів. Наприклад, М. Ліа стверджує, що хоча флеймінг може часто згадуватися в дослідженнях, це явище насправді досить рідкісне. М. Ліа і співавтори вважають, що флеймінг зустрічається менш ніж у п'яти відсотках повідомлень в комп'ютерно опосередкованому спілкуванні. Вони приходять до наступного висновку: «Флеймінг фактично є радикально залежним від контексту; він порівняно рідко зустрічається в комп'ютерному опосередкованому спілкуванні, але з багатьох причин ці особливі випадки спостерігають або запам'ятовують великі маси людей, таким чином створюючи ілюзію універсальності» [376, с. 108].

Чи є флеймінг рідкістю або ж ні, це може бути просто одним з проявів дезінгібіції в Інтернеті. Наприклад, Х. Рейнгольд стверджує, що нові значущі відносини можуть бути сформовані у віртуальному просторі саме завдяки, а не всупереч обмеженням останнього. Він далі заявляє: «Середовище буде за своєю природою місцем, де люди часто раптово виявляються здатними розкриватися набагато більш глибоко, чим вони б мали намір зробити без посередництва екранів і псевдонімів» [424, с. 27].

У одному з досліджень вивчалось заповнення опитувальників по Інтернету. Як указувалося вище, саморозкриття може бути вищим у комп'ютерно опосередкованому спілкуванні, ніж при взаємодії «лицем до лица». У цьому експерименті учасники тестувалися за шкалами «самосвідомості», «соціальної тривожності», «самооцінки» і «соціальної бажаності», використовуючи Інтернет або ручку і папір. Головною умовою було

те, чи були учасники анонімними, чи ні. Результати показали, що учасники були менш соціально тривожними і набрали менше балів за шкалою «соціальної бажаності» при заповненні Інтернет-опитувальника в порівнянні з паперовою версією. Цей ефект не зник навіть тоді, коли обидві групи учасників не були анонімними. Дезінгібіція у формі вищого саморозкриття, таким чином, може бути очевидною в Інтернет-поведінці так само, як і в будь-якому іншому комп'ютерно опосередкованому спілкуванні.

Заздалегідь причини дезінгібіції в Інтернеті можуть бути пояснені такими групами теорій: теорією деіндивідуації, теорією зменшеного соціального впливу, теорією соціальної присутності.

Концепт деіндивідуації одним з перших запропонував французький дослідник Гюстав Лебон в 1895 році. Лебон вважав, що людина, перебуваючи в натовпі, прагне до злиття, тобто до стану, де усуваються звичайні обмеження індивідуальної поведінки. У сучасній експериментальній соціальній психології термін «деіндивідуація» використовувався Л.Фестінгером, А.Пеппітоном і Т.Ньюкомбом для пояснення того, чому чоловіки, які пам'ятають менш індивідуальну інформацію, проявляють більше ворожості до своїх батьків. За Фестінгером, коли людина не відособлена в групі, «у такого члена групи існує велика вірогідність ослаблення внутрішніх обмежень»[311, с. 382]. Цей підхід був розширений дослідженням Зімбардо. Згідно із працями Зімбардо, анонімність, збудження, сенсорне перевантаження, психоактивні речовини і зменшення самоконтролю призводять до деіндивідуації і до подальшої розгальмованої ворожої поведінки. Пізніше до теорії деіндивідуації були внесені деякі доповнення, зокрема, щодо ролі зменшення внутрішнього самоконтролю і зменшеного впливу оточення на поведінку людини. С. Прентіс-Данн і Р.Роджерс [414] вважають, що деіндивідуацію породжують два чинники: зменшення відстежуваності (наприклад, анонімність або членство в групі призводить до зменшення важливості реакцій інших людей) і зменшення уваги

до власної поведінки (і звідси зниження самоконтролю та використання нижчих внутрішніх стандартів). Згідно із деякими дослідниками комп'ютерно опосередкованого спілкування, люди, що спілкуються за допомогою комп'ютерів, можуть бути деіндивідуалізовані.

Ще одне пояснення розгальмованої онлайн-поведінки виходить із положення про обмежену пропускну спроможність комп'ютерних мереж і каналів зв'язку. Відповідно, зменшуються соціальні впливи під час взаємодії, що призводить до зменшення впливу соціальних норм і обмежень, а тому сприяє антинормативній і неврегульованій поведінці.

Згідно із теорією зменшеного соціального впливу нижчий рівень соціального і ситуативного впливу призводить до: а) зсуву фокусу уваги з одержувача повідомлення на вирішувану задачу; б) зменшення впливу звичайної соціальної ієрархії шляхом ігнорування статусного впливу, лідерства, матеріального становища, віку і т.д.; в) деіндивідуації, що виникає на перетині анонімності, відсутності самоконтролю і контролю з боку оточення, низької саморегуляції.

Прихильники теорії соціальної присутності вважають, що різні засоби комунікації припускають різні рівні соціальної присутності. А саме, спілкування «лицем до лица» характеризується найвищим рівнем соціальної присутності, а комп'ютерно опосередковане спілкування – значно нижчим. За Дж.Шортом, Вільямсом і Крісті, соціальна присутність – «це якість комунікаційного середовища» [439, с. 65]. Тобто, хоча соціальна присутність впливає на те, як учасники спілкування сприймають дискусію, соціальна присутність є якістю самого середовища спілкування.

Зменшена соціальна присутність в комп'ютерній опосередкованій комунікації призводить до того, що учасники комунікації приділяють менше уваги присутності інших учасників дискусії. Згідно із положеннями цієї теорії, низька соціальна присутність в комп'ютерно опосередкованих комунікаціях



призводить до деперсоналізованого спілкування. Тобто комп'ютерно опосередковане спілкування буде менш доброзичливим, емоційним або особистим, і більш діловим або орієнтованим на досягнення мети. З іншого боку, як указує Бірн в своєму дослідженні онлайн-стосунків, інші дослідники відзначали випадки успішного розвитку відносин через комп'ютерне опосередковане спілкування. Дійсно, тимчасові обмеження в лабораторних експериментах можуть стимулювати учасників експерименту, що вдаються до комп'ютерного опосередкованого спілкування, використовувати скоріше діловий стиль спілкування, ніж неформальний; і радше орієнтуватися на вирішення поточних короткострокових задач, аніж будувати довготривалі відносини. Є підтвердження тому, що коли групи комп'ютерних користувачів мали в своєму розпорядженні необмежену кількість часу, тоді кількість доступної соціальної інформації збільшувалася і виникали стійкі зв'язки особистого, а не тільки ділового характеру.

Двокомпонентна модель самоконтролю. Часто висловлювалася думка, що дезінгібіція, спостережувана в комп'ютерно опосередкованому спілкуванні, може бути слідством вищого, а не нижчого самоконтролю. Згідно із Дювалем і Віклендом, напруженість свідомості може бути спрямована на оточення (публічний самоконтроль) або на самого себе (особистий самоконтроль). Публічний самоконтроль виявляється в ситуаціях, в яких індивід припускає можливість зовнішньої оцінки (наприклад, коли передбачається відеозйомка або оцінювання), або коли ситуації є соціально незвичайними (наприклад, коли індивід належить до меншини в групі). Особистий самоконтроль виникає тоді, коли на індивіда впливають його внутрішні мотиви, установки, цілі і т.д., і може виявлятися, наприклад, коли люди дивляться на себе в дзеркало. Особистий самоконтроль призводить до поведінки, яка регулюється індивідуальними цілями, потребами і стандартами. За К.Метсоном і М.Занна, особистий і публічний самоконтроль є такими, що «відносно протистоять» [386, с. 222].

Тобто, людина може приймати до уваги «обидва, один з або ніякий з цих аспектів Я» [386, с. 222]. К.Метсон і М.Занна стверджують, що матеріали досліджень комп'ютерно опосередкованого спілкування свідчать на користь того, що люди можуть мати вищий рівень особистого самоконтролю і разом з тим нижчий рівень публічного самоконтролю. Наприклад, пацієнти відзначають більшу кількість симптомів і в той же час більшу кількість актів соціально несхвалюваної поведінки, коли заповнюють анкети на комп'ютері. Оскільки вищий рівень саморозкриття асоціюється з високим особистим самоконтролем, ці дані підтверджують, що комп'ютерні користувачі відчують вищий рівень особистого самоконтролю. Більш того, люди демонструють стійку тенденцію до надання менш соціально схвалюваних варіантів відповіді, коли заповнюють тест за допомогою комп'ютера, в порівнянні з традиційним паперовим варіантом тесту. Притому, як відзначає Д. Джонсон, на це збільшення мало впливає рівень анонімності респондентів. Це підтверджує припущення про кореляцію збільшення особистого самоконтролю із зниженням зовнішніх оцінних очікувань (або публічного самоконтролю). К.Метсон і М.Занна перевірили це положення, порівнюючи рівень самоконтролю, вивчаючи групу з 27 студентів, які обговорювали тему за допомогою комп'ютерів, і іншу групу з 28 студентів, що обговорювали ту ж тему «лицем до лица». Дослідники виявили, що «користувачі комп'ютерно опосередкованого спілкування показали вищий рівень приватного самоконтролю і неймовірно низький рівень публічного самоконтролю в порівнянні з учасниками, що спілкувалися «лицем до лица»» [386, с. 228]. Це приводить нас до висновку, що хоча необхідність самопрезентації є зменшеною (з причини нижчого публічного самоконтролю), але в той же час саморегуляція і зосередження на внутрішніх станах і стандартах може бути значно збільшеною (з причини вищого особистого самоконтролю). К.Метсон і М.Занна самі висловлюють два головні критичні зауваження по цьому дослідженню. По-перше, учасники обговорювали питання

тільки 15 хвилин; по-друге, два блоки питань анкети, якими охоплюється вимірювання особистого самоконтролю, здаються недостатньо внутрішньо надійними. Поза цією критикою положення про те, що комп'ютерно опосередкована комунікація призводить до збільшення приватного самоконтролю, є важливим теоретичним кроком, який дає можливість припустити, що люди, які використовують комп'ютерно опосередковане спілкування, є не деіндивідуалізованими, але скоріше, саморегульованими і такими, що чинять згідно з їх власними внутрішніми думками, установками і цілями. Це положення підводить до останнього підходу – теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності.

Згідно з положеннями цієї теорії, більшість ефектів деіндивідуації, відзначених Зімбардо, можуть бути пояснені без використання концепту деіндивідуації. Анонімність, унаслідок відсутності зосередженості на собі як на особистості, призводить скоріше до активації соціальних ідентичностей, ніж до активації індивідуальних ідентичностей. Це стимулює регуляцію поведінки на основі норм, пов'язаних із чітко відособленою соціальною групою.

Модель пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності краще пояснює групову поляризацію, аніж саму по собі дезінгібіцію. Це може пояснюватися існуванням неінгібованої словесної поведінки і припущенням, що ця поведінка може бути залежною від контексту і нормативною в межах комп'ютерно опосередкованої комунікації.

Наприклад, С.Рейхер повідомляє про дослідження групової поляризації, в якому змінювалися чіткість членства в групі (в цьому випадку статус студента психологічного факультету) і вираженість анонімності. Поляризація групи – це тенденція до того, що установки групи стають більш екстремальними щодо середніх установок під час дискусії. С.Рейхер і співавтори припустили, що існує зв'язок між відособленістю групи і анонімністю. Іншими словами, коли учасники були очевидно анонімними і їх членство в групі було чітким, то

спостерігалася висока поляризація установок під час групового обговорення, оскільки учасники використовували норми групи як орієнтир для власної поведінки. Коли учасники групи не анонімні, і членство в групі чітке, дослідники припускали, що групова поляризація не матиме місця. Це припущення підтвердилося, і дослідники зробили висновок, що «поєднання психологічного членства в групі і анонімності призводить до підвищеної конформності до групових норм і нижчого прояву антинормативної поведінки» [421, с. 182].

В цілому слід зазначити, що модель пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності була застосована в сфері комп'ютерно опосередкованих комунікацій радше для пояснення ефектів групової поляризації, аніж для пояснення дезінгібіції як такої. Зв'язок розглядуваної моделі з дезінгібіцією, особливо з флеймінгом, був утворений для опонування аргументові, що комп'ютерно опосередкована комунікація характеризується антинормативною поведінкою. Звісно, дезінгібіція у комп'ютерно опосередкованій комунікації може бути охарактеризована одночасно флеймінгом та надмірним саморозкриттям, з чого випливає, що модель пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності працює для передбачення того, що поведінка в комп'ютерних мережах є залежною від контексту. Однак, оскільки цей феномен існує, коли користувач не є анонімним і розкриває багато інформації про себе, то це значить, що дезінгібіція не завжди спричинена активацією соціальної ідентичності.

Таким чином, нами була розглянута таксономія оточень в Інтернеті і основні психологічні особливості дезінгібованої поведінки, розглянутої з погляду різних концепцій: теорії деіндивідуації, теорії зменшеного соціального впливу, теорією соціальної присутності, двокомпонентної моделі самоконтролю і теорії пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності.

Дезінгібіція в Інтернеті часто ґрунтується на припущенні, що онлайн-

стосунки можуть розвиватися не так, як у реальному житті. Очевидною причиною для цього є відсутність безпосередньої взаємодії „лицем до лица” і збільшена кількість інформації, яку людина хоче дізнатися про свого співрозмовника (для компенсації відсутнього візуального чинника). Більше того, вищий рівень саморозкриття в онлайн-стосунках припускає, що деякі з цих стосунків можуть розвиватися швидше і ставати глибшими за короткий проміжок часу, ніж аналогічні стосунки у реальному світі.

Ще один набір значень включає взаємодії між соціальними групами. С.Рейхер вважає, що за умов анонімності соціальні компоненти ідентичності індивіда стають більш чітко вираженими, ніж особистісні компоненти [421]. Згідно з теорією пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності, самооцінка, заснована на членстві в соціальній групі, збільшується у порівнянні з (і часом у протиставленні із) зовнішніми групами. Якщо використання Інтернету призводить до саморегуляції, заснованої на соціальних компонентах ідентичності, люди можуть бути менш схильними до толерантності, а більш схильними до дескримінації онлайн, ніж у реальному житті. Оскільки інформація про членство в певній групі може бути не доступною онлайн, насправді може бути важко дискримінувати співрозмовника.

Дезінгібіція в мережі розглядалася в минулому як причина флеймінгу та інших етично несхвалюваних практик. Однак Д.Джойнсон і Харріс вважають, що бажання людей мати доступ до потенційно неприємної інформації у мережі Інтернет може мати низку вигідних наслідків. Однією з таких вигод є те, що люди можуть бути більш мотивованими на пошук самодопомоги та інформації щодо здоров'я в Інтернеті, аніж у реальному житті. Існують переконливі свідчення того, що багато людей уникають неприємної інформації, навіть якщо це відкриває можливості покращення їх життя у майбутньому.

Наступний аспект практичного значення дезінгібіції – онлайн-освіта. Багато викладачів як шкільних, так і університетських, відзначають небажання

студентів брати активну участь в аудиторних обговореннях. Студенти можуть виявляти більше бажання спілкуватися з викладачами за допомогою е-мейл та соціальних мереж. Використання Інтернет для фасилітації групової дискусії також було досліджено серед студентів. П. Старр пише: „Інтернет забезпечує не просто публікацію матеріалів, а цілий кібер-простір – розсилки новин, форуми та інші способи дискусії, для того, щоб студенти могли практикувати свої навички в соціальних взаємодіях” [445, с.56]. Тейлор і Сміт зазначають: „Студентська участь в онлайн-дискусіях є жвавішою, ніж у будь-якій з наших аудиторних дискусій „лицем до лица”” [цит. за: 445; с. 56].

Пов’язаним з попереднім використанням дезінгібіції в Інтернеті є припущення, що дослідження, зокрема психологічне, з використанням комп’ютерних технологій, може спонукати респондентів надавати більш чесні відповіді, ніж дослідження з використанням традиційних методів.

Штерн і Фабер використовували техніку „загубленого е-мейла” для відтворення в кібер-просторі методології експерименту „загубленого листа” Мілграма. Вони з’ясували, що здебільшого замість того, щоб надіслати повідомлення належному отримувачу, учасники повертали його відправнику. Джойнсон зазначає, що хоч співвідношення між психологічними змінними онлайн можуть бути аналогічними до змінних у реальному житті, але значущість деяких змінних, наприклад соціальної бажаності, може бути нижчою. Явна вигода використання Інтернету для відбору даних полягає в тому, що люди відповідають онлайн більш чесно, ніж у реальному житті, навіть якщо не забезпечується анонімність.

Найбільш важливе застосування дезінгібіції в мережі пов’язане з електронною комерцією. Електронна комерція – це сфера в Інтернеті, що швидко зростає; все більше людей купують товари в Інтернет-магазинах. Цьому не в останню чергу сприяє те, що продавці мають змогу збирати велику кількість інформації про своїх потенційних клієнтів з Інтернету, зокрема з

соціальних мереж. Люди можуть поводитися онлайн по-іншому, ніж у реальному світі, і це відкриває велику кількість можливостей для електронної комерції. По-перше, якщо люди зосереджені на виконанні якоїсь задачі, то вони можуть бути більш піддатливими до переконуючої інформації. Слабкою стороною цього аргументу є легка доступність інформації в Інтернеті, і те, що користувач може легко перевірити інформацію в оголошенні (наприклад, знайти відгуки користувачів про фірму, організацію чи продукт на сторонніх ресурсах). По-друге, якщо соціальна ідентичність є чітко вираженою, тоді поведінка буде регулюватися у прив'язці до норм, асоційованих з цією соціальною групою, що у певних випадках може приводити до більшої переконливості рекламних повідомлень. Однак, якщо люди переживають збільшений особистий самоконтроль (і зосереджуються на особистій ідентичності, на протизагуповій), як про це стверджують К.Метсон і М.Занна [390], то такі заклики до групової ідентичності можуть бути набагато менш переконливі, ніж реклама, заснована на особистій ідентичності. По-третє, люди можуть набагато охочіше купувати онлайн ті речі, які вони не будуть купувати в реальному житті, ймовірно через стурбованість судженнями з боку інших людей (наприклад, ті чи інші речі в секс-шопах онлайн).

Два головні аргументи були озвучені в цьому розділі. Перше, що поведінка в мережі – чи то двостороння комунікація, чи блукання, чи дописування в Інтернеті – є соціальною. Ми переконані, що навіть у випадку, коли вся аудиторія цієї поведінки зводиться до самого себе, це не десоціалізує поведінку, не робить її несоціальною, але радше поміщає її між соціальною і особистою ідентичностями. Другий аргумент – це те, що поведінка в Інтернеті може бути визначена як дезінгібована, і ця дезінгібіція втілюється у формах саморозкриття, флеймінгу або пошуку інформації / товарів, які у нормальному житті зазвичай уникаються [141].

Причини цієї дезінгібіції можуть бути дещо різними для двосторонньої

комунікації, блукання і одностороннього публікування інформації. Ми припускаємо, що спільна активність сприяє дезінгібіції. Відчуття анонімності і пов'язаний з цим відчуттям зменшений публічний самоконтроль, зосередження на завданні (що теж може сприяти зменшеному публічному самоконтролю), і соціальні норми, пов'язані з онлайн-поведінкою – важливі фактори, які сприяють дезінгібіції.

Інші фактори, що впливають на дезінгібіцію, можуть бути специфічними для певної форми онлайн-поведінки, і залежати від контексту, в якому ця поведінка відбувається. Наприклад, поширеною є думка, що легше написати незнайомій людині е-мейл, аніж зв'язатися з нею по телефону або сконтактувати „лицем до лиця”. Це може бути пов'язане з тим, що соціальні норми онлайн-поведінки дозволяють учасникам звертатися до тих, кого вони не знають, у неформальний спосіб.

Однак, коли люди не вмотивовані тим, щоб справити гарне враження, залишаються анонімними, або поведінка не має наслідком якусь наступну оцінку з боку інших людей, ми припускаємо, що ці люди будуть слідувати поведінковим патернам, що характеризуються зменшеним публічним самоконтролем і збільшеним особистісним самоконтролем. Незважаючи на це, така поведінка буде регулюватися нормами, асоційованими з комунікативним середовищем. У випадку поведінки в Інтернеті ці норми спрямовані у бік дезінгібіції, яка може виявлятися у формах флеймінгу чи саморозкриття.

Описана нами модель припускає, що перевага віддається особистому самоконтролю, але водночас беруться до уваги норми, пов'язані з певним контекстом чи соціальною групою. Як зазначалося раніше, особиста та публічна форми самоконтролю зазвичай розглядаються як протиставні. Наприклад, психологи збільшували особистісний самоконтроль в експериментальних ситуаціях, зазвичай розміщуючи дзеркала в лабораторіях. Однак учасники цих експериментів, хоч і виконували багато завдань з певними відмінностями, все



одно поводитися як учасники експерименту. Це значить, що вони не відкидають норми поведінки, встановлені експериментальною ситуацією тільки з причини особистісного самоконтролю. Так само з особистісного самоконтролю не впливає, що поведінка людей регулюється тільки внутрішніми стандартами та цілями. Радше їхня поведінка є продуктом саморегуляції та контекстно-залежних норм.

Потенційну проблему для такого пояснення може становити модель пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності. Рейхер стверджує, що за умов анонімності соціальна ідентичність людини стає більш вираженою, ніж її особистісна ідентичність. Це значить, що люди стають менш зосереджені на собі як на особистості і більше зосереджені на собі як на учасникові певної соціальної групи. Хоча цей аргумент не припускає того, що внутрішній фокус уваги взагалі відсутній під час комп'ютерно опосередкованої комунікації (насправді модель пояснення ефекту деіндивідуації за допомогою соціальної ідентичності наголошує на збільшенні такого фокусу уваги), він припускає, що зміст цього фокусу (і відповідне регулювання поведінки) заснований більше на соціальних ідентичностях і пов'язаних з ними нормах, аніж на особистій ідентичності. Однак є аргументи й на користь того припущення, що особисті ідентичності є також чітко вираженими під час комп'ютерно опосередкованої комунікації. Як зазначалося раніше, хворі, що використовують комп'ютер для комунікації, схильні до того, щоб помічати у себе більше симптомів хвороби, ніж хворі, що взаємодіють „лицем до лица”. Крім того, Метсон і Занна [390] з'ясували, що учасники комп'ютерно опосередкованих комунікацій демонструють більший фокус на собі як на індивідах, ніж учасники в ситуаціях „лицем до лица”. Можливо, відповідь лежить у площині кореляцій між соціальною та особистою формами ідентичності: соціальні ідентичності вибудовані у певному ієрархічному порядку, і кожен ступінь цієї ієрархії містить частину особистої інформації, так

що активація соціальної ідентичності не виключає особистісної ідентичності. Саме тому, хоча поведінка регулюється нормами, пов'язаними з певною чітко вираженою соціальною групою, зміст будь-якого саморозкриття буде становити особиста інформація. Однак така дезінгібіція має місце навіть тоді, коли людям явно наказано зосередитись на собі, з чого випливає припущення, що дезінгібіція може мати місце без активації соціальної ідентичності, або ж під впливом лише загальносупільних, а не групових соціальних норм. Варто провести широке дослідження змісту комп'ютерно опосередкованих групових дискусій на предмет того, чи персональна інформація, яку розкривають люди у таких дискусіях, є більш індивідуалізованою, чи вона містить якийсь компонент соціальної ідентичності; і яким є співвідношення між цими двома складниками того, що люди розкривають про себе.

Таким чином, дезінгібіція в Інтернеті є продуктом водночас фокусу самоконтролю та контексту, в якому індивід діє. В деяких ситуаціях, наприклад е-мейл незнайомій людині, норми онлайн-поведінки дозволяють неформальний, дезінгібований початок комунікації, але зміст такої комунікації може бути ретельно і наперед сконструйований. В інших ситуаціях (наприклад, коли люди не вмотивовані тим, щоб справити гарне враження, залишаються анонімними, або поведінка не має наслідком якусь наступну оцінку з боку інших людей) це може призводити до того, що вся комунікація буде дезінгібованою; іншими словами, дезінгібіція впливає не тільки на початок комунікації, але на весь її процес. Це також може призводити до розкриття інформації, яка в реальному житті приховується через страх засудження з боку інших.

#### **4.2. Ефекти онлайн-дезінгібіції**

Добре відомо, що люди у кіберпросторі говорять і роблять такі речі, що їх вони ніколи не сказали б чи не зробили б у звичайному світі „лицем до лица”.

Вони розгальмовуються, почуваються більш вільними, виражають себе більш відкрито. Дослідники називають це ефектом дезінгібіції. Ця дезінгібіція має дві сутнісні особливості. Деякі люди розкривають дуже особисті речі про себе, вони розповідають про свої потаємні емоції, страхи, бажання; або ж вони можуть демонструвати незвичні акти доброти та щедрості. Ми можемо назвати це доброзичливою дезінгібіцією.

З іншого боку, ефект дезінгібіції може бути не настільки доброзичливим. Назовні виходять грубе мовлення, жорсткий сарказм та критика, гнів, ненависть, навіть погрози. Люди також можуть відкрити для себе брудне дно Інтернету, як то місця жорсткої порнографії та насильства, тобто місця, які вони ніколи не відвідали б добровільно у реальному світі. Ми можемо назвати це токсичною дезінгібіцією.

В своїй доброзичливій іпостасі дезінгібіція проявляє спробу людини зрозуміти та розкрити саму себе, пропрацювати свої проблеми і знайти нові шляхи та смисли буття. А іноді в токсичній дезінгібіції це просто сліпий катарсис, відреагування, вираження назовні несприятливих, темних бажань і потреб. Важливо, що цей сліпий катарсис не призводить людину за будь-яких умов до особистісного зростання. А доброзичлива дезінгібіція, хоча його не гарантує, має потенціал для такого зростання.

Що спричиняє цю онлайн-дезінгібіцію? Що є такого в онлайн-просторі, що послаблює психологічні бар'єри, які блокують вираження внутрішніх почуттів та потреб. Ми спробуємо окреслити деякі найважливіші фактори. Для деяких людей лише один або два з нижчеперерахованих факторів становлять переважну частку в ефекті дезінгібіції. В більшості випадків, однак, усі ці фактори взаємодіють один з одним, доповнюють одне одного, виражаючись у більш складному посиленому ефекті.

Коли людина блукає Інтернетом, більшість тих, кого вона зустрічає, не можуть визначити, ким вона є. Провайдери Інтернет-послуг та деякі

технологічно підковані та мотивовані користувачі можуть визначити е-мейл адресу або IP-адресу користувача, але у більшості випадків люди знають тільки те, що користувач сам про себе розкаже. Якщо він хоче, він може тримати свою особистість у цілковитій таємниці. Як це видно у самому слові „анонімний” („безосібний”), користувач може не мати імені, принаймні це не буде його реальним іменем. Ця анонімність творить чудеса для ефекту дезінгібіції. Коли люди мають можливість відокремити свої дії та слова онлайн від їхніх реальних ідентичностей, вони почуваються менш вразливими стосовно такого розкриття. Щоби вони не сказали чи не зробили, це не може бути прямо прив’язане до решти їхнього реального життя. Вони не зобов’язані контролювати онлайн-поведінку, припасовуючи її до цілковитого контексту того, ким вони є „насправді”. Виражаючи ворожі почуття, людина не несе відповідальності за такі дії. Фактично люди можуть навіть переконати самих себе, що такі слова, дії, вчинки, така поведінка в цілому – „це взагалі не я”. В психології це називається дисоціацією.

У багатьох онлайн-середовищах інші люди не можуть бачити користувача [140]. Коли він блукає веб-сайтами, пише на форумах, перемовляється у чатах, інші учасники можуть взагалі не знати, з ким вони спілкуються. Невидимість дає людям сміливість відвідувати такі місця і робити такі речі, які вони не дозволили б собі у реальному світі. Ця можливість сховатися частково співпадає з анонімністю, оскільки анонімність – це приховування ідентичності. Але є певні важливі відмінності. В текстовій комунікації, як то у чатах, е-мейл, блогах, форумах, інші можуть дізнатися багато інформації про людину, однак вони все одно не можуть бачити або чути її – а вона не може бачити або чути їх. Навіть якщо розкрити, зробити видимою ідентичність кожного учасника, можливість бути фізично невидимим підсилює ефект дезінгібіції. Людина не має турбуватися про те, як вона виглядає, коли вона говорить (набирає на клавіатурі) щось. Так само вона не переймається тим, як виглядають інші, коли

вони у той же спосіб їй відповідають. Можливість побачити позіхання, хитання головою, вираз нудьги і багато інших більш чи менш помітних знаків відторгнення, незацікавленості або байдужості може значно загальмувати те, що люди хочуть виразити. У класичному психоаналізі психоаналітик розміщений поза полем зору пацієнта, щоб лишатися постаттю, недоступною для зорових органів чуття, яка не виражає будь-яких мімічних або пантонімічних проявів, так що пацієнт має повну і необмежену свободу обговорювати те, що він хоче, при цьому не будучи інгібованим можливою соматичною реакцією аналітика. У повсякденних стосунках люди часто відвертають свій погляд, коли обговорюють щось особистісне та емоційне, для них легше не дивитися в обличчя іншої людини. Комп'ютерно опосередкована комунікація пропонує вже вбудовану можливість відводити погляд при спілкуванні.

На форумах та при спілкуванні за допомогою е-мейл комунікація є асинхронною. Люди не взаємодіють один з одним у режимі реального часу. Людина може написати повідомлення і хвилинами, годинами, днями або навіть місяцями чекати, поки хтось інший відповість на нього. Той факт, що чиясь негайна реакція є недоступною, може мати дезінгібуючий вплив. У реальному житті це було б схоже на те, що людина звертається до когось із реплікою, а потім помахом чарівної палички зупиняє час, повертаючись до розмови тоді, коли їй це зручно. Негайний, в режимі реального часу, зворотній зв'язок від інших може мати дуже потужний вплив на процес того, як сильно люди розкриваються. На форумах і при спілкуванні е-мейл, коли є значні затримки в такому зворотньому зв'язку, плин думки людей може бути спрямований до більш глибоких виразів того, що вони думають і відчувають. Деякі люди можуть навіть сприймати асинхронну комунікацію як можливість втечі після написання повідомлення, яке є особистим, емоційним або недружнім. В деяких випадках людина може охоче брати участь в такому емоційному відреагуванні.

Відсутність сигналів „лицем до лица”, поєднана з текстовими

комунікаціями, може справляти цікавий ефект на людей. Іноді вони відчують і описують, що нібито їх свідомість злилася зі свідомістю онлайн-співрозмовника. Читання повідомлень іншої людини може переживатися як форма власного внутрішнього мовлення, як ніби співрозмовник магічним, чарівним чином був „імплантований” або „інтродюкований” у психічне читача. Звісно, читач не може знати і не знає, як звучить голос іншої людини, тому він у власній свідомості наділяє співрозмовника своїм голосом. Фактично, більш чи менш свідомо читач може навіть приписати співрозмовнику якийсь візуальний образ того, як інша людина виглядає або як вона поводить. Онлайн-співрозмовник відтепер стає персонажем в межах інтрапсихічного світу читача. Образ цього персонажу частково оформлюється тим, як співрозмовник в дійсності презентує себе у текстовій комунікації, але також значною мірою очікуваннями, бажаннями та потребами самого читача. Оскільки співрозмовник може навіть нагадати читачеві інших людей, яких той знає, читач заповнює прогалини в образі фрагментами спогадів, які лишаються в нього від цих інших знайомств.

По мірі того, як новоутворений персонаж стає більш конкретизованим, деталізованим та „реальним” в межах свідомості читача, останній може почати думати (можливо, геть не усвідомлюючи цього), що комп’ютерно опосередковане, текстове спілкування повністю відбувається в межах його власної свідомості, тобто що діалог відбувається між читачем та персонажем його власної уяви. В дійсності, навіть якщо не розглядати залучення в онлайн-стосунки, багато людей проговорюють такі діалоги в своїй уяві в плинні повсякденного реального життя. Люди фантазують про флірт, суперечку з начальником або відверту розмову з другом про свої почуття. В їхній уяві, тобто там, де це безпечно, люди почуваються вільними, аби говорити і робити будь-які речі, які б вони не дозволили собі наяву. В такі моменти реальність – це і є уява людини. Комп’ютерно опосередкована онлайн-комунікація може стати

психологічною ширмою, за якою свідомість людини розігрує фантазії та рольові постановки, зазвичай несвідомо та із значною долею дезінгібіції. Весь кіберпростір – це театр, і всі ми там актори. Читаючи повідомлення іншої людини, реципієнт найімовірніше „чує” слова цієї людини у своєму власному голосі. Читач може стиха промовляти прочитане, таким чином проектуючи звуки власного голосу на повідомлення іншої людини. Це відбувається здебільшого несвідомо і виглядає так, ніби читач говорить до / з самим собою. Коли ми говоримо до самих себе, ми можемо сказати будь-які речі, які б ми не сказали іншим.

Якщо ми поєднаємо соліптичну інтродекцію з ескапічністю кіберпростору, ми отримаємо трохи іншу силу, яка підсилює дезінгібіцію. Люди можуть відчувати, що уявні персонажі, яких вони „створили”, існують у іншому просторі, що онлайн-персонаж людини разом з іншими персонажами інших реальних людей живуть у вигаданому вимірі, у світі мрії, окремому та відділеному від вимог та відповідальностей реального світу. Такі люди розділяють або дисоціюють онлайн-вигадку від фактів реального світу. Емілі Фінч, дослідник і криміналіст, що вивчає крадіжку ідентичності у кіберпросторі, припускає, що деякі люди розглядають своє онлайн-життя як різновид гри з правилами та нормами, що не стосуються їхнього повсякденного реального життя. Коли вони вимикають комп’ютер і повертаються до своєї щоденної рутини, вони вважають, що вони залишають гру і свою ігрову ідентичність позаду. Чому вони мають нести відповідальність за те, що має місце у вигаданому ігровому світі, який не має нічого спільного з реальністю?

Хоча анонімність має тенденцію до підсилення дисоціативної уяви, дисоціативна уява та дисоціативна анонімність зазвичай відрізняються за складністю дисоційованої частини „Я”. Під впливом анонімності особистість може спробувати бути невидимою, стати не-особистістю, що має наслідком зменшення або спрощення ідентичності. В процесі дисоціативної уяви „Я”

виражається, але розщеплюється, стає менш конкретизованим та деталізованим.

Під час перебування онлайн статус людини у реальному, „лицем до лица” світі зазвичай невідомий іншим і не має такого впливу, як має у реальності. Якщо інші співрозмовними не можуть бачити людину або її оточення, вони не знають, чи це президент великої корпорації, що сидить у своєму дорогому офісі, чи це якась звичайна людина, що сидить дома за комп’ютером. Навіть якщо учасники комп’ютерно опосередкованого спілкування будуть знати щось про офлайн статус та владу людини, ці позиції можуть мати зовсім небагато впливу на її онлайн-присутність та вплив. В більшості випадків кожен в Інтернеті має рівне право та можливість висловити себе. Кожен, незалежно від статусу, багатства, віку, раси, місця проживання, гендеру тощо починає на одному рівні з іншими учасниками-початківцями. Хоча статус людини у зовнішньому світі може мати певний вплив на її статус у кіберпросторі, переважний вплив на інших справляють комунікативні навички, включаючи навички письмового мовлення, постійна присутність, якість висловлюваних ідей та технічна обізнаність.

Люди зазвичай з неохотою говорять те, що вони насправді думають, коли вони знаходяться в присутності якоїсь владної фігури. Страх заперечення і покарання від начальства притискає дух людей. Але онлайн кожен відчувається так, ніби знаходиться в рівних стосунках, де прояви влади, авторитету, підкорення та покарання мінімізовані – люди набагато більш охоче виговорюються або поведуться, незважаючи на правила.

Згідно з традиційною філософією Інтернету, кожен є рівним. Рівні між собою люди діляться ідеями та ресурсами. Фактично сама мережа була побудована без централізованого контролю. Вона зростає, маючи майже безмежний потенціал для створення нових середовищ, багато людей бачать себе незалежними дослідниками. Ця атмосфера та філософія робить свій внесок у зменшення авторитету.



Ефект дезінгібіції є не єдиним фактором, що визначає, наскільки люди розкриваються або відреагують у кіберпросторі. Сила латентних почуттів, потреб та мотивів має значний вплив на поведінку людей. Різні особистості також можуть значно відрізнятися за силою захисних механізмів психіки та схильністю до інгібіції чи експресії. Люди з демонстративним стилем поведінки виявляють тенденцію до відкритості та емоційності. Компульсивні люди почуваються менш затисненими. Ефект онлайн-дезінгібіції взаємодіє з цими особистісними змінними, у деяких випадках проявляючись у маленьких відхиленнях від базового поведінкового патерну (офлайнового), а у деяких випадках спричиняючи великі, драматичні зміни.

Чи справді ефект дезінгібіції вивільняє внутрішні потреби, емоції та установки, що ховаються за маскою особистісних самопрезентацій? Чи він справді розкриває „справжнє Я” людини? Наприклад, жінка, яка придушує свій гнів у реальному житті, виявляє свою ворожість онлайн, таким чином показуючи іншим, як вона почувається насправді. Або ж сором'язливий чоловік відкрито виражає свою приховану прив'язаність до онлайн-співрозмовника.

Деякі люди зазначають, що вони є ближчими до їхнього справжнього „Я” у кіберпросторі, аніж у реальному житті. Якщо припустити, що „Я” складається з рівнів, глибинний рівень справжнього „Я” захищений під шарами захисних механізмів та показних, зверхніх ролей щоденних соціальних взаємодій, тоді чи вивільняє ефект дезінгібіції це „справжнє Я”?

Це гострополемічне припущення. В дійсності саме по собі звернення до справжнього „Я” є полемічним, тому що воно допомагає людям артикулювати їхній досвід того, як і що вони розкривають іншим про себе. Цей концепт також добре працює в гуманістичній традиції як мотиваційний інструмент у процесі самоактуалізації.

Однак широкий психологічний та філософський аналіз розкриває проблематику та складність того, що називається „Я” і є набагато більшим, ніж

концепт „справжнього Я”. При глибокому дослідженні ефекту онлайн-дезінгібіції ідея „справжнього Я” є занадто двозначною, суперечливою та рудиментарною, щоб послуговуватися нею, як корисним концептом.

Особистісні та культурні цінності часто диктують те, що ми вважаємо істинними чи хибними аспектами того, ким ми є. Ми з більшою готовністю приймаємо як валідні ті атрибути, які ми сприймаємо як позитивні. Неприємний аспект особистості не є в дійсності „мною”. Однак сексуальні та агресивні тенденції, як зазначав З. Фрейд, теж є базовими компонентами особистості, так само як способи психологічного захисту, сконструйовані для контролю цих двох базових компонентів – сексуальності та агресивності.

Особистісні та культурні цінності можуть також ярликувати зазвичай ввічливу особистість, яку ми представляємо іншим у нашому звичайному повсякденному житті, як поверхову або фальшиву. Однак ця особистість є продуктом багатьох років соціального та психологічного розвитку. У якості критично важливого компоненту конструювання та функціонування Его, це є суттєвим для міжособистісного виживання і не менш важливим чи справжнім, аніж інші компоненти структури інтрапсихічного.

Знаходячись онлайн, люди відчують, що мають більше можливостей презентувати самих себе у спосіб, який вони самі хочуть, зокрема, шляхом ретельного підбору та компоновання текстів при асинхронній комунікації. Вони мають більше можливостей впорядкувати думки та емоції, які проявляються на письмі глибше, аніж це може зробити поверховий персонаж повсякденного реального життя. Ці можливості є дуже цінним аспектом кіберпростору, але не обов’язково доводять більшу „справжність Я”. Те, що ми відкриваємо про себе спонтанно, те, що часто лежить на поверхні і проявляється без рефлексії, може бути так само реальним і справжнім.

Деякі люди не повністю задоволені своїми стосунками у реальному житті. Можливо, тому, що вони не мають достатньо можливостей, аби розвивати

багато стосунків, або ті стосунки, які вони розвивали, розвинулися незадовільно для цих людей. У кіберпросторі вони можуть знайти таких співрозмовників, яких вони потребують. Люди почуваються більш справжніми у цих онлайн-стосунках, і це стає практичною альтернативою звичному життєвому стилю. З іншого боку, деякі люди, які потребують заперечення або раціоналізації незадовільної якості своїх особистих стосунків у реальному житті, можуть розвинути особисті переконання, які ідеалізують ефект дезінгібіції, і вважати, що „справжнє Я” проявляється тільки онлайн.

Концепт дезінгібіції може привести нас до хибної думки, що те, що розгальмовується, є більш реальним чи справжнім, ніж та частина нашого я, яка є інгібованою. Якщо б ми змогли відкинути витіснення, заперечення та інші захисні механізми психіки, ми змогли б відкрити „справжнє Я”, що лежить за ними. Базуючись на підході до структури інтрапсихічного, запропонованої З. Фрейдом, цей концепт припускає, що особистість побудована у вигляді рівнів або шарів, і у цій моделі „справжні” або реальні риси особистості існують на більш глибокому, прихованому рівні, знаходячись під зовнішніми рівнями.

Це спрощена інтерпретація набагато більш динамічної психоаналітичної моделі, яка описує гальмуючі процеси витіснення та захисних механізмів, які є не менш реальними чи важливими компонентами особистості, аніж інші. Психоаналітики-клініцисти вважають, що розуміння механізмів психологічного захисту є критично важливим для успіху в психотерапії, оскільки воно розкриває приховані думки, почуття, потреби та установки. Чому людина витісняє що-небудь? Чому щось витісняється? При проникненні крізь захисні бар’єри та механізми, щоб досягти „справжнього Я”, можна також оминати можливість розкриття аспектів тієї частини Я, яка залишається інгібованою, але є так само важливою і „справжньою”. Коли ці захисні механізми та елементи інгібованого Я пропрацьовані, їх залишки іноді можуть виконувати важливу функцію. Часом вони еволюціонують у продуктивні аспекти особистості

людини, незалежні від проблематичних емоцій, з яких вони відпочатково виникли.

Те саме справджується онлайн. Деякі люди в певних онлайн-ситуаціях стають дезінгібованими та розкривають якісь аспекти себе. Однак, водночас вони можуть не зачіпати при цьому розкритті причини такої інгібіції, які лежать глибше в психіці, і таким чином втрачають можливість відкрити щось важливе про самих себе – щось дуже „справжнє” про самих себе, часто неусвідомлюване. Якщо анонімність у кіберпросторі полегшує людську тривожність так, що люди почувають себе більш зручно, аби виразити самих себе, вони одночасно можуть оминати суттєвий компонент того, ким вони є.

Люди, які в реальному житті є сором'язливими, у кіберпросторі можуть повністю розкриватися, коли ефект дезінгібіції дає їм можливість вільно виражати те, ким вони „насправді” є всередині. Це чудова можливість для таких людей. Але чи сором'язливість Дмитра є менш „справжньою” його рисою у порівнянні з іншими аспектами його особистості, особливо зважаючи на той факт, що ця сама сором'язливість, яка зникає онлайн, є визначальною рисою його реального повсякденного життя? Якщо онлайн-співрозмовники, які сформували враження про Дмитра за його спілкуванням онлайн, зрештою зустрінуть його у реальному житті, то чи прийдуть вони до того самого висновку, що Дмитро є „насправді” сором'язливим? І що робить його сором'язливим? Чи є якісь глибинні психологічні проблеми та тривоги, які спричиняють цю сором'язливість? Чи це є біологічно визначеною рисою темпераменту? Чи не є ці можливі причини його сором'язливості також „справжніми” аспектами особистості Дмитра? На цьому прикладі ми можемо добре бачити суперечливу природу концепту „справжнього Я”.

Досить часто, коли люди спілкуються онлайн, і деякі аспекти їхньої особистості дезінгібовані, решта аспектів їхньої особистості лишаються інгібованими. Зрештою, анонімність, яка робить свій внесок в онлайн-

дезінгібіцію, означає, що особистість є „безіменною” – якоюсь невідомою, незнаною особистістю. У комп’ютерно опосередкованій онлайн комунікації, свідомо чи несвідомо, люди спотворюють чи хибно презентують аспекти власного „Я” так само часто, як вони чесно їх розкривають. Будь-який засіб комунікації заохочує розкриття певних аспектів ідентичності, в той самий час інгібуючи інші аспекти. Щось розкривається в той час, як щось приховується. Самовираження є компромісним утворенням в межах будь-якого засобу комунікації чи комунікаційної модальності. У е-мейлі Дмитро вперше зізнається Марині, що „Я тебе кохаю”, але мова його голосу та тіла, яка в реальному житті може розкривати ненаписані виміри та якості його заявленої прихильності, є прихованою.

Цей окремий приклад також вказує на полярності, які існують в межах особистісної динаміки. Іноді ми діємо, думаємо, говоримо чи відчуваємо одним чином, а іноді – по-іншому. Ми можемо мати амбівалентні, часом діаметрально протилежні емоції. Онлайн Дмитро говорить, що він справді кохає Марину, але в реальному житті його голос видає певні сумніви. „Лицем до лица” він виглядає сердитим та нібито відкидає можливість стосунків, але онлайн він зазначає, що почуввається непевно і винувато. Різні комунікативні середовища сприяють різним поєднанням цих полярностей в межах „Я”. Ось тут проявляється один бік, а ось там інший, і жоден з них не є більш „справжнім”, аніж інший.

Кожен засіб комунікації уможлиблює часткове вираження „Я”, яке відрізняється – іноді значно, іноді дуже мало – від вираження в інших засобах комунікації. У різних комунікативних середовищах люди виявляють різні аспекти власної ідентичності. Чати, е-мейл, блоги, форуми, відео-спілкування, телефонія, діалоги „лицем до лица” та всі інші типи комунікаційних модальностей – кожен з них по-своєму висвітлює певні аспекти вираження „Я” та особистісної ідентичності, в той же час приховуючи інші. „Я”, виражене в

одній модальності, не обов'язково є глибшим, більш реальним чи аутентичним, аніж „Я”, виражене в іншій.

„Я” взаємодіє з середовищем, у якому воно виражає себе. Це вираження не є незалежним від середовища. Якщо людина витісняє свою агресію у реальному житті, але виражає її онлайн, то обидві форми поведінки відображають важливі аспекти її особистості, що проявляється за різних умов. Якщо жінка сором'язлива в реальному житті, але поводить вільно і розкуто онлайн, жодна з самопрезентацій не більш „справжньою”, аніж інша. Обидві є вимірами того, ким є ця жінка. Кожна з самопрезентацій розкривається в межах власного ситуаційного контексту, який є відмінним від іншого контексту.

Замість того, щоб вважати, що особистість утворена у вигляді рівнів або шарів, притому поміщуючи оточення десь зовні, ми можемо концептуалізувати оточення як інтрапсихічне поле, що містить кластери або констеляції емоцій, спогадів та мислення, що є пов'язаними з певними середовищами. Деякі констеляції взаємно накладаються одна на одну, деякі є більш відділеними одна від одної; змінні середовища впливають ці рівні інтеграції або дисоціації. Особистісна динаміка включає складні взаємодії між цими різними кластерами в межах „Я” і у зв'язку з середовищем. Екстремальний варіант цієї динаміки має місце у множинному розладі особистості, при якому свідомість зсувається від одних констеляцій особистості до інших, притому наявні сильні дисоціативні бар'єри між цими формаціями. У випадку більш „нормальної” особистості розрізнення між формаціями може бути менш драматичним, і дисоціативні бар'єри менш міцними, але певні відмінності у вираженні ідентичності все одно мають місце.

Ці ідеї про констеляції самості простягаються аж до теорії свідомості У. Джеймса, в якій береться ідея свідомості, яка перефокусується з одного зосередження до іншого в межах поля асоціації. Ці ідеї також співзвучні з сучасними теоріями про дисоціацію та інформаційну обробку досвіду.

Ми можемо розглядати ефект дезінгібіції як такий, коли особистість зсувається до особистісної констеляції в онлайні, яка може бути дисоційованою – різною мірою, залежно від особистості – від констеляцій в реальному особистому житті.

Інгібування провини, сорому чи тривожності можуть бути рисами реального повсякденного „Я”, але не онлайн „Я”. Ця констеляційна модель також допомагає пояснити інші онлайн-феномени: експериментування з ідентичністю, онлайн-рольові ігри (зокрема, ігри у фантазійних світах), багатозадачні проекти та інші тонкі зсуви у вираженні особистості по мірі того, як ми переміщуємося з одного онлайн-середовища у інше. Фактично, дезінгібоване „онлайн Я” ймовірно взагалі не існує як єдине ціле, але радше як сукупність більшою чи меншою мірою відмінних констеляцій емоцій, пам’яті та мислення, які існують у та взаємодіють з різними типами онлайн-середовищ. Різні комунікаційні модальності уможливають різні вираження особистості. Вони дозволяють нам бачити різні перспективи того складного і багатогранного явища, яке ми називаємо „ідентичністю”.

Це те, що треба завжди мати на увазі для питань онлайн-психотерапії. Використовуючи багатовимірний аналіз різних властивостей кіберпростору, розширена теорія онлайн-психотерапії досліджує, як влаштування комп’ютерно опосередкованого середовища обумовлює інгібіцію, вираження та розвиток різних аспектів людської ідентичності.

Наші міркування базуються на припущенні, що майже кожен, хто виходить онлайн, має тенденцію до дезінгібіції, навіть якщо ефекти останньої є слабо вираженими. Однак це базове припущення не вичерпує всіх можливих варіантів поведінки онлайн. Деякі люди почуваються насторожено та підозріло щодо кіберпростору. Людина не знає, ким насправді є її співрозмовники або які справжні реакції приховуються за їх друкованими словами. Учасник комп’ютерно опосередкованого спілкування не знає, хто може прочитати його

повідомлення, і що ці інші учасники зможуть дізнатися про автора останнього. Людина не може повністю довіряти декларованим намірам своїх співрозмовників. В ситуаціях „чорної діри” людина пише публічне повідомлення, але не отримує відповіді з незрозумілих для неї причин. Чи справді тут є хто-небудь?

Онлайн-середовища можуть бути сумішшю непевності, фрустрації та стурбованості, аж до параної щодо можливих проблем, якщо людина натрапить на „неправильне” середовище або зв’яжеться з „неправильними” людьми. Як наслідок цього деякі учасники онлайн-комунікацій спілкуються з іншими з великою долею сумніву та обережності.

Деякі коливаються між почуттями дезінгібованості та напруженості по мірі того, як вони входять і виходять у різні ділянки їхнього онлайн-ареалу. Вони блукають туди-сюди у тому, що ми можемо назвати континуумом дезінгібіції-інгібіції. Інші люди можуть водночас відчувати дезінгібованість та інгібіцію в межах окремого середовища та окремих стосунків. Наприклад, людина може розкрити якісь інтимні деталі власного життя своєму онлайн-співрозмовнику, але не буде давати цій людині свій реальний номер телефону.

Як ми можемо пояснити цю зміну, так само як і досвід співпадання відкритого та закритого „Я”? Якщо ми зосереджуємося лише на онлайн-дезінгібіції або лише на онлайн-підозріливості, ми можемо не зауважити важливий глибинний психологічний досвід, який дає поштовх цій полярності дезінгібіції-інгібіції. Цей досвід є „межами Я”. Межі Я у тому сенсі, що є мною, а що не є мною. Це досвід вічуття гнучкого та мінливого периметру, що позначає розрізнення між моєю особистістю – моїми думками, почуттями, бажаннями та спогадами – та тим, що існує зовні цього периметру.

На межі я впливає багато факторів, включно з наявністю осяжного фізичного тіла, сприйманням зовнішнього світу за допомогою п’яти чуттів, відчуттям психологічного розрізнення того, що я знаю про себе, та того, що



інші знають про мене, та відчуття фізичного / психологічного Я, що поступово рухається крізь лінійний континуум минулого, теперішнього та майбутнього.

Життя у кіберпросторі має тенденцію розривати ці фактори, що підтримують традиційні реальні межі Я. Фізичне тіло та п'ять чуттів більше не відіграють критично важливу роль, як це має місце у реальних стосунках лицем до лица. Те, що інші знають чи не знають про мене, не є завжди ясным. Відчуття лінійності минулого, теперішнього та майбутнього стає більш тьмяним, нечітким по мірі того, як людина отримує можливість пересуватися вперед та назад у межах синхронної та асинхронної комунікації. Як наслідок, цей змінений стан свідомості у кіберпросторі має тенденцію до зсуву чи дестабілізації меж Я. Базове, принципове розрізнення між внутрішнім Я і зовнішнім Іншим більше не є чітким і ясным. Особистість зсувається до того, що психоаналітична теорія називає первинним мисленнєвим процесом, у якому межі між Я та іншими стають більш дифузними, і мислення стає більш суб'єктивним та емоційно центрованим. В межах транзитивного протору онлайн-комунікації Я учасника та інших учасників можуть взаємно накладатися. Учасники дозволяють прихованим частинам Я спливати на поверхню, тому що вони більше не відчувають це приховане Я як чисте внутрішнє Я; але в той самий час вони також відчувають, іноді нечітко, а іноді дуже виразно, втручання невідомого Іншого в їх приватний світ, що призводить до підозрливості, тривожності та потреби у захисті розкритої та вразливої інтрапсихічної території.

Без сумніву, є важливі індивідуальні відмінності у тому, як різні люди просуваються крізь континуум інгібіції-дезінгібіції. Ефекти інгібіції чи дезінгібіції можуть бути сильними чи слабкими залежно від особистості та ситуації. Люди можуть переживати більші чи менші коливання між цими двома полярностями. Дехто може бути більш сприйнятливий до інгібіції, аніж до дезінгібіції, чи навпаки. Вивчення того, що відкривається чи приховується у

людях в межах широкого різноманіття онлайн-середовищ, може бути справжньою експериментальною знахідкою для розуміння тонкої динаміки Я.

#### **4.3. Огляд психологічних досліджень Інтернет-залежності**

Сучасний Інтернет займає все більше місця в повсякденному житті звичайної людини, хоча спочатку Інтернет використовувався переважно як засіб спілкування в академічному середовищі – серед учених, дослідників і студентів. Недивно, що внаслідок такого поширення Інтернету з'явилися повідомлення в неакадемічній, популярній пресі про лавиноподібне збільшення Інтернет-залежності у ряді країн, включаючи країни СНД. Д.Гемільтон і Калб [330] відзначають, що від двох до трьох відсотків регулярних користувачів Інтернету страждають на серйозну Інтернет-залежність, проводячи велику частину свого вільного часу в пошуку інформації (surfing) або в спілкуванні (chatting) в цьому середовищі. Дослідження у сфері Інтернет-залежності наразі фрагментарні, але кількість таких досліджень неухильно зростає внаслідок постійного інтересу академічної публіки і громадськості до нової сфери соціальної реальності. У нашому дослідженні була зроблена спроба відокремити емпіричні психологічні дослідження від популярних журналістських розслідувань, і з'ясувати, чи є Інтернет-залежність справді залежністю.

Перед вивченням Інтернет-залежності потрібно уточнити наше розуміння власне залежності. Для багатьох людей поняття залежності включає або навіть обмежується виключно вживанням наркотичних речовин. Тому недивно, що найбільш офіційні, зокрема юридичні визначення, зосереджені саме на вживанні наркотиків або психоактивних речовин. Не зважаючи на велику кількість подібних визначень, в науковому середовищі існує підхід, що розглядає багато типів поведінки як потенційно адиктивні, включаючи багато типів поведінки, які не передбачають вживання наркотиків. Серед таких

поведінкових практик дослідники вказують такі зовні не пов'язані між собою види діяльності, як азартні ігри, надмірне вживання їжі, секс, фізичні навантаження, комп'ютерні ігри, нав'язливе прагнення до накопичення грошей і навіть кубик Рубіка. Така різноманітність призводить до нових можливостей для уточнення і визначення залежності.

Більшість людей мають власне уявлення або якісь інтуїтивні міркування, засновані на здоровому глузді, про природу і складові залежності, але зазвичай визначити залежність нелегко. Визначення залежності схоже на визначення гори або дерева – тобто не існує єдиного набору критеріїв, які є необхідними або достатніми для визначення всіх аспектів явища. Спосіб визначення того, чи є нехімічні (наприклад, поведінкові) залежності адикціями в неметафоричному сенсі – порівняти їх за встановленими клінічними критеріями з іншими, вже описаними в літературі і вивченими, хімічними залежностями.

Одним із видів соціальних патологій можна назвати технологічні залежності, які визначаються як нехімічні (поведінкові) адикції, які включають взаємодію «Людина – Машина». Вони можуть бути або пасивними (наприклад, телебачення), або активними (наприклад, комп'ютерні ігри) і зазвичай містять індукуючі і самопідкріплюючі властивості, які сприяють розвитку адиктивних тенденцій. Технологічні залежності можуть бути розглянуті як підмножина поведінкових залежностей і наділені властивостями та основними складовими адикції як такої (тобто яскрава вираженість, зміни настрою, розвиток толерантності, абстинентний синдром, конфлікти і рецидиви). Під залежністю ми розумітимемо будь-яку поведінку, яка відповідає цим шести критеріям, розширений опис яких наводимо:

1. Яскрава вираженість. Це відбувається, коли яка-небудь окрема діяльність стає найважливішою діяльністю в житті людини і чинить домінуючий вплив на її спосіб мислення (захоплення і когнітивні спотворення), відчуття (пристрасті) і поведінку (різке погіршення соціально схвалюваної

поведінки). Наприклад, якщо у нинішній момент часу людина не залучена в адиктивну поведінку, вона з великою вірогідністю думає про майбутній епізод останньої.

2. Зміни настрою. Це визначення відноситься до суб'єктивного досвіду, який люди описують як наслідок захопленості в цю окрему діяльність. Цей досвід може розглядатися як один з видів життєвої копинг-стратегії (наприклад, люди відчують збудження, або парадоксальне розслаблення і відчуття втечі від реальності, або тотальне оніміння).

3. Розвиток толерантності. Це процес, коли для досягнення попереднього ефекту потрібні більша кількість цієї окремої діяльності. Наприклад, азартний гравець повинен поступово збільшувати розмір ставок для досягнення ейфоричного ефекту.

4. Симптоми абстиненції. Це суб'єктивно неприємні стани і/або соматичні ефекти, які мають місце, коли ця окрема діяльність зникає або раптово зменшується за доступним обсягом. Наприклад, тремтіння, дратівливість, різка зміна настрою, похмурість.

5. Конфлікт. Це відноситься до конфліктів між залежним і його оточенням (міжособистісний конфлікт), конфліктів із іншими видами діяльності (робота, суспільна діяльність, інтереси і хобі) або навіть усередині самої особистості (інтрапсихічний конфлікт), які пов'язані з цим окремим видом діяльності.

6. Рецидив. Це тенденція до повторення і відновлення раніше спостережуваних патернів цієї окремої діяльності з тією ж або навіть сильнішою вираженістю після тривалого періоду контрольованої стриманості.

Тепер, після визначення залежності для цілей нашого дослідження, ми виходимо на два головні питання роботи: 1) чи дійсно існує Інтернет-залежність? 2) якщо вона існує, від чого люди насправді залежні?

Популярні стереотипи, що стосуються комп'ютерної або Інтернет-залежності, описують усереднений соціально-психологічний портрет залежної

людини як соціально неадаптованого підлітка чоловічої статі, у якого мало або взагалі відсутні соціальні зв'язки і дуже низька самооцінка, що виражається в зовні приписуваних сленгових назвах образливого характеру. Ми провели дослідження, присвячене комп'ютерній залежності, використовуючи вибірку з 127 людей (50% дітей, 50% дорослих, 96% чоловіків), які, на їх власне визнання, «зависали» біля домашнього комп'ютера впродовж останніх п'яти років. 75 учасників експериментальної групи було досліджено в порівнянні з двома контрольними групами. З'ясувалося, що комп'ютерно залежні респонденти показали вищу освіченість, мотивацію і прагнення до досягнень, але часто демонстрували невдачі і помилки, коли це стосувалося соціальної взаємодії і розуміння інших людей. Дослідження мало лонгтительний характер. Через п'ять років після першого дослідження члени молодшої групи показала успіхи в навчанні, вступили у вузи і успішно вчилися там. Слід відзначити, проте, що характер активності досліджуваних був пов'язаний переважно з комп'ютерними іграми, а не із захопленнями в Інтернеті.

Ми здійснили також порівняльний аналіз проведених на Заході досліджень, що стосуються надмірного використання Інтернет (див. Табл. 11).

*Таблиця 11.*

### **Дослідження надмірного використання Інтернет**

<b>Дослідник</b>	<b>Кількість вибірки, N</b>	<b>Середній вік, років</b>	<b>Чоловіків (ч), (%), жінок (ж) (%)</b>	<b>Головні результати дослідження</b>
Янг [497]	396	29 (ч), 43 (ж)	40 (ч), 60 (ж)	«Залежні» проводять в середньому 38,5 годин онлайн на тиждень
Томпсон [Thompson, неопублікована праця]	104	-	75 (ч), 25 (ж)	72% самоідентифікувались як «Інтернет-залежні»
Еггер [308]	450	-	84 (ч), 16 (ж)	10,6% самоідентифікувались як «Інтернет-залежні» і/або схильні до Інтернету
Бреннер [281]	563	34	73 (ч), 27 (ж)	Користувачі проводили в середньому 19 годин на

				тиждень онлайн
Морахан-Мартін, Шумахер [393]	277	20,7	54 (ч), 46 (ж)	В середньому 3,45 години на тиждень онлайн, 8,1% визначені як «патологічні користувачі»
Шерер, Бост [434]	53 1	24,5	46 (ч), 54 (ж)	73% використовували Інтернет як мінімум раз на тиждень; 13% відзначили, що використання було надмірним і заважало особистому життю

Дані дослідження, включені в наш огляд, сходяться в тому, що більшість Інтернет-користувачів – чоловіки, хоча кількість жінок поступово збільшується. Декілька учених намагалися вивчити поняття «Інтернет-залежності». К.Янг [497] першою почала досліджувати надмірне використання Інтернет за допомогою адаптованої версії критеріїв DSM-IV для залежності від психоактивних речовин. Хоча вибірку К.Янг складають користувачі, які ідентифікували самі себе як активні, її результати проте цікаві. Всі її респонденти, які набрали три або більше ствердних відповіді за адаптованою версією опитувальника DSM-IV для залежності від психоактивних речовин, були визначені як «Інтернет-залежні» (N=396). Цю групу порівняли з групою із ста «незалежних від Інтернету користувачів». Більшість респондентів склали жінки (60%), що не вписувалося у вищезгаданий стереотип надмірного користувача Інтернету (тобто підлітка або хлопця чоловічої статі). Ми можемо тільки здогадуватися про причини такого співвідношення. Хоча однією з передбачуваних причин можна назвати велику схильність жінок до обговорення емоційних питань і проблем, і можливо, тому, що дослідник Янг сама була жінкою, що неминуче вплинуло на кількість жінок у вибірці.

Дослідження К.Янг [497] показують, що Інтернет-залежні люди використовували Інтернет в середньому 38,5 годин на тиждень, а незалежні від Інтернету – 4 години. Хоча не схоже, що кожен із 396 «залежних» мав дійсну Інтернет-залежність (зокрема, тим, кого визначили як Інтернет-залежних,

досить було набрати 3 або більше бала з 7 по опитувальнику Інтернет-залежності), К.Янг відзначала, що багато хто з її респондентів демонстрував онлайн-залежність, включаючи прояви толерантності, втрату контролю, абстинентний синдром, погіршення функціонування, що виражається в негативних академічних, соціальних, фінансових і професійних наслідках.

*Таблиця 12.*

**Адаптація критеріїв залежності від психоактивних речовин за класифікацією DSM-IV для Інтернет-залежної поведінки (за: [497])**

1. Чи відчуваєте Ви толерантність, яка виражається в тому, що Вам потрібна збільшена кількість використання Інтернет для досягнення бажаного ефекту АБО чи спостерігаєте Ви зменшення ефекту, коли продовжуєте використовувати той самий час в Інтернеті, що і раніше?
2. Чи проводите Ви більше часу в Інтернеті, ніж спочатку планували?
3. Чи витрачаєте Ви більше часу на виконання якої-небудь роботи тільки для того, щоб залишатися онлайн?
4. Чи відмовилися Ви від якої-небудь соціальної, професійної або рекреаційної діяльності через використання Інтернету?
5. Чи продовжували Ви використовувати Інтернет всупереч знанню того, що у Вас існує постійна або така, що періодично виникає, проблема, яка породжується або стимулюється Інтернетом (наприклад, проблема, пов'язана з роботою, з успішністю, фінансова або сімейна проблема)?
6. Чи були у Вас невдалі спроби обмежити час, що проводився в Інтернет, АБО чи є у Вас відсутність бажання зменшити час, що проводиться в Інтернет?
7. Чи відчуваєте Ви симптоми абстиненції (наприклад, депресію, дратівливість, зміни настрою, злість), коли Ви не знаходитесь онлайн?

В.Бреннер [281], так само, як і К.Янг, вивчав надмірне Інтернет-

використання у вибірці з користувачів, які ідентифікували самі себе як активні користувачі Інтернету. В.Бреннер розробив опитувальник із 32 пунктів, на які можна відповісти «так» чи ні», названий «Опитувальник Інтернет-залежної поведінки (IRABI)», який відвідувачі заповнювали на сайті експерименту. У експерименті взяли участь 563 користувачі, які склали 30% Інтернет-користувачів, що зайшли на сайт експерименту. Результати показують, що респонденти користувалися Інтернетом в середньому 19 годин на тиждень і відчували в середньому 10 ознак проблемної поведінки (наприклад, неможливість ефективного управління часом, скорочення часу, що відводиться на сон, перенесення або навіть пропуск прийомів їжі і т.д.). Також з'ясувалося, що респонденти старшого віку показали менше проблем із Інтернетом і що більш ніж у 80% виявилось як мінімум п'ять ознак поведінки, яку самі респонденти розцінювали як те, що виходить за межі норми. Складно сказати напевно, чи дійсно респонденти В.Бреннера залежні від Інтернету, оскільки шкала його опитувальника насправді не відноситься до адикції. В.Бреннер стверджує, що толерантність, абстиненція і нав'язливе бажання є спільними для хімічної адикції і для Інтернет-залежності. Проте подальші дослідження цих тверджень показують, що В.Бреннер дещо перебільшує. Наприклад, він стверджує, що 55% опитаних відчувають толерантність, оскільки вони проводять дуже багато часу в Інтернет, що у 28% виникає абстиненція, оскільки вони постійно думають про Інтернет, якщо якийсь час вони не були онлайн, і що 22% переживають нав'язливе бажання, оскільки вони пробували проводити менше часу в Інтернет, але у них не вийшло це зробити.

Ми вважаємо, що ці поведінкові ознаки самі по собі не складають достатню картину адикції.



Таблиця 13.

**Вибрані пункти з «Опитувальника Інтернет-залежної поведінки (IRABI)» та відповіді респондентів (за: Бреннер [281])**

<b>Питання (з пропонованими варіантами відповіді)</b>	<b>% респондентів</b>
Я проводив три години безперервно в Інтернеті щонайменше двічі (згоден)	85
Більш ніж один раз я спав менше 4-х годин, тому що я сидів в Інтернеті (згоден)	40
Я ніколи не планував побачень з кимось, кого я знаю тільки з Інтернету (не згоден)	36
Я добровільно провів більше трьох днів без використання Інтернету за останні три місяці (не згоден)	47
Мені говорили, що я проводжу занадто багато часу в Інтернеті (згоден)	55
Я використовував Інтернет-ресурси, призначені тільки для дорослих (згоден)	71
Коли минуло багато часу з моменту останнього доступу до Інтернет, мені важко опанувати думки про те, що чекатиме на мене, коли я вийду онлайн (згоден)	28
Я пробував проводити менше часу онлайн, але в мене не вийшло (згоден)	22
У мене виникали серйозні проблеми на роботі / у навчанні через проведення часу в Інтернеті (згоден)	6
Я зазвичай скорочую час сну на користь більшого проведення часу онлайн (згоден)	29
Якби у мене не було комп'ютера, в моєму житті взагалі не було жодної радості (згоден)	8
Моя робота та/або інша діяльність не зазнали змін з часу, коли я почав використовувати Інтернет (не згоден)	26
Я знаю більшість моїх друзів з мережі	8
Якщо б у мене був вибір: жити там, де я живу зараз, але не мати доступу до комп'ютера, або переїхати в чуже і далеке місце, але з доступом до Інтернет, я би переїхав (згоден)	40

Томпсон [Thompson, неопублікована праця] і О.Еггер [308] розмістили на декількох Інтернет-форумах оголошення про те, що розшукуються Інтернет-користувачі, що вважають самі себе Інтернет-залежними, для участі в

дослідженні, присвяченому надмірному використанню Інтернет і тим наслідкам, які таке використання може заподіяти в житті користувача. З 104 самоідентифікованих учасників 72% відзначили у себе адикцію або залежність від Інтернету. Дослідники також відзначили, що 47% учасників зафіксували хоча би якусь із ознак фізичного дистресу, що виникають з причини надмірного використання Інтернету (розлади сну, нечіткість зору), і 33% учасників дослідження відзначили, що Інтернет негативно вплинув на їх життя. Головною причиною того, що вони надмірно використовують Інтернет, був названий пошук інформації і нових знань (хоча не було зроблено чіткої відмінності того, чи відносилися ці знання/інформація до фактів, чи до інших людей).

О.Еггер [308] розробив Інтернет-опитувальник для 450 самоідентифікованих користувачів з Швейцарії і повідомив, що 10,6% з них відзначили адикцію або залежність від використання Інтернету. Порівнюючи залежних із незалежними користувачами, О.Еггер з'ясував, що залежні були набагато більш схильні до того, щоб відзначати у себе:

- 1) негативні наслідки як результат використання Інтернет;
- 2) стимули до використання Інтернет при знаходженні офлайн;
- 3) почуття провини за час, проведений в Інтернет;
- 4) брехня друзям і родичам про кількість часу, проведеного в Інтернет;
- 5) скарги колегам про надмірне використання Інтернет.

Ми вважаємо, що О. Еггер і Томпсон вважали своїх досліджуваних Інтернет-залежними тільки через самоідентифікацію останніх, а не покладаючись на якусь достовірну методику досліджень (наприклад, апробований опитувальник адиктивної поведінки). Хоча очевидно, що дослідження цих двох авторів виявили деякі проблеми у використанні Інтернет учасниками досліджень, не було підтверджено, що досліджувані є насправді Інтернет-залежними.

На відміну від чотирьох вищезгаданих робіт, два наступні дослідження

вивчали надмірне використання Інтернету серед аудиторії, що складається переважно із студентів, а не з самоідентифікованих Інтернет-користувачів. Хоча ця вибірка не є репрезентативною щодо всього суспільства, студенти вузів вважаються групою ризику щодо Інтернет-проблем, оскільки у них є вільний доступ до Інтернету і гнучкий розпорядок дня. Дослідження, проведені Дж.Пітков і К.Кехо [408], показали, що 32% користувачів Інтернет входять у мережу, використовуючи інфраструктуру культурно-освітніх установ, і що 28% Інтернет-користувачів – це студенти вузів. Дж.Морахан-Мартін і П.Шумахер [393] досліджували те, що вони назвали «патологічним використанням Інтернет», серед 227 студентів вузів. Патологічне використання Інтернет вивчалось з використанням опитувальника, що містить 13 пунктів, і кожен, хто набрав 4 або більш ствердних відповіді, був визначений як патологічний Інтернет-користувач.

*Таблиця 14.*

**Вибрані пункти зі шкали патологічного використання Інтернету (за: Дж.Морахан-Мартін і П.Шумахер [393])**

1. Мені говорили, що я проводжу занадто багато часу онлайн.
2. Я намагався приховувати від інших, скільки часу я насправді проводжу онлайн.
3. У мене були проблеми на роботі / у навчанні через перебування онлайн.
4. Я пробував проводити менше часу онлайн, але не зміг цього зробити.
5. Я ніколи не сперечався зі значущим іншим щодо перебування онлайн.
6. Я можу легко скоротити час сну, щоб побути більше часу онлайн.
7. Якщо я не був деякий час онлайн, мені важко впоратися з думками про те, що чекатиме на мене, коли я зайду онлайн.
8. Моя робота та/або навчання не зазнали змін з часу, коли я став регулярно використовувати Інтернет.
9. Я пропускав заняття або роботу через те, що був онлайн.

Патологічні Інтернет-користувачі склали 8,1% від загальної вибірки, і більшість із них були чоловіками. Незвичайним є те, що патологічні Інтернет-користувачі в середньому проводили в Інтернеті 8,48 години на тиждень, що

значно нижче, ніж у вже розглянутих дослідженнях. Іншою визначальною характеристикою патологічних Інтернет-користувачів було те, що вони були схильні до використання великого числа Інтернет-сервісів, зокрема, для того, щоб заводити знайомства з новими людьми, для емоційної підтримки, для азартних ігор, для спілкування з людьми зі схожими інтересами, для багатокористувацьких онлайн-ігор. Знову ми бачимо, що результати дослідження припускають Інтернет-залежність, але не доводять її, оскільки пункти опитувальника патологічного Інтернет-використання дуже схожі (в деяких випадках ідентичні) з опитувальником В.Бреннера.

Автори описували Інтернет як «антидепресант для спілкування» для таких користувачів, оскільки останні ставали доброзичливішими і більше відкритими для спілкування в мережі, ніж в реальному світі. М.Гріфітс [326] і Х.Бромберг [282] вказують, що Інтернет забезпечує альтернативну реальність таким користувачам і надає їм відчуття занурення і анонімності, що може бути психологічно сприятливим. Таке занурення може насправді призводити до зміненого стану свідомості, що саме по собі може бути багато в чому психологічно і/або фізіологічно сприятливим. Проте дослідження М.Гріфітса і Х.Бромберга частково підтвердили стереотипний образ комп'ютерно залежних і хакерів.

К.Шерер і Дж.Бост [434] опитали 531 студента про використання Інтернет і розробили опитувальник із 10 клінічних симптомів для відстежування симптомів залежності, схожих із симптомами вживання наркотичних, психоактивних речовин. Студенти повинні були позначити, чи траплявся який-небудь симптом із ними за останній рік. Студенти, які набрали 3 або більше балів, були визначені як Інтернет-залежні. Як і в дослідженні К.Янг, нижній поріг для визначення залежності був, на нашу думку, дуже низьким. Результати показали, що 13% Інтернет-користувачів набрали 3 або більше балів, і що більшість з тих, що набрали, були чоловіками (71%). В середньому за тиждень

студенти проводили в Інтернеті 8,1 години. Результати також показали, що Інтернет-залежні користувалися великою кількістю сервісів Інтернету: іграми, форумами, чатами, багатокористувацькими онлайн-іграми і т.д., і що для них властивіше заводити і підтримувати онлайн-стосунки. Як ми вже припускали раніше при описі вищезгаданих досліджень, саме по собі велика кількість і різноманітність використовуваних Інтернет-сервісів не може однозначно свідчити саме про залежність, але скоріше про більшу технічну і інформаційну кваліфікацію студентів, що набрали велику кількість балів за опитувальником. Звичайно, це не виключає деяких зрушень в інтересах і у фокусі спілкування у напрямку онлайн-активності, але проте не може бути достатньою підставою для того, щоб говорити про адикцію.

*Таблиця 15*

**Різниця між „залежними” (n=49) і „незалежними” (n=336) користувачами Інтернету за опитувальником Інтернет-залежності (за К.Шерром та Дж.Бостом [434])**

<b>Симптоми</b>	<b>„Залежні”, %</b>	<b>„Незалежні, %</b>
1. Використовував Інтернет довший період часу, ніж планував.	98	45,2
2. Значно зменшив важливу соціальну, професійну або рекреаційну діяльність внаслідок використання Інтернету.	36,7	1,5
3. Не зміг виконувати основні обов’язки на роботі, у навчанні або дома через використання Інтернету.	34,7	0,3
4. Продовжував використання Інтернету, незважаючи на постійні соціальні проблеми, спричинені або поглиблені використанням Інтернету.	24,5	0,9
5. Відчував постійне бажання або вчиняв неуспішні спроби зменшити, обмежити або контролювати своє використання Інтернету.	44,9	0,6
6. Проводив велику кількість часу в Інтернеті.	87,8	20,6
7. Мав постійні проблеми з законом, пов’язані з використанням Інтернету.	6,1	0

8. Продовжував використання Інтернет, незважаючи на усвідомлення і розуміння психологічних і/або фізіологічних проблем, спричинених або поглиблених таким використанням.	16,3	0,3
9. Розвинулися симптоми толерантності, такі, як збільшене використання Інтернету для досягнення того самого бажаного ефекту, або зменшення бажаного ефекту при тому самому рівні використання.	22,4	1,2
10. Відчував симптоми абстиненції як наслідок зменшення використання Інтернету; ці симптоми або зачепили важливі сфери життєдіяльності, або призвели до використання засобів заміщення для полегшення симптомів.	16,7	0,6

65% групи Інтернет-залежних пробували зменшити час знаходження онлайн, і у 53% ця спроба була успішною. 13% від загальної вибірки відзначили, що Інтернет вплинув або на їх академічну успішність, професійну успішність, або їх суспільне життя, і 2% заявили, що Інтернет спричинив загальний негативний ефект у всіх сферах їх життя.

Таким чином, всі розглянуті дослідження не доводять однозначно, що Інтернет-залежність існує, головним чином тому, що вибрані критерії відносяться скоріше до периферійної області, ніж до ядерних, основних, суттєвих властивостей адикції. Ми не критикуємо самі дослідження, ми критикуємо методологію і зроблені авторами висновки. К.Янг, на нашу думку, підійшла ближче за всіх до розуміння Інтернет-залежності, оскільки вона будувала свою модель на клінічних критеріях залежності від психоактивних речовин. Розглянуті дослідження в кращому разі показують, що Інтернет-адикція може переважати серед невизначеної меншини Інтернет-користувачів, але для уточнення поняття Інтернет-залежності потрібно більше досліджень із використанням валідного інструментарію і техніки опитування (наприклад, глибинні якісні інтерв'ю).

Беручи до уваги всі розглянуті дослідження, можна стверджувати, що надмірне використання Інтернету в більшості випадків є симптоматичним, але, за винятком дуже невеликої меншості випадків, Інтернет потенційно *може бути* адиктивним.

Можна припустити, що за певних обставин онлайн-стосунки так само можуть бути поштовхом до психологічного оздоровлення, оскільки вони знімають упередженість і можуть стимулювати тісні стосунки, не прив'язані до фізичної зовнішності людей. Варто згадати припущення С.Теркл [465], що в кризових життєвих ситуаціях Інтернет може бути навіть адаптивним. Вона наводить приклад студента, який надмірно використовував Інтернет (зокрема, багатокористувацькі онлайн-ігри), у середньому 80 годин на тиждень, для втечі від важких обставин, що склалися в особистому та сімейному житті: батько-алкоголік, якого вигнали з роботи через пияцтво, і родина була змушена продати свою квартиру у столиці і переїхати у депресивне маленьке містечко, далеко від друзів і знайомих студента. Коли пожежа зруйнувала будинок цієї родини, використання Інтернету залежним студентом досягло 120 годин на тиждень. Студент стверджував, що надмірне використання Інтернету утримувало його від вчинення самогубства і від загрози важкого алкогольного запою. Середовище Інтернету забезпечувало його сприятливим емоційним оточенням, де він міг контролювати те, наскільки він розкриває іншим обставини свого життя.

Іншим питанням, яке варто взяти до уваги, може бути те, чи соціальні патології в кібер-просторі є неунікним явищем. Аджайї повідомила, що в тому, що стосується Інтернету, те, що ми бачимо зараз, є просто продовженням тенденції, що тривала багато десятиліть, коли люди проводять дедалі більше часу з технікою, а не з людиною. Вона стверджує, що зсув від родини і близького оточення до технологій та мас-медіа у якості агентів первинної соціалізації може бути зафіксований ще в часи винайдення радіо на початку ХХ

століття, продовжений у другій половині століття телебаченням і комп'ютерними мережами сьогодні. Аджайї стверджує, що для багатьох людей вихід онлайн є способом тимчасової втечі від суспільства, де люди стають дедалі більш ізольованими один від одного.

Головним питанням будь-яких майбутніх досліджень Інтернет-залежності має бути визначення поняття адикції. Як уже зазначалося вище, якщо деякі люди залежні від Інтернету, то від чого вони в дійсності залежні: чи це процес набору тексту на клавіатурі? Чи це комунікаційне середовище? Чи це інформація, яка може бути безперешкодно доступною тільки в Інтернеті, а в реальному світі доступ до неї або ускладнений, або соціально несхвалюваний – наприклад порнографія? Чи це специфічні види діяльності (заняття рольовими іграми, комп'ютерними іграми, азартними іграми)? Чи це спілкування з іншими (в чатах чи соціальних мережах)? Інтернет може легко бути в фокусі obsесивної і/або компульсивної поведінки. Підсилити цей фокус можуть широкі ресурси Інтернету, які можуть підсилити або підживити інші адикції або компульсії. Наприклад, для секс-залежного чи залежного від азартних ігор Інтернет може бути дуже небезпечним середовищем. Також важливою проблемою є те, що Інтернет складається з багатьох середовищ та типів діяльності, що розрізняються зокрема за кількістю учасників та інтенсивністю обміну повідомленнями (наприклад, е-мейл, пошук інформації, передача файлів, соціальні мережі, рольові ігри тощо). Може бути, і з великою ймовірністю так і є, що деякі з цих видів діяльності (як, наприклад, азартні ігри) є потенційно більш адиктивні, ніж інші види Інтернет-діяльності (наприклад, е-мейл). Важливо усвідомлювати, що Інтернет не є однорідним середовищем, а також те, що залежність від Інтернету може мати різні рівні інтенсивності (якщо вона є).

Подальші дослідження мають вивчити, чому Інтернет значно надихає багатьох людей. К.Хаммерслі наводить ряд спостережень, які мають бути покладені в основу майбутніх досліджень:



- 1) Люди можуть об'єднуватися в групи з тими, хто поділяє схожі інтереси.
- 2) Люди можуть легко спілкуватися з тими, кого вони у реальному житті ніколи не зустрінуть.
- 3) Витрати на спілкування є низькими або навіть такими, що прямують до нуля (як, наприклад, у випадку безкоштовного wifi-доступу до Інтернету, який добровільно надається приватними особами або забезпечується за державний чи комунальний кошт у рамках відповідних програм інформатизації).
- 4) Існує помітний елемент загадковості і виклику у використанні Інтернет, і багато людей сприймають такі задачі як надихаючий виклик.
- 5) Люди можуть залишатися на зв'язку з друзями з мінімальними часовими та фінансовими затратами.
- 6) Інтернет дає людям відчуття статусу і долученості до сучасності, що може підвищувати самооцінку.
- 7) Інтернет дає людям можливість того, що їх сприймають серйозно і вислуховують.
- 8) Інтернет дає людям можливість діяти як інша особистість, відмінна від повсякденної, звичайної особистості, яку сприймають у ситуаціях „лицем до лица”.

З точки зору повсякденного мислення з точки зору звичайної соціальної реальності ці спостереження можуть здаватися очевидними і банальними, але їх треба дослідити з наукової точки зору, і виявити, якими вони є сутнісно.

Таким чином, безсумнівно, що використання Інтернету буде набувати все більшого поширення серед широкої громадськості вже в найближчому майбутньому, і якщо соціальні патології (зокрема, Інтернет-залежність) справді існують, то це напевно є широким полем для розвитку досліджень не лише для психологів, але для фахівців будь-якої галузі, залучених до питань клінічного здоров'я населення.

#### 4.4. Психологічні особливості спілкування Інтернет-залежних людей

Якість соціального життя людини великою мірою залежить від характеру її спілкування з іншими людьми. Відомо, що діти, позбавлені протягом тривалого часу фізичного контакту з людьми, деградують і зрештою гинуть. Також відсутність емоційних зв'язків може мати для людини фатальний результат [30].

Спілкування – це психологічна категорія. Існує багато різних визначень і понять «спілкування», насамперед пов'язаних з різними підходами й поглядами на цю проблему. Спілкування – це й умова людського життя, і одна з основних потреб людини. Спілкування – це вид психічної діяльності людини й система ставлень людини до навколишнього світу. Г.М. Андрєєва вважає, що спілкування – складний процес взаємодії між людьми, що полягає в обміні інформацією, а також у сприйнятті й розумінні партнерами один одного [13].

Структура спілкування припускає виділення трьох взаємозалежних сторін цього процесу:

- комунікативної,
- інтерактивної,
- перцептивної.

Комунікативна сторона спілкування полягає в обміні інформацією між людьми. Інтерактивна сторона спілкування полягає в організації взаємодії між індивідами, тобто в обміні не тільки знаннями й ідеями, але й діями. Перцептивна сторона спілкування означає процес сприйняття один одного партнерами по спілкуванню й установлення на цьому ґрунті взаєморозуміння.

Кожній людині тією чи іншою мірою властива потреба у спілкуванні, налагодженні соціальних контактів. З одного боку, це потреба в нових враженнях, почуттях, знаннях, а з іншого – бажання поділитися з партнером власними переживаннями й думками. Тобто, як уже зазначалося, спілкування є

процесом інформаційного обміну, потреба в якому для людини не менш важлива, ніж, скажімо, потреба в диханні чи матеріальних речах. Проте від будь-якого іншого обміну, приміром обміну речами або предметами, інформаційний обмін вирізняється тим, що внаслідок нього відбувається збагачення певним досвідом кожного співрозмовника, який бере участь у спілкуванні. Під час спілкування відбувається не лише обмін, а й примноження знань, перетворення надбань кожного учасника спілкування на їхні спільні надбання. Тому саме через спілкування відбувається навчання й виховання людини, засвоєння нею різних форм соціального досвіду, норм і правил поведінки, традицій і звичаїв. Водночас саме у спілкуванні виявляють себе й розкриваються різноманітні риси й властивості особистості, її внутрішній світ, який стає доступним іншим.

У процесі розвитку індивіда потреба у спілкуванні набуває соціально-вибіркового характеру. Попри те, що іноді й трапляються такі люди, яким усе одно з ким, аби «поговорити», проте здебільшого кожна людина має певне коло знайомих або друзів, з якими найбільше спілкується.

Потреба у спілкуванні завжди переплітається з потребою в усамітненні (в даному контексті – спілкуванні із самим собою). Щоправда, в одних людей вона має яскраво виражений характер, а в інших – ледь помітний. Не дарма К.Г. Юнг виділяє екстравертів та інтровертів. Причини цього криються як у самій особистості, так і в соціальному середовищі.

Універсальність феномену спілкування, його наскрізний характер проявляються в численних взаємозв'язках людей, в обміні інформацією, досвідом, уміннями й навичками, результатами праці тощо. Окрім того, спілкування є одним з проявів людської сутності, особистісною формою функціонування суспільних стосунків. Воно відображає об'єктивну потребу людей жити в соціумі, об'єднуватись і співпрацювати один з одним. Водночас жодна спільна діяльність не може відбуватися без координації людських дій,

узгодження цілей, обміну думками, формування внутрішнього світу людини, її свідомості, почуттів, знань, що можливе тільки завдяки спілкуванню. Отже, спілкування є невід'ємною складовою людського існування, важливою передумовою формування людини як соціальної істоти, здатної до співіснування з подібними до себе, а також необхідною передумовою розвитку суспільства.

Але поряд з цим сучасність пропонує нам широкі можливості, не виходячи з дому. Зростаюча популярність Internet-технологій дозволяє розглядати «всесвітню павутину» як нову соціальну мережу. Віртуальне спілкування багато в чому повторює реальне, але суттєвою відмінністю є те, що воно відбувається в особливому просторі віртуальної реальності. Соціальні мережі задовольняють потребу в спілкуванні шляхом встановлення нових форм міжособистісних стосунків. Але проблема в тому, що саме через це люди і втрачають навички ефективної взаємодії (спілкування) один з одним, втрачаються способи встановлення контактів – усі засоби невербального і мовного плану, що мають емоційно-позитивний знак (доброзичлива посмішка, дружній погляд, привітна інтонація, м'який погляд, коло ввічливих слів і слів-звертань, що характеризують у цілому культуру мовного спілкування). Вони більше часу проводять в мережі, і, тим самим, позбавляють себе практики комунікації, встановлення нових знайомств.

Стрімкий розвиток комп'ютерних мереж призвів до утворення на початку 90-х років минулого століття глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. Мережі, на базі яких Інтернет виник, створювалися в США для збереження та обміну військовою, а потім і науковою інформацією. І найпершою формою обміну інформації було розміщення на хості (вузловому комп'ютері) текстових файлів з наданням можливості мережного доступу до цих файлів. Саме тому один з ранніх протоколів має назву FTP (File Transfer Protocol, протокол обміну файлами). З розвитком цих мереж і збільшенням числа комп'ютерних вузлів

виникла потреба класифікувати цей велетенський масив текстових ресурсів. У 1984 році запроваджено систему DNS (Domain Name Server, сервер доменних імен), що дозволило доступатися до вузла мережі за адресою не у цифровому вигляді, а у символічному (наприклад, <http://www.korrespondent.net>, а не 212.82.212.219), а у 1991 році системи URL (Unified Resource Locator, об'єднаний локатор ресурсів) та HTTP (HyperText Transfer Protocol, протокол передачі гіпертексту), так що потенційно кожному документу на кожній з машин, під'єднаних до Мережі, стало можливим присвоєння уніфікованої адреси в тому вигляді, що доступний нам зараз.

Отже, кіберпростір ми визначаємо як простір текстів, розміщених у глобальних комп'ютерних мережах, а також форм і способів організації цих текстів.

Кіберспілкування – передача повідомлень за допомогою комп'ютера. Тобто у традиційній тричленній схемі комунікації „відправник – середовище(медіум) – одержувач” середовищем є робочі станції та лінії зв'язку. З огляду на це в англійській та російськомовній літературі частіше вживається скорочення СМС (Computer Mediated Communication), що повніше розкриває значення поняття, проте не є зрозумілим без деаббревіації. Тому в межах цієї роботи вживатиметься саме „кіберспілкування”.

Можливо виділити такі форми кіберспілкування: чат (IRC, Internet Relay Chat), форум або дошка оголошень (bulletin board), телеконференція, ICQ та електронна пошта (e-mail) з наступною їх класифікацією:

- швидкістю обміну повідомленнями: синхронне (у режимі реального часу, on-line) і асинхронне (off-line);
- по числу учасників: діалогове (повідомлення передається від одного одному або відразу багатьом, але в режимі діалогу: електронна пошта, ICQ) і полілогове (повідомлення передаються від багатьох багатьом): телеконференції, форуми, чат);

- за характером комунікації і природою контактів: (1) люди знайомі в «реальному» житті і через віртуальне середовище так чи інакше продовжують зв'язки, установлені попередньо в традиційній комунікації; 2) люди в «реальному» житті не знають один одного, і зв'язку, встановлені у віртуальному середовищі, первинні. Можливі і змішані типи.

В межах нашого дослідження розглядаються лише полілогові комунікації, оскільки саме вони ведуть до створення більш чи менш стійких соціальних груп. Кіберспільнота – стійка група людей, що протягом тривалого часу беруть участь у публічних дискусіях з використанням засобів комп'ютерних мереж.

Регулярному кіберспілкуванню передують процес конструювання віртуальної ідентичності. Причому кіберпростір дає найширші можливості для такого конструювання, оскільки «єдина реальність кіберпростору – реальність самопрезентації»[426].

Якщо основою влади вважати фізичний примус, то відповідь на поставлене нами питання буде, зрозуміло, негативною, оскільки всі інтеракції у кіберпросторі здійснюються без участі тілесного компонента особистості.

Але це не означає, що примус як засіб впливу цілком зникає. Як було зауважено, особистість у кіберпросторі виявляє себе у формі тексту, а сама спільнота, що у реальному житті могла би означитися як зібрання індивідів, постає як гіпертекст. На нашу думку, влада у кіберпросторі «зміщується» з контролю над тілом фізичним у контроль над тілом віртуальним. В цьому якраз і виявляється характеристики влади як можливості, потенції впливати без застосування прямого примусу. Саме у можливості доповнювати, змінювати та редагувати гіпертекст і виявляється влада кіберпростору [423].

У сучасному світі, зокрема у великих містах і в соціальних мережах, може порушуватись так зване «правило ста п'ятдесяти». Вперше це число запропонував англійський антрополог професор Оксфордського університету Робін Данбар. Він припустив, що 150 – це максимальне число постійних

соціальних зв'язків, які може підтримувати окрема людина. Підтримка таких зв'язків передбачає знання відмінних рис індивіда, його характеру, соціального походження, що вимагає значних інтелектуальних ресурсів. Данбар, вивчаючи сучасні соціальні мережі, такі як ВКонтакте, Facebook, та інші, зазначає, що людина може швидко набрати собі і в десять разів більше онлайн-друзів, але, дослідження трафіку показує наявність «внутрішнього кола приятелів» - кількість яких не більше 150.

Інтернет гарантує користувачам безпеку і анонімність в спілкуванні. Досить часто люди, які забагато спілкуються саме через мережу Internet, мають проблему в спілкуванні з людьми в реальному світі. Як наслідок проведення багато часу в мережі може призводити до залежності від Інтернету – синдрому інтернет-адикції. До симптомів захворювання слід віднести маніакальну пристрасть до відправки листів електронною поштою і SMS, надмірне захоплення комп'ютерними іграми.

Обговорення інтернет-залежності почалося з 1994 року, коли доктор психології Петербурзького університету Кімберлі Янг розробила і помістила на web-сайті спеціальний тест-опитувальник, в якому взяли участь 500 осіб. Результати тесту були приголомшливими: 400 осіб виявилися інтернет-залежними людьми.

Кімберлі Янг виділяє такі тривожні симптоми інтернет-адикції:

- нав'язливе бажання перевірити e-mail;
- постійне очікування наступного виходу в Internet;
- надання переваги віртуальному спілкуванню, ніж спілкуванню з друзями і близькими;
- інформаційне перевантаження, як непереборне прагнення пошуку інформації по WWW;
- прагнення грати в мережеві ігри, прихильність до онлайн-аукціонів та інтернет-магазинів [264].

Формування залежності від Інтернету можна розділити на чотири стадії:

- 1) людина сідає і починає працювати в мережі.
- 2) вона проявляє зацікавлення і намагається використовувати Інтернет для роботи і розваг.
- 3) найнебезпечніша: людина увесь час проводить в Інтернеті, втрачає відлік часу, відходить від комп'ютера тільки для того, щоб поїсти і поспати.
- 4) це стадія спокійного ставлення до Інтернету, коли його використовують тоді, коли є потреба.

Більшість людей проходить швидко усі ці три стадії і переходять на четверту. Але деякі користувачі можуть зупинитись на третій стадії, і тоді їм потрібна допомога спеціаліста.

Інтернет-адикція небезпечна тим, що вона з часом має властивість перероджуватися в інші види залежності. Сьогодні людина – Інтернет-залежна, завтра – любовний адикт, післязавтра – патологічний гравець, а якийсь час опісля йде в наркотики або алкоголізм.

На сьогодні Інтернет-залежність ще не вважається офіційним діагнозом і часто є показником інших серйозних проблем у житті людини: депресії, самотності, труднощів у спілкуванні.

Типова структура форуму (дошки оголошень) у мережі Інтернет виглядає так:

- Адміністратор(и)
- Модератори
- Користувачі

Контроль над поведінкою користувачів на сайтах здійснюють системні адміністратори. Системні адміністратори мають найвищу ступінь влади і є найбільш кваліфікованими в технічному відношенні з учасників спільноти. Говорячи про ролі адміністраторів на інтернет-форумах, Артемій Лебедєв відзначає, що це добровільна роль, що суспільство саме для себе винаходить. У



кожнім співтоваристві є свої правила. У випадку держави функції встановлення таких правил беруть відповідні державні органи, що відповідають за ту або іншу сферу. А у випадку з меншим суспільством (Інтернет поки є приватним клубом, де усі один одного ще можуть поважати) – це добровільні охоронці порядку. Адміністратори сервера самостійно приймають рішення про те, які розділи форуму існують та доступні на їхньому сервері, вирішують питання доступу користувачів до тих або інших інформаційних ресурсів, відповідності модераторів їх функціональним обов'язкам. Адміністратори Мережі здійснюють моніторинг поведінки учасників конференцій на регулярній основі

Адміністратор може вирішити всі проблеми, що можуть виникнути в учасника конференції. Тільки адміністратор може перепризначити модератора, тільки він може заборонити доступ до сервера новин тому або іншому користувачеві і ще багато інших можливостей, якими володіє тільки адміністратор. Тому людина, що виконує дані функції, повинний мати всі якості, властиві модераторові і навіть більше. Але адміністратора не обирають і тим більше не переобирають. Такі правила мережної комунікації.

Наступною соціальною стратою є модератори форуму. У документі «Загальні положення про UseNet» наводиться наступне визначення: «Модератор - це відповідальна особа, призначена або обрана на підставі голосування (таємного або відкритого), основною задачею якої є спостереження за тим, щоб дописи, що відправляються в групу, яка знаходиться у віданні зазначеної особи, відповідали тематиці групи і не несли в собі образливих суджень і матеріалів. Також до його/її обов'язків входить виконання ряду дій, у випадку порушення встановленого порядку. Модератором може бути особа, що вільно володіє тематикою модерованої ним/нею групи, що володіє тактовністю, обов'язковістю, категоричністю суджень, є психологічно урівноваженою і справедливою стосовно інших користувачів спільноти».

Як бачимо, посада модератора може бути як виборною, так і

призначуваною, на відміну від адміністратора. Розглядаючи можливості впливу модератора на інших учасників, Бондаренко С.В виділяє такі основні процедури раціоналізації владних повноважень:

**Перша** процедура – рутинізація, тобто зведення ситуації до простих несуперечливих логічних схем, кліше, що не мають потреби в особливих інтерпретаціях шляхом наклеювання ярликів.

**Друга** процедура – ідеалізація і стереотипізація (підведення елементів ситуації і її учасників під ідеальні типи, стереотипи. Наприклад, модератор поділяє учасників конференції на активних, пасивних, випадкових.

**Третя** процедура – символізація і ритуалізація. У даному випадку символ - знак, що вказує на щось, що має зміст для учасників конференції мережного соціуму. Символи дозволяють людям одноманітно реагувати на соціальні об'єкти, явища. У випадках модерованих конференцій за кожне порушення як таким символ виступає знак (+), розташований поруч з ім'ям (ніком) учасника конференції. Три таких знаки приводять до виключення користувача з загальної дискусії.

Поводження на кожному форумі може регулюватися формальними правилами, з якими обов'язково ознайомлюється користувач при реєстрації, та неформальними паттернами дискусій в кожній гілці форуму. Загальноприйнятим є принцип, за яким тлумачення правил форуму належить модератору. І у випадку порушень таких правил з боку учасників можуть застосовуватися такі санкції: позбавлення частини або всіх набутих користувачем привілеій, позбавлення права доступу до окремих гілок форуму, тимчасове або постійне блокування учасника форуму, блокування за IP-адресою (останнє зазвичай застосовується лише адміністратором). Наприклад, на форумі порталу Бонет ([www.bo.net.ua/forum](http://www.bo.net.ua/forum)) застосовуються всі перелічені санкції, крім перших двох. Найвищою мірою покарання в практиці кіберпростору є так званий Usenet Death Sentence ( вирок смерті Usenet), за яким у доступі до ресурсу відмовляється не

лише користувачам з окремої IP-адреси, але будь-кому, хто користується послугами того самого провайдера.

Може здатися, що у **користувача** немає жодних можливостей до здійснення влади. Проте це буде не зовсім вірним, бо якщо ми визначаємо кіберспільноту як частину кіберпростору, як структурований гіпертекст, то кожен її учасник володіє можливістю змінювати текст, додаючи власні репліки. Рядовий користувач володіє свободою змінювати світ через зміну свого віртуального тіла, корпусу висловлених реплік. Ця влада не є владою зовнішнього примусу, у ній не присутні практики санкцій та заохочень. Це внутрішня влада індивіда над самим собою. Причому граничним проявом такої влади є, без сумніву, добровільна відмова від подальшої участі в діяльності спільноти. Так само, як добровільним є доєднання до спільноти, так само й вихід з неї не може бути обмеженим. Як зауважує Е.Рейд, „в більшому наближенні виявляється, що виживають найбільш соціально пристосовані – ті, що змагають до кооперації. Соціальне тіло кіберспільнот – це результат консенсусу та співпраці у боротьбі проти (ім)матеріальності влади віртуального світу, яка простягається над віртуальним тілом кожного індивідуального гравця”[423]. Тобто якщо правом на вихід зі спільноти скористаються всі учасники – вона перестане існувати як така.

Слід відзначити, що існують учасники спільноти, що мають навіть менший рівень включеності, ніж користувачі. Для форумів (конференцій) це так звані гості (guests).

Якщо виходити з розуміння влади кіберпростору як можливості змінювати елементи гіпертексту, то сам акт долучення до спільноти (для форумів – шляхом реєстрації) вже є такою можливістю. У процесі конструювання кіберідентичності людина володіє набагато більшою свободою, ніж у процесі реальної первинної соціалізації, створюючи так званий персонаж (character) – сукупність елементів, що дозволяють вирізнити, ідентифікувати

окремий текстовий фрагмент (повідомлення). Основним елементом персонажу є ім'я (нікнейм), до якого й прив'язуються подальші комунікативні акти. Додаткові елементи „розширюють” віртуальне тіло персонажа з тою ж метою – вирізнити фрагменти тексту з-поміж інших. Для сучасних форумних спільнот такими елементами є аватар (графічне зображення) та підпис після кожного допису (постінгу). Слід розуміти, що персонаж не є тотожним віртуальному тілу, тобто корпусу повідомлень, що співвідносяться з цим персонажем. Р.Бартл зазначає, що персонаж як сукупність ідентифікаційних рис разом з власне текстом становить цілість, що і є кіберособистістю. Але саме з персонажу починається участь людини у кіберспільноті, створення персонажу і є першим проявом влади у кіберпросторі.

У найпростішому варіанті всі користувачі форуму мають однакові статуси, проте на практиці відбувається розшарування користувачів за статусом (здебільшого у вигляді напису під нікнеймом) відповідно до їх присутності у межах спільноти. Як правило, новий статус присвоюється після створення певної кількості повідомлень і надає додаткові можливості текстозміни: використання більшої кількості шрифтів та способів написання, можливість видаляти власні повідомлення, збільшення максимальної величини одного допису, можливість прикріплювати файли тощо.

Безперечно, в сучасних умовах Internet став невід'ємною частиною нашого професійного та повсякденного життя. Ми користуємося ним постійно: на роботі, вдома, відпочиваючи з друзями. Звичайно, що не можливо (та і не правильно) ізолювати молоду людину від використання Internet-ресурсів, адже це, перш за все, інформація. Але найпершим завданням нашого суспільства має бути продумання нейтралізації негативного інформаційного впливу комп'ютерних мереж.

Спілкування є невід'ємною складовою людського існування, важливою передумовою формування людини як соціальної істоти, здатної до

співіснування з подібними до себе, а також необхідною передумовою розвитку суспільства. Спілкування може відбуватися як в реальному світі, так і в мережі Internet. Хоча Internet і гарантує анонімність та безпеку, але, все ж таки, має негативні наслідки у вигляді Інтернет-залежності або проблем у спілкуванні з людьми в реальності.

Задля уточнення означених теоретичних концептів у контексті базової проблематики дисертаційного дослідження нами було здійснено емпіричне вивчення (факторизацію) стосунків користувачів Internet мереж із «реальними» і «віртуальними» значущими іншими. Вибіркову сукупність склали 328 осіб – підлітків віком 14–15 років. Попередньо персонологічний профіль даних респондентів був досліджений на першому етапі констатувального експерименту.

Процедура дослідження передбачала реалізацію двох етапів. На початку роботи підліткам було запропоновано у вигляді вільного опису охарактеризувати бажаного для них суб'єкта комунікативної діяльності – «Значущого іншого». Описи були піддані контент-аналізу, за результатами якого був створений психологічний профіль «Значущого іншого». На другому етапі роботи підліткам вибіркової сукупності було запропоновано оцінити (із залученням методу семантичного диференціалу) суб'єктивну цінність представлених особистісних характеристик «Значущого іншого» у реальному та віртуальному вимірах комунікації.

Ми виходили з робочого припущення, що стосунки користувачів Internet мереж з «реальними» і «віртуальними» значущими іншими мають різне змістове навантаження (див. табл. 16).

*Таблиця 16*

**Порівняльний аналіз характеристик «реальних» і «віртуальних» значущих інших користувачів Internet мереж (t-критерій Ст'юдента)**

Особистісні характеристики	«Реальний» значущий іншій	«Віртуальний» значущий іншій	t-критерій	P
----------------------------	---------------------------	------------------------------	------------	---

(за шкалами семантичного диференціалу)				
	середнє значення по вибірці	середнє значення по вибірці		
Боязливий	5,642	5,158	1,93	0,05
Вразливий	5,497	5,061	1,93	0,05
Опуківальний	5,770	5,206	2,28	0,02
Повчальний	5,558	5,067	1,94	0,05
Довірливий	4,970	5,533	-2,18	0,03
Життєрадісний	5,667	6,345	-2,70	0,00
Меткий	5,315	5,848	-2,37	0,01
Незалежний	4,861	5,412	-2,16	0,03
Товариський	5,364	6,212	-3,36	0,00
Чуйний	5,448	5,933	-2,04	0,04
Відвертий	5,345	5,818	-2,02	0,04
Дотепний	5,267	5,782	-1,94	0,05
Радіючий	5,164	5,661	-1,92	0,05
Розкутий	5,467	5,976	-2,12	0,03
Сексуальний	5,079	5,564	-1,92	0,05

Отримані результати дають підстави стверджувати, що образ «віртуального» значущого іншого включає лише позитивні особистісні характеристики і є детальнішим, ніж образ «реального» значущого іншого.

У результаті факторизації шкальних оцінок, отриманих за допомогою методики семантичного диференціалу, з використанням методу головних компонент і варімакс-обертання були виділені типові комплекси особистісних рис користувачів з різним стажем чат-спілкування. Отож факторизація шкальних оцінок, отриманих при використанні методу семантичного диференціалу, дозволила виділити такі основні психологічні типи «реальних» і «віртуальних» значущих інших користувачів з різним стажем чат-спілкування.

**«Реальний» значущий інший.** На основі оцінок, даних користувачами із стажем в чаті *нижче середнього по вибірці* своїм «реальним» значущим іншим, була отримана факторна структура, що включила 19 факторів та яка описує 78% дисперсії змінних. У відповідності з критерієм Р. Кеттела були проаналізовані

чотири перші фактори, на які припало найбільше семантичне навантаження та які вичерпували 32 % дисперсії.

Характеристики, що увійшли до *першого фактора*, формують образ «реального» значущого іншого – «дбайливого батька», як особу, що опікає респондентів : дорослого (0,85), люблячого (0,81), такого, що піклується (0,77), вселяє довіру (0,73), заспокоюючого (0,73), дотепного (0,55), співпереживаючого (0,72), сильного (0,68), захищаючого (0,65), активного (0,59), спокійного (0,55), серйозного (0,52).

*Другий фактор* означає позицію «реального» значущого іншого спілкуванні як домінуючу, він описується як повчальний (0,8), прискіпливий (0,75), дратівливий (0,66), складний (0,65), недовірливий (0,63), невгамовний (0,5), відвертий (0,55).

Структура *третього фактора* відображає комунікативну вразливість «реального» значущого іншого – беззахисного (0,81), вразливого (0,82), уважного (0,77), страждаючого (0,59) і чутливого (0,52).

До *четвертого фактора* увійшли риси, що засвідчують невпевнену в спілкуванні особу : тактовність (0,85), сором'язливість («збентеженість») (0,81), тривожність (0,75), схильність до смутку (0,68), переживання самотності (0,75).

Факторна структура, отримана на основі масиву оцінок користувачів з *великим стажем* по категорії «реальний» значущий інший, включала 17 факторів і пояснила 74 % дисперсії. Відповідно до критерію Р. Кеттела нами були проінтерпретовані перші чотири чинники (31 % дисперсії змінних).

До *першого фактора* увійшли характеристики, що відрізняють «дбайливого батька» – вселяючий довіру (0,88), заспокійливий (0,78), люблячий (0,76), співпереживаючий (0,74), дорослий (0,74), такого, що піклується (0,67), дотепного (0,59). Разом з цим з описуваної сукупності рис у порівнянні з факторною структурою, отриманою для «реального» значущого іншого користувачів з невеликим стажем, зникли такі дескриптори, як серйозний,

сильний, активний, спокійний, захищаючий, але при цьому в неї була включена комунікабельність (0,61). Таким чином, цей фактор може бути умовно названий «друг/подруга».

Зміст *другого фактора* є описом невпевненої і складної в спілкуванні особи та включає дескриптори: тактовний (0,87), збентежений (0,74), чутливий (0,68), м'який (0,68), тривожний (0,68), схильний до смутку (0,61), образливий (0,61), самотній (0,58), складний (0,58), стриманий (0,57).

У *третьому факторі* були об'єднані риси комунікативно «вразливого» «реального» значущого іншого – беззахисність (0,86), відкритість (0,82), ранимість (0,64), боязкість (0,62), обережність (0,61), чуйність (0,59), урівноваженість («спокійний») (0,54), переживання негативних емоцій («страждаючий») (0,64).

*Четвертий фактор* описує доброзичливого (0,86), меткого (0,82), активного (0,73), життєрадісного (0,61), упевненого в собі (0,59), привітного (0,58), «приємного в спілкуванні» партнера.

**«Віртуальний» значущий інший.** Упродовж факторизації оцінок користувачів з *невеликим стажем* у чаті по категорії «віртуальний» значущий інший, було виділено 18 факторів, які описали 76 % дисперсії змінних.

До *першого фактора* увійшли характеристики: розкутий (0,92), доброзичливий (0,77), серйозний (0,78), вселяючий довіру (0,74), незалежний (0,69), успішний (0,69), спокійний (0,65), дотепний (0,62). Це портрет рівноправного партнера в спілкуванні, з яким можливе спілкування в режимі діалогу.

*Другий фактор* описує тип «віртуального» значущого іншого, який можна назвати «підопічним»: він відрізняється ранимістю (0,78), довірливістю (0,66), особовою складністю (0,61), здатністю до співпереживання (0,5), м'якістю характеру (0,48), а також проявом вдячності (0,84).



*Третій фактор* характеризує «віртуального» значущого іншого – «співрозмовника» : розумного (0,83), привітливого (0,75), товариського (0,61), меткого (0,61).

Зміст *четвертого фактора* склали характеристики, що дозволяють назвати отриманий психологічний тип «віртуального» значущого іншого «поліпшеним» «реальним» значущим іншим. Цей тип «віртуальних» значущих інших характеризується дбайливістю (0,79), тактовністю (0,77), схильністю захищати інших (0,78) і співпереживати їм (0,7). У даному випадку турбота значущих інших про респондентів здійснюється не в односторонньому порядку обов'язку, а лише у відповідь на відповідний «запит».

Факторна модель, що описує «віртуальних» значущих інших користувачів із *стажем в чаті вище середнього* по вибірці, включала 18 факторів, які пояснили 74 % дисперсії змінних. Були проаналізовані перші чотири фактори з максимальними власними значеннями (описано 30 % дисперсії).

*Перший фактор* об'єднав у собі дескриптори: люблячий (0,87), життєрадісний (0,81), дотепний (0,74), доброзичливий (0,72), привітний (0,71), дотепний (0,71), товариський (0,63), розумний (0,6), чуйний (0,54). Цей комплекс рис свідчить про те, що користувачі встановили і підтримують значущі стосунки з іншими відвідувачами чату, виступаючими своєрідними «носіями» рис їхнього образу «Я в майбутньому».

Зміст *другого фактора* представлено характеристиками : грубий (0,85), конфліктний (0,72), прискіпливий (0,7), активний (0,66), меткий (0,64), незалежний (0,62). «Віртуальні» значущі інші цього типу, ймовірно, виступають для користувачів у ролі тренерів комунікативної компетентності і соціальної сміливості.

До *третього фактора* увійшли такі характеристики «віртуальних» значущих інших : вселяючий довіру (0,83), упевнений у собі (0,76), дорослий (0,76), уважний (0,75), стриманий (0,64). Можливо, він характеризує користувачів

з великим стажем чат-спілкування як зрілих людей, які більшою мірою спостерігають за тим, що відбувається в чаті, ніж беруть участь у процесі комунікації.

*Четвертий фактор* був утворений об'єднанням дескрипторів: страждаючий (0,78), відвертий (0,73), нелюдимий (0,65), довірливий (0,61), що описують комунікативно особу як людину невдачі без певного успіху у спілкуванні

Загалом, результати порівняння характеристик значущих інших користувачів чатів з використанням Т-критерію Стьюдента показали, що «віртуальні» значущі інші мають для них більшу, ніж «реальні» значущі інші, комунікативну привабливість.

Безсумнівно, що використання Інтернету буде набувати все більшого поширення серед широкої громадськості вже в найближчому майбутньому, і якщо соціальні патології (зокрема, Інтернет-залежність) справді існують, то це напевно є широким полем для розвитку досліджень не лише для психологів, але для фахівців будь-якої галузі, залучених до питань клінічного здоров'я населення.

#### **Висновки до IV розділу**

За результатами аналізу психологічних особливостей та ефектів онлайн-дезінгібіції, було визначено дезінгібіцію як неусвідомлюване ослаблення стримуючої дії соціальних санкцій і заборон. Дезінгібіція включає різноманітні види поведінки, від банальної неввічливості до використання великих букв і знаків окликів щодо іншого мережевого користувача (у субкультурному контексті □ «флейм»).

З'ясовано, що причини дезінгібіції в Інтернеті можуть бути пояснені такими групами теорій: теорією деіндивідуації, теорією зменшеного

соціального впливу, теорією соціальної присутності.

Доведено, що дезінгібіція в Інтернеті є продуктом водночас фокусу самоконтролю та контексту, в якому індивід діє. Дезінгібіція впливає не тільки на початок комунікації, але на весь її процес. Це також може призводити до розкриття інформації, яка в реальному житті приховується через страх засудження з боку інших.

На підставі ефектів онлайн-дезінгібіції виявлено наявність важливих індивідуальних відмінностей виявлення сценаріїв континууму інгібіції-дезінгібіції. У кіберпросторі мають значення виявлення сили латентних почуттів, потреб та мотивів; особистості також відрізняються силою захисних механізмів психіки та схильністю до інгібіції чи експресії. Люди з демонстративним стилем поведінки виявляють тенденцію до відкритості та емоційності. Компульсивні люди почуваються менш затисненими. Ефект онлайн-дезінгібіції взаємодіє з цими особистісними змінними, у деяких випадках проявляючись у маленьких відхиленнях від базового поведінкового патерну (офлайнового), а у деяких випадках □ спричиняючи великі, драматичні зміни.

У розділі здійснено огляд психологічних досліджень Інтернет-залежності.

Виявлено, що комп'ютерна залежність (більш сучасною формою якої є *Інтернет-аддикція*), пов'язана із цінністю віртуальної реальності, що забезпечує тотальне насичення зорового, слухового та кінестетичного аналізаторів і складає суттєву конкуренцію об'єктивній реальності. До цієї аддикції, згідно із твердженням Г.В.Старшенбаума, входять obsесивна пристрасть до комп'ютерних ігор або програмування; патологічна прив'язаність до опосередкованих Інтернетом азартних ігор, онлайн-аукціонів або електронних покупок, захоплення віртуальним спілкуванням і компульсивне блукання у видалених базах даних у пошуку нової інформації. Символічна природа комунікативної діяльності особи у віртуальному просторі

дозволяє реалізувати важливі потреби: потреби в активності і збудженні (азарті), у випробовуванні своїх сил, вільному самовираженні, потреби у стабільності і прогнозованості (слідування ритуалу, прийнятним сценаріям) тощо.

Констатовано, що інтернет-залежні особи з легкістю переходять межу між реальністю та уявним світом, у них можуть відбуватися порушення сприймання часу, знижується інтерес до довкілля, змінюється характер сновидінь. Задля уточнення означених теоретичних концептів нами було здійснено емпіричне вивчення (факторизацію) стосунків користувачів Internet мереж із «реальними» і «віртуальними» значущими іншими. Вибіркову сукупність склали 328 осіб – підлітків віком 14–15 років. Попередньо персонологічний профіль даних респондентів був досліджений на першому етапі констатувального експерименту.

Загалом, результати порівняння характеристик значущих інших користувачів чатів з використанням Т-критерію Стьюдента показали, що «віртуальні» значущі Інші мають для них більшу, ніж «реальні» значущі Інші, комунікативну привабливість. При цьому реальне спілкування може зводитися до мінімуму.

Означене із необхідністю детермінує увагу фахівців, залучених до питань клінічного здоров'я населення, до комунікативної діяльності людини (і зокрема підлітків, юнаків) у вимірах опосередкованого комп'ютером спілкування.

## **РОЗДІЛ V. ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА ОСОБИСТОСТІ У ВІРТУАЛЬНІЙ РЕАЛЬНОСТІ**

У розділі доведено, що психотерапія в Інтернет може бути ефективним засобом надання допомоги тому, хто цього потребує, висвітлено специфіку функціонування груп самопомоги, розглянуто різні аспекти професійного розвитку та корекції особистісних патологій онлайн.

### **5.1. Психотерапія в Інтернет та групи самопомоги**

Вперше в історії цивілізації люди мають доступ до величезного масиву інформації. Серед мільйонів користувачів Інтернет є невідома кількість споживачів послуг у сфері охорони психічного здоров'я, які сприймаються з розумінням і увагою до емоційних чи психологічних проблем, що зачіпають їх або їх близьких. Фахівці у сфері охорони психічного здоров'я по всьому світі шукають нові методи для встановлення терапевтичних стосунків за допомогою Інтернету, зокрема на оплатній основі. На сьогодні написано небагато літератури, яка б допомогла психологам зрозуміти, чому люди масово обирають Інтернет у пошуках терапевтичних інтервенцій та групової допомоги [176; 177].

Серед психологів та психотерапевтів є різні думки щодо етичних, правових та професійних моментів, що виникають при наданні послуг з підтримання психічного здоров'я онлайн [173]. У тривалих дебатах щодо цінностей та етики віртуального терапевтичного середовища є цілий спектр думок, в якому виділяються прибічники двох крайностей. Перші вважають Інтернет-технологію панацеєю, засобом до щасливого майбутнього, де на емоційні потреби кожного будуть даватися адекватні відповіді. Їх опоненти різко заперечують використання дистанційної психології для будь-якого виду терапевтичних інтервенцій. Важливо, щоб працівники у сфері охорони

психічного здоров'я, а також науковці-гуманітарії та соціальні працівники були обізнані з поточним дискурсом в цій тонкій морально-етичній сфері.

Інтернет є за своєю сутністю анархічним середовищем. Якщо хтось будь-де у світі хоче викладати інформацію чи надавати послуги по е-мейл, скайпу, на форумі тощо, навряд чи хтось чи щось може стати на заваді такої ініціативи. У суперечках такого роду споживач є кінцевим суддею, що яскраво показують дебати стосовно Інтернет-порнографії. Існують сотні відкритих немодерованих Інтернет-форумів, що працюють як групи взаємної самопомоги. Не існує способу запобігти тому, щоб члени цих груп не поширювали між собою хибну або неточну інформацію, що стосується будь-якого аспекту діагнозу чи лікування психічних розладів. На плечі фахівців у сфері охорони психічного здоров'я лягає увесь тягар відповідальності за те, щоб бути обізнаним про психологію онлайн-стосунків, аби допомагати клієнтам, які користуються Інтернетом, і так само для того, щоб надавати етично коректні послуги, коли спеціаліст у сфері охорони психічного здоров'я сам відвідує Інтернет.

Існують Інтернет-форуми для фахівців у сфері охорони психічного здоров'я, де вони обмінюються інформацією один з одним і обговорюють питання, що виникають під час використання Інтернету людьми, що звертаються за допомогою в сфері психічного здоров'я.

Комп'ютерно опосередкована комунікація – це самопояснювальний термін. З того часу, як відносно недорогі персональні комп'ютери стали доступні широким верствам населення, набули поширення такі слова, як „кіберпростір”, „віртуальні спільноти”, „соціальні мережі”, „Всесвітня павутина” тощо. Поширення того, що ми називаємо феноменом Інтернету, було настільки стрімким та широким, що мова, яка використовується для опису цього явища, все ще знаходиться у розвитку. Вже стало звичним коротке позначення різних способів та середовищ використання Інтернет словом „онлайн”. Ми так само використовуємо термін „онлайн” для опису всього спектру діяльності у

сфері комп'ютерно опосередкованих комунікацій, від асинхронного обміну е-мейлами до односторонніх азартних ігор чи участі в чатах.

Спілкування за допомогою е-мейл займає дедалі більшу частину повсякденного людського життя. Електронна пошта відрізняється від звичайної меншим відчуттям соціальної присутності. Відсутність тактильного сенсорного зворотнього зв'язку теж робить свій внесок до відмінного від фізичної реальності сприймання соціальних зв'язків. За допомогою електронної пошти легше входити в контакт з незнайомцями, тому що менше уваги приділяється можливості грубого втручання чи хибного розуміння. Можливість знайти людей зі схожими інтересами, незалежно від того, наскільки екзотичними, незвичайними є ці інтереси, спричинила вибухове збільшення кількості віртуальних спільнот.

Для того, щоб повністю зрозуміти внутрішній потенціал міжособистісних онлайн-стосунків, має бути осягненою соціальна динаміка цього нового середовища. Онлайн-комунікація кидає виклик певним усталеним очікуванням щодо природи усного та письмового спілкування, які беруться з реального життя. Явище, яке найчастіше відзначається дослідниками, що займалися міжособистісними аспектами онлайн-взаємодій – це дезінгібіція. Необов'язковість наближених до людини, реальних наслідків соціальної онлайн-активності створює новий психологічний феномен; люди часто почуваються вільними виражати себе у нестриманий спосіб. Е.Рейд писала: „Якщо можна було би сказати, що комп'ютерно опосередковане спілкування має лише один єдиний вплив на людську поведінку, то результат цього впливу виглядав би як менша загальмованість (інгібованість) користувача” [426]. Судження інших у цих віртуальних соціальних зв'язках можуть сприйматися спотворено, без нормальної чуттєвої основи.

Одним з перших дослідницьких відкриттів у вивченні онлайн-поведінки став статус. Брак чуттєвих зв'язків і відносна анонімність створює можливість

більшої мінливості в онлайн-соціальних взаємодіях, оскільки звичайні візуальні та ситуаційні ознаки, які б повідомляли іншим про статус та становище особи, відсутні у віртуальному просторі. Люди мають більше можливостей відчувати себе неформально з іншими. Комунікація зведена до її початкового стану – обміну думками, ідеями та концептами. Вік, раса, соціальне становище і навіть гендер мають набагато менший вплив онлайн, ніж у ситуаціях „лицем до лица”. Звісно, у відкритих онлайн-спільнотах так само є форми влади і статусу, і питання їх набуття або втрати теж заслуговує уваги дослідника. Ми можемо припустити, що підвищення статусу може бути досягнуте частим розміщенням повідомлень, зокрема лаконічного, інформативного та/або саморозкриваючого характеру.

Інтернет-комунікація збільшує обсяг можливих соціальних мереж, до яких може долучитися особа, і додає елементи різноманітності у таку участь. У кібер-просторі приховані або малопомітні ті відмінності між людьми, які часто можуть сповільнювати, інгібувати ініціацію і розвиток стосунків у реальному світі. Це сприяє розвитку почуття групової приналежності, яке залежить лише від сприймання того, хто бере участь в стосунках. Формування вражень і контроль над таким формуванням втілений у письмовому середовищі. Люди можуть вибирати тільки ті грані власного Я, які вони хочуть зробити доступними іншим. Існує „надособистісний, гіперперсональний аспект” [479] Інтернет-комунікацій, який означає, що люди більш вибіркові у Інтернет-самопрезентації, ніж вони є у реальному житті. Інший компонент цієї „гіперперсональної” моделі – зворотній зв’язок, - означає, що ці самопрезентації та ідеалізовані сприймання збільшують кожного з учасників до надзвичайного рівня, так що користувачі обмінюються частковими і вибірковими презентаціями один одного. Цей збільшувальний чинник гіперперсональної моделі є теоретичним поняттям, яке може стати в нагоді для розуміння високого рівня напруженості дискусій у „флейм-війнах” та віртуальних любовних



стосунках, які мають місце в Інтернеті. Хоча немає чіткого емпіричного експериментального доказу, який би підтверджував це спостереження, що „флейм-війни” та любовні романи трапляються частіше у відкритих, інтерактивних віртуальних спільнотах, аніж це має місце у реальних групах, які спілкуються „лицем до лиця”, але існує масив неформальних згадок про високу частоту цих екстремальних інтерперсональних Інтернет-обмінів.

Більшість людей знайомі з порядком використання телефону або письмового листа. Не всі, однак, мають розуміння того, що спілкування в Інтернеті, яке теж має письмовий характер. Спілкування в Інтернеті, яке характеризується високим рівнем саморозкриття, виражається також письмовим мовленням. Виражені в письмовій онлайнній формі, ці елементи саморозкриття можуть здаватися більш емоційно „холодними” і набагато більш знеосібленими, ніж це хоче і хотів сам автор тексту, коли ще цей письмовий текст перетворювався з емоційно зарядженого усного мовлення в суху Інтернет-інформацію, переходив зі стадії задуму до стадії його реалізації. Такий феномен виникає тому, що люди звикли, що у книжках та друкованих засобах масової інформації письмовий текст представляє собою добре обмірковані, виважені погляди автора (письменника). А Інтернет-комунікації, на противагу цьому, є здебільшого продуктом набирання на клавіатурі першого, що спало на думку. Читач, у свою чергу, може інтерпретувати ці повідомлення як такі, що є далекими від справжніх, добре обдуманих і виражених думок та почуттів автора.

Соціальний аспект комп’ютерно опосередкованої комунікації, інтерперсонального обміну з іншими, є настільки стимулюючим та заохочуючим, що деяким людям важко зрозуміти, коли слід зупинитися. Інтернет-комунікації пропонують людям можливість відчувати певну форму соціального зв’язку без реальної соціальної присутності. Значною відмінністю між Інтернет-стосунками і стосунками, які підтримуються за допомогою інших

технологій (телефон, традиційна пошта, факс), є нові культурні цінності віртуальних Інтернет-спільнот. В основі цієї культури спілкування лежать норми, що дозволяють, або навіть заохочують контакти з незнайомцями. Т.Норт зазначав: „Хтось може подумати, що Інтернет – це холодне місце, але воно не обов’язково таким є. Коли людина ізольована у мурашнику наших мегаполісів, коли люди часто живуть окремо від родичів, і почуваються самотніми у великому натовпі, мережа може стати сурогатом соціального життя – живильним джерелом міжособистісних контактів, незважаючи на нефізичну природу такого джерела”[397].

Онлайн-групи та спільноти відрізняються від реальних груп, які спілкуються „лицем до лица”, величезною здатністю перших витворювати почуття спільності між людьми, які ледь знають одне одного, або навіть є цілковито і повністю незнайомцями. Існує набагато вищий рівень почуття спільності, ніж можна очікувати від міжособистісних стосунків, позбавлених мови тіла та інших засобів невербальної комунікації.

Онлайн-спільнота – це один з найлегших способів зустріти нових людей. Зазвичай цей спосіб малоризикований, головним чином з причини сутнісної, відпочаткової неформальності онлайн-комунікації. Замість того, щоб існувати у формі одного-єдиного підтримуваного діалогу з одним або багатьма учасниками, стосунки можуть складатися з дуже багатьох коротших чи довших обмінів репліками. Але з часом у багатьох людей таким чином формуються тривалі, сформовані стосунки. У онлайн-середовищі, як і у будь-якій іншій соціальній ситуації, головною „валютою” є людська увага. На відкритих публічних форумах людина може спілкуватися з кількома сотнями учасників, хай навіть не кожен з них пише коментарі.

Інтернет-спільноти можуть демонструвати вуайеристичний потенціал. Люди можуть лише „луркати” (термін, який значить, що людина лише читає коментарі інших, але ніколи або дуже рідко пише сама). В дійсності більшість

Інтернет-форумів складаються з величезної кількості людей, які тільки читають. Існує мало досліджень, які б пояснювали, чому так багато людей охоче долучаються до близьких соціальних обмінів інших людей. Публічне коментування, як і публічне мовлення, несе у собі ризик розкриття. Для багатьох людей вигоди від залучення у групу і радість від участі в групі не залежать від того, чи діляться вони своїми особистими думками чи ідеями, і вони відчують, що ця вигода і радість може бути зменшена, якщо вони почнуть розкриватися.

Інтернет – це соціальна технологія. Люди спілкуються один з одним на великій відстані, читають коментарі, написані „невидимими іншими”, залишаючись „невидимками” самі, і все це з дуже маленькими транспортними і соціальними витратами. Інтернет-спільноти заповнюють потребу людей в афіліації, забезпечують інформацію та підтримку і надають різноманітним групам більшої політичної ваги.

Єдине явище, єдиний об’єкт досліджень – Інтернет-спільноти і спілкування в них – розглядається як множина різних предметів, відповідно до тієї науки, в межах якої працює той чи інший дослідник. Соціологи вивчають утворення спільнот, політологи звертають увагу на аспекти політичної влади в Інтернет-спільнотах, лінгвісти аналізують розміщені коментарі як тексти, педагоги всіх рівнів вивчають особистісну динаміку тексто-базованих стосунків для кращого розуміння можливостей і сфери застосування дистанційної освіти. Розробляються навчальні дисципліни, які б навчили психологів, як включити нову комунікативну технологію до клінічної практики.

Перед тим, як почати обговорення переваг та недоліків онлайн-груп самопомоги, слід зробити огляд того, що вже відомо про традиційні організації самопомоги. „Анонімні алкоголіки” – це найстаріша, найбільша і найвідоміша організація самопомоги. Вона стала зразком для великої кількості інших груп самопомоги, присвячених чому завгодно – від фізичних

вад до психічних хвороб. Основою функціонування цієї групи є те, що члени групи діляться досвідом, силами та надіями для того, щоб члени групи могли вирішити їх спільну проблему. В полі цього самоорганізованого, а не авторитарного, керівництва і настанови розвинулася велика кількість і різноманітність груп самопомоги. Ці групи є водночас альтернативою і доповненням до традиційної психотерапії. З розвитком та поширенням груп самопомоги в усьому світі у професійному співтоваристві фахівців у сфері охорони психічного здоров'я виникли різні позиції щодо терапевтичної цінності груп самопомоги.

Термін „самопомога”, який вживається в повсякденному мовленні, є хибним. Він припускає, що люди докладають зусилля, щоб допомогти тільки самим собі, хоча насправді визначною рисою груп самопомоги є те, що люди *допомагають одне одному*. Групи взаємодопомоги – це термін, якому надають перевагу дослідники, оскільки він краще відображає процес того, як люди допомагають одне одному. Термін „взаємодопомога” відображає інший важливий елемент цих груп – допоміжну терапію. Допоміжна терапія – це термін, який позначає ту частину терапевтичної цінності цих груп, яка є доступною в силу того, що кожен учасник може бути водночас реципієнтом та надавачем допомоги. Нам видається, що найбільш вдалим терміном для позначення таких груп, особливо під керівництвом професіоналів у сфері охорони психічного здоров'я, є „групи підтримки”.

За кілька останніх десятиліть відбулося величезне зростання кількості груп самопомоги. Незадоволення традиційними медичними моделями для вирішення емоційних проблем та загальна дестигматизація соціальної практики звернення за допомогою до людини з тією ж проблемою сприяли зростанню кількості груп підтримки. Найбільший відсоток цих груп займається проблемами вживання психоактивних речовин. Всі групи взаємної допомоги функціонують на основі певних правил, даючи своїм учасникам розуміння і

відчуття того, що їхня проблема не є надзвичайною.

К.Гамфріз писав: „У час, коли кількість активних членів основних релігій зменшується, деякі американці знаходять духовну підтримку у малих групах. Навіть групи взаємної самопомоги, які не звертаються в духовному плані так прямо, як це роблять групи 12 кроків, можуть позитивно вплинути на духовне життя своїх членів. Досвід навчання (learning), відмінний від інтелектуального усвідомлення, тому, що ми не маємо нести хрест свого життя самі, що у нас є місце у людському суспільстві, і що у нас є щось, що ми можемо давати і отримувати від інших людей – все це занадто глибоке, аби його можна було вмістити у такі терміни, як „покращення душевного здоров'я” або „кращий копінг””[346, с.15].

Всі організації самопомоги і взаємної допомоги мають за спільне той факт, що їх члени беруть участь, очікуючи отримати емоційну підтримку, поділитися особистим досвідом і знайти нові шляхи для того, щоб впоратися з їх спільними проблемами. Важливим аспектом груп спільної допомоги є те, що вони контролюються самими членами груп. К.Гамфріз та Дж.Рапапорт пишуть: „Однією з визначних рис груп самопомоги є те, що члени цих груп відчують автономію, контроль над групою і те, що вони є експертами у своїй власній проблемі” [345, с. 219].

Підсумок того, що пропонують онлайн групи самопомоги своїм членам, наводить Мадара. Мадара пояснює, що соціальна підтримка, практична інформація, обмін досвідом, позитивні рольові моделі, натхнення, професійна підтримка – всі ці фактори так само працюють онлайн, як і у реальних групах „лицем до лиця”. Асинхронна природа онлайн груп підтримки надає додаткові переваги цілодобової доступності, вибіркової участі у написанні повідомлень-запитів і повідомленні відповідей на запити, анонімності і приватності, можливості моментальної чи відкладеної відповіді і запису діалогів. Учасники груп можуть зберігати ці діалоги для подальшого вивчення,

самостійно вирішувати, в яких темах і підтемах вони хочуть брати участь, і бути впевненими в тому, що інші члени групи сприймають їх без впливу фактору соматичної зовнішності.

Для терапевта, який звертається до пацієнта в онлайн групах взаємної допомоги, важливо насамперед розуміти природу відмінностей між групами допомоги онлайн та „лицем до лица”. Крім того, новизна цієї області припускає, що терапевт, який здійснює лікування пацієнта онлайн, має бути особисто обізнаним з нюансами текстових міжособистісних стосунків.

Для людей, які живуть у віддаленій сільській місцевості, людей, які мають функціональні обмеження або особливі потреби, та для інших, які емоційно не спроможні отримати підтримку в групах „лицем до лица”, винайдення та поширення онлайн груп самопомоги надає чудову можливість. Люди, приковані до лікарняних ліжок, люди з рідкісними розладами і люди, які не можуть рухатись, зараз можуть з'єднуватися з усім світом і знаходити собі подібних. Деякі з онлайн груп самопомоги взагалі не мають аналогів „лицем до лица”. З-поміж таких Мадара зазначає групи, що об'єднують тих, хто вижив у травматичних ДТП.

Результати дослідження Дж.Дабіна, В.Сабіна та Дж.Орема [305] (n=52) людей, які використовують онлайн групи самопомоги, підтверджують гіпотезу, що люди використовують ці групи на доповнення власних зусиль на подолання різних розладів. Майже половина респондентів відзначили, що на момент участі у дослідженні вони були залучені до індивідуальної психотерапії. Однак близько 60% загального числа респондентів заявили, що вони в той самий час відвідують традиційну групову терапію. Результати відповіді на питання, яке стосувалося терапевтичної цінності цих груп, за шкалою Лейкерта, де одиниця – найнижчий рівень, а п'ятірка – найвищий, опинилися на середньому рівні 4,5. Респонденти називали дві головні причини того, чому вони отримують такий унікальний, цінний досвід, беручи участь у цих групах.

Перша причина, яку назвали 63% респондентів, - це можливість обміну досвідом з іншими. Приблизно половина вважає, що онлайн групи унікальні, бо вони надають зручний сервіс. Найбільшою вигодою, яку відзначили 73% респондентів, була „зручність знаходження у власному будинку”. Приблизно половина вибірки зазначила „різноманіття учасників” як одну з найбільших вигод, отриманих від участі у групі.

Деякі люди залучаються до участі в онлайн групах самопомоги, будучи спершу сторонніми читачами діалогів у цих групах. Є свідчення про такі випадки, коли наркозалежні захотіли полишити цю шкідливу звичку після того, як вони вперше прочитали діалоги між членами онлайн групи самопомоги, присвяченої реабілітації колишніх наркозалежних. Частота цього типу початкової готовності до терапії розладів все ще залишається невідомою.

Люди, що наглядають за особами похилого віку, часто є дуже прив'язаними до дому. Ще задовго до винайдення і масового поширення Інтернету було проведено дослідження на предмет того, чи доглядачі за людьми з хворобою Альцгеймера можуть покращити своє життя, якщо у них буде зв'язок з джерелом інформації, і зв'язки між собою для підтримки [280]. Дослідження показало, що канали зв'язку (між 22 доглядачами) використовувалися для емоційної підтримки, порад, обміну інформацією та спільного використання ресурсів. Доступ до зони повідомлень, де можна було залишати нотатки іншим доглядачам та читати повідомлення від них, використовувався набагато ширше, ніж просто доступ до бази даних. Це чітко показало, що міжособистісна взаємодія є найбільш значущою та важливою для людей, які потребують афіліації.

Інше дослідження займалося наркозалежними, які допомагали одне одному утримуватися від вживання наркотичних речовин [363]. Була виявлена статистично значуща позитивна кореляція між часом, які респонденти проводили в онлайн групі самопомоги, і тим, як онлайн-участь позитивно

впливала на їх програму реабілітації. 88% респондентів відзначили, що вони вийшли на зв'язок з тими, кого вони зустріли онлайн, за допомогою інших каналів комунікації – телефоном, традиційною поштою або особисто. Ця змінна контакту показала позитивну кореляцію між покращенням реабілітації і часом, проведеним в онлайн групах самопомоги. Видається, що регулярні, часті контакти з іншими членами групи, які мають різне походження та досвід, може допомогти людині утримуватись від вживання наркотиків.

Ще одне дослідження працювало з інтернет-форумами для жертв сексуального насильства. Фінн і Левіт з'ясували, що явною перевагою онлайн групи самопомоги для таких для людей була анонімність, яка забезпечувала вищий рівень саморозкриття учасниками їхнього соціально стигматизованого досвіду. Зокрема, Фінн і Левіт припустили, що люди, які розміщують короткі записи, не повідомляють всі подробиці своїх історій, і що жінки можуть відчувати проблеми з відкритістю на цих публічних форумах, тому що не було ніякої гарантії, що сексуальні зловмисники не знаходяться серед учасників цієї групи. Окремі групи також були доступні для сексуальних зловмисників на реабілітації. Головною перевагою групи була названа мобільність членів групи: члени групи не повинні були хвилюватися, що хтось із них переїде до іншого міста, бо всюди, де був Інтернет, була можливість участі в групі.

Данхем провів дослідження серед самотніх молодих матерів, даруючи їм комп'ютери, щоб вони могли виходити онлайн з дому і надавати одна одній емоційну підтримку і поради щодо копінг-стратегій. Результати показали високий рівень використання цього ресурсу і значне збільшення рівня стресу, яке зазначали всі мами. Близько половини повідомлень мали підтримуючу природу.

Досліджуючи повідомлення в онлайн групі самопомоги, присвяченій розладам харчової поведінки, А.Вінцельберг з'ясував, що найбільш популярною категорією повідомлень були повідомлення персонального саморозкриття. А.



Вінцельберг відзначає, що учасники ділилися дуже особистими деталями: „Підтримка надавалася, незважаючи на традиційні в реальному світі межі віку, статусу та освіти” [495]. Кільком учасникам, які намагалися „прикрасити” свою розладову поведінку, надали коректуючу підтримку учасники групи з більш солідним стажем реабілітації цього розладу. Було відзначено мало „флейм-війн”, і проводилося багато паралелей з традиційною терапією „лицем до лица”.

В іншому дослідженні було проведено аналіз двотижневого зрізу онлайн групи самопомоги, присвяченої депресії. 1863 повідомлення, написані 533 учасниками, були розподілені на декілька категорій. Д.Салем, Г.Богар і К.Рейд писали: „Коментарі, спрямовані на підтримку, прийняття і позитивні почуття, наприклад, емоційна допомога, згода і гумор, спостерігалися більше ніж у сім разів частіше, ніж коментарі, що виражали негативні міркування (наприклад, незгода-негатив)” [430, с. 198]. Більше половини записів мали на меті допомогти іншому учаснику. Порівняння з дослідженнями подібних груп „лицем до лица” показали, що онлайн групи самопомоги характеризується набагато вищим рівнем саморозкриття, але набагато менш формальною структурою і груповими процесами. Здивуванням стала незначна гендерна різниця за кількістю і типом повідомлень: чоловіки брали участь і саморозкривалися приблизно на тому ж рівні, що і жінки. За два тижні дослідження цієї групи деякі учасники відчули, що вона занадто розрослася, і започаткували свою власну, більш приватну групу. Легкість, з якою можуть бути сформовані й переформовані Інтернет-групи, робить цей різновид виділення окремих, менших груп більш сприятливим і менш руйнівним для основної групи, ніж це мало б місце в групах „лицем до лица”.

Самоорганізовані групи самопомоги націлені на людей, які хочуть поділитися з іншими, навчитися у них і передати власний досвід тим, хто страждає від тієї ж проблеми. Ця закономірність властива так само і онлайн групам. Дані опитувань в поєднанні з спостереженнями і аналізом окремих

випадків (case-study) показали, що онлайн групи самопомоги мають вигоди, яких немає у традиційних груп „лицем до лица”. Для активних учасників, які не просто пасивно читають, але беруть жваву участь у житті спільноти, дані показують загальне збільшення у рівні саморозкриття. Це узгоджується з тим фактом, що віртуальні спільноти створюють і підсилюють ефект дезінгібіції. Текстові соціальні стосунки є реальними для залучених до них людей і часто спонукають людей до інших форм контакту – телефоном, традиційною поштою або особисто. Недоліки текстових соціальних стосунків (збільшений ризик непорозумінь, проєкції і відсутність обмежень) мають своїм наслідком те, що учасники, яким не сподобалося щось у онлайн групах самопомоги, припиняють участь у ній, залишаючи натомість досліднику задоволених і активних учасників. Цей процес добору так само має місце у групах „лицем до лица”, але в останніх можна принаймні поррахувати і провести облік тих, хто пішов з групи і, можливо, провети глибинне інтерв’ю з ними, спрямоване на виявлення причин їх невдоволення. Важливим висновком є те, що члени групи самопомоги використовують онлайн для доповнення своїх зусиль у реальному житті, для того, щоб видужати або впоратися з розладом психічного здоров’я.

Групи підтримки відрізняються від груп взаємної самопомоги тим, що перші організуються та керуються фахівцем у сфері охорони психічного здоров’я. Така фасилітована групова терапія ще не дуже поширена онлайн; однак потенційно така форма групової взаємодії є одним з найважливіших аспектів онлайн-терапії в термінах терапевтичної цінності для клієнтів. У малих, закритих онлайн групах підтримки переваги текстових стосунків починають очевидно переважати відомі недоліки останніх. Онлайн групи підтримки описаного нами типу все ще мало поширені.

Традиційна групова терапія „лицем до лица” є моделлю для онлайн груп підтримки. Наприклад, візьмемо групу, яка зосереджена на подоланні

сором'язливості. В той же спосіб можна розглянути і працювати в межах групи з будь-якою патологією, яка не є екстремальною. Зрозуміло, що онлайн терапію не варто розглядати як повний замітник традиційної групової терапії „лицем до лица”. У якості доповнення до традиційної терапії, або ж у якості запасного варіанту для того, хто фізично не може бути присутнім у групах „лицем до лица”, онлайн групи можуть бути організовані та проваджені з належним дотриманням етичних норм та необхідного рівня професіоналізму.

Однією з відомих переваг текстових стосунків є легкість та зручність доступу. Беручи участь у терапії шляхом е-мейл розсилки чи участі на форумі, клієнти мають змогу гнучко налаштовувати свою участь у дискусії у зручний для них час. *Фактором, що звужує міжособистісну близькість у великих, відкритих онлайн групах самопомоги, є відсутність обмежень.* Такі великі відкриті спільноти часто організовані непрофесійно, і учасники приходять і йдуть геть, не повідомляючи інших. Проте у добре організованих групах, чи то під керівництвом професіонала-фасилітатора, чи навіть у непрофесійних спільнотах, де вже склалася певна група активних учасників, є способи подолання цих недоліків. Встановлюються обмеження у формі певних правил форуму, за кількістю учасників (реєстрація може бути закритою або проводитися тільки за рекомендацією вже існуючого учасника). Модерація в спільноті запобігає появі флейм-війн, які можуть зруйнувати цілісність відкритої онлайн-групи самопомоги. Також може використовуватися можливість постмодерації (написані повідомлення з'являються тільки після того, як вони будуть проглянуті і схвалені модератором), а в особливо „флеймових” темах може висіти прикріплене попередження про те, що тема гостро-полемічна і заклик добре обдумати те, що користувач хоче сюди дописати. Всі ці можливості не є доступними в групах „лицем до лица”. У групах „лицем до лица” в учасників немає можливості, аналогічної тому, яка забезпечується приватними повідомленнями онлайн, і учасники змушені

вносити такі парні стосунки до групового процесу. Це є еквівалентом того, ніби двоє учасників групи шепочуться одне з одним, що у групах „лицем до лица” можливо тільки тоді, коли вони сидять поруч. В онлайн-групі будь-який учасник може надіслати повідомлення будь-якому іншому учаснику, обговорюючи перебіг процесу у групі. Прикладом такого обговорення може бути приватне повідомлення на зразок: „Я думаю, Микола таки трохи передав куті меду у цьому останньому обговоренні, як міркуєш?”

Технічна можливість надсилати приватні повідомлення корисна в тому числі професіоналу-фасилітатору, який може проводити індивідуальні переговори з кожним із учасників, що так само недоступне у традиційній терапії „лицем до лица”.

У якості гідної заміни за втрату невербальних елементів діалогу, онлайн-спілкування забезпечує можливість обміну приватними повідомленнями між учасниками групи та фасилітаторами. Приватне спілкування між фасилітатором і окремими членами групи дозволяє членам групи в приватному порядку висловлювати особисті зауваження до фасилітатора. Фасилітатор може допомогти учаснику підняти це питання і опрацювати його в межах групи. Такий приватний канал зв'язку може бути набагато кращим, ніж покладатися на відгадування знаків невербальної комунікації в групах „лицем до лица” і вочевидь є перевагою онлайн груп над традиційними попередниками.

Деякі з відомих етичних, правових та моральних зобов'язань терапевта щодо своїх клієнтів у випадку онлайн-терапії забезпечуються інтенсивним скринінгом і повністю поінформованою згодою клієнта, яка має надаватися до початку терапії.

С.Герман [339] розробив і випробував методику, дуже схожу на описану вище групову терапію. Його модель HOPES (Високотехнологічна онлайн психологічна освіта та підтримка) включає у себе онлайн-набір груп, професійне ведення групових дискусій і розміщуваний в Інтернеті освітній

матеріал. С.Герман працював з групою людей, у яких були проблеми з прийняттям професійних та кар'єрних рішень, протягом чотирьох тижнів. С.Герман писав: „Дані припускають, що присутність активного модератора групи може покращити значення деяких змінних і призвести до більшого задоволення терапією. Наше дослідження показало можливість проведення цілісної психоосвітньої інтервенції, включно з оцінкою цієї інтервенції, у Всесвітній павутині” [339, с. 20].

Групова онлайн-інтервенція за моделлю, схожою до HOPES, була проведена з вибіркою, що включала людей з ВІЛ/СНІД та жінок з раком грудей. Програма комплексного покращення та підтримки здоров'я (CHESS) залучала клієнтів у закриті дискусійні групи (на відміну від відкритих форумів) і забезпечувала доступ до психоосвітнього матеріалу онлайн для учасників програми. Учасники мали змогу надсилати запитання лікарям та іншим експертам у галузі їхнього захворювання. Результати показали, що використання програми CHESS допомогло покращити якість життя учасників і зменшило використання хімічних компонентів лікування (ліків) [330].

У. Колон, спеціаліст в галузі соціальної роботи та з досвідом проведення онлайн груп допомоги, у статті, присвяченій враженням від цього виду роботи, пише: „Географічні відмінності можуть бути легко подолані без завдання шкоди груповим взаємодіям та процесам. Онлайн-групи можуть забезпечити терапевтичну підтримку для тих клієнтів, які інакше не згодні б на терапію; онлайн-групи також пропонують приватність, неформальність та рівність для учасників. Група також може зменшувати соціальну ізоляцію, тривожність і депресію” [291].

Групова психотерапія – це валідний метод лікування для багатьох психопатологій. Розвиток та дослідження в галузі онлайн-груп підтримки додасть нових відтінків значення цій формі інтервенції. Розробляються тренінгові курси, що допоможуть професіоналам в галузі психотерапії

опанувати знання, необхідні для ефективного проведення онлайн-груп підтримки. Відео-зв'язок дозволить майбутнім терапевтам працювати у режимі відео-конференцій, проводячи групи підтримки для географічно віддалених учасників.

Використання Інтернету для надання психотерапевтичних послуг є дещо контроверсійним [136]. Навіть назва цього нового виду терапії є справою особистих вподобань професіонала. Онлайн-терапія, кібер-терапія, е-мейл-терапія, віртуальна терапія, Інтернет-терапія – всі ці назви з'являлися в популярній пресі. Для цілей нашого дослідження ми будемо вживати термін онлайн-терапія на позначення усіх форм синхронних та асинхронних форм комунікації в Інтернет у галузі психотерапії, де є явно визначена ціль встановлення певної форми психотерапевтичного контакту. Є багато Інтернет-сайтів, які пропонують послугу „відповідь на питання” на платній чи безоплатній основі. Цей тип послуг більше наближений до популярних радіо чи телевізійних програм у галузі психології, і ми його не будемо розглядати у нашому дослідженні.

Сучасні тенденції в інтерактивному терапевтичному контакті з високою ймовірністю мають включати відеосесії у режимі реального часу. Наразі такі форми асинхронного обміну текстовими повідомленнями, як е-мейл та форуми, забезпечують альтернативу, яка може бути використана для встановлення стосунків між клієнтом та терапевтом. Люди, які не можуть або не будуть присутніми на сесіях „лицем до лица”, можуть ефективно користуватися інтерактивними онлайн-послугами. Проте не є до кінця ясною відповідність таких стосунків етичним та деонтологічним стандартам, виробленим в межах традиційної взаємодії „лицем до лица”. З моменту встановлення психотерапевтичного контакту дипломований клінічний психолог або професійний психотерапевт несе відповідальність за благополуччя клієнта. Не є цілком зрозумілим, як це може бути досягнуто засобами комп'ютерно

опосередкованих комунікацій.

Онлайн терапевтичні сайти можуть бути найкращим варіантом для людей, які відчують складнощі у повсякденному житті. Клієнтам онлайн-терапії пропонується скористатися такими порадами при виборі онлайн-психотерапевтичного сервісу:

- 1) Ідентичність психотерапевта: психотерапевта, який хоче залишитись анонімним, або не бажає розкривати професійну інформацію, слід уникати.
- 2) Гонорар. Ретельно перевірте всі подробиці перед тим, як укладатимете будь-яку фінансову домовленість.
- 3) Оплата. Будьте обережними, коли повідомляєте дані Вашої кредитної чи платіжної картки засобами Інтернету.
- 4) Безпека і приватність. Зверніть додаткову увагу на відгуки про те, як обраний Вами терапевт ставиться до конфіденційності та особистої інформації своїх клієнтів.

Б. Келлі пише: „Ласкаво просимо на кібер-кушетку, у дивний новий світ, де Зігмунд Фройд зустрічається з Біллом Гейтсом. Працюючи в медичній системі, яка просто благає про економію коштів, багато професійних психотерапевтів шукають способи запропонувати своїм пацієнтам більше можливостей меншим коштом, і онлайн-терапія якраз сюди підходить. Використання комп'ютерів у якості доповнення до, або навіть як повне заміщення традиційної терапії для всіх пацієнтів, але найбільше для психічно хворих, як виявляється, не тільки пришвидшує терапевтичний процес, але й в деяких випадках робить його більш ефективним” [358].

Д. Сомерс, клінічний психолог, наводить такі ознаки придатності онлайн-терапії для клієнта:

- 1) Якщо у Вас є економічні бар'єри для традиційної психотерапії, наприклад, Ви не можете собі її дозволити.

- 2) Якщо Ви з самого початку хочете дещо дистанціюватися у психотерапевтичних будь-якого роду.
- 3) Якщо Ви живете у віддаленій місцевості, де психотерапевти не завжди доступні.
- 4) Якщо у Вас є фізична вада, яка робить участь у традиційній психотерапії дуже важкою або взагалі неможливою.
- 5) Якщо Ви розмірковуєте над тим, аби скористатися традиційною психотерапією, але спершу хочете спробувати і розібратися, що це таке.

Дж.Сампсон, Р.Колодінський і Б.Гріно [431] опублікували дослідження, в якому з'ясували, що багато психоконсультантів, які пропонували платні онлайн-послуги, не розкривали свої професійні досягнення і не уточнювали спеціальність, за якою вони здобули свою вищу освіту. Якщо навіть зазначався освітній рівень консультанта, часто з'ясовувалося, що його спеціальність за дипломом не стосувалася психології чи психотерапії. Інтернет-користувач, який шукав онлайн-психотерапевта, міг бути введений в оману несумлінним терапевтом, який зазначив, що він має ступінь магістра, з чого клієнт міг припустити, що цей магістерський ступінь – в галузі психологічного консультування, хоча насправді це могла б бути будь-яка освіта. Дж.Сампсон пише, що клієнти, які отримують інформацію через Інтернет, схильні довіряти цій інформації, і психотерапевти етично зобов'язані підтверджувати валідність інформації, яку вони заявляють про себе. Зокрема, Дж.Сампсон зауважує, що психотерапевт, який працює з географічно віддаленим клієнтом, мусить брати до уваги місцеві особливості, які можуть вплинути на клієнта, такі, як природні умови, політична нестабільність чи локальні культурні норми. Наприклад, географічно віддалений консультант може не брати до уваги якісь нещодавні травматичні події місцевого, локального характеру, які впливають на ставлення клієнта до роботи та стосунки в родині. Якщо консультант зустрічається з непередбачуваною реакцією з боку клієнта, то він має просуватися далі



повільно, уточнюючи сприймання клієнтом його власних думок, почуттів та поведінки.

Останній зазначений пункт є критично важливим, тому що брак візуальної інформації може спричинити величезні непорозуміння. Психотерапевт має перепевнитися, що клієнт правильно інтерпретував повідомлення психотерапевта і сприйняв його саме так, як консультант мав на увазі. Також цінним є застосування Інтернету на додаток до сімейної психотерапії, де один з членів родини є географічно віддаленим.

Деякі групи населення мають риси, що роблять їх добрими кандидатами на отримання вигоди від онлайн-психотерапії. Очевидно, що Інтернет має високий допомагаючий потенціал у лікуванні людей із загальною соціофобією, тривожним розладом особистості або агорафобією. Н.Бонд і Д.Сідл писали: „Головним аспектом соціофобії є те, що незважаючи на той факт, що індивіда тривожать соціальні контакти, він не може їх уникнути” [277, с. 294]. Використання онлайн-психотерапії – це можливість для психотерапевта спілкуватися з клієнтом у більш спонтанній манері, ніж це дають змогу регулярні щотижневі візити. І клієнт, і психотерапевт мають можливість читати повідомлення та відповідати на них так, як їм обом зручно. Як додаток до запланованих візитів „лицем до лиця”, онлайн-психотерапія дає можливість брати участь в реальній психотерапії, що продовжується. С.Кінг і С.Поулос писали: „Клієнт отримує негайну вигоду, описуючи всі свої очікування та зауваження, і таким чином отримує досвід пропрацьовування своєї тривожності під керівництвом психотерапевта частіше, ніж це дозволяють щотижневі візити. Психолог, що є обізнаним з динамікою онлайн міжособистісних стосунків, має змогу заохотити клієнта з загальною соціофобією чи тривожним розладом особистості взаємодіяти з іншими онлайн як частина схеми психотерапії. Професіонал етично зобов’язаний повністю проінформувати клієнта щодо усіх переваг і недоліків таких взаємодій та їх впливу на одужання клієнта.

Можливість спостерігати за онлайн-групами без обов'язкової участі в обговоренні дає таким клієнтам можливість уникати потенційно травмуючих соціальних взаємодій, водночас будучи залученими в сенсі соціальної присутності. Це одна з психотерапевтичних цілей для такого типу розладів, яку важко досягнути в групах „лицем до лица”. Використання Інтернету в якості засобу набуття нових соціальних навиків може підвищити самооцінку та впевненість у собі таких пацієнтів і спонукати їх до більш впевненої участі у позаінтернетних соціальних взаємодіях”[364, с. 31].

„Гіперперсональний” аспект комп'ютерно опосередкованої комунікації визначається у тому смислі, що люди вибірково презентують себе, і так само вибірково відповідають на презентації інших людей. У позитивному ключі для психотерапії цей гіперперсональний спосіб комунікації може створити середовище, де клієнт може легше показати гостро виражену психотерапевтичну проблему. Оскільки комунікація дає можливість вибіркової презентації, клієнт може прийти з особистою чи психологічною проблемою до онлайн-терапевта швидше, раніше чи з більшою кількістю деталей, більш глибоко, ніж у традиційній психотерапії „лицем до лица”. Фактор зніяковілості є менш вираженим, менш травматичним для клієнта. Наприклад, клієнт, який звертається за порадою щодо особистісних стосунків, може легше ділитися особистими проблемами на зразок проблеми ерекції, тому що потенціал зніяковіння набагато нижчий, ніж у контакті „лицем до лица”. В такий спосіб гіперперсональний аспект Інтернет-психотерапії може просунути вперед психотерапевтичний процес і швидше винести на поверхню обговорення гостро виражені проблеми клієнта. Недоліком такого типу комунікації є (оскільки комунікація вибіркова) можливість для клієнта зробити навпаки і уникати обговорення гострих проблем. Клієнт може оминати важливу гостру інформацію про себе, про свої проблеми, про свої почуття, таким чином роблячи майже неможливим для психотерапевта дізнатися, з'ясувати або

розкрити ці проблеми чи почуття. Важливою особливістю онлайн-психотерапії є робота з опором клієнта. Якщо у традиційній психотерапії „лицем до лица” психотерапевт може працювати з опором клієнта, який часто виражається у невербальній поведінці, такій як відведення погляду вбік, човгання в кріслі та інші знаки тілесного мовлення, то в онлайн середовищі така робота неможлива з причини відсутності невербального мовлення. Клієнт постає як чисто вербальний та несоматичний.

Коли клієнт звертається за психотерапевтичною допомогою, першим, що має зробити психотерапевт у первинному психодіагностичному інтерв'ю, є перевірка психічного стану клієнта. Перевірка психічного стану заснована на візуальних ознаках, таких як манера одягу і в цілому зовнішній вигляд, тон і ритм мовлення, орієнтація в часі, просторі та власній особистості, зміст мовлення і думок клієнта, відповідність зорового контакту (що дуже залежить від культурних особливостей). Найпершим і фактично єдиним, що може перевірити онлайн-психотерапевт, є зміст і плин думок пацієнта у процесі текстової комунікації, а от більшість інших аспектів, які перевіряються візуально, не можуть бути вивірені. Цей недолік обмежує можливість онлайн-терапевта точно діагностувати загальну самопрезентацію клієнта, так само як і початкові скарги та запит клієнта. Ця вада може створювати проблеми у розробці плану лікування та підборі відповідних засобів психотерапії.

Є певні правові, етичні та професійні зауваження щодо надання психотерапевтичних послуг через Інтернет. Не існує якогось регулюючого органу, який би міг моніторити якість надання онлайн-послуг або компетентність фахівців, які такі послуги надають. Дж.Сампсон писав: „Погано поінформований клієнт, що перебуває у стані кризи та має історію ускладнень душевного здоров'я, буде легкою здобиччю для некомпетентних або шахраюватих надавачів психотерапевтичних послуг через Інтернет” [431]. Такі несумлінні психотерапевти можуть зробити клієнту більше шкоди, ніж користі,

особливо якщо міркування прибутку візьмуть гору над клінічними, правовими та етичними міркуваннями. Існують розлади, які автоматично виключають використання текстової терапії. Серед таких розладів можна назвати: сексуальні домагання, насильство у стосунках, розлади харчової поведінки і психіатричні розлади, які включають у себе спотворене сприймання реальності. Суїцидальні наміри теж входять у цю категорію. Це не значить, що онлайн-психотерапевт має автоматично відмовляти будь-кому, хто приходить до нього із суїцидальними намірами. Якщо схильна до суїциду особа не може скористатися будь-якою формою інтервенції „лицем до лица”, тоді онлайн-психотерапія може стати останнім шансом на порятунок.

Фінн і Левіт відзначали, що групова психотерапія надзвичайно добре підходить для клінічних потреб тих, хто страждає на якісь дитячі травми. Групова психотерапія є фасилітуючою у розвитку довіри, у відновленні втрачених спогадів, і дає можливість постраждалим обмінюватися досвідом. Сексуальна віктимізація в дитинстві створює надмір дорослої симптоматики, від дисоціативних розладів особистості до тривожності і депресії. Психотерапевти, які спеціалізуються у галузі лікування постраждалих від сексуальних домагань, прийшли до висновку, що групи самопомоги часто є доповненням, або навіть заміною індивідуальної психотерапії. Хоча групи самопомоги не можуть повністю замінити професійну, експертну допомогу, їхня здатність до забезпечення особистісного росту і розвитку позитивного досвіду може бути надзвичайно цінною як для постраждалого, так і для процесу терапії. Було проведено велику кількість досліджень для визначення того, яку саме допомогу надають групи самопомоги або взаємної допомоги. Були визначені кілька головних вигод, з-поміж яких були названі обмін ідеями та ресурсами, можливість участі у діалозі, що дозволяє побачити предмет обговорення з різних боків; можливість розкрити те, що зазвичай вважається табуованим для обговорення; почуття, що ти не залишаєшся наодинці з

власним травматичним досвідом; подолання відчуження та ізоляції; розвиток натхнення та надії та побудова соціальних зв'язків. Більшість жінок, які мали проблему сексуальних домагань і шукають допомогу онлайн, використовують платні, комерційні послуги. Для психологів та працівників у сфері охорони психічного здоров'я важливо розуміти та пам'ятати нюанси онлайн-взаємодії, щоб краще допомагати клієнту, який спілкується з іншими клієнтами онлайн в процесі групової онлайн-психотерапії. Відповідальність за захист постраждалих від сексуального насильства – цієї особливої групи клієнтів – від подальших домагань лягає на плечі онлайн-професіоналів, які з ними працюють.

Міжнародне товариство онлайн-спеціалістів у галузі психічного здоров'я (ISMHO) було утворене в 1997 році для просування розвитку, використання та розуміння онлайн-технологій та інформації для міжнародної спільноти спеціалістів у галузі психічного здоров'я.

Наводимо список цілей та завдань цього товариства, як зазначено в статуті об'єднання.

2.1. Метою Міжнародного товариства онлайн-спеціалістів у галузі психічного здоров'я (ISMHO) є просування розвитку, використання та розуміння онлайн-технологій та інформації для міжнародної спільноти спеціалістів у галузі психічного здоров'я. Для досягнення цієї мети діяльність Міжнародного товариства онлайн-спеціалістів у галузі психічного здоров'я (ISMHO) включає в себе:

2.1.1. Допомогати і стимулювати професіоналів у галузі психічного здоров'я та інших до розвитку нових онлайн-технологій.

2.1.2. Надавати професіоналам у галузі психічного здоров'я необхідну освіту та інформацію про існуючі онлайн ресурси та комунікаційні технології.

2.1.3. Розвивати та поширювати використання комп'ютерно опосередкованих комунікацій у роботі спеціалістів у галузі психічного здоров'я.

2.1.4. Підтримувати ініціативи членів організації, які відповідають цілям

товариства.

2.1.5. Підтримувати і забезпечувати функціонування дискусійних онлайн-форумів, що стосуються онлайн-використання психологічної допомоги.

2.1.6. Розробляти етичні стандарти онлайн-взаємодії між професіоналами у галузі психічного здоров'я та клієнтами.

2.1.7. Координувати технічну взаємодію між членами товариства.

2.1.8. Стимулювати надання грантів та інші форми залучення коштів для розвитку інформаційних та комунікаційних систем та технологій, що мають стосунок до надання психологічної допомоги онлайн.

2.1.9. Просувати розвиток онлайн-баз даних, інформаційних та комунікаційних засобів та програмного забезпечення, легкодоступних для всіх професіоналів у сфері психічного здоров'я, засобів, які будуть слугувати для професійного розвитку та дисциплінуватимуть професіоналів у галузі психічного здоров'я.

2.1.10. Заохочувати інші професійні товариства, асоціації, спілки та групи інтересів акумулювати ресурси для розвитку, досліджень та комунікацій між професіоналами в галузі психічного здоров'я з використанням онлайн-ресурсів та онлайн-технологій.

2.1.11. Надавати консультації законодавчим органам та урядовим установам щодо використання, потенційних обмежень, потреб та вигод онлайн-ресурсів, що були утворені зі значним внеском членів товариства.

2.1.12. Просувати інформацію та розвивати обізнаність з питань онлайн конфіденційності, приватності, використання псевдонімів та анонімності.

Текстова комунікація має у собі потенціал непорозуміння та неточного сприймання інформації. Наприклад, межовий розлад особистості часто був діагностований в ситуації „лицем до лица” у ході виявлення невротичних симптомів, особливо серед жінок – те саме може спостерігатися онлайн. Одним із симптомів діагнозу істероїдного розладу особистості є часте використання

конструкцій перебільшення у мовленні і відповідний підбір слів та речень у спілкуванні „лицем до лица”. У якості проявлення цих симптомів онлайн може бути хибно сприйняте письмове мовлення людини, яка краще освічена або обдарована. Ще одним прикладом хибного сприймання є хтось, хто в дійсності є сором’язливим у спілкуванні „лицем до лица”, але на письмі може проявлятися як талановитий письменник чи поет, і цій особі може бути поставлений хибний діагноз істероїдного розладу особистості. Хтось може спитати: а в чому різниця? Різниця включає в себе три зауваження. По-перше, істероїдні прояви очевидні іншим людям та психодіагносту як такі, що тривають протягом всього життя як дисфункціональний та самодеструктивний спосіб проявлення емоцій людини. Діагноз будь-якого особистісного розладу – це занадто серйозний діагноз, щоб його запросто ставити людині. Швидко навішувати на когось ярлик подібного діагнозу є виявом незрілості, неетичності та непрофесійності. По-друге, особистість, яка обдарована тим, щоб добре спілкуватися письмово, може бути названа патологічною, тому що комунікація і тільки комунікація є тим, що ретельно розглядається у світі письмового тексту. По-третє, в більш позитивному ключі, якщо клієнт в дійсності є сором’язливим або інгібованим у своїх здібностях соціальних комунікацій у взаємодіях „лицем до лица”, але в той же час може добре спілкуватися у текстовому світі, це може становити добрі можливості для лікування. У клієнта є не лише певний спосіб комунікації та повідомлення своїх думок і почуттів у середовищі, де він відчувається у безпеці, але і психотерапевтична мета допомогти йому з його комунікаціями „лицем до лица” може бути поставлена на більш ранніх стадіях психотерапії, або у більш інтенсивний та агресивний спосіб.

Психічний розлад часто співіснує з низькою здатністю до прийняття рішень та здатності винесення суджень. Від людини з психічним розладом не очікують самостійного прийняття чітких рішень у будь-який момент з причини симптомів, таких як галюцинації та марення. Будь-хто, хто шукає допомоги у

ситуації психологічного дистресу, не повинен бути засудженим чи критикованим через його ускладнення чи життєві обставини, і професіонал має звертатися до клієнта і розглядати його зауваження з емпатією та турботою. Хибна постановка діагнозу психічного розладу майже завжди означає невірне лікування. Клінічна психологія використовує головні психодіагностичні критерії, зокрема вказані в МКБ-10, у якості стандартних критеріїв для постановки діагнозу усіх відомих психічних розладів. Не є незвичайним, коли клієнту з проявами шизофренії ставлять хибний діагноз біполярного розладу, або навпаки. Коли справа доходить до лікування психічних розладів онлайн, ці типи хибно сформованих суджень можуть в подальшому серйозно заважати лікуванню.

З клієнтами необхідно обговорити межі застосування та можливості Інтернету. Клієнти мають бути поінформовані, що онлайн-комунікація не є стовідсотково і повністю безпечною, особливо якщо клієнт і терапевт спілкуються на відкритих Інтернет-форумах, або сам клієнт розголошує якість відомості психотерапевтичного спілкування. З іншого боку, в деяких випадках Інтернет може бути **більш** конфіденційним – клієнт ніколи не переступає поріг кабінету психотерапевта. Анонімність та приватність Інтернет-комунікацій – це ті особливості, які заохочують багатьох людей, які в інший спосіб не зверталися б до професіонала в галузі охорони психічного здоров'я, шукати потрібну їм допомогу через Інтернет.

Як приклад можна навести типовий самоопис організації, що надає психологічну допомогу онлайн: „Ми – Консультативна служба онлайн – позиціонуємо себе як місце очищення для людей, які (з будь-якої причини) не наважуються самі зробити перший крок до процесу лікування; які бояться стигматизації і віддають перевагу анонімному контакту у якості першого кроку до розуміючої терапії. Ми не пропонуємо психотерапію, але пропонуємо наше знання та підготовку і введення клієнта в дотерапевтичне середовище,



надихаючи його на те, аби він міг прийняти поінформоване рішення про доступні ресурси; ми допомагаємо клієнту знайти форми психотерапії, які точно підходять для його особливих потреб. Ми відкриті для всіх Ваших запитань, водночас анонімність у мережі захищає Вас. Ми є командою професіоналів, які присвятили себе цій роботі – студентів, викладачів та практичних психологів – та які віддають свій час, зусилля та фахові знання. За невелику суму, яка спрямовується на покриття наших витрат, ми допомагатимемо Вам на Вашому важкому шляху. Однак, зверніть увагу, що пропоновані нами послуги НЕ МОЖУТЬ замінити пряму консультацію з дипломованим фахівцем. Перший контакт і консультація є повністю безкоштовними”.

Є люди, що потребують послуг у сфері охорони психічного здоров'я, які, проте, не можуть або не будуть присутніми на традиційних психотерапевтичних сеансах, і використовують Інтернет для міжособистісних комунікацій. Цій групі людей пропонують свої послуги психологи та інші спеціалісти в галузі охорони психічного здоров'я, які пропонують консультування по е-мейлу, на форумах, чатах та шляхом відео-конференцій. Нинішні діти виростуть з інакшим набором очікувань та установок щодо того, що є нормою у їхньому використанні Всесвітньої комунікаційної мережі для пошуку та обміну інформацією і формування стосунків. Завдяки розвитку технологій онлайн-активність стає дедалі більше інтегрованою у наше повсякденне життя, тому багато сфер використання Інтернету, які є сьогодні контроверсійними (наприклад, онлайн-психотерапія), для наступного покоління будуть виглядати буденними.

Групи самодопомоги пропонують альтернативу для людей, які шукають зв'язку з іншими. Разом з перевагами цих електронних психотерапевтичних форумів існує низка недоліків. Очевидно, що до цих груп легше долучитися, ніж до груп „лицем до лица”, але чи це значить, що з них так само легше вийти? Якщо людина довгий час не відчуває соціальної присутності „лицем до лица”, і це її напружує, то якими є ефекти відсутності віртуальних обіймів, поцілунків і

рукоштовань, а також інших форм особистих зв'язків, що мають місце у віртуальних групах? Майбутні дослідження будуть працювати в цьому напрямку. Багато факторів міжособистісної онлайн-взаємодії залишаються відкритими для дослідження. Дж.Дабін та співавтори писали: „Групи онлайн-підтримки можуть допомагати певній групі людей з психічними хворобами. Усуваючи бар'єри соціального статусу, гендеру, віку, місцезнаходження, соматичні фактори та емоційну інгібіцію, Інтернет-групи дають людям комунікаційний засіб, спеціально створений, щоб допомогти їм у вирішенні їхніх специфічних проблем” [305].

Психотерапія за допомогою е-мейлу, чатів та форумів (а також інших способів) не є у строгому, класичному, усталеному розумінні психотерапією, це віртуальна психотерапія. Це положення має бути чітко зрозумілим як для тих, хто надає послуги онлайн-психотерапії, так і для широких кіл громадськості. Текстова природа Інтернет-комунікацій, позбавлена чуттєвості, має певні переваги та недоліки. Якщо практикуючий спеціаліст не є достатньо глибоко обізнаним з нюансами текстових стосунків, існує достатньо високий ризик завдати більше шкоди, аніж користі. Менш очевидною, але більш суттєвою є різниця між текстовими стосунками та стосунками у реальному житті у їх здатності до проєкції. Люди не можуть спрямовувати свою комунікацію у порожнечу, і людська свідомість заповнює ці лакуни соціального статусу, гендеру, віку, місцезнаходження, соматичних факторів. Флейм-війни, віртуальні романи та випадки Інтернет-адикції мають місце з частотою, яка насторожує. Оскільки те, що свідомість проєктує як відсутні деталі Іншого, часто наповнене непорозуміннями та хибно приписаними атрибутами.

У людей є довга історія читання письмового тексту і вкорінена звичка сприймати цей письмовий текст як такий, що представляє добре обдумані і ретельно вивірені погляди його автора. Коли особисті стосунки розвиваються тільки у формі тексту, люди не звикли читати те, що за своєю суттю є відбитком

безпосереднього потоку свідомості автора. Новачки у цьому середовищі можуть переживати дуже важкий період звикання, тому що соціальні норми письмового звертання до незнайомців спонукають величезний дезінгібуючий ефект. Відсутність негайних відгуків на вираження людини у формі письмового тексту, поєднана з Інтернет-антиподом соціальної норми „Не розмовляй з незнайомцями”, спричиняє високу частоту непередбачуваних та неконтрольованих поведінкових реакцій. Люди пишуть в Інтернеті такі речі, які вони ніколи б не наважилися сказати іншій людині вживу.

Психотерапія засобами Інтернет-форуму чи е-мейл розсилки є найбільш ефективною, коли відсутні якісь дані. Це стається, коли онлайн-терапія використовується як доповнення до традиційної психотерапії, або як частина післятерапевтичної підтримки. Якщо учасники віртуальної комунікації зустрічалися „лицем до лица”, тоді кількість можливих проєкцій різко зменшується. Невеликі, закриті, модеровані та професійно фасилітовані форуми мають неоціненний потенціал для ефективною груповою психотерапії з багатьма групами людей, зокрема з клієнтами, які страждають на соціофобію. Всі форми Інтернет-психотерапії мають бути доповнені чітко заявленими межами конфіденційності, інформацією про місцеві групи чи організації кризової допомоги та інформацією про відповідні психоосвітні матеріали, доступні у мережі.

## **5.2. Професійний розвиток, патологія та психотерапія онлайн**

Професіонали у галузі охорони психічного здоров'я дедалі ширше відкривають для себе багатство онлайн-світу. Спеціалісти в галузі надання психологічної допомоги та дослідники відкрили для себе, що, виходячи в онлайн, вони можуть покращити своє розуміння та навички, потрібні для того, щоб залишатися сучасними у висококонкурентному середовищі охорони

психічного здоров'я. Ця конкуренція зачіпає не лише практикуючих спеціалістів, але майже кожного викладача та дослідника в майже кожній професійній та науковій галузі. Професіонали можуть залишатися конкурентноздатними, використовуючи онлайн-світ як *інструмент*, як одне з доповнень до їхнього звичаєного набору клінічних та дослідницьких інструментів.

Важко сказати непевне, скільки професіоналів використовують цю технологію у корисний та конструктивний спосіб. Хоча багато людей обізнані з ідеєю „блукання по мережі” та використання пошуковиків для знаходження потрібної інформації, набагато менше розуміють корисність онлайн-чатів та дискусійних форумів.

Професійний розвиток у контексті онлайн-світу включає три головні сфери: зміни у тому, як віднаходиться потрібна клінічна інформація онлайн; тривалі освітні курси онлайн; виникнення більш згуртованих професійних спільнот онлайн. Ці сфери існують онлайн у тій чи іншій формі, але майбутнє обіцяє важливі покращення та зміни у технологіях та у способах їх впровадження. Ці зміни допоможуть практикуючому спеціалісту та досліднику краще знаходити потрібну та вчасну інформацію онлайн; покращать здатність лишатися обізнаним з новими ліками, діагнозами та схемами лікування; допоможуть краще співпрацювати з іншими професіоналами в галузі надання психологічної допомоги онлайн. Професійний розвиток у галузі онлайн-технологій може допомогти спеціалісту стати кращим практикуючим психологом чи дослідником, і так само принесе прямі вигоди клієнтам чи дослідницькій роботі.

Інформація, чи то у формі газетної статті на Інтернет-порталі, чи то у формі новинної розсилки, прес-релізу, редакційної колонки, чи журнальної статті – це одна з головних причин, чому професіонали у галузі психічного здоров'я заходять сьогодні онлайн. Онлайн-інформація розміщена на мільйонах

сайтів по всьому світу. Як і Всесвітній мережі в цілому, такій інформації бракує стрункої організації. Люди покладаються на пошуковики, але часто полишають процес пошуку необхідної інформації, розчаровані та фрустровані. Потреба у менш складних механізмах мережевого пошуку стимулює спрощення онлайн-пошукових інструментів. Розумні інструменти, інформаційні брокери та поступові покращення пошуковиків допоможуть легше шукати потрібну інформацію.

Враховуючи важкість пошуку потрібної інформації у традиційний спосіб, був втілений в життя новий спосіб отримання інформації більш вчасно та у менш фруструючий спосіб. Вже не є неймовірним вийти в Інтернет і одразу отримати налаштований список новин, статей та посилань, адаптований до Ваших особистих інтересів та смаків. Цей важливий крок уперед приходить у формі розумних програмних інструментів. Ці програми – це просто невеличкі інструменти, які постійно знаходяться у Вашому комп'ютері або на веб-сайті. Їхньою задачею є пошук по Всесвітній павутині інформації, релевантної до Ваших інтересів та потреб.

Розумні агенти (інструменти) мають більше можливостей, ніж просто пошук по веб-сайтах. У майбутньому такі програми матимуть здатність пошуку по базах даних компаній, і, можливо, навіть матимуть змогу бути підписаними на певні дискусійні онлайн-форуми. З використанням певних алгоритмів та логічних правил вони формують дайджест релевантних статей або дискусій, які мають місце зараз або відбувалися в минулому. Якщо Ви зацікавлені у когнітивних реструктуруючих техніках, але не у загальних розмовах, або безпредметних дискусіях, які часто мають місце на форумах, такі програми будуть відбирати тільки той дискусійний матеріал, що є релевантним до предмету Вашого зацікавлення, і подаватимуть підсумок до Вашої уваги.

Інформаційні брокери – це служби, що виступають розумними посередниками у процесі пошуку та відбору релевантної інформації. Такі

програми допомагають відсіяти „зерна від лушпиння”, лишаючи тільки те, що Ви хочете або потребуєте прочитати. Прикладом інформаційного брокера є служба відбору новин. Ці послуги, які вже давно популярні і у реальному світі, формують підсумковий дайджест інформації та новин за певними темами. Наприклад, існує служба медичних новин, яка формує підсумок головних новин у галузі медицини за останній тиждень і щоденно відсилає його на Ваш комп'ютер. Інші служби новин можуть надати навіть більше, а саме двічі або тричі на день пропонуючи дайджести за категоріями національних, міжнародних новин, новин у галузі бізнесу, спорту, політики, місцевих та розважальних новин.

Пошуковики є також важливим засобом підбору інформації онлайн. Вже зараз пошуковики мають можливість запам'ятати і відтворити ваші пошукові вподобання, коли Ви заходите на цей пошуковик. Хоча ця можливість дещо нагадує „Великого брата”, це, однак, працює як зручний та потрібний інструмент для тих, хто вміє ним користуватися.

Безперервна онлайн-освіта вже є доступною у різних формах та форматах для задоволення майже будь-яких освітніх потреб. Основою онлайн-освіти є можливість брати ті курси, які людина хоче, і тоді, коли хоче. Немає великих витрат на подорожі чи проживання, пов'язані з відвідуванням курсів. Кількість та різноманітність доступних онлайн-курсів дедалі зростає, і професіонал в сфері надання психологічної допомоги опиняється перед все більшим вибором. Треба вивчити якісь найсучасніші техніки лікування синдрому гіперактивності та дефіциту уваги, бо до Вас щойно прийшов новий клієнт з цією проблемою? Хочете підвищити Ваші клінічні навички, продовжуючи лікування пацієнта з межовим розладом особистості? Ви можете, не відходячи від комп'ютера, відвідати відповідні онлайн-курси. Зручність, можливість вибору і фінансова доступність – це лише деякі з причин, чому безперервна онлайн-освіта стає все більш привабливим варіантом для професіоналів.

Онлайн-курси викладаються у різний спосіб. Найбільш популярним форматом онлайн-курсів є використання онлайн-дискусійного форуму – або шляхом е-мейл розсилки, або ж Інтернет-форуму. Іншим популярним форматом є також онлайн аудіо-курси. Більшість онлайн-курсів зазвичай пропонуються слухачеві у *асинхронному* форматі. Це означає, що Ви можете брати курс, коли Ви хочете, немає визначеного часу або дня, коли Ви маєте бути онлайн як учасник курсу. Ці курси структуровані в такий спосіб, що кожен учасник отримує ті самі завдання та матеріали для читання, а потім проходить проміжний тест для перевірки знань перед тим, як перейде до наступної частини курсу. На форумах завжди є помічник інструктора або сам інструктор для того, щоб допомогти слухачам.

Інші курси структуровані більш схоже на традиційні курси у реальному житті, де учасники курсів зустрічаються у певному зазначеному часі та просторі. Цей тип курсів проводиться у *синхронному* форматі. Місцем курсів зазвичай є чатова кімната, і курси можуть відбуватися один, два або три рази на тиждень. Чат-сесії проводяться інструктором, і учасники курсу можуть ставити питання під час лекції точно так, як це є у реальному житті. Проміжні тести перевірки знань теж відбуваються у режимі реального часу, і існують періоди неформальних дискусій для доповнення формальних викладацьких сесій.

Обидва ці формати – синхронний та асинхронний – дуже добре підходять для більшості учасників, оскільки вони поєднують в собі правильну комбінацію інтерактивності та технології, водночас не перевантажуючи учасників. Більшість онлайн-курсів проводять на базі Всесвітньої павутини, оскільки це дозволяє презентацію навчальних матеріалів легше, ніж це дозволяють інші онлайн-технології.

Значний прорив у технологіях онлайн-навчання привнесла можливість онлайн аудіо- та відеоконференцій. Із застосуванням цих технологій доступні та можливі як асинхронний, так і синхронний формати. Синхронне, або «live»

аудіо та/або відео, яке поєднує лектора та учасників курсу, перетворює освітній потенціал онлайн на максимально наближений до реального життя. Такі відеоконференції вже широко проводяться в університетах, школах, урядових і неурядових установах та громадських організаціях по всьому світу.

Але онлайн аудіо та відео не обов'язково має бути синхронним для того, щоб бути цікавим. Розроблено багато аудіокурсів для безперервної освіти фахівців у сфері охорони психічного здоров'я. Багато сервісів пропонують цілі онлайн бібліотеки аудіо та відео матеріалів, які доступні учаснику курсів у приватній та комфортній обстановці власного дому.

Онлайн-курси зменшують витрати часу та зусиль на подорожі, пропонуючи майже той самий досвід, що і курси вживу. Хоча онлайн-курси ніколи не замінять звичайні освітні курси, вони забезпечують унікальну та корисну альтернативу до звичайного навчального досвіду.

Так само, як звичайні люди використовували чати та форуми для розваги та емоційної підтримки, професіонали вже давно відкрили цінність та користь спільної праці у професійних онлайн-товариствах. Спеціалісти у галузі надання психологічної допомоги можуть знайти колег у таких онлайн-групах і використовувати їх як ще один клінічний інструмент у своєму арсеналі. Клініцисти об'єднуються сьогодні у такі професійні соціальні мережі для: розширення бази даних клінічного консультування та спеціалістів допомагаючих професій; вивчення маркетингових технологій у висококонкурентному середовищі професіоналів у галузі надання психологічної допомоги; розміщення власного резюме чи пошуку персоналу; участі у супервізорських сесіях та неформальних бесідах; обміну корисними клінічними ресурсами онлайн та для обговорення специфічних клінічних тем (таких, як дитячий розвиток, дослідження у галузях психотерапії, психоаналізу, психофармакології, когнітивної психотерапії, персонології тощо). Цей вид *інформаційної роботи*, у якій інформація обмінюється, споживається,



продукується та обробляється для власних потреб, має здатність трансформуватися під впливом онлайн-технологій. Природа цього перетворення та цих спільнот лежить у безперервному розвитку та становленні спеціалістів у галузі охорони психічного здоров'я за допомогою дискусійних форумів та сайтів.

Стає популярним серед професійних веб-сайтів пропонувати закриті спільноти. Такі закриті групи надають перевагу чіткого знання того, з ким Ви спілкуєтесь (наприклад, група переконаних фрейдистів, когнітивістів, клінічних психологів, біхевіористів, екзистенціалістів, діяльнісних психологів тощо). Ці групи також пропонують більш структуроване середовище, більш звичне для професіоналів, що хочуть обговорити фахові питання. Наприклад, супервізорські конференції мають загальну структуру, яка дуже легко адаптується до онлайн-використання. Структуроване середовище також приносить з собою певний набір правил, що допомагає краще означити спільноту і установити її формальні межі. Такі межі є дуже бажаними, оскільки Інтернет та кількість подібних сайтів зростають, і необхідно виділити новозасновану спільноту від вже існуючих в цій галузі. Відкриті спільноти, які об'єднують еkleктичний набір читачів, часто страждають від величезних обсягів позатематичних дискусій. Хоча деяким професіоналам можуть подобатися такі дискусії, які вже стали нормою онлайн, інші віддають перевагу більш сфокусованому і професіональному середовищу для обміну думками та ідеями. Ми вважаємо, що з цієї причини закриті спільноти будуть зростати і ставати більш привабливими для спеціалістів у галузі психологічної практики.

Д. Грохол наводить модель професійної онлайн спільноти, яка процвітає у відкритому середовищі. Засновники цієї спільноти сконструювали сайт так, щоб він був інтуїтивно зрозумілим та приємним і заохочував відвідувача ще раз зайти. Кожен розділ форуму модерує експерт у певній галузі. Модератор керує дискусією, започатковує нові теми і слідкує за відповідями учасників у вже

існуючих темах. Направлені таким способом дискусії допомагають відвідувачам залучитися до обговорення і зазвичай розвиваються у безпосередні та цікаві розмови. Ця спільнота також поєднана з онлайн-магазином спеціалізованої літератури – як нової, так і вживаної. Також на цьому сайті є чат-кімната, щоб професіонали могли обговорити фахові питання в режимі реального часу. Одним із спеціальних розділів на форумі є супервізія. В цій дискусійній гілці фахівець може розбирати випадки, які регулярно презентуються досвідченими клініцистами / викладачами у сфері їх роботи, і обмінюватися з іншими професіоналами коментарями щодо представленого випадку. Тих, хто зазвичай тільки читає дискусію, заохочують приєднатися до цієї віртуальної консультації та висловити власні думки і запитання. Різноманітність точок зору, теоретичних орієнтацій, життєвих досвідів, особистих історій та рівня підготовки робить цей тип дискусії одним з найбільш захоплюючих аспектів цієї онлайн-спільноти. Д. Грохол наводить лише один з багатьох сайтів, присвячених тому, щоб дати можливість професіоналам приєднатися до спільноти, яка дає їм саме те, що вони хочуть та потребують від професійно орієнтованого веб-сайту.

Таким чином, професіонали, які користуються перевагами спеціалізованих онлайн-ресурсів, приносять вигоду не лише собі, але й власному практичному чи теоретичному досвіду. Поступовий розвиток онлайн-технологій робить інформацію легше доступною через покращення пошуковиків, винайдення розумних програм та інформаційних брокерів. Безперервна онлайн-освіта дозволяє зайнятому та ошадливому спеціалісту в сфері надання психологічної допомоги залишатися обізнаним з останніми досягненнями у сфері лікування та досліджень. Професійні онлайн-спільноти розвиваються і стають більш фахово зосередженими, ніж вони є зараз, запозичуючи багато характеристик у спільнот, які існують у реальному світі, зокрема завдяки застосуванню аудіо та відеоконференцій у реальному часі. Не тільки Ваші професійні навички покращуються завдяки такому професійному

розвитку, але й Ваші клієнти також мають вигоду від Вашої здатності, наприклад, проконсультуватися з іншим досвідченим професіоналом, який має глибокі знання у певній вузькій проблемі клієнта. Так само Ви можете покращити свої клінічні навички через пошук онлайн та читання наукової літератури, або опанувати нові клінічні навички шляхом безперервної онлайн-освіти.

Оскільки мільйони людей долучаються до рядів онлайн-користувачів щороку, не є дивним, що нові патології – або старі патології, що проявляють себе у новий спосіб – стають все більш очевидними. Клінічні психологи зустрічають все більше і більше людей, що переступають поріг їхнього кабінету з проблемою, що стосується використання Інтернету. Дослідники вивчають цей феномен і проводять дослідження, щоб пояснити цю проблемну поведінку. Дослідження допомагають глибше зрозуміти, чи ці патерни неадаптивної поведінки є прямим наслідком перебування в онлайн світі, чи залучення до онлайн світу у якості місця прихистку та втечі є насправді симптомом інших, ще не діагностованих проблем, у житті людини, чи навпаки, способом вправлятися з проблемами.

Мабуть, найбільш відомою онлайн-патологією є надлишкове використання Інтернету. Надмірне використання Інтернету часто описується в неспеціалізованих медіа у форматі жахливих історій, як причина нехтування дітьми, розлучень, розриву стосунків та низки інших соціальних і міжособистісних проблем.

Одним з найбільш проблематичних аспектів для дослідника є великий обсяг дефініцій того, у чому полягає „надмірне” використання Інтернету. О.Г. Асмолов, Н.А. Цветкова, А.В. Цветков [15]; Г.У.Солдатова, О.І. Рассказова [219]; Янг [497]; В.Бреннер [281]; Дж.Морахан-Мартін та Р.Шумахер [393] у своїх дослідженнях відрізняються не тільки у визначенні надмірного використання як такого, що триває від 5 годин на тиждень до 40 годин на

тиждень, але й, що більш важливо, що є „нормальним” використанням Інтернету. Більше того, жодне з цих досліджень не дає чіткого розуміння того, як автори відрізняють використання Інтернету, необхідного для роботи або шкільної чи іншої навчальної діяльності, від такого використання, яке визначається як чисто розважальне чи соціальне. Час, проведений онлайн – без чіткого знання і розуміння того, як саме люди проводять цей час – не є адекватною мірою нормальності і ненормальності сам по собі.

Заключним доказом, який би підтверджував чи спростовував „надмірне” використання Інтернету як чіткої психодіагностичної категорії, є інші фактори, не пов’язані прямо з часом перебування онлайн. Ці фактори, які дуже часто випускають з поля зору, включають в себе, але не обмежуються: минулою історією психіатричних та/або соматичних проблем (особистих або сімейних); минулою історією проблем у стосунках; рівнем поточного та звичайного психосоціального функціонування; існуючими фізичними чи психічними захворюваннями; особистим статусом зайнятості людини (працюючий, безробітний, студент тощо), а також колишнім рівнем соціальних взаємодій у реальному світі. Багато з цих факторів можуть пояснювати підвищене проведення часу онлайн, що саме по собі не є негативною поведінкою (наприклад, люди з важкою групою інвалідності по опорно-руховому апарату, які прив’язані до свого будинку, можуть відкрити для себе цілий новий світ, доступний їм онлайн). Поки проведення дослідження не бере до уваги всі перераховані фактори, питання надмірного використання Інтернету буде залишатися відкритим.

Чи деякі люди проводять занадто багато часу в Інтернеті? Так, це правда. Люди проводять занадто багато часу на роботі („трудоголіки”), біля телевізора, читаючи книжки і можуть проводити занадто багато часу, займаючись майже будь-якою діяльністю. Видається, що надмірному використанню онлайн приділяється надмірна увага. Цей наголос може бути пояснений тенденцією до

пошуку винних і до проголошення похмурих передбачень, як це було кожного разу, коли з'являлась якась нова технологія. Коли з'явилося радіо, були зловісні передбачення про ефект радіохвиль на людину і домогосподарство, точно те саме повторилося через декілька десятків років з приходом телебачення. Інтернет – це просто найостанніша з технологій, яка зазнає впливу забобон. Він не володіє будь-яким більш адиктивним потенціалом, ніж цей потенціал мають телебачення або трудова діяльність.

По мірі того, як технологія стає більш розвиненою, засіб масової комунікації стає більш інтерактивним та корисним. Якщо ми розглянемо розвиток простих електронних комунікацій, ми можемо побачити розвиток та зростання цієї інтерактивності. Телеграф дозволив спеціалістам у галузі комунікації, що мали певний рівень підготовки, приймати та передавати повідомлення через дротові канали за допомогою азбуки Морзе. Це вимагало певної підготовки і не давало можливості довготривалих комунікацій між учасниками. З винайденням телефону популярність телеграфу зменшилася, тому що користувачі могли обмінюватися власними повідомленнями, потребуючи лише мінімальної участі інших людей (телефонних операторів, які зараз зовсім витіснені електронним комутаційним обладнанням). Використовуючи телефони, люди можуть насолоджуватися довгими розмовами у режимі реального часу за мінімальну ціну. Як знає будь-хто з батьків, більшість підлітків проявляють щось дуже схоже на залежність, адикцію від телефону, що є нічим більшим, аніж однією з форм двосторонньої комунікаційної технології.

У такий спосіб Інтернет може розглядатися як подальший розвиток телефону. Онлайн-технологія не тільки підтримує комунікацію користувачів „один з одним”, але також уможливорює комунікації „один з багатьма” (списки розсилки, вебсторінки, чати, соціальні мережі тощо), модальність, яка в епоху до Інтернет була представлена радіомовленням та телебаченням. Але Інтернет

робить це краще, ніж радіо та телебачення: він дозволяє *двосторонню* взаємодію. Звичайно, слухачі можуть зателефонувати на радіо, якщо це дозволяє формат передачі, те саме стосується телевізійних ток-шоу (якщо Вам пощастило потрапити до аудиторії в студію), але все одно спілкування залишається під контролем продюсера шоу. На противагу цьому в Інтернеті можуть почути кожного. Це технологія, яка дозволяє людям висловитися, і ці висловлення не мають обмежень за часом, аудиторією чи довжиною повідомлення. Людське суспільство ніколи раніше не мало такої можливості спілкуватися одночасно з десятками, сотнями або навіть тисячами інших людей за дуже низьку або навіть нульову плату (на відміну від вартості власного телевізійного або радіошоу).

З цієї точки зору не дивно, що дехто вважає Інтернет потенційно адиктивним. Але яким чином листування онлайн зі знайомими людьми якісно і суттєво відрізняється від ситуації, коли двоє людей зустрічаються у реальному житті і говорять за чашкою кави, чи ведуть бесіду по телефону? Дослідження комп'ютерно опосередкованих комунікацій виявили очевидні проблеми у соціальних взаємодіях онлайн (в першу чергу брак невербальних засобів), але вони зачепили тільки поверхню усього багатоманіття доступних онлайн-модальностей (наприклад, відмінності між текстовим чатом і чатом, де більше спілкуються смайликами-емотиконами). Більше того, література у галузі комп'ютерно опосередкованих комунікацій тільки побічно розглядає величезні вигоди, які ця технологія приносить людям з особливими потребами та специфічним соціальним групам. Наприклад, інвалід з травмою опорно-рухового апарату, який має мало друзів у реальному світі через стан свого здоров'я, отримує значну вигоду від спілкування онлайн. Онлайн-світ усуває не тільки традиційні географічні та соціоекономічні кордони, але також піднімається над фізичними та ментальними обмеженнями. Зосереджуючись на потенційних патологічних аспектах використання Інтернету, ми часто не

звертаємо уваги на очевидні та приховані вигоди. Будь-яка дискусія щодо патологічного використання Інтернету має бути поміщена в більш широкий психологічний та соціальний контекст.

Визначення психічного розладу засноване на конвенційному наборі симптомів та критеріїв, що можуть змінитися з часом. Розлади, зазначені в МКБ-10 та DSM-IV, включаються туди на основі химерної комбінації експертних думок, досліджень, політичних, економічних та соціальних факторів. Можливо, найбільш ілюстративним щодо мінливої природи того, що суспільство вважає „нормальним” є усунення гомосексуальності з міжнародних класифікацій хвороб та з карних кодексів різних країн.

Дехто розглядає ригідну, догматичну природу психіатричних ярликів як надзвичайно шкідливу та несправедливу щодо складної природи людської поведінки [382]. У світлі цих тривалих дебатів щодо валідності таких діагностичних ярликів надмірне використання Інтернету може розглядатися сьогодні як ненормальна поведінка, хоча більша частина українців все ще не користується Інтернетом. Через десятиліття, коли майже кожен матиме доступ до Інтернету, так само легко, як зараз має доступ до телефонного зв'язку та телевізора, визначення того, що є нормою, а що є патологічним використанням, безсумнівно зазнає змін.

Деякі дослідники також розвивають концепт *телеприсутності*, що визначається як „міра того, наскільки учасники зібрання отримують враження спільного перебування у одному, рівновіддаленому від усіх учасників, місці” [395, с. 290]. Наступні дослідження патологічного онлайн-використання мають враховувати цей фактор, оскільки не дивним буде те, що деякі сфери онлайн мають вищий рівень телеприсутності, аніж інші сфери. Наприклад, чат-кімната, де обмін повідомленнями ведеться у режимі реального часу, має вищу телеприсутність, аніж асинхронний веб-форум. По мірі того, як аудіо та відео ставатимуть все більше популярними, відчуття перебування в одному і тому

самому місці зі співрозмовниками буде збільшуватись. І тоді складність питання адикції неймовірно зростає. Якщо технологія стає настільки розвинутою і загальнодоступною, що користувач відчувається так, ніби він знаходиться у одному приміщенні з іншою людиною, то чи має значення те, що він насправді там не знаходиться? Оскільки більшість повсякденних соціальних взаємодій з людьми, що не є членами родини, не включають у себе фізичний дотик, то чи може використання технології, що показала високий рівень телеприсутності, серйозно вважатися адиктивною поведінкою? Можливості для збільшених соціальних та професійних взаємодій будуть майже безмежними.

Нові патології, або змінені форми вже існуючих, що виникають через зростаючу популярність онлайн-світу, не зводяться лише до надмірного використання цієї онлайн-технології. Антисоціальна та маніпулятивна поведінка часто вважається як навіть більш поширена онлайн, аніж у реальному світі. Це переважання спричинене псевдонімичною природою онлайн-комунікацій, де ідентичності є чимось прихованим і часто невідомим. Брак підтверджуваних соціальних маркерів, таких, як прості мімічні знаки, також спричиняє менш відповідальну і менш законслухняну поведінку онлайн. Вплив та природа цієї патології ще не є вивченою повністю та потребує подальшого дослідження та розробки.

Стосунки між людьми можуть зазнавати серйозного випробування, коли один з учасників цих стосунків залучається до онлайн-світу. Найбільш популярною скаргою до психотерапевтів є те, що людина онлайн заводять романи з іншою людиною, яку він чи вона знає тільки через Інтернет. Фактично це стало найбільш розповсюдженою проблемою, з якою стикаються у своїй практиці психотерапевти, що працюють у реальному світі [497]. Реальні проблеми у стосунках, такі як нечесність, неповага й таємничість, однак, не змінилися тільки тому, що можливий роман тепер перенесено в світ віртуальних стосунків.



Люди, які вважають, що онлайн-стосунки з іншою людиною є просто формою „нешкідливого фліртування”, мають встановити чіткі межі між фліртом і романом і, хоча ці межі можуть динамічно змінюватися, їх не перетинати. Просте питання-тест є таким: чи розповідали Ви або чи розповіли б Вашим значущим іншим про Ваші стосунки онлайн? Якщо відповідь на це питання негативна, можливо, онлайн-стосунки зайшли далі, ніж простий флірт. Люди, які включаються в онлайн-роман у якості заміни або доповнення до стосунків у реальному світі, часто описують свої онлайн-стосунки як більш інтимні та близькі. Цей феномен ймовірно пояснюється дезінгібуючими ефектами середовища, а також силою навиків письма деяких людей. Крім того, з причини браку невербальних та прямих візуальних маркерів, людина мусить більше застосовувати свою уяву, щоб заповнити прогалини в фізичному та психічному аспектах образу співрозмовника. Ці фактори, однак, не можуть бути визнані задовільними при спробах пояснити, чому така поведінка може бути болючою для значущого іншого. Чи це онлайн світ, через свої дезінгібуючі ефекти та більше використання людської уяви, спричинює таку розгальмовану поведінку? Чи деякі люди просто більш схильні до романів, незалежно від середовища? Чи деякі люди мають більш низький поріг для дезінгібуючих ефектів онлайн-спілкування? По мірі того, як відео, аудіо та інші технології набуватимуть більшого поширення, деякі з цих факторів зменшаться, і, можливо, ідея онлайн-роману стане менш привабливою.

Слід завжди мати на увазі, що онлайн-світ є лише новою модальністю взаємодії з іншими. Цей світ включає в себе точно ту ж вибірку людей, як і у реальному світі. Професіонали мають усвідомити, що так само, як розлади проявляються у реальному світі, так вони будуть проявлятися в онлайн-світі. Цей світ може бути механізмом копінгу для одних людей або ж місцем більшої свободи для вираження симптомів власного розладу – для інших людей. Все це, однак, є лише технологією, яка сама по собі потенційно не має більше

можливостей завдати шкоди людині, аніж це роблять трудова діяльність або перегляд телевізора. Треба чітко розуміти, що шкода завдається тоді, коли ця технологія, як і будь-яка інша технологія, неправильно використовується, неправильно розуміється або неправильно вживається.

Дехто може зауважити, що онлайн-стосунки за своєю природою поступаються у якості реальним стосункам. Однак будь-то, хто провів онлайн більше року, знає та розуміє, що міцні стосунки можуть розвиватися і розвиваються онлайн за повної відсутності соматичних подразників. Комунікація та стосунки просунулися набагато вперед від тих часів, коли телеграф та телефон зробили можливою комунікацію на далекі відстані. Багато сучасних людей, долучаючись до Інтернету, наново відкривають для себе силу та експресивність письмового слова. Технологія має здатність видозмінювати спосіб, манеру нашого спілкування, але вона не має сили позбавити людей їхніх комунікативних навичок.

Слід звернути більшу увагу на ідею телеприсутності під час вивчення онлайн-патологій. Коли люди відчувають, що вони справді знаходяться у одному просторі, коли вони спілкуються онлайн, природньо очікувати, що вони будуть проводити більше часу у цьому просторі. Сфери онлайн з найвищим рівнем телеприсутності будуть влаштовані найбільш подібно до реальних комунікацій. По мірі того, як завдяки прогресу технологій буде зростати рівень телеприсутності, клініцисти та дослідники мають розуміти, що суб'єктивна межа між „знаходженням тут” реального життя та „знаходженням там” Інтернету буде ставати все більш і більш нечіткою.

Клініцисти будуть спостерігати зростання поширеності проблем, який мають стосунок до Інтернету у реальному спілкуванні з клієнтами. Цього слід очікувати, оскільки все більше і більше людей будуть відкривати для себе вигоди та ризики нової технології. Однак, як вже наголошувалося раніше, онлайн-світ сам по собі не є прямою *причиною* виникнення нових психічних

розладів чи поглиблення вже існуючих. Навпаки, онлайн-світ часто використовується деякими людьми і як засіб напрацювання нових, більш ефективних стратегій копіngu, а в інших ситуаціях як засіб для маскуванню проблем в житті людини. Професіонали в галузі надання психологічної допомоги мають опиратися спокусі розглядати технологію саму по собі як проблему, натомість слід шукати більш традиційні пояснення для дезадаптивної поведінки клієнта.

По мірі розвитку технологій і залучення нових користувачів зростає кількість онлайн консультантів. Ці спеціалісти, кваліфікаційно-освітній рівень яких може варіювати від випускника школи до доктора психологічних наук, пропонують широкий спектр психотерапевтичних послуг онлайн. Ці послуги відрізняються від однієї простої інтервенції в стилі „питання - відповідь” до тривалої психотерапевтичної сесії онлайн.

Звідки походить сама потреба постановки клієнтом запиту онлайн? Чому люди не звертаються з цим запитом до власних психотерапевтів? (Як ми вже зазначали раніше, багато людей, в яких сформований запит на онлайн-допомогу, вже користуються тією чи іншою формою психотерапевтичних послуг). Чому вони не звертаються до місцевого закладу охорони психічного здоров'я або до іншого комунального ресурсу? Відповідь на ці питання потребує подальшого дослідження, але вже зараз можна сформулювати попередній варіант відповіді. По-перше, онлайн-світ пропонує такий рівень анонімності, який є недосяжним для сучасного реального світу. Клієнт може зайти в чат або надіслати е-мейл до будь-кого з багатьох спеціалістів, які пропонують свої послуги онлайн, і зробити це під псевдонімом або взагалі анонімно. Можливість анонімності під час обговорення особистого життя, проблем психічного здоров'я та проблем у інтерперсональних стосунках має особливо високу психотерапевтичну цінність, коли маємо справу з тривалою стигматизацією, яка має місце у багатьох суспільних групах щодо проблем

душевного здоров'я. Ця анонімність надихає людей і дає їм можливість говорити більш відкрито та вільно про свої проблеми, обираючи для цього зручний час та обсяг довжини повідомлення. Можна полемізувати, чи цей вид відкритої анонімної комунікації є корисним, чи має разом з тим деякі проблеми.

По-друге, *дезінгібуючий ефект*, про який ми вже неодноразово згадували вище, є важливим стимулом для деяких клієнтів спробувати ту чи іншу форму психотерапевтичних послуг онлайн.

По-третє, багато людей вже й так проводять багато часу онлайн для цілей, пов'язаних з роботою, академічною діяльністю чи розвагами. Багато хто з цих відвідувачів Інтернету має стійке відчуття того, що він/вона може краще взаємодіяти соціально з іншими людьми онлайн, аніж у реальному світі. Для таких людей онлайн-терапія або психотерапевтичні інтервенції видаються найбільш вдалим вибором.

По-четверте, онлайн-світ пропонує блискавичність, яку дуже важко досягнути в реальному світі. Більшість онлайн-консультантів позиціонують як свою перевагу те, що вони зазвичай відповідають на запит клієнта в інтервалі до 24 годин, і цей час реакції набагато кращий, ніж той, який людина може досягнути в реальному світі, якщо спробує добитися незапланованої зустрічі зі своїм психотерапевтом.

По-п'яте, онлайн-психотерапія може запропонувати значне покращення для тих клієнтів, які пробують онлайн нові моделі соціальної поведінки, які вони не наважуються випробувати у реальному світі [324; 365]. Наприклад, якщо людина страждає на соціофобію, спроба виробити нові стратегії поведінки, спрямовані на подолання проблеми, у реальному світі можуть наразитися на високий рівень тривожності і роздратування. Вигодою для клієнта є можливість спершу випробувати плановані тактики поведінки онлайн, де ризики соціального відторгнення мінімізовані, головним чином завдяки Інтернет-псевдонімності. Відторгнення може мати місце, але оскільки воно не

обов'язково прив'язане до певної конкретної особистості, і не виражається прямо в обличчя клієнта, експеримент з випробовування нових тактик поведінки неодмінно легше і менш травматично провести онлайн, ніж у реальному світі.

По-шосте, онлайн-світ пропонує потенціал позитивних змін у соціальному оточенні для людей, які не мають можливостей та ресурсів для таких змін з географічних чи фінансових причин. Людина, що живе у маленькому містечку чи селі, може мати доступ до послуг одного чи двох психотерапевтів, притому жоден з них може не мати досвіду чи знань, необхідних для роботи з психічними розладами. Онлайн можна знайти професіонала, який має досвід роботи не тільки з цим конкретним розладом, але і може запропонувати схему лікування цього розладу або порекомендувати іншого спеціаліста. Цей самий клієнт, не виїжджаючи за межі свого містечка чи села, може скористатися вигодами ефективності та підтримки, яку забезпечать сотні онлайн груп взаємної самодопомоги. Люди, які не мають доступу до місцевого центру охорони психічного здоров'я, можуть знайти доступні або зовсім безкоштовні консультації потрібного спеціаліста онлайн. Людина навіть не обов'язково має купувати комп'ютер, щоб отримати цю психологічну допомогу: громадські бібліотеки та університети часто пропонують безкоштовний доступ до Інтернет.

Нарешті, онлайн-світ є просто-напросто мікрокосмом реального світу. З цієї причини ми маємо бути готові віднайти всі відтінки проблем реального світу онлайн. Люди, що виходять онлайн, залишаються тими ж самими людьми. Проблеми конкретної людини не зникають тільки тому, що модальність комунікації змінилася з „лицем до лиця” на комп'ютерно опосередковану комунікацію. Так само легко і природньо, як люди долучаються до онлайн світу, починаючи шукати інформацію щодо стану їх психічного здоров'я, деякі з цих людей також шукають в Інтернеті допомогу з тих самих причин. Це є природнім передбаченим продовженням поведінки людини, що шукає актуальну для себе

інформацію.

Багато людей вважають саму ідею проведення будь-якого типу ефективної чи довготривалої інтервенції цілковито не працюючою. Головними зауваженнями є брак невербальних маркерів і важкість в отриманні правдивої ідентифікації клієнта. Останнє зауваження є великою мірою іррелевантним, оскільки психотерапевти у реальному світі так само не ставлять собі за мету, що є справжньою ідентичністю потенційного клієнта. Клієнт може легко прийти у офіс терапевта, назвати вигадане ім'я, адресу, місце роботи, номер телефону, і, незважаючи на це, брати участь у психотерапії. Ми вважаємо за необхідне сприймати як даність, що в силу того, що людина сидить перед нами в кріслі кабінету, вона говорить нам правду щодо основних параметрів, таких як демографічна інформація, ім'я та зайнятість. Наскільки часто вітчизняний психотерапевт стикається з клієнтом, який приходить до його кабінету з вигаданою ідентичністю? Рідко. Є поширеним хибне уявлення про те, що ця проблема буде більш вираженою онлайн.

Брак невербальних маркерів здається головним критичним зауваженням щодо онлайн-психотерапії. Але наскільки це серйозна перешкода? Сучасні дослідження з використанням телефонних інтервенцій та психотерапії за допомогою телефону, іншого середовища, де більшість невербальних маркерів відсутня, не вважають цю відсутність критичним недоліком [451, 331]. Варто зауважити, що відсутність або обмеження візуальних маркерів не є новим явищем. У психоаналізі – найстарішому напрямку психотерапії – довго існував стандарт, за яким психотерапевт знаходився за межами поля зору клієнта. Цей тип психотерапії обмежує невербальні прояви не тільки з боку клієнта, але також з боку психотерапевта.

Будь-хто, хто має доступ до Інтернету, може безкоштовно зареєструвати е-мейл адресу або оформити реєстрацію на кількох форумах, навіть якщо доступ до Інтернет здійснюється у громадській бібліотеці або через інший

безкоштовний ресурс. Е-мейл та форуми лишаються і продовжуватимуть бути одним з найкращих варіантів психотерапії, тому що вони дозволяють кожному респонденту уважно прочитати і добре продумати відповідь на прочитане. На противагу будь-якому типу взаємодії у реальному часі, а також чатам чи відеоконференціям у онлайн-світі, спілкування через е-мейл або форум (взаємодія не у реальному часі) може бути більш глибоким, детальним і напевно більш корисним для психотерапевта та клієнта. Почуття можуть бути висловлені так само потужно і переконливо у слові писаному, як і у слові усному, що показують нам безліч класиків літератури та поезії ще з часів античності.

Є багато дилем, з якими стикається онлайн-консультування або онлайн-психотерапія. Центральним питанням, на яке слід дати відповідь: чи Інтернет є безпечним та ефективним середовищем лікування, навіть якщо вся діяльність спеціаліста зводиться до простих відповідей на питання.

З причини браку невербальних маркерів може бути важко визначити людей, які симулюють або брешуть психотерапевту. Хоча, як ми вже зауважували раніше, мало що стримує клієнта від брехні у звичайній психотерапевтичній сесії „лицем до лица”, більшість психотерапевтів переконані, що таку нечесність легше визначити, коли сидиш напроти клієнта. Очевидні неспівпадіння теж легше виявити у реальному житті. Того, хто заявляє, що йому/їй 22 роки, але виглядає не старше ніж 15, набагато легше визначити у реальному житті, ніж онлайн. Однак, якщо онлайн-психотерапевти вживатимуть нескладні запобіжні заходи перед початком психотерапії, більшість таких проблем можна уникнути.

Для більшості професіоналів в галузі надання психологічної допомоги немає нагальної необхідності цілковито переходити в онлайн для проведення психотерапевтичної практики. Не існує беззаперечних аргументів, чому більшість спеціалістів мусять зробити саме так. Але якась частина фахівців в

галузі охорони здоров'я спробує цю інноваційну модальність і запропонує мільйонам людей, які є користувачами Інтернету, новий тип психотерапевтичних послуг. Ці першопроходці відповідають на заклик тих, хто вже шукає професійної допомоги онлайн. Такі професіонали складають мультидисциплінарну групу, що не належить до жодної психотерапевтичної школи. Однак всі вони сходяться у тому, що майбутнє психотерапії буде включати у себе онлайн-модальність.

У майбутньому більш глибокі дослідження підтвердять або спростують припущення щодо безпеки та ефективності цієї онлайн-модальності. Якщо Ви шукаєте додаткові способи підвищити Ваш рівень підготовки та фаховий рівень, поглибити знання та навички, онлайн-світ може чекати на Ваші професійні послуги.

Будь-який тип онлайн психотерапевтичних послуг – чи це консультація між фахівцями, онлайн-оцінювання або пряме надання послуг на форумі чи по е-мейлу – може набути великої популярності уже в наступні кілька років. Люди, звичні до вимог, переваг та особливостей нової технології, уже достатньо дозріли до того, щоб шукати кваліфіковану онлайн-допомогу саме у цьому середовищі.

Для професіоналів, які приходять в Інтернет, відкривається багато напрямків. Навіть звичайна е-мейл адреса та сторінка у соціальній мережі може допомогти потенціальним клієнтам та колегам по цеху легко знайти Вас, перевірити Ваші професійні досягнення, ознайомитися з минулими та поточними дослідженнями, над якими Ви працюєте, та сферою Ваших професійних інтересів. Стати активним учасником однієї з новоутворених професійних спільнот, записатися на курс безперервної освіти або використовувати Інтернет як інструмент для пошуку професійної інформації – всі ці можливості легко доступні сьогодні. Ці відправні точки є лише початком, основою потенціалу набагато більших і краще організованих спільнот співпраці,



колегіальності та професійного розвитку.

### **5.3. Корекційно-розвивальний потенціал психологічної допомоги особистості засобами Інтернет-технологій**

Дисгармонійні вияви соціально-економічного розвитку сучасного суспільства деструктивно позначаються на особистісному становленні людини, зокрема – підлітків. Динаміка інформаційних процесів у соціокультурному та віртуальному просторах нині є досить високою, а тому покладатися на вплив випадкових факторів соціалізації сьогодні неприпустимо. Особистість на етапі дорослішання потрібно готувати до життєдіяльності у несталому інформаційному суспільстві послідовно і цілеспрямовано, а у разі необхідності – надавати своєчасну кваліфіковану допомогу.

Разом з тим, моделюючи концепти психологічного супроводу особистості, фахівці мають враховувати реалії інформаційного суспільства: несталість соціокультурного середовища, віртуалізація суб'єктивного простору існування, глобалізація комунікаційних вимірів. У ХХІ столітті віртуальний простір є особливою реальністю буття особистості, використовується нею як семантичне поле реалізації недоступних раніше ресурсів і потенціалу самовизначення. Інтернет забезпечує існування людини «додатковими соціальними просторами» (М.Фасслер), в яких людина набуває своєї «інакшості», може реалізувати персональні якості, що не використовуються нею у реальному житті. Користувачі Інтернет-ресурсів звернені до нових форм самовираження і ресурсів, які дозволяють їм «знайти своє співтовариство», партнерів по комунікаціям. Саме тому у сучасному світі неабиякої ваги набуває проблема гармонізації реального і віртуального вимірів існування користувачів Інтернет-ресурсів (О.Г. Асмолов, О.В. Войскунський, А.Е. Жичкіна та ін.), у тому числі й у площині надання людині психологічної допомоги..

Системно аналізуючи контент реалізації психологічної допомоги суб'єктам життєпростору, ми розуміли необхідність диференціації структурних рівнів психологічного супроводу людини у скрутних життєвих обставинах. Традиційно розрізняють [42, с.21-25]:

- 1) психологічне консультування, зорієнтоване на емоційну підтримку, ціннісно-сміслову орієнтацію, опрацювання життєвих стратегій;
- 2) немедична психотерапія (особистісного і соціального спрямування), що передбачає об'єктивацію і рефлексію складної життєвої ситуації, структурування поведінкових сценаріїв, створення умов для подолання психосоціальних травм і конфліктів;
- 3) клінічна психотерапія, спрямована на лікування основного і супутніх захворювань, нейтралізацію психосоматичних розладів і причин страждання.

Ставлячи перед собою задачу розробити концептуальну модель психологічної допомоги особистості в умовах віртуалізації соціальних комунікацій ми виходили з того, що надання психологічної допомоги у сучасному інформаційному суспільстві має бути зорієнтованим на потенціал віртуальних соціальних комунікацій – злиття *online*- і *offline*-діяльності у просторі реального спів-буття із використанням Інтернет-технологій (рис. 7).

Із урахуванням позицій даної концептуальної моделі психологічної допомоги особистості була організована програма формувального експерименту. Апробація корекційно-розвивального потенціалу та перевірка ефективності кваліфікованої психологічної допомоги особистості засобами Інтернет-технологій у площині даного дисертаційного дослідження була спланована нами у форматі впровадження у практику психологічного супроводу самоздійснення підлітків **комплексної програми** психологічного консультування та надання немедичної психотерапевтичної підтримки у складних життєвих ситуаціях.



Рис. 7. – Концептуальна модель психологічної допомоги особистості в умовах віртуалізації соціальних комунікацій

Зважаючи на специфічні особливості надання психологічної допомоги як професійної діяльності та із урахуванням того, що в центрі уваги фахівця – психолога перебуває особистість періоду дорослішання, життєва ситуація якої потребує змін, методологічною основою дослідження був обраний експериментально – генетичний (та його модифікація – генетико-моделюючий) метод наукового пізнання [145; 151]. Формат *генетико-моделюючого методу* дозволяє узгодити власне генезис, своєрідну активність особистості, її функціонування (зокрема й у вимірах віртуального простору) та розвитку (С.Д. Максименко); це уможливорює виконання дослідження у максимально природних умовах існування особистості і створення актуального простору реалізації самою особистістю чисельних можливостей моделювання власного розвитку і існування [226, с.265–270].

Основним вектором організації процесу реалізації психоконсультативної програми (програми формувального експерименту) було обрано систему комунікативної діяльності підлітків в Інтернет – просторі, що забезпечує для підлітків можливість анонімної співпраці із дорослими та однолітками задля змінення (варіювання) поведінкових сценаріїв і розвитку особистісних ресурсів.

При плануванні **комплексної програми** психологічного консультування та надання немедичної психотерапевтичної підтримки підлітків у складних життєвих ситуаціях ми враховували оптимальний контекст комунікативної діяльності сучасної молоді у соціокультурних вимірах *online-* і *offline-*діяльності (рис.8).

*Мета* формувального експерименту: дослідити тенденції впливу цілеспрямованого надання психологічної допомоги особам підліткового віку у спеціально створених умовах онлайн-модальності психоконсультативних та немедичних психотерапевтичних послуг засобами Інтернет-технологій.

*Цільовою аудиторією* корекційно-розвивального впливу психоконсультативної програми було обрано 155 підлітків старшої вікової

групи (14–15 років), що зумовлено результатами констатувального етапу емпіричного дослідження. Респонденти вибіркової сукупності виявили найбільш проблемні особистісні конструкти, амбівалентність та суперечливий характер яких потребує інтенсивного психологічного впливу задля їх урівноваження та оптимізації. Задля чистоти експерименту підлітки були довільно поділені на дві групи: учасники експериментальної групи (72 особи) були зорієнтовані на отримання психологічної допомоги у вимірах *online*-комунікації, тоді як учасники контрольної групи (83 особи) мали отримувати психоконсультативну та психотерапевтичну допомогу у кабінетах практичного психолога у закладах освіти (виміри *offline*-діяльності).

Апробація психоконсультативної програми відбувалася у двох напрямках:

1. Створення онлайн-офісу для надання психологічної допомоги цільовій аудиторії дослідження засобами Інтернет-технологій (консультацій онлайн, відеосесій Інтернет-психотерапії тощо).
2. Організація груп психологічної самопомоги підлітків (форумів) на засадах діалогу – онлайн-спілкування.

Психологічний супровід професійної діяльності онлайн-офісу для надання психоконсультативних та немедичних психотерапевтичних послуг був зорієнтований на удосконалення цілісного феномену професійної майстерності практичних психологів (фасилітаторів), розвиток потенційних можливостей професійного та особистісного становлення на засадах прийняття відповідальності за власний вибір із урахуванням особливостей Інтернет-простору. У даному контексті діяльність онлайн-офісу здійснювалася на засадах гуманістичного позитивного ставлення до особистості і передбачала заборону оцінних суджень, безумовне прийняття унікальної цінності кожного респондента, діалогічність міжособистісних стосунків та рівний розподіл відповідальності за все, що відбувається у суб'єктивному

просторі особистісного становлення людини у період дорослішання, між усіма суб'єктами психологічної допомоги.

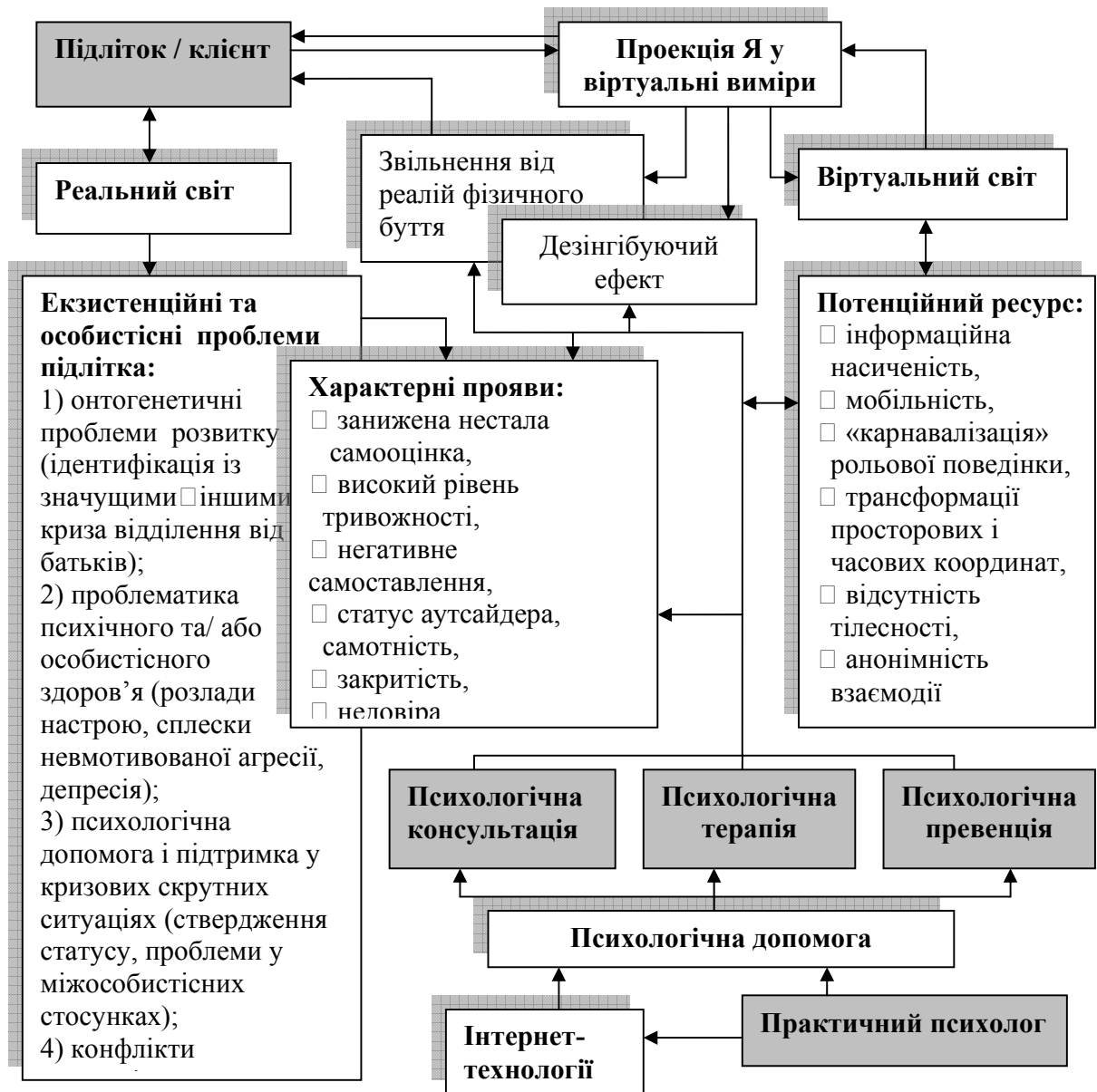


Рис. 8. – Потенціал психологічної допомоги підліткам у вимірах *online-* і *offline-*діяльності

У площині технологічного (процесуального) забезпечення функціонування онлайн-офісу передбачало дотримання певної етапності розгортання програми формувального експерименту:

1. Організація процедури психологічної допомоги (формування груп психологів-консультантів та психологів-психотерапевтів, створення груп психологічної самопомоги підлітків (форумів) на засадах онлайн-спілкування, означення правил участі у експериментальній програмі).
2. Моделювання інформаційного простору (реального та віртуального): означення форм і методів співпраці, вибір психологічних прийомів, технік, Інтернет-технік, вправ корекційно-розвивальної роботи та їх методичне забезпечення.
3. Визначення стратегій психологічного супроводу взаємодії учасників у соціокультурних та фахових вимірах *online*- і *offline*-діяльності, управління груповими процесами, рефлексивна діяльність.
4. Аналіз отриманих результатів: ретроспективне обговорення та рефлексія.

Результативність комплексної психологічної допомоги визначалася можливістю перенесення набутого досвіду у професійну реальність практичних психологів та досягненням стабілізації психічних станів підлітків-респондентів.

Експериментальна робота онлайн-офісу тривала протягом 108 годин; онлайн-зустрічі із групами психологічної самопомоги підлітків відбувалися із періодичністю 1 – 2 рази на місяць протягом 3– 4 годин.

Система психологічної допомоги у вимірах *online*- і *offline*-діяльності вибудовувалася із дотриманням основних **принципів** роботи практичних психологів із підлітками (І.В.Вачков, О.В.Євтихов, О.В.Ємельянова, О.А.Леванова, Н.О.Морева, О.В.Сидоренко, Н.М.Токаревої та ін.):

- *принцип професійної специфіки*, що забезпечує урахування фахових особливостей психологічного супроводу особистості у період дорослішання;
- *принцип реалістичності*: створені виміри надання психологічної допомоги (індивідуальної та/ або групової) підліткам в умовах онлайн-офісу дозволяють із урахуванням значущих деталей опрацьовувати складні ситуації емоційно-сміслового спектру життя;
- *принцип діалогізації процесу*: організація спілкування на засадах партнерства, довірливих, рівноправних стосунків між учасниками взаємодії;
- *принцип активності*: учасники психоконсультативної та психотерапевтичної роботи мають бути рівною мірою долучені до активної роботи, що детермінує результативність особистісного зростання суб'єктів;
- *принцип дослідницької (творчої) позиції*: креативне середовище комунікативної діяльності онлайн-офісу спрямовує учасників до самоаналізу, дослідження особливостей і закономірностей міжособистісного спілкування, отримання нового досвіду діалогічного партнерства у віртуальному просторі і пошуку варіантів розв'язання проблем у ситуаціях професійної взаємодії засобами Інтернет-технологій;
- *принцип об'єктивації поведінки*, що передбачає переведення учасників консультативної та/ або психотерапевтичної допомоги із імпульсивного, неусвідомлюваного рівня регуляції діяльності і вчинків на усвідомлений, що у вимірах когнітивного аргументування дозволяє гнучко застосовувати ефективні стратегії поведінки адекватно до особливостей ситуації та потенційних можливостей особистості не лише у вимірах



віртуального середовища, але й переносити набуті компетенції у контент реального світу;

- *принцип конфіденційності і довіри*, що зумовлює неприпустимість винесення особистісних історій кожного за межі окремого сеансу психологічної допомоги; міру щирості у обговоренні персонального досвіду кожний член групи встановлює сам, що дозволяє йому відмовитися від участі в дискусії щодо певних питань;
- *принцип незасудження та прийняття*, що передбачає встановлення довірливо-ділового стилю спілкування, толерантності у ставленні до іншої людини;
- *принцип зворотного зв'язку*, що зумовлює висловлювання кожним членом групи відкритої, аргументованої конструктивно-доброзичливої коректної оцінки щодо успішності виконання поставлених задач, емоцій та поведінки.

Робота із підлітками у системі функціонування онлайн-офісу здійснювалася у форматі індивідуального консультування та немедичної психотерапії, а також у групах психологічної самопомоги підлітків (форуми спрямованого призначення) на засадах діалогу – онлайн-спілкування.

Змістовими компонентами методичного комплексу програми формувального експерименту в умовах онлайн-модальності психоконсультативних та немедичних психотерапевтичних послуг засобами Інтернет-технологій. були обрані такі *методи*:

- метод інформування (онлайн-лекції та консультативні (тематичні) бесіди), що дозволив у доступній формі поінформувати суб'єктів щодо можливостей повноцінного розвитку та гармонійного функціонування особистості у віртуальному на реальному просторах;
- групова дискусія (відеосесії, робота на форумі тощо), у площині якої здійснювався конструктивний аналіз скрутних життєвих ситуацій,

означувалися раціональні шляхи подолання найбільш імовірних труднощів міжособистісної взаємодії, підвищення самоконтролю та удосконалення можливостей саморегуляції соціальних партнерів у складних ситуаціях комунікативної діяльності. Групова дискусія дозволяє співставити протилежні думки, розглянути проблеми під різними кутами, зменшити супротив новій інформації, що відрізняється від очікувань;

- методи арт-терапії (спрямована візуалізація, колажування, тематичне малювання), що забезпечили рефлексію персонального досвіду за рахунок інтеріоризації модифікованих установок особистості та усвідомлення необхідності екзистенційно-гуманістичних трансформацій суб'єктивного простору шляхом інтеграції вимірів *online*- і *offline*-діяльності;
- метод експертних оцінок, зорієнтований на якісне оцінювання із подальшим ранжуванням за заданими критеріями проблемних питань на підставі думок спеціалістів-професіоналів.

Кожна онлайн-зустріч із підлітками мала комплексну структуру, що відображувала системну єдність теоретичного і практичного блоків (рис.9.):



Рис.9. Структура зустрічі у межах онлайн-сесії (консультації)

В умовах *online*- і *offline*-діяльності груп психологічної самопомоги підлітків (форумів), що потребує атмосфери відповідальної та відвертої взаємодії, використання комунікативно-перцептивних засобів, інтерактивних вправ та інших дієвих форм самовираження забезпечує усвідомлення нових ракурсів сприймання проблемних моментів життя, розширення перспектив їхнього розуміння, суб'єктивних можливостей вирішення. За відсутності невербальних елементів діалогу онлайн-спілкування забезпечує можливість обміну приватними повідомленнями між учасниками групи та фасилітаторами. Приватне спілкування між фасилітатором і окремими членами групи дозволяє членам групи у приватному порядку висловлювати особисті зауваження до фасилітатора. Фасилітатор може допомогти учаснику підняти це питання і опрацювати його в межах групи. Такий приватний канал зв'язку може бути

набагато кращим, ніж покладатися на відгадування знаків невербальної комунікації в групах „лицем до лица” і вочевидь є перевагою онлайн-груп. Деякі з відомих етичних, правових та моральних зобов'язань терапевта щодо своїх клієнтів у випадку онлайн-терапії забезпечуються інтенсивним скринінгом і повністю поінформованою згодою клієнта, яка має надаватися до початку терапії.

У процесі *online*-діяльності груп психологічної самопомоги із підлітками-учасниками відбуваються суттєві зміни:

- набувають оптимального вираження комунікативні компетенції, що виявляються у конструктивних (діалогічних) моделях комунікації та прийомах міжособистісної взаємодії;
- підвищується рівень соціально-психологічної компетентності: розвиваються навички орієнтування у різнопланових соціальних ситуаціях, здатність адекватно оцінювати комунікативну ситуацію, прогнозувати тенденції її розвитку;
- відбувається розвиток внутрішньої і зовнішньої свободи, спонтанність поведінкових сценаріїв, зменшується кількість деструктивних когнітивно-комунікативних стереотипів у поведінці;
- зростає самооцінка, впевненість особистості у собі, відповідальність за прийняті рішення; удосконалюються виміри соціально-перцептивного досвіду, емпатії, емоційної сензитивності; розвивається уява, креативність;
- підвищується пошукова активність, актуалізується зорієнтованість на активну життєву позицію; формується здатність до особистісної рефлексії, вміння здійснювати ретроспективний аналіз історії власного життя й минулого досвіду спілкування із іншими людьми та осмислення перспективності життєвих планів.

Невеликі, закриті, модеровані та професійно фасилітовані форуми мають

неоціненний потенціал для ефективної групової психотерапії з багатьма групами людей, зокрема з клієнтами, які страждають на соціофобію. Всі форми Інтернет-психотерапії мають бути доповнені чітко заявленими межами конфіденційності, інформацією про місцеві групи чи організації кризової допомоги та інформацією про відповідні психоосвітні матеріали, доступні у мережі.

Заключний етап формувального експерименту дисертаційного дослідження мав за мету аналіз змін релевантних підсистем особистісного профілю підлітків вибіркової сукупності, що відбулися у процесі корекційно-розвивальної роботи. В якості психодіагностичного інструментарію контрольного зрізу даних нами був обраний тест-опитувальник самоствавлення В.В.Столїна та С.Р. Пантелеєва. Ретестування змістової сутності характеристик респондентів дозволило означити вектори ефективності формувального експерименту (табл. 17).

*Таблиця 17.*

**Динаміка середніх величин вимірів самоствавлення підлітків**

Критерії аналізу	Середні величини (Mx) параметрів на етапі констатувального експерименту		Середні величини (Mx) параметрів на етапі контрольного зрізу	
	Експерим. гр. (N = 72)	Контрол. гр. (N = 83)	Експерим. гр. (N = 72)	Контрол. гр. (N = 83)
Самоповага	25,33	34,60	34,60	44,67
Аутосимпатія	28,00	28,00	47,00	37,33
Очікувані ставлення від інших	53,00	72,33	39,67	53,00
Самоінтерес	49,67	71,33	71,33	92,33
1) Самовпевненість	29,33	16,67	65,67	47,67
2) Ставлення інших	32,00	32,00	51,33	51,33
3) Самоприйняття	7,67	16,67	34,33	50,67
4) Самокерівництво	38,33	25,67	60,33	38,33
5) Самозвинувачення	81,67	60,67	43,33	43,33

6) Самоінтерес	20,00	34,33	34,33	54,67
7) Саморозуміння	21,33	21,33	68,67	43,33

За всіма параметрами самоствавлення у підлітків вибіркової сукупності відбулися позитивні зміни, що означає значущий потенціал можливостей надання психологічної допомоги особистості в умовах віртуалізації соціальних комунікацій. Динаміка змін особистісного профілю учасників експерименту, котрі отримували допомогу *online* – психологічне консультування та немедичну психотерапевтичну підтримку підлітків у складних життєвих ситуаціях із використанням Інтернет-технологій, та підлітків, котрі співпрацювали із практичними психологами *offline* – в умовах кабінету практичного психолога у закладі освіти, є співвіднесеними. Надання психологічної допомоги у спеціально створених умовах онлайн-модальності психоконсультативних та немедичних психотерапевтичних послуг засобами Інтернет-технологій є ефективним.

Відповідно, можна стверджувати, що в умовах віртуалізації сучасного суспільства надання психологічної допомоги має бути зорієнтованим на потенціал віртуальних соціальних комунікацій – злиття *online*- і *offline*-діяльності у просторі реального співібуття із використанням Інтернет-технологій.

### **Висновки до V розділу**

У розділі доведено, що психотерапія в Інтернет-просторі може бути ефективним засобом надання допомоги тому, хто цього потребує.

Висвітлено специфіку функціонування груп самопомоги (більш точними є терміни "групи взаємодопомоги" та "групи підтримки"), важливим елементом яких є – допоміжна терапія. Констатовано, що допоміжна терапія позначає ту частину терапевтичної цінності цих груп, яка є доступною в силу

того, що кожен учасник може бути водночас реципієнтом та надавачем допомоги.

Групова психотерапія розглядається як валідний метод лікування для багатьох психопатологій. Розвиток та дослідження в галузі онлайн-груп підтримки додає нових відтінків значення цій формі інтервенції. Відео-зв'язок дозволить майбутнім терапевтам працювати у режимі відео-конференцій, проводячи групи підтримки для географічно віддалених учасників.

Розглянуто різні аспекти професійного розвитку онлайн. Доведено, що професіонали у галузі охорони психічного здоров'я дедалі ширше відкривають для себе потенційні можливості онлайн-світу, потрібні для того, щоб залишатися сучасними у висококонкурентному середовищі охорони психічного здоров'я. Безперервна онлайн-освіта дозволяє зайнятому та ощадливому спеціалісту в сфері надання психологічної допомоги залишатися обізнаним з останніми досягненнями у сфері лікування та досліджень. Професійні онлайн-спільноти розвиваються і стають більш фахово зосередженими, ніж вони є зараз, запозичуючи багато характеристик у спільнот, які існують у реальному світі, зокрема завдяки застосуванню аудіо та відеоконференцій у реальному часі.

Доведено, що надання психологічної допомоги у сучасному інформаційному суспільстві має бути зорієнтованим на потенціал віртуальних соціальних комунікацій – злиття *online*- і *offline*-діяльності у просторі реального співібуття із використанням Інтернет-технологій, визнання чого дозволило розробити концептуальну модель психологічної допомоги особистості в умовах віртуалізації соціальних комунікацій.

Із урахуванням позицій даної концептуальної моделі психологічної допомоги особистості була зорганізована програма формувального експерименту. Апробація корекційно-розвивального потенціалу та перевірка ефективності кваліфікованої психологічної допомоги особистості засобами

Інтернет-технологій у площині даного дисертаційного дослідження була спланована нами у форматі впровадження у практику психологічного супроводу самоздійснення підлітків **комплексної програми** психологічного консультування та надання немедичної психотерапевтичної підтримки у складних життєвих ситуаціях.

*Цільовою аудиторією* корекційно-розвивального впливу психоконсультативної програми було обрано 155 підлітків старшої вікової групи (14–15 років), що зумовлено результатами констатувального етапу емпіричного дослідження. Респонденти вибіркової сукупності виявили найбільш проблемні особистісні конструкти, амбівалентність та суперечливий характер яких потребували інтенсивного психологічного впливу задля їх урівноваження та оптимізації. Робота здійснювалася в умовах *online-* і *offline-* діяльності груп психологічної самопомоги підлітків (форумів), що потребує атмосфери відповідальної та відвертої взаємодії, використання комунікативно-перцептивних засобів, інтерактивних вправ та інших дієвих форм самовираження забезпечує усвідомлення нових ракурсів сприймання проблемних моментів життя, розширення перспектив їхнього розуміння, суб'єктивних можливостей вирішення.

Результати поточного спостереження за підлітками експериментальної (*online-*діяльності) та контрольної груп психологічної самопомоги засвідчили, що із підлітками-учасниками відбуваються суттєві зміни:

- набувають оптимального вираження комунікативні компетенції, що виявляються у конструктивних (діалогічних) моделях комунікації та прийомах міжособистісної взаємодії;
- підвищується рівень соціально-психологічної компетентності: розвиваються навички орієнтування у різнопланових соціальних ситуаціях, здатність адекватно оцінювати комунікативну ситуацію, прогнозувати тенденції її розвитку;



- відбувається розвиток внутрішньої і зовнішньої свободи, спонтанність поведінкових сценаріїв, зменшується кількість деструктивних когнітивно-комунікативних стереотипів у поведінці;
- зростає самооцінка, впевненість особистості у собі, відповідальність за прийняті рішення; удосконалюються виміри соціально-перцептивного досвіду, емпатії, емоційної сензитивності; розвивається уява, креативність;
- підвищується пошукова активність, актуалізується зорієнтованість на активну життєву позицію; формується здатність до особистісної рефлексії, вміння здійснювати ретроспективний аналіз історії власного життя й минулого досвіду спілкування із іншими людьми та осмислення перспективності життєвих планів.

Заключний етап формувального експерименту дисертаційного дослідження мав за мету аналіз змін релевантних підсистем особистісного профілю підлітків вибіркової сукупності, що відбулися у процесі корекційно-розвивальної роботи.

В якості психодіагностичного інструментарію контрольного зрізу даних нами був обраний тест-опитувальник самоствавлення В.В.Століна та С.Р. Пантелеєва. Ретестування змістової сутності характеристик респондентів дозволило означити вектори ефективності формувального експерименту. Було доведено, що за всіма параметрами самоствавлення у підлітків вибіркової сукупності відбулися позитивні зміни, котрі означили значущий потенціал можливостей надання психологічної допомоги особистості в умовах віртуалізації соціальних комунікацій.

Динаміка змін особистісного профілю учасників експерименту, котрі отримували допомогу *online* – психологічне консультування та немедичну психотерапевтичну підтримку підлітків у складних життєвих ситуаціях із використанням Інтернет-технологій, та підлітків, котрі співпрацювали із

практичними психологами *offline* – в умовах кабінету практичного психолога у закладі освіти, є співвіднесеними. Це дає підстави стверджувати, що надання психологічної допомоги у спеціально створених умовах онлайн-модальності психоконсультативних та немедичних психотерапевтичних послуг засобами Інтернет-технологій є ефективним.

## ВИСНОВКИ

Узагальнення отриманих у дослідженні результатів дозволило сформулювати підсумкові висновки.

1. Фундаментальними принципами дослідження суб'єктно-психологічних характеристик використання Інтернет-технологій є принципи активності, суб'єктності, детермінізму, історизму та розвитку. Суб'єкт використання Інтернет-технологій є активною, вільною, творчою, відповідальною особистістю, яка має багатогранний внутрішній світ.
2. Практична психологія віртуальної реальності – нова, актуальна та високотехнологічна галузь професійної діяльності психолога. Ефективне застосування психологом Інтернет-технологій потребує глибокої теоретичної підготовки та всебічної обізнаності щодо сучасних концептуальних моделей комп'ютерно опосередкованих комунікацій.
3. Потрапляючи у віртуальні соціальні мережі, людина реалізує свої найбільш актуальні в цей момент часу потреби. Задовольнивши нижчу потребу бути частиною спільноти, вступивши до неї і зайнявши своє місце, вона щабель за щаблем рухається далі. Автентична людина розвиває свої психологічні потреби, прагнучи повніше реалізувати ті здібності, якими вона володіє, вишукуючи для цього нові шляхи і можливості. Значимість соціальних мереж в Інтернеті для автентичної особистості полягає в задоволенні потреб: у постійному припливі інформації, що цікавить; в спілкуванні і обміні думками щодо актуальних проблем, ситуацій, процесів, а так само щодо власних творчих та інтелектуальних досягнень; у розвитку загального кругозору, що підвищує інтелектуальний рівень особистості в цілому; в розвагах, плануванні свого дозвілля та відволіканні (відхід від повсякденних справ і

буденності навколишнього життя); у виробленні навичок формування думки про себе і уявлень про інших людей, диференціюванні кола свого спілкування.

4. Інтернет-технології задають такі виміри для психологічної практики, як дезінгібіція у веб-середовищі та Інтернет залежність. Якщо інгібіція (гальмування) має місце, коли поведінка обмежується або регулюється самосвідомістю, неспокоєм щодо соціальних ситуацій, зважанням на оцінки з боку оточуючих і т.д., то дезінгібіція може бути охарактеризована відсутністю таких чинників або їх протилежною дією.
5. Технологічні залежності можуть бути розглянуті як підмножина поведінкових залежностей і наділені властивостями та основними складовими адикції як такої. Під Інтернет-залежністю ми розуміємо таку поведінку у віртуальній реальності, яка відповідає таким шести критеріям: яскрава вираженість; зміни настрою; розвиток толерантності; симптоми абстиненції; конфлікт; рецидив.
6. За допомогою Інтернет-технологій можливо надавати психологічну допомогу тим, хто цього потребує, у формі консультацій онлайн, Інтернет-психотерапії чи організації груп психологічної самопомоги. Середовище Інтернет пропонує також широкий спектр можливостей професійного розвитку для психолога, починаючи від проведення наукових досліджень і закінчуючи спілкуванням колег на близькі їм теми.
7. Диференційно-психологічні особливості також мають бути враховані при оцінці та в цілому використанні Інтернет-технологій в психологічній практиці. До цих особливостей належать передусім гендерні відмінності. Так, було виявлено, що чоловіки є переважними користувачами Інтернет-технологій, хоча жінки дуже часто відвідують сайти, створені спеціально для них, займаються онлайн-шопінгом тощо. В цілому ці відмінності

виразно проявляються в дорослому віці, в той час як в дитинстві дівчатка та хлопчики користуються Інтернетом в рівній мірі.

**Перспектива дослідження** полягає у подальшій розробці прикладних аспектів використання Інтернет-технологій в професійній діяльності психолога.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамова Г. С. Введение в практическую психологию / Г.С. Абрамова. – Екатеринбург : Деловая книга; Москва : АCADEMIA, 1995. – 224 с.
2. Абрамова Г. С. Практическая психология : учебник для студентов вузов / Г. С. Абрамова. – Изд. 6-е, перераб. и доп. – Москва : Академический проект, 2001. – 480 с.
3. Абульханова-Славская К. А. Деятельность и психология личности / К. А. Абульханова-Славская. – Москва : Наука, 1980. – 336 с.
4. Абульханова-Славская К. А. Методологический аспект проблемы субъективного / К. А. Абульханова-Славская // Методологические и теоретические проблемы психологии. – Москва : Наука, 1969 – С. 31–44.
5. Адамович М. Этот виртуальный мир... Современная русская проза в Интернете: ее особенности и проблемы / М. Адамович // Новый мир. – 2000. – № 4 – С. 120–138.
6. Адлер А. Наука жить / А. Адлер. – Киев, 1997. – 288 с.
7. Александрова А. Я. Проблемы науки и познания ученого / А. Я. Александрова. – Ленинград : Наука, 1938. – 512 с.
8. Алиева Н. З. Становление информационного общества и философии образования / Н. З. Алиева, Е. Б. Ивушкина, О. И. Лантратов. [Электронный ресурс] – Режим доступа : URL: [http://www. gae. ru/monographs/23-643](http://www.gae.ru/monographs/23-643).
9. Аналитическая философия : Избр. тексты / сост. А. Ф. Грязнов. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1993. – 181 с.
10. Ананьев Б. Г. Комплексное изучение человека и психологическая диагностика / Б. Г. Ананьев. // Вопросы психологии – 1968. – № 6. – С. 21–33.
11. Ананьев Б. Г. О проблемах современного человекознания / Б. Г. Ананьев.

- Ленинград : Изд-во Ленингр. ун-та, 1977. – 380 с.
12. Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания / Б. Г. Ананьев. – Ленинград : Изд-во Ленингр. ун-та, 1968. – 338 с.
13. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – Москва : Аспект Пресс, 2000. – 376 с.
14. Анцыферова Л. И. К психологии личности как развивающейся системы / Л. И. Анцыферова. // Психология формирования и развития личности. – Москва : Наука, 1981. – 365 с.
15. Асмолов А. Г. Психологическая модель Интернет-зависимости личности / А. Г. Асмолов, Н. А. Цветкова, А. В. Цветков. // Мир психологии : Научно-методический журнал. – 2004. – № 1. – С. 179–193.
16. Асмолов А. Г. Деятельность и установка / А. Г. Асмолов. – Москва : Изд-во МГУ, 1979. – 212 с.
17. Асмолов А. Г. Личность как предмет психологического исследования / А. Г. Асмолов – М., 1984. – 104 с.
18. Асмолов А. Г. От Мы-медиа к Я-медиа : трансформация идентичности в виртуальном мире / А. Г. Асмолов, Г. А. Асмолов. // Вестник московского университета. – Сер. 14. Психология. – 2010. – № 1. – С. 10–11.
19. Ахутина Т. В. Роль правого полушария в построении текста / Т. В. Ахутина. // Психолингвистика в XXI веке : результаты, проблемы, перспективы. XVI международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. – Тезисы докладов. Москва, 15–17 июня 2009 г. / Ред. коллегия : Е. Ф. Тарасов (ред.), О. В. Балясникова, Е. С. Ощепкова, Н. В. Уфимцева. – Москва : Эйдос, 2009. – 444 с.
20. Балл Г. А. Г. С. Костюк и его методологические уроки / Г. А. Балл. // Психол. журнал. – 2000. – Т. 21. – № 3. – С. 112–116.
21. Балл Г. А. Нормы деятельности и творческая активность личности / Г. А. Балл. // Вопросы психологии. – 1990. – № 6. – С. 92–101.

22. Балл Г. А. Теория учебных задач : Психолого-педагогический аспект / Г. А. Балл. – Москва : Педагогика, 1990. – 184 с.
23. Батищев Г. С. Деятельностная сущность человека как философский принцип / Г. С. Батищев. // Проблема человека в современной философии. – Москва : Наука, 1969. – С. 73–144.
24. Баткин Л. М. Итальянские гуманисты : стиль жизни и стиль мышления / Л. М. Баткин; отв. ред. М. В. Алпатов. – Москва : Наука, 1978. – 200 с.
25. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – 2-е изд. – Москва : Худож. лит., 1990. – 543 с.
26. Бахтин М. М. К философии поступка / М. М. Бахтин // Философия и социология науки и техники. – Москва, 1986. – С.113–125.
27. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – Москва : Искусство, 1979. – 424 с.
28. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист [пер. с фр.] ; Общ. ред., вступ.ст. и коммент. Ю. С. Степанова. – Изд. 2-е, стереотип. – Москва : Едиториал УРСС, 2002. – 448 с.
29. Бережной Н. М. Человек и его потребности / Н. М. Бережной. – Москва, 2000. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://lib.vvsu.ru/books/servis/page0001.asp#hex1>
30. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Э. Берн. – Москва : Эксмо, 2008. – 576 с.
31. Блауберг И. И. Становление и сущность системного подхода / И. И. Блауберг, Э. Г. Юдин. – Москва : Наука, 1973. – 387 с.
32. Богоявленская Д. Б. Интеллектуальная активность как проблема творчества / Д. Б. Богоявленская. – Ростов : Изд. Ростовского ун-та, 1983. – 174 с.
33. Богоявленская Д. Б. Интеллектуальная активность как психологический



- аспект изучения творчества / Д. Б. Богоявленская. // Исследование проблем психологии творчества / под ред. Я. А. Пономарева. – Москва : Наука, 1983. – С. 182–194.
34. Богоявленская Д. Б. Субъект деятельности в проблематике творчества / Д. Б. Богоявленская. // Вопросы психологии. – 1999. – № 2 – С. 25–41.
35. Бодалев А. А. Личность и общение / А. А. Бодалев. – Москва : Педагогика, 1983. – 272 с.
36. Бодалев А. А. Об одаренности человека как субъекта общения / А. А. Бодалев. // Мир психологии. – Москва, 1998. – № 4. – С. 129–152.
37. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла / Ж. Бодрийяр. – Москва, 2000. – 334 с.
38. Бодров В. А. Проблемы профессионального психологического отбора / В. А. Бодров. // Психологический журнал. – 1985. – № 2. – С. 85–94.
39. Божович Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте / Л. И. Божович. – Москва, 1968. – 464 с.
40. Божович Л. И. О некоторых проблемах и методах изучения психологии личности школьника / Л. И. Божович. // Вопросы психологии личности школьника. – Москва : Изд-во АПН РСФСР, 1961. – С. 3–31.
41. Божович Л. И. Этапы формирования личности в онтогенезе / Л. И. Божович. // Психология развития. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – С. 227–271.
42. Бондаренко А. Ф. Психологическая помощь : теория и практика / А. Ф. Бондаренко. – Изд. 3-е, испр. и доп. – Москва : Независимая фирма «Класс», 2001. – 336 с.
43. Бондаренко А. Ф. Социальная психотерапия личности / А. Ф. Бондаренко. – Киев : КГПИИЯ, 1991. – 189 с.
44. Бондаренко О. Ф. Аналіз недирективного висловлення / О. Ф. Бондаренко. // Мовознавство. – 1990. – № 5. – С. 16–20.
45. Бондаренко О. Ф. Метапсихологічний контекст психологічної допомоги :

- питання теорії / О. Ф. Бондаренко. // Педагогіка і психологія. – 2002. – №4, С. 4–12.
- 46.Бондаренко О. Ф. Мовна впливовість і структура висловлювання / О. Ф. Бондаренко. // Мовознавство. – 1981. – №1. – С.32–37.
- 47.Бондаренко О. Ф. Психологічні особливості сучасної студентської молоді та проблеми професійної підготовки психологів-практиків / О. Ф. Бондаренко. // Практична психологія та соціальна робота. – № 4. – 2003. – С.8–10.
- 48.Бондаренко О. Ф. Факторний аналіз психотерапевтичного висловлення / О. Ф. Бондаренко. // Мовознавство. – 1990. – № 4. – С.18–24.
- 49.Бор Н. Атомная физика и человеческое познание / Н. Бор. – Москва : Наука, 1961. – 151 с.
- 50.Братусь Б. С. Опыт обоснования гуманитарной психологии / Б. С. Братусь. // Вопросы психологии. – 1990. – № 6. – С.9–16.
- 51.Браун Д. Психология Фрейда и постфрейдисты / Д. Браун. – Москва : Рефл-бук; Киев : Ваклер, 1998. – 420 с.
- 52.Бубер М. Я и Ты / М. Бубер. // Квинтэссенция. Философский альманах 1991 года. – Москва : Политиздат, 1992. – С. 294–370.
- 53.Бычков В. В. Виртуальная реальность в пространстве эстетического опыта / В. В. Бычков, Н. Б. Маньковская. // Вопросы философии. – 2006. – № 11. – С. 47–59.
- 54.Бычков В. В. Эстетика / В. В. Бычков. – Москва, 2002. – С. 359–515.
- 55.Бьюкетмен С. Конечная тождественность / С. Бьюкетмен. // Комментарии. – 1997. – № 1. – С. 25–46.
- 56.Варіативність соціалізації особистості в умовах сучасного інформаційного суспільства : монографія / авт. колектив : Н. М. Токарева, А. В. Шамне, О. О. Халік [та ін.]; ред.Н. М.Токаревої. – Київ : ТОВ НВП «Інтерсервіс», 2017. – 220 с.

- 57.Василюк Ф. Е. Психология переживания : Анализ преодоления критических ситуаций / Ф. Е. Василюк. – Москва : Изд. Моск. ун-та, 1984. – 200 с.
- 58.Васьківська С. В. Основи психологічного консультування / С. В. Васьківська. – Київ, 2004. – 436 с.
- 59.Васьковская С. В. Психологическое консультирование : Ситуационные задачи / С. В. Васьковская, П. П. Горностай. – Киев : Вища шк., 1996. – 192 с.
- 60.Вербицкий А. А. Активное обучение в высшей школе : контекстный подход / А. А. Вербицкий. – Москва : Высш. шк., 1992. – 288 с.
- 61.Вернадский В. И. Биосфера и ноосфера / В. И. Вернадский. – Москва : Наука, 1989 – 212 с.
- 62.Власова О. І. Психологія соціальних здібностей : структура, динаміка, чинники розвитку / О. І. Власова. – Київ : ВПЦ «Київський університет», 2005. – 308 с.
- 63.Выготский Л. С. Детская психология / Л. С. Выготский. // Собр. соч. в 6 тт. Т. 4. – Москва : Педагогика, 1984. – 432 с.
- 64.Выготский Л. С. Диагностика развития и педологическая клиника трудного детства / Л. С. Выготский. // Собр. соч. в 6 т. – Т. 5. – Москва, 1983 – 470 с.
- 65.Выготский Л. С. Динамика умственного развития школьника в связи с обучением / Л. С. Выготский. // Педагогическая психология. – Москва : Педагогика, 1991 – 320 с.
- 66.Выготский Л. С. Исторический смысл психологического кризиса / Л. С. Выготский. // Собр. соч. в 6 т. – Т. 1. – Москва : Педагогика, 1982.– 389 с.
- 67.Выготский Л. С. Проблема возраста / Л. С. Выготский. // Собр. соч.: в 6-ти т. – Т. 4. – Москва : Педагогика, 1983.– 332 с.
- 68.Выготский Л. С. Собрание сочинений в 6-ти томах. – Т.2. / Л. С,

- Выготский. – Москва : Педагогика, 1983 – 502 с.
69. Гальперин П. Я. Введение в психологию / П. Я. Гальперин. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1976. – 150 с.
70. Гегель Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук. Наука логики / Г. В. Ф. Гегель – Москва : Наука, 1974. – Т. I. – 452 с.
71. Гиппенрейтер Ю. Б. Введение в психологию : Курс лекций / Ю. Б. Гиппенрейтер. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1995. – 324 с.
72. Гиппиус С. В. Тренинг развития креативности / С. В. Гиппиус. – Санкт-Петербург : Речь, 2001. – 346 с.
73. Горностай П. П. Теория и практика психологического консультирования : Проблемный подход / П. П. Горностай, С. В. Васьковская. – Киев : Наукова думка, 1995. – 128 с.
74. Грановская Р. М. Элементы практической психологии / Р. М. Грановская. – Санкт-Петербург, 1997. – 608 с.
75. Гришин В. В. Психологические закономерности формирования геометрических понятий у школьников : Автореф. дис. ... канд. психол. наук / В. В. Гришин. – Киев, 1982. – 24 с.
76. Гуменюк О. Є. Психологія Я-концепції / О. Є. Гуменюк. – Тернопіль : Економічна думка, 2002. – 186 с.
77. Давыдов В. В. Генезис и развитие личности в детском возрасте / В. В. Давыдов. // Вопросы психологии. – 1992. – № 1–2. – С. 22–32.
78. Давыдов В. В. О двух основных этапах развития детской и педагогической психологии. Психология обучения и воспитания / В. В. Давыдов. // Вопросы организации формирующего эксперимента. – Москва : Педагогика, 1978. – Вып. 4. – С. 4–15.
79. Давыдов В. В. Проблемы развивающего обучения / В. В. Давыдов. – Москва : Педагогика, 1996. – 240 с.
80. Давыдов В. В. Развитие мышления в школьном возрасте / В. В. Давыдов,

- А. К. Маркова. // Принцип развития в психологии / под ред. Л. И. Анцыферовой. – Москва : Наука, 1978. – С. 245–316.
81. Дезингибиция [Электронный ресурс] // Д. В. Жмуров. Словарь терминов агрессии. – Режим доступа : <http://vocabulary.ru/>
82. Декарт Р. Избранные произведения / Р. Декарт. – Москва : ГИПЛ, 1950. – 710 с.
83. Джонсон Д. Встановлення і збереження довір'я / Д. Джонсон. // Практична психологія та соціальна робота. – №6. – 2003. – С.22–29.
84. Диагностика профессиональных и познавательных способностей. – Москва : ИПАН, 1988. – С.155–170.
85. Диалектика. Познание. Наука / под ред. В. А. Лекторского, В. С. Тюхтина. – Москва : Наука, 1988.
86. Дорохина В. Т. Причины трансформации учебного задания учащимся / В. Т. Дорохина. // Вопросы психологии. – 1980. – № 3. – С. 54–63.
87. Дружинин В. Н. Психология общих способностей / В. Н. Дружинин. – Санкт-Петербург : Питер, 1999. – 368 с.
88. Дусавицкий А. К. Развитие личности в учебной деятельности / А. К. Дусавицкий. – Москва : Дом педагогики, 1996. – 189 с.
89. Жичкина А. Е. Социально-психологические аспекты общения в Интернете / А. Е. Жичкина. – Москва, 2003. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>
90. Запорожец А. В. Основные проблемы онтогенеза психики / А. В. Запорожец. // Избр. психол. труды. – Москва : Педагогика, 1986. – С. 223–258.
91. Зейгарник Б. В. Патопсихология / Б. В. Зейгарник. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1976. – 238 с.
92. Зиммель Г. Человек как враг / Г. Зиммель. // Апокалипсис смысла. Сборник работ западных философов XX–XXI вв. – Москва : Алгоритм,

2007. – С. 5–15.
93. Зинченко В. П. Человек развивающийся / В. П. Зинченко, Е. Б. Моргунов. – Москва : Тривола, 1994. – 332 с.
94. Иванов Д. В. Виртуализация общества / Д. В. Иванов. – Санкт-Петербург, 2000. – 156 с.
95. Ильенков Э. В. Диалектическая логика / Э. В. Ильенков. – Москва : Наука, 1992. – 216 с.
96. Ильенков Э. В. Что же такое личность? / Э. В. Ильенков. // С чего начинается личность / под ред. Р. И. Косолапова. – Москва : Политиздат, 1983. – 217 с.
97. Каган М. С. Введение в историю мировой культуры / М. С. Каган. – Санкт-Петербург, 2000. – Кн. 1. – 307 с.
98. Калина Н. Ф. Речевое общение в психотерапии / Н. Ф. Калина. О. В. Варфоломеева. – Симферополь, 1996. – 62 с.
99. Карпицкий Н. Онтология виртуального / Н. Карпицкий. – Москва, 1996. – 89 с.
100. Каширин В. И. Очерки философии планетарного самосознания / В. И. Каширин. – Ставрополь : Изд-во СГУ, 1996. – С. 89–100.
101. Кернберг О. Агрессия при расстройствах личности и перверсиях / О. Кернберг. – Москва : Класс, 1998. – 368 с.
102. Кибрик А. Типология дискурса. [Электронный ресурс] / А. Кибрик, П. Паршин. – Режим доступа: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/DISKURS.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html)
103. Кісарчук З. Г. Особливості розвитку практичної психології на сучасному етапі / З. Г. Кісарчук. // Практична психологія та соціальна робота. – 2001 – №3, С.10–12.
104. Клименко В. В. Как воспитать вундеркинда / В. В. Клименко. – Харьков : Фолио, 1996. – 464 с.

105. Клименко В. В. Психологические тесты таланта / В. В. Клименко. – Харьков : Фолио, 1996. – 416 с.
106. Коломінський Н. Л. Методологічні засади професійної підготовки практичного психолога / Н. Л. Коломінський. // Практична психологія та соціальна робота. – №4. – 2003. – С.12–13.
107. Коломінський Н. Л. Психологія менеджменту в освіті (соціально-психологічний аспект) / Н. Л. Коломінський. – Київ : МАУП, 2000. – 112 с.
108. Коломінський Н. Л. Психологія педагогічного менеджменту / Н. Л. Коломінський. – Київ : МАУП, 1996. – 176 с.
109. Компанцева Л. Ф. Інтернет-лінгвістика : навч. посібник / Л. Ф. Компанцева. – Київ : Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2009. – 275 с.
110. Корсунцев И. Г. Философия виртуальной реальности / И. Г. Корсунцев. // Виртуальная реальность : Философские и психологические аспекты. – Москва , 1997. – С.76–95.
111. Костюк Г. С. Навчально-виховний процес і психічний розвиток особистості / Г. С. Костюк. – Київ : Рад. школа, 1989. – 608 с.
112. Костюк Г. С. Принцип развития в психологии / Г. С. Костюк. // Методологические и теоретические проблемы психологии. – Москва : Наука, 1969. – С. 118–152.
113. Костюк Г. С. Про індивідуальний підхід до учнів у навчальній роботі / Г. С. Костюк. // Комуністична освіта. – 1937. – № 8. – С. 52–64.
114. Костюк Г. С. Психологические аспекты опытно-экспериментальных педагогических исследований / Г. С. Костюк. // Избр. психол. труды. – Москва : Педагогика, 1988. – С. 76–86.
115. Котарбинский Т. Проблемы исследования научного творчества / Т. Котарбинский. // Вопросы психологии. – 1968. – № 6. – С. 43–52.
116. Коттлер Дж. Психотерапевтическое консультирование / Дж. Коттлер,

- Р. Браун. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 464 с.
117. Кочарян А. С. Пространство психотерапии : проблема присутствия психотерапевта в контакте / А. С. Кочарян. // Международный медицинский журнал. – № 1. – 2004. – С.47–51.
118. Кочюнас Р. Основы психологического консультирования / Р. Кочюнас ; [пер. с лит] – Москва : Академический проект, 1999. – 240 с.
119. Краусс Р. Понимание и общение : социально-психологический подход / Р. Краусс. // Психологический журнал. – 1986. – 7. - № 5. – С.37– 49.
120. Лавренова О. А. Географическое пространство в русской поэзии XVIII – нач. XX вв. (Геокультурный аспект) / О. А. Лавренова ; науч. ред. Ю. А. Веденин. – Москва : Институт наследия, 1998.
121. Ламетри Ж. О. Человек-машина / Ж. О. Ламетри. // Сочинения. – Москва : Мысль, 1976. – С. 183–244.
122. Левченко Е. В. Идея отношения в познании человека / Е. В. Левченко. // Новые идеи в философии. – Пермь, 2000. – Вып. 9. – С.45–63.
123. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. / А. Н. Леонтьев. – Москва : Политиздат, 1977. – 304 с.
124. Леонтьев А. Н. Овладение учащимися научными понятиями как проблема педагогической психологии / А. Н. Леонтьев. // Работы советских авторов периода 1910–1945 гг. – Москва , 1980. – С.161–166.
125. Лисина М. И. Проблемы онтогенеза общения / М. И. Лисина. – Москва : Педагогика, 1986. – 143 с.
126. Литвинцева Л. В. Виртуальная реальность : анализ состояния и подходы к решению / Л. В. Литвинцева, С. Д. Налитов // Новости искусственного интеллекта. – 1995. – № 3. – С.25–40.
127. Литовченко Н. Ф. Розвиток здатності до самопізнання як компонент особистісної підготовки майбутніх практикуючих психологів / Н. Ф. Литовченко. // Психологічна газета. – № 24, 2004. – С.28–31.



128. Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б. Ф. Ломов. – Москва : Наука, 1984. – 444 с.
129. Лосев А. Ф. Философия. Мифология. Культура / А. Ф. Лосев. – Москва : Политиздат, 1991. – 526 с.
130. Лукина Н. П. Информационное общество: состояние и перспективы социально-философского исследования / Н. П. Лукина. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.huminf.tsu.ru>
131. Лурия А. Р. Язык и сознание / А. Р. Лурия. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1998. – 416 с.
132. Любимова Г. Ю. «Внутренняя картина» процесса профессионального становления психологов / Г. Ю. Любимова. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. – 2001. – №4. – С.57–66.
133. Любимова Г. Ю. От первокурсника до выпускника : проблемы профессионального и личностного самоопределения психологов / Г. Ю. Любимова. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. – 2000. – № 1. – С.36–49.
134. Максименко С. Д. Генезис существования личности / С. Д. Максименко. – Киев : Издательство ООО “КММ”, 2006. – 240 с.
135. Максименко С. Д. Генетико-моделирующий метод в исследовании возрастной и педагогической психологии / С. Д. Максименко. // Тезисы XX Междунар. психол. конгресса, ГДР, Лейпциг, 6–12 июля. – Москва, 1980. – С. 37.
136. Максименко С. Д. Генетико-моделирующий метод в исследовании обучения и умственного развития школьников / С. Д. Максименко // Радянська школа. – 1981. – № 12. – С. 23–29.
137. Максименко С.Д. Генетико-психологічні вектори розвитку особистості / С. Д. Максименко. // Актуальні проблеми психології : Психологія особистості. Психологічна допомога особистості / за ред. С. Д.

- Максименка, М. В. Папучі. – Київ, 2010. – Т. 11, вип. 3. – С. 3–9.
138. Максименко С. Д. Генетическая психология (методологическая рефлексия проблем развития в психологии) / С. Д. Максименко. – Москва : Рефл-бук; Киев : Ваклер, 2000. – 320 с.
139. Максименко С. Д. Генетическая психология : проблемы и перспективы / С. Д. Максименко. // Журнал практикующего психолога. – 1998. – № 4. – С.25–48.
140. Максименко С. Д. Загальне поняття про особистість та її структуру / С. Д. Максименко. // Особистість в психологічних дослідженнях. Тексти / Упорядники: С. Д. Максименко, М. В. Папуча; заг. ред. С. Д. Максименка. – Ніжин : Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2005. – С.131–144.
141. Максименко С. Д. Історія психологічного аналізу / С. Д. Максименко. // Філософська і соціологічна думка. – 1995. – № 3–4. – С. 39–46.
142. Максименко С. Д. Категорія нужди та розвиток особистості / С. Д. Максименко. // Актуальні проблеми психології : Зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка. Психологія особистості. Психологічна допомога особистості. – Київ, 2011. – Том 11, вип. 5. – С. 3–10.
143. Максименко С. Д. Методологические аспекты психологии обучения / С. Д. Максименко. // Психология. – 1988. – Вып. 31. – С. 3–10.
144. Максименко С. Д. Общая психология. / С. Д. Максименко. – Киев : Ваклер, 1999. – 528 с.
145. Максименко С. Д. Основи генетичної психології / С. Д. Максименко. – Киев, 1998. – 218 с.
146. Максименко С.Д. Проблема метода в возрастной и педагогической психологии / С. Д. Максименко. // Вопросы психологии – 1989. – № 4. – С. 31–39.

147. Максименко С. Д. Психология внутреннего пространства свободы личности / С. Д. Максименко. // Актуальные проблемы психологии: Зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка. Психологія особистості. Психологічна допомога особистості. – Київ, 2012. – Том 11, вип. 6. – С. 3–12.
148. Максименко С. Д. Психологія в соціальній і педагогічній практиці / С. Д. Максименко. – Киев : Наук. думка, 1998. – 216 с.
149. Максименко С. Д. Теоретико-методологічні засади генези особистості / С. Д. Максименко. // Теоретико-методологічні проблеми розвитку особистості в системі неперервної освіти : Матеріали методологічного семінару АПН України 16 грудня 2004 року. – Киев, 2005. – С.18– 34.
150. Максименко С. Д. Теорія і практика психолого-педагогічного дослідження / С. Д. Максименко. – Киев : КДП, 1990. – 240 с.
151. Максименко С. Д. Теоретические аспекты исследования формирующего эксперимента в психологическом исследовании учебного процесса // С. Д. Максименко, В. П. Недашковский. – Киев : Рад. школа, 1983. – С. 40–50.
152. Мамардашвили М. К. Как я понимаю философию / М. К. Мамардашвили. – Москва : Прогресс, 1990. – 368 с.
153. Мамардашвили М. К. Стрела познания (набросок естественно-исторической гносеологии) / М. К. Мамардашвили. – Москва : Языки русской культуры, 1997. – 394 с.
154. Маньковская Н. Б. Виртуальная реальность в искусстве и эстетике / Н. Б. Маньковская. // Виртуалистика : экзистенциальные и эпистемологические аспекты. – Москва , 2004. – С. 310–327.
155. Маркова А. К. Формирование мотивации учения в школьном возрасте / А. К. Маркова. – Москва, 1983.
156. Маркузе Г. Одномерный человек / Г. Маркузе. – Москва : АСТ, 2002. –

526 с.

157. Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики / Маслоу А.; [пер. с англ.] – Санкт-Петербург : Евразия, 1997. – 430 с.
158. Маслоу А. Г. Мотивация и личность / Маслоу А.Г. – [Электронный ресурс]– Киев : PSYLIB, 2004. – Режим доступа : – URL: <http://psylib.org.ua/books/masla01/index.htm>
159. Матюшкин А. М. Проблемные ситуации в мышлении и обучении / А. М. Матюшкин. – Москва : Педагогика, 1972. – 168 с.
160. Машбиц Е. И. Психологические основы управления учебной деятельностью / Е. И. Машбиц. – Киев : Вища школа, 1987. – 223 с.
161. Машбиц Е. И. Психолого-педагогические проблемы компьютеризации обучения / Е. И. Машбиц. – Москва : Педагогика, 1988. – 192 с.
162. Меерович М. И. Технология творческого мышления : Практическое пособие / М. И. Меерович, Л. И. Шрагина. – Минск : Харвест, Москва : АСТ, 2000. – 432 с.
163. Мелибруда Е. Я – ты – мы : Психологические возможности улучшения общения / Е. Мелибруда. – Москва : Прогресс, 1986. – 256 с.
164. Мерлин В. С. Очерк интегрального исследования индивидуальности / В. С. Мерлин. – Москва : Педагогика, 1985. – 256 с.
165. Мещеряков Б. Г. Л. С. Выготский и современная культурно-историческая психология (Критический анализ книги М. Коула) / Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко. // Вопросы психологии – 2000. – № 2. – С. 102–117.
166. Михайлов Ф. Т. Общественное сознание и самосознание индивида / Ф. Т. Михайлов. – Москва : Наука, 1990. – 224 с.
167. Михайлов Ф. Т. Философско-методологические проблемы психологического исследования / Ф. Т. Михайлов. // Вопросы психологии – 1981. – №1. – С. 44–56.

168. Моляко В. А. Методы формирования у учащихся творческого технического мышления / В. А. Моляко. – Киев : Рад. школа, 1985. – 57с.
169. Моляко В. А. Психологическая система тренинга конструктивного мышления / В. А. Моляко. // Вопросы психологии. – 2000. – № 1. – С.136–141.
170. Моляко В. А. Психология конструкторской деятельности / В. А. Моляко. – Москва : Машиностроение, 1983. – 134 с.
171. Моляко В. А. Психологические проблемы творческой деятельности / В. А. Моляко, Н. И. Литвинова, А. Б. Коваленко. – Киев : Знание, 1990. – 17 с.
172. Мэй Р. Мужество творить : Очерк психологии творчества / Р. Мэй; [пер. с англ.] – Львов : Инициатива; Москва: Институт общегуманитарных исследований, 2001. – 128 с.
173. Мэй Р. Терапия сегодня / Р. Мэй. // Эволюция психотерапии ; [пер. с англ.]. – Москва : Класс, 1998. – Т. 3. – 304 с.
174. Мясищев В. Н. Личность и неврозы / В. Н. Мясищев. – Ленинград : Изд-во ЛГУ, 1960. – 255 с.
175. Наконечна М. М. Допомога іншому та професійне становлення психолога / М. М. Наконечна; за ред. С. Д. Максименка, М. В. Папучі // Актуальні проблеми психології: Психологія навчання. Генетична психологія. Медична психологія. – Київ – Ніжин : Видавництво НДУ, ДС «Міланік», 2007. – Том 10, вип. 1. – С. 48–51.
176. Наконечна М. М. Допомога іншому : аналіз проблеми / М. М. Наконечна; за ред. академіка С. Д. Максименка // Наукові записки Інституту психології імені Г. С. Костюка АПН України. – Київ : Главник, 2005. – Вип. 26, т. 3. – С. 203–207.
177. Наконечна М. М. Психологічне дослідження розуміння концепту допомоги іншому / Наконечна М. М.; за ред. Н. В. Чепелевої //

- Актуальні проблеми психології : Психологічна герменевтика – Київ : Міленіум, 2006. – Т. 2, вип. 8. – С.129–133.
178. Снелл Н. Освой самостоятельно Интернет за 24 часа / Н. Снелл. – Москва, 2000. – 256 с.
179. Нойманн Э. Происхождение и развитие сознания / Э. Нойманн. – Москва : Рефл-бук; Киев : Ваклер, 1998. – 464 с.
180. Носов Н. А. Виртуальная реальность / Н. А. Носов. // Вопросы философии. – 1999. – № 10. – С.17–35.
181. Носов Н. А. Виртуальный человек / Н. А. Носов. – Москва, 1997.
182. Оллпорт Г. Личность в психологии / Г. Оллпорт. – Москва : КСП+; Санкт-Петербург : Ювента, 1982. – 325 с.
183. Оллпорт Г. Становление личности / Г. Оллпорт. – Москва : Смысл, 2002. – 461 с.
184. Орлов А. М. Виртуальная реальность. Пространство экранных культур как среда обитания / А. М. Орлов. – Москва, 1997. – 205 с.
185. Орлов А. М. От хаоса к порядку и обратно, туда где... «все во всем» / А. М. Орлов. // Вопросы психологии. – 2000. – № 2. – С. 52–55.
186. Панок В. Г. Основы практичної психології : підручник для ВЗО / В. Г. Панок, Т. М. Титаренко, Н. В. Чепелева та ін. – Київ: Либідь, 1999. – 536 с.
187. Панок В. Г. Основні напрями професійного становлення особистості практичного психолога у вищій школі / Панок В.Г. // Практична психологія та соціальна робота. – №4. – 2003. – С.14–17.
188. Папуча М. В. Успішність навчання як проблема становлення індивідуальності (на матеріалі старшого шкільного віку) / М. В. Папуча. // Освіта і виховання в Польщі : Матер. Міжнар. наук.-практ. конф. – Ніжин, 1998. – С. 140–148.
189. Папуча Н. В. Особенности психологической помощи после

- психотравмы в ранней юности / М. В. Папуча. // Особистість і трансформаційні процеси у суспільстві : Матер. III Харків. Міжнар. психол. читань. – Харків, 1999. – С. 268–271.
190. Парсонс Т. О структуре социального действия / Т. Парсонс. – Москва : Академический проект, 2002. – 880 с.
191. Петренко В. Ф. Психосемантика сознания / В. Ф. Петренко. – Москва : МГУ, 1988. – 208 с.
192. Петровская Л. А. Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг / Л. А. Петровская. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1989. – 216 с.
193. Марищук В. Л. Поведение и саморегуляция человека в условиях стресса / В. Л. Марищук, В. И. Евдокимов. – Санкт-Петербург: Издательский дом “Сентябрь”, 2001. – 260 с.
194. Поликарпов В. И. Формирование межличностных отношений в процессе диалогического решения мыслительных задач / В. И. Поликарпов. // Психологический журнал. – 1989. – Т.10. – № 3. – С.74–79.
195. Практическая психология образования / под ред. И. В. Дубровиной. – Москва : Сфера, 1998. – 431 с.
196. Принцип развития в психологии / под ред. Л. И. Анцыферовой, Г. С. Костюка. – Москва : Наука, 1978. – 358 с.
197. Прихожан А. М. Подросток в учебнике и в жизни / А. М. Прихожан, И. Н. Толстых. – Москва, 1990.
198. Проблема субъекта в психологической науке / под ред. А. В. Брушлинского. – Москва : Академ. проект, 2000. – 320 с.
199. Психология формирования и развития личности / под ред. Л. И. Анцыферова. – Москва : Наука, 1981. – 365 с.
200. Психология человека от рождения до смерти / под общ. ред. А. А.

- Реана. – Санкт-Петербург : «Прайм-ЕВРОЗНАК», 2001. – 656 с.
201. Психология. Словарь / под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – 2-е изд., исправленное и дополненное. – Москва : Политиздат, 1990. – 494 с.
202. Ревзина О.Г. Дискурс и дискурсивные формации. [Электронный ресурс] / О. Г. Ревзина. // Критика и семиотика. – Новосибирск, 2005. – Вып. 8. – С.66–78. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/revzina-05.htm>.
203. Роджерс К. Взгляд на психотерапию. Становление человека / Р. Роджерс. – Москва : Прогресс, 1994. – 480 с.
204. Роджерс К. К науке о личности / К. Роджерс // История зарубежной психологии : Тексты. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1986. – С. 200–231.
205. Роджерс К. О групповой психотерапии / К. Роджерс – Москва : Гиль-Эстель, 1993. – 224 с.
206. Роджерс К. Творчество как усиление себя / К. Роджерс. // Вопросы психологии. – 1990. – № 3. – С.165–171.
207. Рубинштейн С. Л. Бытие и сознание / С. Л. Рубинштейн. – Санкт-Петербург : Питер, 2003.
208. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – Санкт-Петербург : Питер, 1998. – 707 с.
209. Рубинштейн С. Л. Принципы и пути развития психологии / С. Л. Рубинштейн. – Москва : Изд-во АН СССР, 1959. – 352 с.
210. Рубинштейн С. Л. Проблемы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – Москва : Наука, 1972. – 423 с.
211. Рубцов В. В. Организация и развитие совместных действий у детей в процессе обучения / В. В. Рубцов. – Москва : Педагогика, 1987. – 160 с.
212. Рудкевич Л. А. Возрастная динамика самореализации творческой личности / Л. А. Рудкевич, Е. Ф. Рыбалко. // Психологические



- проблемы самореализации личности. – Санкт-Петербург : Изд-во СпбГУ, 1997. – С.89–106.
213. Семенов И. Н. Проблема предмета и метода психологического изучения рефлексии / И. Н. Семенов, С. Ю. Степанов. // Исследование проблем психологии творчества. – Москва : Наука, 1983. – 112 с.
214. Семиченко В. А. Психология речи / В. А. Семиченко – Киев : Магістр S, 1998. – 112 с.
215. Семиченко В. А. Психічні стани / Семиченко В. А. – Київ : Магістр-S, 1998. – 208 с.
216. Славская А. Н. Личность как субъект интерпретации / А. Н. Славская. – Дубна, 2002. – 212 с.
217. Смульсон М. Л. Психологія розвитку інтелекту : монографія / М. Л. Смульсон. – Київ , 2001. – 276 с.
218. Соколова Е. Т. Проективные методы исследования личности / Е. Т. Соколова. – Москва : Изд-во МГУ, 1980. – 176 с.
219. Солдатова Г. У. Роль родителей в повышении безопасности ребенка в Интернете / Г. У. Солдатова, Е. И. Рассказова // Вопросы психологии – 2013 – № 2 – С. 3–15.
220. Стрельцов Ю. А. Человек в мире общения : Основы досуговой синергетики / Стрельцов Ю. А. – Москва : Моск. гос. ун-т культуры и искусств, 1999. – 272 с.
221. Тарасов Е. Ф. Актуальные проблемы анализа языкового сознания [Электронный ресурс] / Е. Ф. Тарасов. // Языковое сознание и образ мира. Теоретические проблемы языкового сознания. – Режим доступа: [http://www.iling-ran.ru/library/psylingva/sborniki/Book2000/html\\_204/1-3.html](http://www.iling-ran.ru/library/psylingva/sborniki/Book2000/html_204/1-3.html).
222. Телия В. Н. Основные постулаты лингвокультурологии / В. Н. Телия. // Филология и культура: Мат-лы II-й междунардн. конф. – 12-14 мая

- 1999 г./ Отв. ред. Н. Н. Болдырев. – В 3 ч. – Ч. III. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 1999. – С. 14–15.
223. Терешкун О. Соціальні мережі у сучасному суспільстві: психологічний аналіз / О. Терешкун, О. Ілюшкін // Соціальна психологія. Український науковий журнал. – 2011. – № 5. – С. 86–95
224. Титаренко Т. М. Життєві домагання і професійне становлення особистості практичного психолога / Т. М. Титаренко. // Практична психологія та соціальна робота. – 2003. – № 4. – С.21–23.
225. Токарева Н. М. Сучасний підліток у системі психолого-педагогічного супроводу : монографія / Н. М. Токарева, А. В. Шамне, Н. М. Макаренко. – Кривий Ріг : ТОВ ВНП «Інтерсервіс», 2014 – 312 с.
226. Токарева Н. М. Моделювання особистісних конструктів підлітків у вимірах освітнього простору: монографія / Наталя Миколаївна Токарева – Кривий Ріг : ТОВ ВНП «ІНТЕРСЕРВІС», 2015 – 448 с.
227. Торшина К. А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии / К. А. Торшина. // Вопросы психологии. – 1998. – № 4. – С.123– 132.
228. Тульвисте П. О теоретических проблемах исторического развития мышления / П. Тульвисте. // Принципы развития в психологии / под ред. Л. И. Анцыферовой. – Москва : Наука, 1977. – С. 81– 103.
229. Урсул А. Д. Кибернетика и диалектика / А. Д. Урсул. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1983. – 198 с.
230. Ушаков Д. В. Психология одаренности и проблема субъекта / Д. В. Ушаков. // Проблема субъекта в психологической науке. – Москва : Академ. проект, 2000. – С. 212– 227.
231. Ушакова Т. Н. Языковое сознание и принципы его исследования [Электронный ресурс] / Т. Н. Ушакова. – Режим доступа : [http://www.iling-ran.ru/library/psylingva/sborniki/Book2000/html\\_204/1-](http://www.iling-ran.ru/library/psylingva/sborniki/Book2000/html_204/1-)

[2.html](#).

232. Флоренская Т. А. Диалог в практической психологии. Наука о душе / Т. А. Флоренская. – Москва : ВЛАДОС, 2001. – 207 с.
233. Франкл В. Человек в поисках смысла / В. Франкл. – Москва : Прогресс, 1990. – 368 с.
234. Фрейд З. Психология бессознательного : Сб. произведений / Сост., науч. ред. М. Г. Ярошевский / З. Фрейд. – Москва : Просвещение, 1989. – 448 с.
235. Фрейд З. Основные принципы психоанализа / З. Фрейд. – Москва : Рефл-бук, Киев : Ваклер, 1998. – 284 с.
236. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности / Э. Фромм – Москва : Прогресс, 1994. – 355 с.
237. Фромм Э. Здоровое общество / Э. Фромм. – Москва : АСТ: САТ; Москва : Хранитель, 2006. – 539 с.
238. Фуко М. Наглядати і карати / М. Фуко – Київ : Основи, 1998. – 392 с.
239. Хабермас Ю. Будущее человеческой природы. / Ю. Хабермас; [пер. с нем.]. – Москва : Весь Мир, 2002. – 144 с.
240. Хабермас Ю. Понятие индивидуальности / Ю. Хабермас // Вопросы философии. – 1989. – № 2. – С.25–42.
241. Хейзинга И. Homo Ludens. Статьи по истории культуры / И. Хейзинга; [пер., сост. и вступ. ст. Д. В. Сильвестрова] Москва : Прогресс – Традиция, 1997. – 416 с.
242. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность / Х. Хекхаузен – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 860 с.
243. Хекхаузен Х. Психология мотивации достижения / Х. Хекхаузен – Санкт-Петербург : Речь, 2001. – 240 с.
244. Хесле В. Кризис индивидуальной и коллективной идентичности / В. Хесле. // Вопросы философии. – 1999. – № 10.

245. Холодная М. А. Психология интеллекта. Парадоксы исследования / М. А. Холодная. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 218 с.
246. Хорни К. Невротическая личность нашего времени. Самоанализ / К. Хорни. – Москва : Прогресс. Универс, 1993. – 544 с.
247. Хрестоматия по гуманистической психотерапии / Сост. М. П. Папуш. – Москва : Генезис, 1995. – 302 с.
248. Хрестоматия по детской психологии / под ред. Г. В. Бурменской. – Москва, 1996.
249. Хрестоматия по социальной психологии / Сост. Т. Кутасова. – Москва : Международная педагогическая академия. – 1994. – 222 с.
250. Хрящева Н. Ю. Креативность как фактор самореализации личности в изменчивом мире // Социальная психология в трудах отечественных психологов / Н. Ю. Хрящева. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – С.101–105.
251. Хъелл Л. Теории личности (Основные положения, исследования и применение). / Л. Хъелл, Д. Зиглер. – Санкт-Петербург : Питер, 1999. – 608 с.
252. Цзен Р. В. Психотехнические игры в спорте / Р. В. Цзен, Ю. В. Пахомов. – Москва : Физкультура и спорт, 1985. – 161 с.
253. Цимбалюк І. М. Психологічне консультування та корекція : навч. посібник. Модульно-рейтинговий курс / І. М. Цимбалюк. – Київ : Професіонал, 2009. – 544 с.
254. Цуканова Е. В. Психологические трудности межличностного общения / Е. В. Цуканова. – Москва : Просвещение, 1985. – 255 с.
255. Цукерман Г. А. Психология саморазвития – задача для подростков и их педагогов / Г. А. Цукерман. – Москва-Рига, 1995. – 115 с.
256. Чепелева Н. В. Особистісна підготовка практикуючого психолога / Н. В.

- Чепелева. // Основы практической психологии. – Киев : Либідь, 1999. – С.216 – 256.
257. Чуйкова Г. С. Интернет-коммуникация как фактор личностного развития (на примере общения в чатах) : автореф. дис. на соискание научной степени канд. психол. наук : спец. 19.00.01 «Общая психология, психология личности, история психологии» / Г. С. Чуйкова ; ГОУ ВПО «Алтайский государственный университет» – Москва, 2008. – 24 с.
258. Швалб Ю. М. Психологические модели целеполагания / Ю. М. Швалб. – Киев : Стилос, 1997. – 238 с.
259. Шевченко Н. Ф. Висловлювання психолога як знаряддя його професійної діяльності / Н. Ф. Шевченко // Вісник Дніпропетровського університету. – 2000. – С.3– 9.
260. Шрагина Л. И. Конструирование метафор в контексте психологии способностей / Л. И. Шрагина. // Психологический журнал. – 1999. – Т. 20. – № 1. – С.12–23.
261. Штерн В. Персоналистическая психология / В. Штерн. // История зарубежной психологии. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1986. – С. 186–200.
262. Эриксон Э. Идентичность : юность и кризис / Э. Эриксон; [пер. с англ.]. – Москва : Прогресс, 1996. – 344 с.
263. Юнг К.-Г. Проблемы души нашего времени / К.-Г. Юнг – Москва : Прогресс, 1994. – 336 с.
264. Янг К. С. Диагноз – Интернет-зависимость / К. С. Янг // Мир Интернет. – 2000. – № 2. – С. 24–29.
265. Ясперс К. Власть массы / К. Ясперс // Призрак толпы. – Москва : Алгоритм, 2007. – С. 10–186.
266. Amichai-Hamburger Y. Personality, individual differences and Internet use / Amichai-Hamburger Y. // A. Joinson, K. McKenna, T. Postmes, & U.-D.

- Reips (Eds.), *The Oxford handbook of Internet psychology*. – Oxford, UK: Oxford University Press, 2007. – P. 187–204.
267. Amichai-Hamburger Y. *The social net: Understanding human behavior in cyberspace* – Oxford, UK: Oxford University Press, 2005. – 358 p.
268. Antheunis M. L. Computer-mediated communication and inter-personal attraction: An experimental test of two explanatory hypotheses / Antheunis M. L., Valkenburg P. M., Peter J. // *CyberPsychology & Behavior* Vol. 10, 2007. – P. 831–835.
269. Antheunis, M. L. Getting acquainted through social network sites: Testing a model of online uncertainty reduction and social attraction / Antheunis M. L., Valkenburg P. M., Peter, J. // *Computers in Human Behavior* Vol. 26, 2010, P.100–109.
270. Baker R. Putting a byte in the gender gap/ Baker R. // *American Demographics*, 1994. – P.20– 21.
271. Baker S. C. Using virtual worlds in education: Second life as an educational tool / Baker S.C., Wentz R.K., Woods M.M. // *Teaching of Psychology* Vol. 36, 2009. – P.59– 64.
272. Barnes S. B. Relationship networking: Society and education / Barnes S. B. // *Journal of Computer-Mediated Communication* Vol. 14, 2009. – P.735–742.
273. Baym N. K. A call for grounding in the face of blurred boundaries / Baym N. K. // *Journal of Computer Mediated Communication* Vol. 14, 2009. – P. 720–723.
274. Baym N. K. *Personal connections in the digital age*. – Cambridge, UK: Polity Press, 2010. – 357 p.
275. Bente G. Avatar-mediated networking: Increasing social presence and interpersonal trust in net-based collaborations / Bente G. // *Human Communication Research* Vol. 34, 2008. – P. 287– 318.
276. Biocca F. *Toward a more robust theory and measure of social presence:*

- Review and suggested criteria / Biocca F., Harms C., Burgoon J. K. // Presence : Teleoperators and Virtual Environments Vol.12, 2003. – P. 456–480.
277. Bond N.W. The preparedness account of social phobia: Same data and alternative explanations / Bond N.W., Siddle D.A.T. // Current controversies in the anxiety disorders. – New York.: The Guilford Press, 1996. – P.256–289.
278. Boudette L. Europe's women staying on the cybersidelines / The Zonet News Channel (ZDNN).  
<http://www.zdnet.com/zdnn/content/zdnn/ogoz/zdnn0003.html>
279. Boyd D. Why youth V social network sites: The role of networked publics in teenage social life / Boyd D. // In D. Buckingham (Ed.) Youth, identity, and digital media. Cambridge: MIT Press, 2007, P.119– 142.
280. Brennan P.V. ComputerLink: Electronic support for the home caregiver / Brennan P.V., Moore S.M., Smith K.A. // Advancements in Nursing Science Vol. 13, 1991, P. 14– 27.
281. Brenner V. Psychology of computer use: XLVII. Parameters of internet use, abuse and addiction: The first 90 days of internet usage survey / Brenner V. // Psychological Reports, 80, 1997. – P. 879–882.
282. Bromberg H. Are MUDs communities? Identity, belonging and consciousness in virtual worlds / Bromberg H. // In R. Shields (Ed.), Cultures of the Internet: Virtual spaces, real histories, living bodies. – London: Sage, 1996. – P. 143–152.
283. Buhl R. Die virtuelle Gestllschaf. Economic, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace. – Opladen, 1997. – 437 p.
284. Burgoon J. K. Effects of communication expectancies, actual communication, and expectancy disconfirmation on evaluations of communicators and their communication behavior / Burgoon J. K., Le Poire

- B. A. // *Human Communication Research* vol. 20, 1993. – P.67– 96.
285. Caplan S. E. Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being/ Caplan S. E. // *Communication Research* Vol. 30, 2003. – P.625– 648.
286. Caplan, S. E. A social skill account of problematic Internet use / Caplan, S. E. // *Journal of Communication* Vol. 55, 2005, P.721– 736.
287. Carlson J. R. Channel expansion theory: A dynamic view of media and information richness perceptions / Carlson J. R., Zmud R. W. // In D. P. Moore (Ed.), *Academy of Management: Best papers proceedings 1994*, Madison, WI: Omnipress, 1994 – P.280– 284.
288. Carlson J. R. Channel expansion theory and the experiential nature of media richness perceptions / Carlson J. R., Zmud R. W. // *Academy of Management Journal* Vol. 42, 2004, P.153– 170.
289. Childress M. D. Using massively multiplayer online role-playing games for online learning / Childress M. D., Braswell, R. // *Distance Education* Vol. 27, 2006. – P.187– 196.
290. Collins N.L. Self-disclosure and liking: A meta-analytic review / Collins N.L., Miller L. C. // *Psychological Bulletin* Vol. 116, 1994. – P.457– 475.
291. Colon Y. Chattering through the fingertips: Doing group therapy / Colon Y. // <http://www.echonyc.com/~women/Issue17/public-colon.html>
292. *Communication yearbook 27*, New York: Routledge, 1996 – P.293– 335.
293. Culnan M. J. Information technologies / Culnan M. J., Markus M. L. // In F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts, & L. W. Porter (Eds.), *Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective*. – Newbury Park, CA: Sage, 1987. – P. 420– 443.
294. Cummings J. M. Communication technology and friendship during the transition from high school to college / Cummings J. M., Lee J. B., Kraut R. E. // In R. E. Kraut, M. Brynin, & S. Kiesler (Eds.), *Computers, phones, and*



- the Internet: Domesticating information technology. – New York: Oxford University Press, 2006. – P.265–278.
295. Daft R. L. Information richness: A new approach to managerial behavior and organization design / Daft R. L., Lengel R. H. // In B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior* (Vol. 6). – Greenwich, CT: JAI Press, 1984. – P. 191–233.
  296. Daft R. L. Organizational information requirements, media richness and structural design / Daft R. L., Lengel R. H. // *Management Science* Vol. 32, 1986. – P. 554–571.
  297. Daft R. L. Message equivocality, media selection, and manager performance: Implications for information systems / Daft R. L., Lengel R. H., Trevino L. K. // *MIS Quarterly* Vol. 11, 1987. – P.355–368.
  298. DeAndrea D. C. Attributions for inconsistencies between online and offline self-presentations / DeAndrea D. C., Walther J. B. // *Communication Research* Vol. 7, 1995. – P.220–245.
  299. Dennis A. R. Testing media richness theory in the new media : The effects of cues, feedback, and task equivocality/ Dennis A. R., Kinney S. T.// *Information Systems Research* vol. 9, 1998. – P.256–274.
  300. Derks D. Emoticons and social interaction on the Internet: The importance of social context / Derks D., Bos A. E. R., von Grumbkow J. // *Computers in Human Behavior* Vol. 23, 2007. – P.842–849.
  301. Di Blasio P. Computer-mediated communication and persuasion: Peripheral vs. central routes to opinion shift / Di Blasio P., Milani, L. // *Computers in Human Behavior* Vol. 24, 2008. – P.798–815.
  302. Donath, J. Identity and deception in the virtual community / Donath, J. // In M. A. Smith & P. Kollock (Eds.), *Communities in cyberspace*. - New York: Routledge, 1999. – P. 29–59.
  303. Donath, J. Signals in social supernets / Donath, J. // *Journal of Computer-*

- Mediated Communication, 13(1), Article 12 <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/donath.html>
304. Douglas K.M. Identifiability and self-presentation: Computer-mediated communication and intergroup interaction / Douglas K.M., McGarty C. // *British Journal of Social Psychology* Vol. 40, 2001. – P.399–416.
305. Dublin J. Analysis of survey results / Dublin J., Simon V., Orem J. // Paper presented for New York University School of Social Work. N.Y, 1997. – 39 p.
306. Duck S. Some evident truths about conversations in everyday relationships / Duck S., Rutt D. J., Hurst M. H., Strejc H. // *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 12, 1999. – P.26–48.
307. D'Urso S.C. Examining the scope of channel expansion: A test of channel expansion theory with new and traditional communication media / D'Urso S.C., Rains S. A. // *Management Communication Quarterly* Vol. 21, 2008. – P. 486–507.
308. Egger O. Internet behaviour and addiction. Unpublished thesis, Swiss Federal Institute of Technology. – Zurich, 1996. – 78 p.
309. Ellison N. B. Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment / Ellison N. B., Heino R. D., Gibbs J. L. // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), Article 2. <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/ellison.html>
310. Epley N. What you type isn't what they read: The perseverance of stereotypes and expectancies over e-mail / Epley N., Kruger J.// *Journal of Experimental Social Psychology* Vol. 41, 2005. – P. 414–422.
311. Festinger L. Some consequences of deindividuation in a group / Festinger L., Pepitone A., Newcomb T.// *Journal of Abnormal and Social Psychology* Vol. 47, 1952. – P. 382– 389.
312. Flanagin A. J. Internet use in the contemporary media environment /

- Flanagin A. J., Metzger M. J. // *Human Communication Research* Vol. 27, 2001. – P.153–181.
313. Foulger, D. A. *Medium as process: The structure, use, and practice of computer conferencing on IBM's IBMPC computer conferencing facility.* Unpublished doctoral dissertation, Temple University, Pennsylvania, 1990.
314. Franklin U. *Real world of technology.* – Toronto: CBC Enterprises. 1990. – 245 p.
315. Frissen V. *Trapped in electronic cages? Gender and new information technologies in the public and private domain / Frissen V. // An overview of research. Media, Culture, and Society* Vol. 14, 1992. – P.31–49.
316. Fulk J. *Features and contexts in technology research: A modest proposal for research and reporting / Fulk J., Gould J. J. // Journal of Computer-Mediated Communication* Vol. 14, 2009. – P.764–770.
317. Fulk J. *Cognitive elements in the social construction of communication technology / Fulk J., Schmitz J., Ryu D.// Management Communication Quarterly* Vol. 8, 1995. – P.259–288.
318. Fulk J. *A social influence model of technology use / Fulk J., Schmitz J., Steinfield C.// In J. Fulk & C. Steinfield (Eds.), Organizations and communication technology.* – Newbury Park, CA: Sage, 1990. – P. 71–94.
319. Fulk J. *A social information processing model of media use in organizations / Fulk J., Steinfield C., Schmitz J., Power J. G.// Communication Research* Vol. 14(5), 1987. – P.529–552.
320. Galagher J. *Computer-mediated communication for intellectual teamwork: An experiment in group writing / Galagher J., Kraut R. E. // Information Systems Research* Vol. 5, 1994. – P.110–138.
321. Gelb L. *Health care information on the Web : Model and menace.* Paper presented at the annual joint meeting of the Web Society and the Association for Computers in Education (WebNet'96). – San Francisco, 1996. –

<http://odin.mdacc.tmc.edu/~laurie>.

322. Gibbs J. L. Self- presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating / Gibbs J. L., Ellison N. B., Heino R. D. // *Communication Research* Vol. 33, 2006. – P. 7–26.
323. Gilligan C. *In a different voice : Psychological theory and women's development*. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1982. – 312 p.
324. Glantz K. Virtual reality (VR) for psychotherapy: From the physical to the social environment / Glantz K., Durlach N. I., Barnett R. C., Aviles W. A. // *Psychotherapy* Vol. 33, 1996. – P.464– 473.
325. Gonzales A. L. Identity shift in computer-mediated environments / Gonzales A. L., Hancock J. T. // *Media Psychology* Vol. 11, 2008. – P.167–185.
326. Griffiths M.D. Technological addictions: Looking to the future. Paper presented at the 105th Annual Convention of the American Psychological Association. – Chicago, Illinois, 1997. – 119 p.
327. Guadagno R. E. Online persuasion: An examination of gender differences in computer-mediated interpersonal influence / Guadagno R. E., Cialdini R. B. // *Group Dynamics : Theory Research and Practice* Vol. 6, 2002. – P.38–51.
328. Guadagno R. E. Persuade him by email, but see her in person: Online persuasion revisited / Guadagno R. E., Cialdini R. B. // *Computers in Human Behavior* Vol. 23, 2007. – P. 999–1015.
329. Gunawardena C. N. Designing the social environment for online learning: The role of social presence / Gunawardena C. N. // In D. Murphy, R. Carr, J. Taylor, & T. Wong (Eds.), *Distance education and technology: Issues and practice*. – Hong Kong : Open University of Hong Kong Press, 2004. – P. 255–270.
330. Gustafson D.H. The use and impact of a computer-based support system for people living with AIDS and HIV infection / Gustafson D.H., Hawkin R.P.,

- Boberg E.W., Bricker E., Pingree S., Chan C.I. // Proceedings of the 18th Annual Symposium on Computer Applications in Medical Care Vol. 18, 1994. – P.604–608.
331. Haas L.J. Psychotherapy by telephone: Risks and benefits for psychologists and consumers / Haas L.J., Benedict J. G., Kobos J. C. // Professional Psychology : Research and Practice Vol. 27, 1996. – P.154–160.
332. Hall E. T. Beyond culture. New York: Doubleday, 1976. – 417 p.
333. Hall J. A. Strategic misrepresentation in online dating: The effects of gender, self-monitoring, and personality traits / Hall J. A., Park N., Song H., Cody M. J. // Journal of Social and Personal Relations Vol. 27. 2010. – P.117–135.
334. Hamilton K. They log on but they can't log off / Hamilton K., Kalb C. // Newsweek, December 18, 1995. – P. 60–61.
335. Hancock J. T. Putting your best face forward: The accuracy of online dating photographs / Hancock J. T., Toma C. L. // Journal of Communication, 59, 2009. – P. 367– 386.
336. Hancock J. T. Deception and design: The impact of communication technologies on lying behavior / Hancock J. T., Thom-Santelli J., Ritchie T. // In E. Dykstra-Erickson & M. Tscheligi (Eds.), Proceedings of the ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI 2004, Vol. 6). – New York: ACM, 2004. – P. 130–136.
337. Harmon, A. The cutting edge/technology poll special: Computing in the 90's. Los Angeles Times, October 7, 1996. - p. D1.
338. Heino R. D. Relationshopping: Investigating the market meta-phor in online dating / Heino R. D., Ellison N. B., & Gibbs J. L. // Journal of Social and Personal Relationships Vol. 27, 2010. – P.427– 447.
339. Herman S. Career HOPES: Online career exploration groups. Paper presented at the 105th Annual Convention of the American Psychological

- Association, Chacago, IL, 1998. – 139 p.
340. Herring S. Gender differences in computer-mediated communication: Bringing familiar baggage to the new frontier. Paper presented at the Convention of the American Library Association, Miami, FL, 1994 // <http://www.cpsr.org/gender/herring.txt>
341. Hesse-Biber S. Closing the technological gender gap: Feminist pedagogy in the computer-assisted classroom / Hesse-Biber S., Gilbert M. // *Teaching Sociology* Vol. 22, 1994. – P.19–31.
342. Hian L. B. Getting to know you: Exploring the development of relational intimacy in computer-mediated communication / Hian L. B., Chuan S. L., Trevor T. M. K., Detenber B. H. // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 9 (3), 2004. <http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue3/detenber.html>
343. Hiltz S. R. Replicating Bales' problem solving experiments on a computer-ized conference: A pilot study (Research Report No. 8). Newark, NJ : New Jersey Institute of Technology, Computerized Conferencing and Communications Center, 1978. – 217 p.
344. Human, R. Virtually friends in cyberspace: Explaining the migration from FtF to CMC relationships with electronic functional propinquity theory. Paper presented at the annual meeting of the National Communication Association. – San Diego, CA, 2008. – 59 p.
345. Humphreys K. Researching self-help/ mutual aid groups and organizations: Many roads, one journey / Humphreys K., Rappaport J. // *Applied and Preventive Psychology* Vol. 3, 1994. – P. 217-231.
346. Humphreys K. Individual and social benefits of mutual aid / self-help groups / Humphreys K. // *Social Policy*, 27, 1997. – P.12–20.
347. Ickes W. Behavioral and cognitive consequences of reciprocal versus compensatory responses to pre-interaction expectancies / Ickes W., Patterson

- M. L., Rajcecki D. W., Tanford S. // *Social Cognition*, 1, 1982. – P. 160–190.
348. Jacobson D. Impression formation in cyber-space : Online expectations and offline experiences in text-based virtual communities / Jacobson D. // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5(1), 1999. <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/jacobson.html>
349. Jiang C. L. The disclosure-intimacy link in computer-mediated communication : An attributional extension of the hyperpersonal model / Jiang C. L., Bazarova N. N., Hancock, J. T. // *Human Communication Research*, 37, 2011. – P.58–77.
350. Joinson A. N. Self-disclosure in computer-mediated communication : The role of self-awareness and visual anonymity / Joinson A. N. // *European Journal of Social Psychology*, 31, 2001. – P.177–192.
351. Joinson, A., McKenna, K., Postmes, T., & Reips, U.-D. (Eds.). *The Oxford handbook of Internet psychology*. – Oxford, UK : Oxford University Press, 2007. – 487 p.
352. *Journal of Computer-Mediated Communication* Vol. 15, 2003. – P. 314–335.
353. Judith S. Donath. Identity and Deception in the Virtual Community // Электронный ресурс. Режим доступа: <http://smg.media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html>
354. Kantor A. Off the charts: The Internet / Kantor A., Neubarth M. // *Internet World*, 7(12), 1996. – P.45– 51.
355. Katz, J. E., Rice, R. E. *Social consequences of Internet use: Access, involvement, and interaction*. – Cambridge: MIT Press, 2002. – 487 p.
356. Katz, J., & Aspden, P. Motivations for and barriers to Internet usage: Results of a national public opinion survey. Paper presented at the 24th Telecommunications Policy Research Conference, Solomons, MD, 1996 // <http://www.markle.Org/I96329pd3.html#Users>

357. Katz J. Internet dropouts: The invisible group. – New York : Markle Foundation, 1997 // <http://www.markle.org/J96329pd8.html>
358. Kelley B.B. New therapy: Cybershrink. San Francisco Examiner, May 1, 1994, p. A-10.
359. Kelly J. R. Effects of time limits and task types on task performance and interaction of four-person groups / Kelly J. R., McGrath J. E. // *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 1985. – P. 395–407.
360. Kenny D. A. Interpersonal perception: A social relations analysis. New York: Guilford Press, 1994. – 234 p.
361. Kiesler S. Social psychological aspects of computer mediated communication / Kiesler S., Siegal J., McGuire T.W. // *American Psychologist*, 39, 1984. – P. 1123–1134.
362. Kim J. Online self-disclosure: A review of research / Kim J., Dindia K. // In K. B. Wright & L. M. Webb (Eds.), *Computer-mediated communication in personal relationships*. – New York: Peter Lang, 2011. – P.156–181.
363. King S. A. Analysis of electronic support groups for recovering addicts / King S. A. // *Interpersonal Computing and Technology : An Electronic Journal for the 21st Century*, 2, 1994. – P.47–56 // WWW: <http://www.helsinki.fi/science/optek/1994/n3/king.txt>
364. King S.A. Using the Internet to assist family therapy / King S.A., Poulos S.T., Engi S. // *British Journal of Guidance and Counselling*, 26, 1998. – P.43–52.
365. Kirkby K.C. Computer-assisted treatment of phobias / Kirkby K.C. // *Psychiatric Services*, 47, 1996. – P.139–142.
366. Klimmt C. Mediated interpersonal communication in multiplayer videogames: Implications for entertainment and relationship management / Klimmt C., Hartmann T. // In E. A. Konijn, S. Utz, M. Tanis, & S. B. Barnes (Eds.), *Mediated interpersonal communication*. – New York : Routledge,



2008. – P. 309–330.
367. Koehler, J. W., Anatol, K. W. E., & Applbaum, R. L. Organizational communication: Behavioral perspectives. New York: Holt, Rinehart, & Winston, 1976. – 387 p.
368. Konijn, E. A., Utz, S., Tanis, M., & Barnes, S. B. (Eds.). Mediated interpersonal communication. – New York : Routledge, 2008.
369. Korzenny F. A theory of electronic propinquity: Mediated communication in organizations / Korzenny F. // *Communication Research*, 5, 1978. – P.3–24.
370. Korzenny F. Testing the theory of electronic propinquity / Korzenny F., Bauer, C. // *Communication Research*, 8, 1981. – P.479–498.
371. Kraut R. Media use in a global corporation: Electronic mail and organizational knowledge / Kraut R., Arwell P. // In S. Kiesler (Ed.), *Culture of the Internet*. – Mahwaw, NJ: Lawrence Erlbaum, 1997. – P. 323–342
372. Krokei A., Weinstein M. *Data Trash. The Theory of the Virtual Class*. – Montreal, 1994.
373. Labi N. An IM infatuation turned to romance. Then the truth came out / Labi N. // *WIRED*, 15(9), 2007. – P.149–153.
374. Landow G.P. *Hypertext 2.0 : The convergence of contemporary critical tiliary and technology*. – Baltimore and London, 1997. – 256 p.
375. Lawson H. M. Dynamics of Internet dating / Lawson H. M., Leck K.// *Social Science Computer Review*, 24, 2006. – P.189–208.
376. Lea M. “Flaming” in computer-mediated communication / Lea M., O’Shea T., Fung P., Spears R. // *Contexts in computer-mediated communication*. Ed. by M. Lea. – London : Harvester Wheatsheaf, 1992. – 287 p.
377. Lea M. Paralanguage and social perception in computer-mediated communication / Lea M., Spears R.// *Journal of Organizational Computing*, 2, 1992. – P.321– 341.
378. Lea M. Love at first byte? Building personal relationships over computer

- networks / Lea M., Spears R. // In J. T. Wood & S. Duck (Eds.), *Understudied relationships: Off the beaten track*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995. – P. 197–233.
379. Lea M. Knowing me, knowing you: Anonymity effects on social identity processes within groups/ Lea M., Spears R., de Groot D.// *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 2001. – P.526–537.
380. Lee E.-J. Effects of visual representation on social influence in computer-mediated communication / Lee E.-J. // *Human Communication Research*, 30, 2004. – P.234–259.
381. Lee K. M. Presence, explicated / Lee K. M. // *Communication Theory*, 14, 2004. – P.27–50.
382. Lewis T. T. The semantics of psychiatric labels / Lewis T.T. // *Communication Theory*, 15, 2004. – P.175– 183.
383. Lombard M. At the heart of it all: The concept of presence / Lombard M., Ditton T. // *Journal of Computer Mediated Communication*, 3(2), 1997. <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue2/lombard.html>
384. Markey P. M. Interpersonal perception in Internet chat rooms / Markey P. M., Wells S. M.// *Journal of Research in Personality*, 36, 2002. – P.134–146.
385. Markus M. L. Electronic mail as the medium of managerial choice / Markus M. L. // *Organization Science*, 5, 1994. – P.502–527.
386. Matheson K. The impact of computer-mediated communication on self-awareness / Matheson K., Zanna M.P. // *Computers in Human behavior*, 4, 1988. – P. 221–233.
387. Max-Planck-Institut für Bildungsforschung [Электронный ресурс] / Neuromodulation von Kogniti-on über die Lebensspanne. – Режим доступа: <http://www.mpib-berlin.mpg.de/en/node/1877>
388. McCrae S. Coming apart at the seams: Sex, text and the virtual body /

- McCrae S. // *Wired women: Gender and new realities in cyberspace*. Ed. by L. Cherny & E. Reba Weise. – Seattle: Seal Press, 1996. – P.25–48.
389. McKenna P. Dell identifies new generation without age and gender separation / McKenna P. // <http://www.newsbytes.com>.
390. Metzger M. J. *Credibility for the 21st century* / Metzger M. J., Flanagin A. J., Eyal K., Lemus D. R., McCann R. M. // *Integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environment*. - Cambridge: MIT Press, 2003. – 417 p.
391. Mitchell W. J. *City of bits: Space, place, and the infobahn*. Cambridge : MIT Press, 1995. – 386 p.
392. Monge P. R. *Multivariate multiple regression* / Monge P. R. // In P. R. Monge & J. N. Cappella (Eds.), *Multivariate techniques in human communication research*. – New York : Academic Press, 1980. – P. 13–56.
393. Morahan-Martin J.M., Schumacker P. Incidence and correlates of pathological internet use. Paper presented at the 105th Annual Convention of the American Psychological Association. – Chicago, Illinois, 1997.
394. Morris M. The internet as mass medium / Morris M., Ogan C. // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1 (4), 1996. – <http://cwis.usc.edu/dept/annenberg/vol1/issue4/morris.html>.
395. Muhlbach L. Telepresence in videocommunications: A study of stereoscopy and individual eye contact / Muhlbach L., Bocker M., Prussog A. // *Special Issue: Telecommunications. Human Factors*, 37, 1995. – P.290–305.
396. Nardi B. The place of face to face communication in distributed work / Nardi B., Whittaker S. // In P. J. Hinds & S. Kiesler (Eds.), *Distributed work: New research on working across distance using technology*. – Cambridge: MIT Press, 2002. – P. 83–110.
397. North T. The Internet and UseNet global computer networks: An investigation of their culture and its effects on new users / North T. // WWW:

<http://foo.curtin.edu.au:80/Thesis/>

398. Nowak K. L. The effect of the agency and anthropomorphism on users' sense of telepresence, copresence, and social presence in virtual environments / Nowak K. L., Biocca F. // *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 12, 2003. – P. 481–494.
399. Nowak K. The influence of synchrony and sensory modality on the person perception process in computer mediated groups / Nowak K., Watt J. H., Walther J. // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10 (3), 2005. <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/nowak.html>
400. Nowak K. Computer mediated teamwork and the efficiency framework: Exploring the influence of synchrony and cues on media satisfaction and outcome success / Nowak K., Watt J. H., Walther J. B. // *Computers in Human Behavior*, 25, 2009. – P.1108– 1119.
401. Oren A. The development of social climate in virtual learning discussion groups / Oren A., Mioduser D., Nachmias R. // *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 3(1), 2002. – P.1–19.
402. Papacharissi Z. (Ed.). *A networked self: Identity, community and culture on social network sites*. New York: Routledge, 2010. – 452 p.
403. Parks M. R. Making friends in cyberspace / Parks M. R., Floyd K. // *Journal of Communication*, 40, 1996. – P. 80–97.
404. Parks M. R. Making MOOsic: The development of personal relationships on line and a comparison to their off-line counterparts / Parks M. R., Roberts L. // *Journal of Social and Personal Relationships*, 15, 1998. – P. 517–537.
405. Peter J. Developing a model of adolescent friendship formation on the Internet / Peter J., Valkenburg P. M., Schouten A. P. // *Cyberpsychology & Behavior*, 8, 2005. – P.423–430.
406. Petty R. E. The elaboration likelihood model of persuasion / Petty R. E., Cacioppo J. T. // *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 1986. –

P.123-205.

407. Peca J. An analysis of socio- emotional and task-oriented communication in an online multiplayer video game / Peca J., Hancock J. T. // *Communication Research*, 33, 2006. – P. 92–109.
408. Pitkow J. Emerging trends in the World Wide Web user population / Pitkow J., Kehoe C.// *Communications of the ACM*, 38 (6), 1996. – P. 106–108.
409. Postman N. *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business.* – New York : Viking, 1985. – 243 p.
410. Postmes T. Intergroup dimensions of Internet / Postmes T., Baym N.// In J. Harwood & H. Giles (Eds.), *Intergroup communication: Multiple perspectives.* – New York : Peter Lang, 2005. – P. 213–238.
411. Postmes T. The dynamics of personal and social identity formation / Postmes T., Baray G., Haslam S. A., Morton T., & Swaab R.// In T. Postmes & J. Jetten (Eds.), *Individuality and the group: Advances in social identity.* London: Sage, 2006. – P. 215–236.
412. Postmes T. Individuality and social influence in groups: Inductive and deductive routes to group identity / Postmes T., Spears R., Lee A. T., Novak R. J. // *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 2005. – P.747–763.
413. Preece J. Empathetic communities: Information exchange is about more than facts / Preece J. // *Human-Computer Interaction*, 3, 2004. – P.23–45.
414. Prentice-Dunn S. Effects of public and private self-awareness on deindividuation and aggression / Prentice-Dunn S., Rogers R.W.// *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 1982. – P. 503–513.
415. Rains S. A. To identify or not to identify: A theoretical model of receiver responses to anonymous communication / Rains S. A., Scott C. R.// *Communication Theory*, 17, 2007. – P.61–91.
416. Ramirez A. Jr. When online meets offline: An expectancy violation theory

- perspective on modality switching / Ramirez A. Jr., Wang Z. // *Journal of Communication*, 58, 2008. – P.20–39.
417. Ramirez A. Jr. When online meets offline: The effect of modality switching on relational communication / Ramirez A. Jr., Zhang S. // *Communication Monographs*, 74, 2007. – P.287–310.
418. Ramirez A. Jr. Relational communication in computer-mediated interaction: A comparison of participant-observer perspectives / Ramirez A. Jr., Zhang S., McGrew K., Lin S.-F. // *Communication Monographs*, 74, 2007. – P. 492–516.
419. Rasmussen B. Excluding women from the technologies of the future?: A case study of the culture of computer science / Rasmussen B., Hapnes T. // *Futures*, 23, 1991. – P.1107–1119.
420. Rau P.-L. Time distortion for expert and novice online game players / Rau P.-L., Peng S.-Y., Yang C.-C. // *CyberPsychology & Behavior*, 9, 2006. – P.396–403.
421. Reicher S.D. A social identity model of deindividuation phenomena / Reicher S.D., Spears R., Postmes T. // *European Review of Social Psychology*, 6, 1995. – P.161–198.
422. Reid E. Electropolis: Communication and Community on Internet Relay Chat // Электронный ресурс. Режим доступа: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=B74712CCB0709F8B7C53DF84EF8412CF?doi=10.1.1.42.5341&rep=rep1&type=pdf>
423. Reid E.M. Cultural formations in text-based virtual realities. M.A. Thesis, University of Melbourne, 1994 // WWW: <http://members.xoom.com/elizrs/work.html>
424. Reingold H. The virtual community: Homesteading on the electronic frontier. Reading, MA: Addison-Wesley, 1993. – 227 p.
425. Resnick R. Interactive Publishing Alert's 1995 survey of women on-line. //

<http://www.netcreations.com/ipa/women/>

426. Rice R. E. Electronic message systems in the University: A description of use and utility / Rice R. E., Case D. // *Journal of Communication*, 33(1), 1983. – P.131–152.
427. Rogers P. Cohesion in online groups / Rogers P., Lea M. // In K. Morgan, C. A. Brebbia, J. Sanchez, & A. Voiskounsky (Eds), *Human perspectives in the Internet society: Culture, psychology and gender*. – Southampton, UK: WIT Press, 2004. – P.115–124.
428. Rowland W. *Spirit of the Web. The age of information from telegraph to Internet*. Toronto: Somerville Home, 1997. – 327 p.
429. Sackett A. M. You're having fun when time flies: The hedonic consequences of subjective time progression / Sackett A. M., Nelson L. D., Meyvis T., Converse B. A., Sackett A. L. // *Psychological Science*, 21, 2009. – P.111–117.
430. Salem D.A. Mutual help goes on-line / Salem D.A., Bogar G.A., Reid C.// *Journal of Community Psychology*, 25, 1997. – P.198–207.
431. Sampson J. Counseling on the information highway: Future possibilities and potential problems / Sampson J., Kolodinsky R.W., Greeno B.R. // *Journal of Counseling and Development*, 75, 1997. – P.203–211.
432. Sanders R. E. Find your partner and do-si-do: The formation of personal relationships between social beings / Sanders R. E. // *Journal of Social and Personal Relationships*, 14, 1997. – P.387–415.
433. Savicki V. Gender, language style, and group composition in Internet discussion groups / Savicki V., Lingenfelter D., Kelley M. // *Journal of Computer Mediated Communication*, 1996 // <http://www.ascusc.org/jcmc/vol/2/issue3>
434. Scherer K., Bost J. Internet use patterns: Is there internet dependency on campus? Paper presented at the 105th Annual Convention of the American

- Psychological Association. – Chicago, Illinois, 1997.
435. Schouten A. P. Precursors and underlying processes of adolescents' online self-disclosure: Developing and testing an "Internet-attribute-perception" model / Schouten A. P., Valkenburg P. M., Peter J. // *Media Psychology*, 10, 2007. – P.292–315.
436. Scott C. R. A whole-hearted effort to get it half right: Predicting the future of communication technology scholarship / Scott C. R. // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 2009. – P.753–757.
437. Selfe C.L. Testing claims for on-line conferences/ Selfe C.L., Meyer P.R. // *Written Communication*, 8, 1991. – P. 163– 192.
438. Setlock L. D. Does culture interact with media richness? The effects of audio vs. video conferencing on Chinese and American dyads / Setlock L. D., Quinones P.-A., Fussell S. R. // In *Proceedings of the 40th annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 2007. – <http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/2007/2755/00/27550013.pdf>
439. Short J.A. *The social psychology of telecommunication*. – Chichester: John Wiley, 1976. – 317 p.
440. Siegal J. Group process in computer-mediated communication / Siegal J., Dubrovsky V., Kiesler S., McGuire T. // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 37, 1986. – P. 157–187.
441. Snyder M. Social perception and interpersonal behavior: On the self-fulfilling nature of social stereotypes / Snyder M., Tanke E. D., Berscheid E. // *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 1977. – P.656–666.
442. Spender D. *The writing or the sex?: (Or why you don't have to read women's writing to know it's no good)*. New York: Pergammon Press, 1999. – 376 p.
443. Sproull L. Atheism, sex, and data-bases: The Net as a social technology / Sproull L., Fara, S. // In S. Kiesler (Ed.), *Cultures of the Internet*. - Mahwah,



- NJ: Lawrence Erlbaum, 1997. – P. 35– 51.
444. Sproull L. Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication / Sproull L., Kiesler S. // *Management Science*, 32, 1986. – P.1492–1512.
445. Starr P. Computing our way to educational reform / Starr P. // *The American Prospect*, 27, 1997. – P.50 – 60.
446. Stephens K. K. The successive use of information and communication technologies at work / Stephens K. K. // *Communication Theory*, 17, 2007. – P.486–507.
447. Stephens K. K. Information and communication technology sequences and message repetition in interpersonal interaction / Stephens K. K., Rains S. A. // *Communication Research*, 38, 2011. – P.101– 122.
448. Stone A. R. *The war of desire and technology at the close of the mechanical age.* - Cambridge: MIT Press, 1995. – 287 p.
449. Summitt P. To Define Culture In A Virtual World // Электронный ресурс. Режим доступа: [www.sociology.org.uk/as4mm3d.doc](http://www.sociology.org.uk/as4mm3d.doc)
450. Sundar S. S. The MAIN model: A heuristic approach to understanding technology effects on credibility / Sundar S. S. // In M. J. Metzger & A. J. Flanagin (Eds.), *Digital media, youth, and credibility.* – Cambridge: MIT Press, 2008. – P.73–100.
451. Swinson R.P. Efficacy of telephone-administered behavioral therapy for panic disorder with agoraphobia / Swinson R.P., Fergus K.D., Cox B.J., Wickwire K. // *Behavioral Research and Therapy*, 33, 1995. – P.465– 469.
452. Tajfel H. *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations.* – London: Academic Press, 1978. – 256 p.
453. Tajfel H. An integrative theory of intergroup conflict / Tajfel H., Turner J. C. // In W. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup*

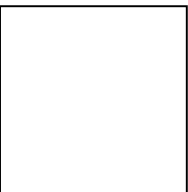
- relations. - Monterey, CA: Brooks/Cole, 1979. – P. 33–47.
454. Tanis M. Social cues and impression formation in CMC / Tanis M., Postmes T. // *Journal of Communication*, 53, 2003. – P.676–693.
455. Tannen D. *You just don't understand: Women and men in conversation*. New York: William Morrow, 1990. – 258 p.
456. Tannen D. *Women and men talking: An interactional sociolinguistic approach* / Tannen D. // In M. R. Walsh (Ed.), *Women, men, and gender: Ongoing debates*. - New Haven CT: Yale University Press, 1997. – P.82–90.
457. Tapscott, D. *Growing up digital: The rise of the Net generation*. New York: McGraw-Hill, 1998. – 198 p.
458. Tarullo L. *Windows on social worlds: Gender differences in children at play*. - Oxford: Oxford U. Press, 1994. – 313 p.
459. Tidwell L. C. Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time / Tidwell L. C., Walther J. B. // *Human Communication Research*, 28, 2002. – P.317–348.
460. Toma C. L. Separating fact from fiction: An examination of deceptive self-presentation in online dating profiles / Toma C. L., Hancock J. T., Ellison N. B. // *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 2008. – P.1023–1036.
461. Tong S. T. Just say "No thanks": Romantic rejection in computer-mediated communication / Tong S. T., Walther J. B. // *Journal of Social and Personal Relationships* 28, 2011. – P.488–506.
462. Tong S. Relational maintenance and computer-mediated communication / Tong S. T., Walther J. B. // In K. B. Wright & L. M. Webb (Eds.), *Computer mediated communication in personal relationships*. - New York: Peter Lang, 2011. – P. 98–119.
463. Tong S. T. Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook / Tong S. T., Van Der

- Heide B., Langwell L., Walther J. B. // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 2008. – P.531–549.
464. Toward non-violent computer games // *Technology Review*, 96. – 1993. – P.72-84.
465. Turkle S. *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster, 1995. – 197 p.
466. Valkenburg P. M. Social consequences of the Internet for adolescents: A decade of research / Valkenburg P. M., Peter J. // *Current Directions in Psychological Science*, 15, 2009. – P.1–5.
467. Van Der Heide, B. (2008, May). Persuasion on the 'net: A synthetic propositional framework. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Montreal, Quebec, Canada.
468. Van Gelder L. The strange case of the electronic lover / Van Gelder L. // In C. Dunlop & R. Kling (Eds.), *Computerization and controversy: Value conflicts and social choices*. - Boston: Academic Press, 1996. – P. 533–547.
469. Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. B.Becker., M.Paetau (Hrsg.). – Frankfurt A. M., 1997. – 289 p.
470. Walther J.B. Attraction to computer mediated social support / Walther J.B. // Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Montreal, 2002. – 26 p.
471. Walther J. B. Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective / Walther J. B. // *Communication Research* Vol. 19, 1992 – P.52–90.
472. Walther J. B. Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction / Walther J. B. // *Communication Research* Vol. 23, 1994. – P. 3–43.
473. Walther J. B. Nonverbal dynamics in computer-mediated communication, or

- : (and the net :(s with you, :) and you :) alone / Walther J. B. // In V. Manusov & M. L. Patterson (Eds.), *Handbook of nonverbal communication*. - Thousand Oaks, CA: Sage, 2006. – P. 461–479.
474. Walther J. B. Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition / Walther J. B. // *Computers in Human Behavior* Vol 23, 2006. P.2538–2557.
475. Walther J. B. Theories, boundaries, and all of the above / Walther J. B. // *Journal of Computer-Mediated Communication* Vol. 14, 2009. – P.748–752.
476. Walther J. B. Computer-mediated communication / Walther J. B. // In C. R. Berger, M. E. Roloff, & D. R. Roskos-Ewoldsen (Eds.), *Handbook of communication science*. - Thousand Oaks: Sage, 2008. – P. 489–505.
477. Walther J. B. Validation and application of electronic propinquity theory to computer-mediated communication in groups / Walther J. B., Bazarova N. // *Communication Research* Vol. 35, 2008. – P.622–645.
478. Walther J. B. Internet interaction and intergroup dynamics: Problems and solutions in computer-mediated communication / Walther J. B. // In H. Giles, S. Reid, & J. Harwood (Eds.), *The dynamics of intergroup communication*. New York: Peter Lang, 2010. – P.209–220.
479. Walther J. B. Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships / Walther J. B., Parks M. R. // In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of interpersonal communication*. - Thousand Oaks, CA: Sage, 2002. – P.529–563.
480. Walther J. B. Computer-mediated communication versus vocal communication in the amelioration of pre-interaction stereotypes: An examination of theories, assumptions, and methods in mediated communication research / Walther J. B., DeAndrea D. C., Tong S. T. // *Media Psychology* Vol. 13, 2010. – P.364–386.

481. Walther J. B. The influence of online comments on perceptions of anti-marijuana public service announcements on YouTube / Walther J. B., DeAndrea D., Kim J., Anthony J. // *Human Communication Research* Vol. 36, 2010. – P.469–492.
482. Walther J. B. The effect of feedback on identity shift in computer-mediated communication / Walther J. B., Liang Y., DeAndrea D. C., Tong S. T., Carr C. T., Spottswood E. L., et al. // *Media Psychology* Vol. 14, 2011. – P.11-26.
483. Walther J. B. Let me count the ways: The interchange of verbal and nonverbal cues in computer-mediated and face-to-face affinity / Walther J.B., Loh T., Granka L. // *Journal of Language and Social Psychology* Vol. 24, 2005. – P.36–65.
484. Walther J. B. Self-generated versus other-generated statements and impressions in computer-mediated communication: A test of warranting theory using Facebook / Walther J. B., Van Der Heide B., Hamel L., Shulman H. // *Communication Research* Vol. 36, 2009. – P.229–253.
485. Walther J. B. The effects of interpersonal goals on inadvertent intrapersonal influence in computer-mediated communication / Walther J. B., Van Der Heide B., Tong S. T., Carr C. T., Atkin C. K. // *Human Communication Research* Vol. 36, 2010. – P.323– 347.
486. Wang Z. Interpersonal and group level measures in attraction and group identification: A factor analysis approach / Wang Z. // Paper presented at the annual meeting of the National Communication Association, Chicago, 2007. – 52 p.
487. Wang Z. Social identification and interpersonal communication in computer-mediated communication: What you do versus who you are in virtual groups / Wang Z., Walther J. B., Hancock J. T. // *Human Communication Research* Vol. 35, 2009. – P.59– 85.
488. Warkentin D. Warrants and deception in computer-mediated communication

- / Warkentin D., Woodworth M., Hancock J. T., Cormier N. // In K. Inkpen & C. Gutwin (Eds.), *Proceedings of the 2010 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*. - New York: ACM, 2010. – P. 9– 12.
489. Weil M. The psychological impact of technology from a global perspective: A study of technological sophistication and technophobia / Weil M., Rosen L. // *Computers in Human Behavior* Vol. 11, 1995. – P.95–133.
490. Westerman D. K. How do people really seek information about others? Information seeking across Internet and traditional communication sources / Westerman D. K., Van Der Heide B., Klein K. A., Walther J. B. // *Journal of Computer-Mediated Communication* Vol. 13, 2008. – P.751– 767.
491. Whitty M. Revealing the "real" me, searching for the "actual" you: Presentations of self on an Internet dating site / Whitty M. // *Computers in Human Behavior* Vol. 24, 2008. – P.1707– 1723.
492. Whitty M. *Cyberspace romance: The psychology of online relationships*. New York: Palgrave MacMillan, 2006. – 512 p.
493. Wilson J. M. All in due time: The development of trust in computer-mediated and face-to-face groups / Wilson J. M., Straus S. G., McEvily W. J. // *Organizational Behavior and Human Decision Processes* Vol. 99, 2008. – P.16– 33.
494. Wright K. B. *Computer-mediated communication in personal relationships* / Wright K. B., Webb L. M. // New York: Peter Lang, 2011. – 348 p.
495. Winzelberg A.J. The analysis of an electronic support group for individuals with eating disorders / Winzelberg A.J. // *Computers in Human Behavior* Vol. 13, 1997. – P.393 – 407.
496. Wurman R.S. Chapter 1: The non-information explosion / Wurman R.S. // *Information Anxiety*. – New York: Doubleday, 1989. – P. 31– 50.
497. Young K. Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder / Young K. // *CyberPsychology & Behavior*, 1998. – P. 237 – 244.

- 
498. Yzer M. C. New communication technologies, old questions / Yzer M.C.,  
Southwell B. G. // American Behavioral Scientist Vol. 25, 2008. – P.8– 20.