

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ У ВІРТУАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.

У статті висвітлено психологічні особливості взаємодії у віртуальних соціальних мережах, проаналізовано переваги та психологічні проблеми такої взаємодії.

Ключові слова: соціальна мережа, Інтернет, віртуальна спільнота, віртуальна взаємодія

Постановка проблеми. Поява нових інформаційно-комунікаційних технологій істотно трансформує усталені соціальні практики, породжуючи нові форми соціальних інтеракцій. Прикладом останньої є віртуальні соціальні мережі, які на даний час виступають потужним засобом розвитку Інтернет - простору.

Зважаючи на перенесення значної частини соціальних інтеракцій з реального до онлайнового простору, стрімке зростання кількості користувачів віртуальних соціальних мереж, проблема дослідження психологічних особливостей взаємодії є надзвичайно актуальною.

Слід зазначити, що поняття «соціальна мережа» виникло у межах соціології (Г. Зіммель, Е. Дюркгейм та ін.), соціальної антропології (Дж Барнз, А. Редкліфф-Браун та ін.), культурології (Ю. Хабермас та ін.) та соціальної психології (Дж. Морено, Е. Мейо, С. Міліграм та ін.) і на даний момент широко розглядається у межах так званого мереженого підходу (Р. Берт, Дж. Скотт та ін.).

Щодо дослідження віртуальних соціальних мереж можна назвати чисельні, але розрізнені праці, в яких висвітлюються окремі мережеві аспекти соціальної взаємодії та Інтернет-соціалізації (С. Бондаренко, А. Войскунський, А. Жичкіна, А. Лучинкіна, Д. Пріс, Дж. Сулер та ін.).

Це й зумовило **мету** нашої роботи – визначити психологічні особливості взаємодії у віртуальних соціальних мережах, переваги та проблеми такої взаємодії.

Виклад основного матеріалу. У загальному під соціальною мережею розуміють сукупність осіб або групи осіб набір людей або групи людей з деяким паттерном контактів або інтеракцій між ними, розрізняючи мережі за метою (підтримки, підприємницькі, практичної спрямованості), способом організації (ділові, формальні) та ін. [9; 25; 27 та ін.].

Саме поняття «соціальне», як зазначає А. Журавльов, виражає скоріше відмінність цих мереж від технічних та електронних, підкреслюючи їх міжособистісний, емоційно забарвлений, «відносиневий» характер [9, С. 100-101]. Дослідник виокремлює два основні підходи до вивчення соціальних мереж: 1) структурний (Р. Берт [16] та ін.), у межах якого вивчають конфігурацію мереж і її структурні характеристики (розмір, щільність, розгалуженість, сила зв'язків, ступеня централізації та ін.) і 2) змістовий (М. Грановеттер [18] та ін.), за яким динаміку мереж пояснюють з огляду на якість відносин між їх учасниками, зокрема, формування довіри, загальних цінностей, норм ідентичності, особливостей зв'язків між ними тощо.

Щодо віртуальних соціальних мереж, слід насамперед зазначити, що термін «віртуальний» походить від «*virtualis*» (лат.) – «можливий, такий, що може або мусить з'явитися за певних умов». Відповідно поняття «віртуальний» відносять до образів, моделей чи артефактів, які уявляються користувачу реальними, але фактично не існують в просторі монітора, будучи створеними відповідними програмними засобами. Отже, віртуальним називають об'єкт, який повністю виконує свої функції, але не має фізичного втілення [3; 4; 6; 14 та ін.].

Це зумовлює *специфіку віртуальної соціальної мережі* як середовища, через яке відбувається взаємодія учасників як результат закріплення стійких інтеракцій і відносин, що виникають спочатку на основі міжособистісних контактів у мережі або контактів з постачальниками мережевого ресурсу. Йдеться про: віртуальність, виникнення нових, віртуальних продуктів, що можуть існувати самостійно; нелінійний засіб організацій, коли існує один вхід і безліч виходів; гіпертекстова

організація, можливість різноманітних зв'язків, і, відповідно, непрограмованість, альтернативність [3].

Віртуальні соціальні мережі містять, по перше, людей, (користувачів ресурсів) які здійснюють взаємодію з метою задоволення певних потреб чи виконання певних соціальних ролей, а, по-друге, – спільні цілі взаємодії, спрямованої на задоволення спільних потреб та інтересів. Йдеться про а) обмін інформацією; б) пошук і підтримання контактів відповідно до інтересів у діловій чи особистій сфері; в) приємне проведення часу, розвага, «спілкування заради спілкування»; г) самоствердження та самореалізація через презентацію себе, своїх поглядів, думок, переконань віртуальній спільноті тощо [9; 22].

По третє, у віртуальній соціальній мережі їх користувачі діють відповідно до сукупності приписаних ролей (постачальник контенту, користувач, учасник чату, конференції та ін.)

По-четверте, важливою характеристикою взаємодії у віртуальній соціальній мережі є норми (ритуали, принципи та правила взаємодії, забезпечення безпеки особистості в процесі взаємодії тощо), які набувають своєї специфіки саме через її віртуальність. У результаті взаємодії між учасниками утворюються певні зв'язки. Ці зв'язки можуть бути міцними та поверхневими, виконуючи в мережі різні соціальні функції: міцні зв'язки сприяють стабільності соціальної мережі, а поверхневі – забезпечують відкритість мережі до зовнішніх впливів, її сприйнятливість до інновацій, убезпечують мережу від ізоляції тощо. Саме тому, за даними Б. Уззі, оптимальна мережева структура мусить містити як поверхневі, так і міцні зв'язки [28].

По-п'яте, функціонування віртуальних соціальних мереж можливе за наявності комп'ютерних систем, які забезпечують підтримку соціальної взаємодії на основі критеріїв участі (доступу в мережу) та є такими, що створюють відчуття близькості [22]. Багатоканальність і децентралізованість, властива таким мережам дозволяє, як стверджує А. Л. Журавльов [9], поєднати на перший погляд несумісне – з одного боку, зростаючу автономію індивідів, а з іншого – зростаючу залежність від суспільної солідарності та підтримки.

Отже взаємодію у віртуальній соціальній мережі можна інтерпретувати як організацію спільної діяльності віртуальної спільноти, що має на меті акумулювання інформації, її упорядкування, колективний доступ, обмін інформацією та обговорення на основі соціального сприйняття, взаєморозуміння, емоційного ставлення та підтримки між користувачами. У результаті спільної діяльності відбувається перетворення певних об'єктів, що мають для членів віртуальної спільноти предметно-практичну, пізнавальну та іншу цінність, та створення нових віртуальних об'єктів.

Слід зазначити як позитивні, так і негативні аспекти взаємодії користувачів у віртуальній соціальній мережі. До *позитивних аспектів* слід віднести [5; 6; 8; 11; 12; 14; 15 та ін.]:

1) *трансцендентність* (розширення можливостей людини щодо спілкування та інтеракцій через звертання до колективної соціальної пам'яті віртуальної спільноти, яка зберігається в мережі у вигляді її контенту та оцінок і суджень членів віртуальної спільноти) і *глобалізація* (розмивання просторових і часових меж, потенційно необмежена кількість користувачів, що можуть взаємодіяти, географічно перебуваючи у різних пунктах земної кулі і навіть у космічному просторі); це, зокрема, спричинює так званий феномен «тісного світу», коли, за дослідженням С. Міліграма, до будь-якої людини на земній кулі можна дістатися через 6 інтеракцій [21];

2) *полілогічність* (можливість не лише міжособистісної, але й внутрішньогрупової та міжгрупової взаємодії) та *полікультурність* (можливість одночасного спілкування великої кількості людей з різних культур, соціальне різноманіття);

3) *інтерактивність* і *мультмедійність*, що змінюють творення та сприйняття текстових повідомлень спілкування як у синхронному, так і асинхронному режимі, дозволяють не лише слідувати авторському розгортанню сюжету, але й здійснювати власну навігацію; забезпечуючи передумови для прояву суб'єктної активності особистості;

4) *анонімність і відчуття безпеки*, захист від зовнішнього контролю та загальноприйнятих норм, відчуття необмеженої свободи та розкутості, відсутність цензури, можливість одночасно займати декілька різних позицій, спілкуючись з різними людьми. Як зазначає Дж Сулер, у процесі взаємодії у віртуальному середовищі в особистості з'являється велика можливість виборів – залишатися самою собою, говорити від імені певного аспекту своєї особистості, прийняти вигадані індивідуальності чи залишатися повним анонімом або взагалі людиною-невидимкою [26]. Тобто анонімність збагачує можливості самопрезентації людини, надає їй можливість не лише створити бажане враження про себе, але й бути тим, ким вона бажає, конструювати ідентичність за власним вибором і не одну. Така множинність ідентичностей, обумовлена анонімністю, значно урізноманітнює рольові моделі інтеракцій у віртуальних соціальних мережах. У зв'язку з цим інтерес представляють результати дослідження Е. Міхри, за яким особи, що цілеспрямовано керують самопрезентацією, частіше займають центральну позицію у соціальній мережі обміну інформацією, утворюючи багато (хоч часто і поверхневих) зв'язків. Напроти, особи, що прагнуть бути «самими собою» незалежно від ситуації, як правило мають нечисельні, але міцні зв'язки з однодумцями, що обмежує доступ до нових контактів, нової інформації та досвіду користувачів віртуальних соціальних мереж [20].

5) *добровільність і партнерство* через зрівнювання користувачів у статусі, можливість побудови віртуальної особистості, способів її самопрезентації та творчої самореалізації, коли завдяки існуванню у віртуальному просторі багатьох різноманітних спільнот, а також завдяки тому, що цей простір сам є певною мірою соціальною реальністю, надаються нові порівняно з реальним життям можливості належності до певних соціальних категорій [17]. Більше того, у віртуальних соціальних мережах може бути «знято» бар'єри спілкування, пов'язані зі статтю, віком, релігією та іншими характеристиками, що диференціюють людей у реальному світі.

Тут також йдеться про появу нових мотивуючих факторів віртуальної взаємодії через відчуття причетності до сучасних технологій, що підкріплює прагнення бути сучасним.

Водночас, переваги віртуальних соціальних мереж через психологічні проблеми їх учасників можуть обернутися суттєвими проблемами в організації конструктивної взаємодії.

По-перше, йдеться про різноманітність основ функціонування у віртуальному просторі різних віртуальних спільнот, з одного боку, та егоцентричність участі в них окремих осіб. Дійсно, за способом організації інформаційного простору соціальна мережа є егоцентричною, адже контакти «списку друзів» ніби «приєднані» до віртуального альтер-его власника облікового запису, а тому – другорядні [4; 24]. До того ж легкість встановлення таких контактів може спричинити значне переважання поверхневих зв'язків над міцними, що негативно позначається на стабільності мережевої структури та конструктивності взаємодії в ній.

По-друге, анонімність членів віртуальної спільноти може посилити прагнення до нетипової, ненормативної поведінки, ініціювати створення образу чи навіть групи образів, у яких індивід намагається реалізувати свої потаємні бачення та бажання, що можуть і не відповідати загальнолюдським нормам і правилам взаємодії, не хвилюючись за наслідки своїх дій, не обтяжуючи себе відповідальністю за них. Прикладом таких деструктивних дій є «тролінг» — надсилання провокативних повідомлень для самопрезентації та самоствердження себе в мережі [17].

По-третьє, у процесі комунікації у віртуальній соціальній мережі її комуніканти намагаються за певними особливостями поведінки в мережі (час перебування в мережі, швидкість відповідей, використовувані програмні засоби, невербальні символи) скласти для себе портрет партнера по спілкуванню, встановити його характерологічні та інші особливості. Як правило це вдається, якщо комунікант не намагається приховати своє істинне обличчя, інакше у мережі подається нова віртуальна особистість, що має певні, штучно сконструйовані

риси. У результаті анонімність є основним фактором, що перешкоджає росту довіри учасників взаємодії у віртуальних спільних мережах [7; 17].

По-четверте, в умовах анонімності, іншими словами, мінімальної інформації (або її відсутності) про віртуального співрозмовника особливу роль починають відігравати установки та механізми стереотипізації, викликаючи її «добудовування» [4; 6; 7; 12 та ін..].

По-п'яте, сучасний рівень розвитку Інтернет-технологій дозволяє використовувати в соціальних мережах різноманітні форми взаємодії в процесі спілкування: обмін листами (електронна пошта), обмін миттєвими повідомленнями (чат), оцінки (у коментарях до опублікованих матеріалів), публікація есе (блог), прямий візуальний контакт (відео-чат), непрямий візуальний контакт (перегляд фотографій), аудіокontakt (аудіо-чат), групове спілкування (відео- та аудіо конференції, форуми). Водночас жодна з них і навіть їх сукупність не дозволяють забезпечити «ефект присутності» у повному обсязі. Як наслідок, відбувається перенавантаження одних джерел оцінки індивідуально-психологічних якостей співрозмовника та «незадіяння» інших (наприклад, надлишок візуальних образів та відсутність невербальних ознак, зростання питомої ваги емоційних, а не раціональних суджень [4; 26].

Таким чином, йдеться про обмеження сенсорного досвіду ускладнену емоційність та утруднення у здійсненні невербальної комунікації, яка, як відомо, забезпечує вагомий внесок у розуміння учасниками взаємодії один одного. Зрозуміло, що члени віртуальних соціальних мереж користуються спеціально розробленою знаковою системою, але вона лише частково компенсує відсутність невербальної комунікації. До того ж «своя мова» утруднює адаптацію в мережі недосвідченого користувача.

По-шосте, у соціальних мережах можуть посилитися комунікативні девіації, зумовлені незадоволеністю потреби особистості в престижі, повазі та самоповазі. Коли реальне суспільство обмежує можливості самореалізації людини, в неї з'являється мотивація для виходу в мережу і конструювання віртуальних особистостей [8]. Досить часто в цьому випадку віртуальна

особистість не досягає своєї цілі, адже дійсний авторитет, на думку С. В. Бондаренка, підтримується завдяки високому інтелекту, наданню регулярної допомоги іншим, емоційному позитиву, турботі про збереження власної репутації, здійснення інтегруючих дій [3]. Не володіючи такими характеристиками в реальному світі, віртуальні особистості далеко не завжди можуть побудувати авторитетний образ для інших користувачів віртуальних соціальних мереж.

Більш того, через міфологічний характер спілкування у віртуальних соціальних мережах посилюється загроза створення «гіперреальності» (за Ж. Бодіаром [2]) як симуляції діяльності особистості, нездатної усвідомити відмінність між реальністю та вигаданим світом, визначає заміщений характер взаємодії, коли реальність заміщується віртуальними образами через прагнення особистості компенсувати брак соціальної реальності [10], спричиняючи за Дж Сулером [26] «обман ідентичності», коли мережева ідентичність не відповідає реальній.

У цьому випадку актуалізується загроза автентичної самопрезентації особистості, природа якої принципово відрізняється від ризиків реального світу. Адже про автентичну презентацію в реальному світі йдеться тоді, коли активність внутрішнього світу особистості «проходить» через прошарки соціальних патернів, які «замасковують» істинний зміст особистості, а її сутність відображається в поведінці та у продуктах діяльності [13.]. Специфіка взаємодії у віртуальних мережах, зумовлюючи практично необмежену особистісну свободу людини від рольових приписів і тиску соціальних патернів, водночас, актуалізує проблему множинної ідентичності, набуття та розвитку самототожності, а, отже, й проблему її автентичного пред'явлення світу. У цьому випадку, як зазначає Е. Райд [23], питання про те, як співвідноситься реальне «Я» з віртуальною особистістю і де знаходяться межі між самопрезентацією, симуляцією та самоактуалізацією є основним питанням, що виникає при аналізі ігор з ідентичністю.

Висновки. Отже, віртуальні соціальні мережі є важливим агентом вторинної соціалізації особистості. Особливості взаємодії у віртуальних

соціальних мережах як спільної діяльності користувачів досить сильно позначаються на розвитку їх особистості, проявляючись не лише в віртуальному просторі, але й у реальному житті. Тому серед перспективних напрямів дослідження можна виокремити вивчення впливу особистісних характеристик учасників на конструктивність мережевої взаємодії, динаміку розвитку мереж, психологічних чинників формування відносин довіри і взаємної підтримки серед користувачів віртуальних соціальних мереж тощо.

Література:

1. Барлоу Дж. П. Декларация независимости Киберпространства / Дж. П. Барлоу // Компьютерра. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.computerra.ru/offline/1997/206/678/>
2. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодріяр. – К. : Основи, 2004. – 230 с.
3. Бондаренко С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ: монография / Сергей Васильевич Бондаренко . – Ростов- на Дону. – 2004. – 320 с.
4. Городенко Л. Система образів у мережевій комунікації / Леся Городенко – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/obraz/2012_13/Gorodenk.pdf.
5. Горошко Е. И. /Коммуникативное пространство Интернета как объект социокультурного анализа / Е. И. Горошко // Вісник Одеського національного університету. Сер. «Соціологія і політичні науки». – Одеса, 2010. – Т. 15. – вип. 14. – С. 130-136.
6. Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред А. Е. Войскунского. – М. : Можайск-Терра, 2000. – 432 с.
7. Енгальчев В. Ф. Психодиагностика виртуальной личности как условие безопасности поведения в информационном пространстве / В. Ф. Енгальчев // Материалы к заседанию рабочей группы «Влияние информационных технологий на национальную безопасность» (тезисы докладов российских участников) конференции «Построение стратегического сообщества через образование и науку». – М. : Изд-во МГУ, 2001. – С. 27.
8. Жичкина А. Е. Социально-психологические аспекты общения в Интернете. – 2006. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>.
9. Журавлев А. Л. Социальные сети и совместная деятельность в современных организациях / А. Л. Журавлев , Т. А. Нестик // Психология управления совместной деятельностью : новые направления исследований. – М. : Институт психологи РАН, 2010. – С. 95-119.
10. Иванов Д. Феномен компьютеризации как социологическая проблема / Д. Иванов // Проблемы теоретической социологии. — СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 2000. – Вып. 3 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nethistory.ru/biblio/1043175151.html>.

11. Коваленко А. Соціальні мережі та інформаційне забезпечення викладацьких практик (На прикладі соціальної мережі ВКонтакті) / Алена Коваленко // Освіта регіону. Український науковий журнал. – К. : «Університет «Україна», 2011. – № 2. – С. 132-136.
12. Лучинкина А. И. Психология человека в Интернете / А. И. Лучинкина. – К. : Информационные системы, 2012. – 200 с.
13. Максименко С.Д. Генезис существования личности / С.Д. Максименко. — К. : КММ, 2006. — 240 с.
14. Михайлов С. В. Интернет как социальное явление / С. В. Михайлов. – дис. канд философ наук : 09.00.11 : Ульяновск, 2003. – 169 с.
15. Шевченко И. А. «Я» в дискурсе виртуальности / И. А. Шевченко // Критика и семиотика. – 2000. – Вып1-2. – С. 19-25.
16. Burt R. S. Brokerage and Closure: An Introduction to Social Capital / R. S. Burt . – New York : Oxford University Press, 2007. – р.
17. Donath J. Identity and Deception in the Virtual Community / J. Donath // Communities in cyberspace ; ed. M. A. Smith and P. Kollock. – London; New York : Rutledge, 1999 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smg.media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html>.
18. Granovetter M. S. The Stregth of Weak Ties / M. S. Granovetter // American Journal of Sociology. – 1973. – № 78(6). – P. 1360-1380.
19. Kiesler S. Social psychological aspects of computer-mediated communication / S. Kiesler , J. Siegel, T. W. McGuire // American Psychologist. – 1984.- № 10 – Vol. 39. – P. 348-397.
20. Mehra A. The Social Networks of High and Low Self-Monitors : Implications for Workplace Perfomance / A. Mehra, M. Kilduff, D. J. Brass // Administrative Science Quarterly. – 2000. – V. 46, Is. 1. – P. 121-145.
21. Milgram S. The small world problem / S. Milgram // Psychology Today. – 1967– № 2. – P. 60-67.
22. Preece J. Online Communities: Designing Usability, Supporting Sociability / Jennifer J. Preece. – N.Y. : John Wiley Sons, 2000. – 468 p.
23. Reid E. Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities / E. Reid // A thesis submitted in fulfilment of the requirements for the degree of Master of Arts. Cultural Studies Program. Department of English University of Melbourne. – 1994. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fun91.kivikko.hoas.fi/~donwulff/irc/cult-form.html>.
24. Rheingold H. A. Slice of Life in My Virtual Community / H. A. Rheingold // Global Networks: Computers and International Communication; eds. L. M. Harasim. Cambridge : MA: MIT Press, 1994. – P. 58.
25. Scott J. Social Network Analysis: A Handbook / J. Scott , – 2nd ed. – London : Sage Publications, 2000. – 207 p.
26. Suler J. The Basic Psychological Features of Cyberspace Elements of a Cyberpsychology Model / J. Suler // The Psychology of Cyberspace. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html>.
27. Wasserman S. Social Network Analysis // S. Wasserman, K. Faust – Cambridge : Cambridge University Press, 1994. – 825 p.

28. Uzzi B. The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect / B. Uzzi // American Sociological Review. – 1996. – № 61. – P. 674-698.

The article deals with the exposition of the psychological features of interaction in virtual social network. The advantages and psychological problems of such co-operation are analyzed.

Key words: Internet, social network, virtual community, virtual interaction