

УДК 621.39

**Сітцева Марина Вікторівна**

аспірант кафедри педагогіки і психології Педагогічного інституту

Київський університет імені Бориса Грінченка, м. Київ

*m.sittsevaia@gmail.com*

## **СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ**

**Анотація.** У статті здійснено аналіз особливостей комунікації особистості як суб'єкта віртуальної взаємодії у соціально-психологічному вимірі. Метою статті визначено виокремлення змістової специфіки та соціально-психологічних форм комунікації особистості у віртуальному просторі. На основі властивостей віртуального простору – трансграничності, позачасового характеру та анонімності – представлено структуру соціально-віртуального образу особи як користувача мережі Інтернет. Представлено ключові проблеми трансформації особистості під впливом віртуальних соціальних мереж як нових засобів комунікаційної діяльності. Окреслено загрози та ризики тотальної дигіталізації інформаційного потоку. Розглянуто специфічні риси особистості як учасника віртуального поля соціальної комунікації, на основі чого зроблено висновки про недостатню розробленість питання визначення онтологічних, аксіологічних та структурно-функціональних засад перебування особистості в Інтернет-мережі, що складає перспективний напрям науково-психологічного вивчення.

**Ключові слова:** віртуальний простір; віртуальна комунікація; соціальні мережі; Інтернет-взаємодія; користувач соціальних мереж; образ «Я»; віртуальна самопрезентація.

**Постановка проблеми.** Сучасні соціокультурні трансформації, які нині переживає особистість ХХІ століття, ставлять перед дослідниками нові завдання вивчення психологічної структури особистості, яка перебуває у віртуальному просторі соціальної взаємодії. Аналіз образів «Я» сучасного індивіда як суб'єкта соціальних відносин на сьогодні неминуче повинен здійснюватися у віртуальному дискурсі, адже віртуальні форми соціальної взаємодії на сучасному етапі набувають усе більш глобальних масштабів, трансформуючи наші уявлення про світ загалом та місце індивіда в ньому.

У віртуальному просторі комунікативний аспект міжособистісної взаємодії зазнає значних трансформацій. Фокус уваги тут переноситься з безпосередньої реальної взаємодії соціальних суб'єктів на опосередковані форми комунікації в Інтернет-мережах. Окрім комунікативної проблематики, загострюється потреба в

акцентуванні на специфіці переживання особистістю інноваційних форм взаємодії та представлення власного «Я» у віртуальному середовищі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Соціально-культурні та суспільно-політичні аспекти розвитку інформаційного середовища, становлення та формування інформаційного суспільства розглядалися у працях С. Берковіца, С. Вассермана, Д. Белла, М. Кастельса, М. Маклюена, Й. Масуда, Т. Стоуньєра, О. Тоффлера та ін. Всебічному аналізу специфіки функціонування мережевого суспільства присвячені роботи М. Кастельса, який трактує природу віртуального суспільства у контексті інформаційної революції і теорії інформаційного суспільства. У працях представників постструктуралізму Ж. Делеза та Ф. Гваттарі сутність інформаційного суспільства та віртуальних форм взаємодії в ньому розглядається з соціально-філософських позицій. Феноменології Інтернет-простору, що включає в себе специфічні форми взаємодії, комунікації, а також потужні інтелектуальні ресурси та специфічно обумовлені правила дій, присвячені праці Дж. П. Барлоу, Т. Фрідмана, М. Паєтау, А. Турена. Серед сучасних дослідників активною розробкою проблематики віртуального простору та особливостей розвитку людини в ньому активно займалися такі вчені, які Г. Бакулев, В. Бичков, А. Жубинський, Д. Іванов, І. Корсунцев, Л. Литвинцева, Н. Маньковська, С. Налітов, Н. Лукіна, М. Носов, О. Орлов, Н. Хілько та ін.

**Метою статті** є виокремлення змістової специфіки та соціально-психологічних форм комунікації особистості у віртуальному просторі.

**Виклад основного матеріалу.** На сучасному етапі суспільного розвитку проблематика віртуальної реальності привертає все більшу увагу дослідників. Цифрові засоби, що опосередковують комунікацію, не просто активно ввійшли у повсякденне життя індивідів, але й продукти комунікації істотно змінюють менталітет, ставлення до оточуючих та культури особистості загалом [4].

Для більш ґрунтовного розуміння особливостей комунікативної взаємодії індивідів у віртуальному просторі, важливо виокремити основні властивості віртуального світу. М. Носов виділяє чотири ключові властивості віртуальної реальності: походження, актуальність, автономність, інтерактивність [10].

Походження означає залежність віртуальної репрезентації від її реального прототипу, джерела. Актуальність визначає затребуваність, потрібність наявності даного осередку віртуальної реальності. Автономність визначає незалежність, відособленість віртуального простору від реального простору, часу. Інтерактивність визначає можливість зворотного зв'язку між суб'єктами комунікації у віртуальних мережах.

Перебування індивіда у віртуальному світі у ролі користувача Інтернет-мережі має такі основні функції [7]:

- регулює комунікативну активність суб'єкта соціальної взаємодії у віртуальному просторі;
- стимулює творчу діяльність та мислення користувача;
- трансформує свідомість реципієнта, створюючи нову світоглядну парадигму.

Віртуальна соціальна комунікація має процесуальний характер, що виражається у стимуляції реальності, заміненій образами і символами. Віртуальна комунікативна діяльність слугує новим специфічним полем соціальної взаємодії та комунікативної активності, розширяючи можливості учасників цієї взаємодії у пізнанні власного «Я-образу» [2; 6; 9].

Тож основними аспектами, на яких базується комунікація особистості у віртуальному середовищі, є такі:

- дигіталізація комунікативної взаємодії (опосередкованість цифровими засобами – веб-камерою, клавіатурою, сенсорними пристроями зчитування інформації тощо);
- збільшення обсягу і змістової наповненості інформаційного потоку;
- часопросторова дифузність (час сприймається в інших вимірах, аніж у повсякденному бутті, а простір загалом відсутній, виступає симулякром);
- відсутність чіткої соціальної диференціації (учасники віртуальної комунікації є умовно рівними);
- тенденція до конвергенції соціальних стосунків та комунікативної діяльності.

Визначення основних особливостей та функцій взаємодії особистості з віртуальними засобами комунікації та діяльності потребує виявлення негативних аспектів тривалого перебування особистості в Інтернет-мережі. Перебуваючи у віртуальному середовищі, людина ізолює себе від зовнішнього світу, адже входження особи у простір соціально-комунікативних взаємин автоматично зменшує потребу у зовнішніх стимулах та взаємодіях. Віртуальна продукція, ізолюючи людину, залишає її наодинці з симулякрами, представленими у вигляді Інтернет-сторінок, чатів, форумів, блогів тощо [8, 230].

Залежність особистості від віртуальних форм соціальної взаємодії, тобто потреба у періодичному перебуванні в соціальних мережах, обумовлена, на наш погляд, кількома особливостями:

- доступність (вихід в Інтернет можливий і вдома, і на роботі, і за допомогою мобільних пристроїв – телефонів, планшетів та інших гаджетів);
- задоволення інтересу (доступна інформація з будь-якого питання);
- зв'язаність з іншими суб'єктами Інтернет-мережевої взаємодії (особливо у тому випадку, коли Інтернет-мережі є єдиним засобом взаємодії);
- пов'язаність роботи в Інтернет-мережі з учбовою/професійною необхідністю (пошук необхідної інформації, робота чи бізнес в Інтернеті, постійне користування електронною поштою тощо);
- звичка неврозподібного характеру (на рівні динамічного стереотипу) входити «он-лайн» у час, не зайнятий задоволенням базових потреб (у їжі, сні тощо).

Тривале перебування у просторі віртуальних соціальних взаємодії провокує суттєву негативну тенденцію: усвідомлення людиною себе і оточуючого стає більш поверхневим (як і саме мислення та сприйняття), фрагментарним. Зупинимося на цьому аспекті детальніше.

У віртуальному просторі єдино наявним і найбільш цінним ресурсом є інформація. Від її обсягу, новизни, актуальності та прикладної значущості залежить якість виконуваних індивідом функцій у суспільстві, в якому взаємодія значною мірою залежить від наявності єдиної (глобальної, спільної) комунікаційної мережі.

Отже, для індивіда як члена певної соціальної групи важливо правильно організувати циркуляцію інформації у даному комунікативному просторі для успішної взаємодії з іншими соціальними агентами. Тому особа постійно збільшує число комунікативних каналів для отримання все більшої кількості інформації, яка допомагатиме їй бути в курсі змін, що відбуваються в суспільстві, з метою корекції власної комунікативної діяльності. Проте значна кількість розрізненої інформації, вибірково сприйнятої людиною, не дає змоги «охопити» її загалом. Особа обмежується поверхневим сприйняттям – сприймає пропоновану інформацію «на віру», тобто не вдається до її перевірки: контакту з першоджерелами, зіставлення фактів, відсіювання домислів тощо.

Тож сприйняття надмірного обсягу інформації, яка надходить з віртуального простору приводить людину до необхідності застосування стратегії споживання. Повноцінний аналіз і засвоєння трансльованих меседжів неможливе через брак часу: індивід фізично не здатен повноцінно сприймати і засвоювати миттєво змінювану інформацію, яка надходить із різних соціально-мережових полів. Це знижує не лише інтелектуальні потенції, а й культуру особистості загалом. Як наслідок, знижується і культура споживання інформації: особа стає все більш некритичною до представленого інформаційного потоку з мережі. Відповідно, погіршується і якість інформації, що передається. Споживач інформаційного продукту потрапляє у замкнуте коло, що передбачає постійний спад якості інформації, що надходить, та погіршення якості соціально-мережових взаємодій як результат [6].

У процесі розвитку індивіда у віртуальному середовищі відбувається зміна системотворчих зв'язків і форм соціальної взаємодії. У зв'язку з тим, що віртуальний образ створюється в процесі аудіовізуального (екранного) сприйняття, комунікативний аспект соціальної взаємодії мінімізується. Тобто на відміну від взаємодії індивідів у реальному просторі та часі, де домінуючим є розмовний стиль взаємодії («живе» спілкування), віртуальна взаємодія користувачів Інтернет-мережі набуває все більш опосередкований екранним сприйняттям характер. За влучним виразом Н. Хілько, «мовлення зводиться до мінімуму і образи стають всемогутніми» [13, 26].

Відповідно до специфіки презентації образу індивіда у віртуальній взаємодії, можемо представити таку структуру соціально-віртуального образу користувача Інтернет-мережі:

- соціокультурні коди самопрезентації, у тому вигляді, як їх розуміє і трансформує у власній діяльності особистість, та їх взаємодія і взаємообумовленість;
- індивідуальна авторська концепція складеного образу, обумовлена наявною у індивіда картиною світу та баченням власного «Я»;
- просторово-пластичне втілення даного уявлення (аватарка, нік, автобіографічні дані, змістове наповнення власної Інтернет-сторінки/сайту/блогу);
- емоційно-чуттєве оформлення власного «віртуального образу».

На наш погляд, поширеність віртуальних форм комунікативної та соціальної взаємодії першочергово пояснюється пошуком особистістю нових способів самопізнання. Людиноцентризм сьогодні набуває все більш егоїстичний відтінок. Особа прагне пізнати себе якнайбільш всебічно та глибоко, відкрити власні приховані потенційні ресурси та можливості. Для цього індивід вдається до різних форм самопрезентації, з одного боку, та до аналізу практик самопрезентації інших – з іншого.

Виокремимо ще один вагомий наслідок соціально-комунікативної Інтернет-взаємодії, а саме зростаючу залежність інтелектуального потенціалу особи від процесів дигіталізації отримуваної нею інформації. Мережева інформація не завжди містить аксіологічний компонент, провокуючи загострення міжособистісної конфліктності та утвердження власної індивідуалізованої позиції. У цьому контексті вагомою є необхідність розуміння того, хто саме продукує ту чи іншу інформацію, чи є вона достовірною та продуктивною для особистості, та, говорячи в інтрапсихічному ракурсі, чи є вона не безплідним самокопанням у недрах власного «Я» у спробах безсенсового шукання. Примітною ілюстрацією у даному випадку можуть бути численні «живі журнали», щоденники та блоги, у яких особа іноді викладає будь-яку інформацію (випадково поєднану, безсистемну, уривчасту,

незавершену), яку вона вважає за потрібне опублікувати. Зазвичай якість такої інформації сумнівна. Втрата змістових та аксіологічних орієнтирів загрожує значній моральній та інтелектуальній інволюції користувача Інтернет-мережі.

Споживацькі устремління у суспільстві тільки потурають цій тенденції, пропонуючи все більші масиви непотрібної інформації. Це найбільш помітно у тих випадках, коли отримуючи потенційні можливості для досягнення власних цілей (у даному випадку індивідуалізованих комунікативних потреб), особа продовжує «чіплятися» за застарілі алгоритми сприйняття інформації та некритичного її засвоєння, лише через наявну в неї потребу бути зарахованою до відповідної соціальної групи.

Отже, основними характеристиками сучасної віртуальної Інтернет-мережевої комунікативної культури є фрагментарність, акцент на егоцентризмі та маніфест суб'єктивності думок і поглядів. На основі вказаних загроз можемо визначити основні чинники, що позначають безпечне перебування особистості в Інтернет-просторі [1; 3; 5; 12]:

- інтегрованість, що позначає протиставлення роз'єднаності людей, поглиблення суб'єктивності сприйнятої інформації, нетерпимості до несхожих думок та стратегій поведінки в соціальних мережах;
- синхронізованість, що символізує узгодженість зусиль членів однієї соціальної групи, сприяння розумінню структурних процесів, що відбуваються в інших площинах репрезентації;
- консерватизованість, яка передбачає деяку схильність до усталених традицій соціально-комунікативної взаємодії членів однієї соціальної групи, вироблення схожих стратегій і тактик здійснення комунікації та прийняття відповідальності за групові процеси.

Віртуальна реальність, представлена у вигляді симуляції реального життя і комунікації зокрема, є не просто відображенням соціального життя та його взаємозв'язків, а й повноцінним елементом структури соціальної організації, стаючи аналогом реальної соціальної дії та соціально-комунікативних відносин. Тож,

розвиток віртуальних форм соціальної взаємодії неминуче розгортатиметься як необхідний складник самовираження особистості і становлення її Я-образу.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Нами були визначені основні характеристики, що позначають (обумовлюють) перебування особи в Інтернет-мережі: доступність, задоволення інтересів, потреба у спілкуванні, професійна або навчальна необхідність, невротична звичка. Основними функціями Інтернет-середовища як віртуальної форми взаємодії є: регуляція комунікативної активності, стимуляція творчої діяльності й мислення, трансформація світогляду особи. До складників структури образу користувача Інтернет-мережі відносяться: авторська концепція образу, кодифікація самопрезентації, просторово-часове втілення та емоційне оформлення.

Віртуальний світ та соціальні дії в ньому слугують ключовим поняттям для пояснення соціальної структури інформаційного суспільства. Віртуальні комунікації у просторі соціальних мереж є актуальною, проте недостатньо розробленою проблемою. Визначення онтологічних, аксіологічних та структурно-функціональних засад перебування особистості в Інтернет-мережових спільнотах складає перспективний напрям науково-психологічного вивчення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции.– М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
2. Бычков В.В., Маньковская Н.Б. Виртуальная реальность в пространстве эстетического опыта // Вопросы философии. – 2006. – № 11. – С. 47-59.
3. Жубинский А. Социальные функции информации в современном обществе: ценностный аспект // Власть. – 2010. – № 1. – С. 31-34.
4. Иванов Д.В. Виртуализация общества. – СПб.: "Петербургское Востоковедение", 2000. – 96 с.
5. Корсунцев И.Г. Философия виртуальной реальности // Виртуальная реальность: Философские и психологические аспекты. – М., 1997. – С. 185-188.
6. Литвинцева Л.В., Налитов С.Д. Виртуальная реальность: анализ состояния и подходы к решению // Новости искусственного интеллекта. – 1995. – № 3. – С. 24-90.
7. Лукина Н.П. Информационное общество: состояние и перспективы социально-философского исследования / Н.П. Лукина. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.huminf.tsu.ru>
8. МакНайер Б. Технологии / Медиа. Введение / под ред. А. Бригза, П. Кобли.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 224-241.



9. Маньковская Н.Б. Виртуальная реальность в искусстве и эстетике / Н.Б. Маньковская // Виртуалистика: экзистенциальные и эпистемологические аспекты. – М., 2004. – С. 310-327.
10. Носов Н.А. Виртуальная психология. – М.: «Аграф», 2000. – 432 с.
11. Орлов А.М. Виртуальная реальность. Пространство экранных культур как среда обитания / А.М. Орлов. – М., 1997. – 336 с.
12. Сорос Дж. Открытое общество. Реформируя глобальный капитализм.– М., 2001. – 287 с.
13. Хилько Н.Ф. Развитие аудиовизуальных творческих способностей: психологические и социокультурные аспекты. – Омск: Сиб. филиал Рос. ин-та культурологии, 2004. – 158 с.

*Рецензент*

*Юрченко В.І.- канд. психол. наук, доц.*

*Стаття надійшла до редакції 9.09.2014*

## **СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

**Ситцевая Марина Викторовна**

аспирант кафедры педагогики и психологии Педагогического института

Киевский университет имени Бориса Гринченко, г. Киев

*m.sittsevaia@gmail.com*

**Аннотация.** В статье осуществлен анализ особенностей коммуникации личности как субъекта виртуальной взаимодействия в социально-психологическом измерении. Целью статьи определено выделение содержательной специфики и социально-психологических форм коммуникации личности в виртуальном пространстве. На основе свойств виртуального пространства – трансграничности, вневременного характера и анонимности – представлена структура социально-виртуального образа человека как пользователя сети Интернет. Представлены ключевые проблемы трансформации личности под влиянием виртуальных социальных сетей как новых средств коммуникационной деятельности. Определены угрозы и риски тотальной дигитализации информационного потока. Рассмотрены специфические черты личности как участника виртуального поля социальной коммуникации, на основе чего сделаны выводы о недостаточной разработанности вопроса определения онтологических, аксиологических и структурно-функциональных основ пребывания личности в Интернет-сети, что составляет перспективное направление научно-психологического изучения.

**Ключевые слова:** виртуальное пространство; виртуальная коммуникация; социальные сети; Интернет-взаимодействие; пользователь социальных сетей; образ «Я»; виртуальная самопрезентация.

## SOCIAL-PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF ORGANIZATION OF COMMUNICATIVE INTERACTION IN THE VIRTUAL SPACE

**Maryna V. Sittseva**

postgraduate in pedagogy and psychology Pedagogical Institute

Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv

*m.sittsevaia@gmail.com*

**Abstract.** In the article the analysis of the communication features of a person as a subject of virtual interaction in the socio-psychological dimension. The aim of the article is defined allocation of specific content and socio-psychological forms of communication personality in the virtual space. Based on the properties of the virtual space – transgenice, timeless character and anonymity – the structure of socio-virtual image of man as a user of the Internet. Presents the key problems of transformation of personality under the influence of virtual social networks as a new means of communication activities. Identified threats and risks total digitalization of information flow. Considered the specific features of the person as a participant of virtual fields of social communication on the basis of which conclusions are drawn about the underdevelopment of determining the ontological, axiological and structural and functional bases of stay of the person in the Internet network, which is a promising direction of scientific-psychological study.

**Keywords:** virtual space; virtual communication; social media; web interaction; user of social networks; the image of «I»; virtual self-presentation.

### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

1. Bakulev G.P Mass communication: Western theories and concepts. – M: Aspect Press, 2005. – 176 p. (in Russian)
2. Bychkov V.V., Mankovsky NB Virtual reality in the space of aesthetic experience // Voprosy filosofii. – 2006. – # 11. – P. 47-59. (in Russian)
3. Gubinski A. Social function of information in modern society: valuable aspect // Vlast. – 2010. – # 1. – P. 31-34. (in Russian)
4. Ivanov A.I Virtualization society. – SPb.: "Peterburgskoe Vostokovedenie", 2000. – 96 p. (in Russian)
5. Korsuntsev I.G. Philosophy of virtual reality // Virtualnaya realnost: Filosofskie i psihologicheskie aspekty. – M., 1997. – P. 185-188. (in Russian)
6. Litvintseva L.V., Naletov S.D. Virtual reality: an analysis of state and solution approaches // Novosti iskusstvennogo intellekta. – 1995. – # 3. – P. 24-90. (in Russian)
7. Lukina I.E. The Information society: the state and prospects of socio-philosophical studies / I.E. Lukina. – [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.huminf.tsu.ru>. (in Russian)
8. MacNair B. Technology / Media. Vvedenie / Ed. by A. Bryza, P. Coble.– M.: UNITY-DANA, 2005. – P. 224-241. (in Russian)
9. Mankovskaia N.B. Virtual reality in art and aesthetics / N.B. Mankovskaia // Virtualistika: ekzistentsialnyie i epistemologicheskie aspekty. – M., 2004. – P. 310-327. (in Russian)
10. Nosov N.A. Virtual psychology. – M: "Agraff", 2000. – 432 p. (in Russian)
11. Orlov A.M. Virtual reality. Space screen crops as habitat / A.M. Orlov. – M., 1997. – 336 p. (in Russian)
12. Soros J. The open society. Reforming global capitalism.– M., 2001. – 287 p. (in Russian)
13. Khilko NF development of the audiovisual creative abilities: psychological and socio-cultural aspects. – Omsk: Sib. filial Ros. in-ta kulturologii, 2004. – 158 p. (in Russian)