

Берегова Г.Д., Фролова М.Е., Момоток О. М.

ПСИХОЛОГІЯ ВІРТУАЛЬНОГО ПРОСТОРУ



Навчально-методичний посібник

Херсон – 2024

УДК 1: 159.9: 004.7

Б48

Навчально-методичний посібник
«Психологія віртуального простору»
рекомендовано вченою радою
Херсонського національного технічного університету
(протокол №01 від 27.08.2024 р.)

Рецензенти:

Прокофєва Олеся Олексіївна – кандидат психологічних наук, доцент, завідувач кафедри психології Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького;

Бабатіна Світлана Іванівна – кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології і туризму Київського національного лінгвістичного університету

Берегова Г.Д., Фролова М.Е., Момоток О. М.

Б48 Психологія віртуального простору: навчально-методичний посібник для магістрантів спеціальності 053 «Психологія». / Г. Д. Берегова, М. Е. Фролова, О. М. Момоток. – Херсон: Книжкове вид-во ФОП Вишемирський В. С., 2024. – 220 с.

ISBN 978-617-8187-29-3 (електронне видання)

Посібник має практичну цінність, цілком відповідає сучасним вимогам і може бути рекомендованим для здобувачів вищої освіти різних галузей.

Може використовуватися як для аудиторної роботи, так і для самостійної підготовки студентів до практичних занять з психології соціальних мереж.

Навчальний матеріал органічно доповнено практичними завданнями та психологічними задачами.

Навчальні тексти та завдання з психології соціальних мереж відповідають навчальному плану факультету міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу ХНТУ, робочій програмі та силабусу курсу, а також вимогам кредитно-трансферної системи навчання студентів денної та заочної форм.

УДК 1: 159.9: 004.7

ISBN 978–617–8187–29–3 (електронне видання)

© Берегова Г. Д., 2024
© Фролова М. Е., 2024
© Момоток О. М., 2024
© ФОП Вишемирський В.С., 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ТЕМА 1. ПСИХОЛОГІЯ ВІРТУАЛЬНОГО ПРОСТОРУ	6
Практичні завдання до теми 1	14
ТЕМА 2. РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ.....	18
Практичні завдання до теми 2.....	34
ТЕМА 3. КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	38
Практичні завдання до теми 3	59
ТЕМА 4. ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ.....	63
Практичні завдання до теми 4.....	93
ТЕМА 5. ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРАКТИЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНОГО ПРОСТОРУ	97
Практичні завдання до теми 5	113
ТЕМА 6. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ОСОБИСТІСНІ ОСОБЛИВОСТІ КОРИСТУВАЧІВ	117
Практичні завдання до теми 6.....	155
ТЕМА 7. БАР'ЄРИ ТА БЕЗПЕКА В ІНТЕРНЕТ-СПІЛКУВАННІ	159
Практичні завдання до теми 7.....	206
ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ	209
ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ	217

ВСТУП

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного життя. Вони не тільки змінили спосіб спілкування між людьми, але й вплинули на різні аспекти нашого психічного здоров'я та поведінки. Розвиток технологій призвів до виникнення нових форм взаємодії, що породжує як позитивні, так і негативні наслідки.

Цей посібник присвячений дослідженню психологічних аспектів соціальних мереж. Ми розглянемо, як соціальні мережі впливають на самооцінку, міжособистісні стосунки, емоційний стан та поведінкові звички користувачів. Також звернемо увагу на проблеми, пов'язані з залежністю від соціальних мереж та можливі шляхи її подолання.

Актуальність теми

З кожним роком зростає кількість людей, які активно користуються соціальними мережами. За даними різних досліджень, більшість користувачів проводять у соціальних мережах декілька годин на день, що суттєво впливає на їхнє психічне та емоційне здоров'я. Вивчення цього впливу стає все більш важливим для розробки стратегій, які допоможуть мінімізувати негативні наслідки та підвищити позитивні аспекти використання соціальних мереж.

Мета посібника

Метою цього посібника є надання читачам комплексного розуміння психологічних ефектів соціальних мереж. Ми прагнемо допомогти користувачам розпізнати потенційні ризики, а також знайти способи використання соціальних мереж для особистого розвитку та підтримки здорового психічного стану.

Структура посібника

Посібник складається з кількох розділів, кожен з яких присвячений окремим аспектам психології соціальних мереж.

1. Вплив соціальних мереж на самооцінку й ідентичність.
2. Міжособистісні стосунки та комунікація в соціальних мережах.
3. Емоційний вплив соціальних мереж.
4. Залежність від соціальних мереж та її наслідки.
5. Стратегії подолання негативного впливу та використання соціальних мереж для особистого розвитку.

Сподіваємося, що цей посібник стане корисним інструментом для всіх, хто прагне зрозуміти й ефективно використовувати соціальні мережі в сучасному світі.

ТЕМА 1

ПСИХОЛОГІЯ ВІРТУАЛЬНОГО ПРОСТОРУ

Мета: ознайомлення студентів з комунікативними характеристиками мережі «Інтернет»; основними аспектами психологічного впливу віртуального простору на людину.

План

1. Комунікативні характеристики мережі «Інтернет».
2. Основні риси інтернет-комунікації.
3. Психологічні особливості особистості у процесі комунікації.
4. Психологічні аспекти штучного інтелекту.
5. Я-концепція індивіда у віртуальному просторі.
6. Ризики деформації та засади збереження самоідентичності особистості.

1. Комунікативні характеристики мережі «Інтернет»

Інтернет-комунікація — спілкування за допомогою глобальної комп'ютерної мережі «Інтернет».

Комунікація за допомогою інтернету виявляється у двох аспектах:

- ✓ здійснення обміну інформацією між різними суб'єктами комунікації за допомогою голосу, відео, текстових повідомлень, документів, файлів.
- ✓ спілкування між комунікантами-людьми.

Комунікант — відправник повідомлення, що починає акт комунікації (автор повідомлення).

Реципієнт повідомлення — його одержувач, приймач (читач, слухач, глядач).

Комунікат —повідомлення.

Розвиток інформаційних технологій і нові соціальні умови, що призвели до активізації та динамізації суспільно значущих процесів у різних галузях життя, спричинили зростання популярності електронної комунікації, у межах якої створення, зберігання, оброблення та передача інформації виконуються технічними засобами, зокрема за допомогою глобальної комп'ютерної інформаційної мережі «Інтернет». Завдяки новим технічним можливостям «всесвітня павутина» стала не лише джерелом інформації, а й забезпечила зворотній зв'язок між комунікантами.

Започаткував вивчення електронної комунікації канадський професор Маршал Маклюєн. Головний методологічний принцип його теорії полягав у тому, що духовний та матеріальний прогрес людства визначають не знаряддя праці чи опанування природою, не економіка, політика чи культура, а технологія соціальної комунікації.

Надзвичайно широке розповсюдження інтернету, проникнення його в усі сфери життя вимагає детального вивчення, а також розуміння його ролі в різних галузях комунікативної взаємодії. При цьому очевидно, що спілкування за допомогою комп'ютерної мережі «Інтернет» має певні характерні особливості, які спричинили формування специфічних принципів організації інтернет-комунікації,

а також зумовили поширення в цій комунікативній сфері специфічних жанрових форм та тактико-стратегічних моделей.

Найбільш важливими характеристиками інтернету як комунікативного середовища, на думку С. Матвєєвої, є: зумовленість соціальними факторами; особлива відкритість; інтерактивність; процесуальність; розширення (порівняно з традиційним уявленням про комунікацію) діапазону каналів зв'язку й особлива їхня комплексна взаємодія.

2. Основні риси інтернет-комунікації

1. Інтернет-комунікація відбувається у новому інформаційному просторі, який характеризується великою кількістю суб'єктів спілкування та їх взаємодією. В інтернет-комунікації змішуються, поєднуються та доповнюються жанри, стилі, типи та види мовлення. Одні з них змішуються, інші, навпаки, діляться, треті зберігають свої характерні риси, четверті зникають, п'яті з'являються, а шості виникають у мовній практиці вперше.

2. Прагматична організація інтернет-комунікації основними одиницями вважає такі гіперкатегорії, як гіпертекст, віртуальний дискурс, жанровий формат.

3. Суб'єкт інтернет-комунікації одночасно виконує багато ролей, одночасно існує в багатьох реальностях. Тому змінюються принципи організації комунікації: у неї з'являється трансформаційний, крос-культурний характер.

4. Інтернет-комунікація заснована на принципах актуальності, доступності, інтерактивності, автономності та інтертекстуальності. Такий рівень комунікації говорить про багатство культурних практик у певній культурі. Ця множинність формує розвиток тексту, дискурсу, самого процесу комунікації, які поєднують минуле, сучасне та майбутнє, філософію, релігію, психологію, мову в єдину систему.

5. Дистантність, розділення у часі та просторі, опосередкованість комп'ютером. Ці умови ускладнюють процес комунікації в інтернеті, вона стає багатоконпонентною, внаслідок чого отримує дві моделі реалізації – асинхронну та синхронну.

6. Інтернет-комунікація використовує нову форму мови – усно-писемну, яка специфічно впливає на нормотворення, жанротворення та реалізацію всієї комунікації в мережі.

3. Психологічні особливості особистості у процесі комунікації

Психологічні особливості інтернет-комунікації:

- ✓ відсутність матеріальних кордонів сприяє здійсненню комунікації з представниками різних культур, забезпечуючи можливість як групової, так і міжособистісної взаємодії;
- ✓ відсутність психологічного ризику віртуального характеру комунікації дозволяє користувачу відкрито виражати себе, використовуючи при цьому максимум мовних засобів, розробляти й практично випробовувати різні комунікативні стратегії, що

сприяють встановленню взаєморозуміння з представниками інших культур;

✓ конструювання власної ідентичності та зміна способів самопрезентації в середовищі інтернету сприяє розвитку творчого ставлення до мови й мовлення, за допомогою яких здійснюється самоактуалізація особистості;

✓ знижена чутливість емоційного впливу сприятливо впливає на розвиток лінгвістичного компонента полікультурної мовної особистості завдяки актуалізації проблеми свідомого й реального добору мовних засобів для досягнення комунікативних цілей.

Безперечно, специфічними особливостями процесу інтернет-комунікації є насамперед такі важливі для мовленнєвої комунікації категорії, як час й простір. На відміну від традиційної комунікаційної взаємодії, процес спілкування в інтернеті може відбуватися в двох часових режимах: у режимі реального часу, негайної реакції на репліку (чат) і в режимі, де реакція на висловлювання з'являється через певний час (гостьова книга, форум, блог).

У першому випадку комунікація максимально наближена до реального спілкування декількох співрозмовників, що помітно з характерних для такого типу комунікації різноманітних ознак розмовного стилю, доповнених деякими рисами комп'ютерного обміну інформацією.

У другому типі спілкування комуніканти обмінюються відповідями через деякий час після висловлювань та реплік; їхнє

спілкування є публічним, відкритим для сприйняття й доступним для прочитання й коментування кожному з учасників комунікації.

Не менш важливою з погляду специфіки інтернет-комунікації виступає проблема адресанта й адресата. Адже багато людей в інтернеті спілкується під вигаданими іменами – псевдонімами або ніками (прізвиськами). Саме завдяки можливості адресанта не викривати себе реального в інтернеті досягається найбільша його безпека, що стимулює довіру й відкритість. Внутрішня свобода, безпека, яку дає вигадане ім'я, невидима зовнішність і нікому не відома життєва особиста історія дозволяють створити «новий світ», у якому суб'єкт не турбується про правила й умовності реального світу, не боїться бути впізнаним і осудженим за свої погляди, ідеї, вчинки. Результатом є розвиток псевдоідентичності: у комунікацію вступає не реальна особа, а та, якою учасник спілкування хоче себе уявити, чим пояснюється так званий «карнавальний характер» спілкування в мережі.

4. Психологічні аспекти штучного інтелекту (ШІ)

Штучний інтелект це термін, який використовується у психології для опису феномену, що виникає при спостереженні за поведінкою людини та її впливом на інтелектуальні здібності. Штучний інтелект поєднує в собі дві складові – «штучність» і «інтелект». Термін «штучність» вказує на те, що цей інтелект створений штучними засобами, шляхом використання комп'ютерних

програм, алгоритмів і технологій. Термін «інтелект» означає здатність до самостійного мислення, розуміння і аналізу інформації, а також вирішення проблем.

ІІІ у психології досліджує, як розумові процеси людини можуть бути моделюванні та відтворені штучно. Він досліджує природу когнітивних функцій, таких як сприймання, увага, пам'ять, мислення та розумові здібності. ІІІ у психології охоплює такі аспекти:

- розробка комп'ютерних моделей, які визначають, як людина сприймає і обробляє інформацію.

- використання ІІІ для покращення когнітивних процесів, таких як пам'ять або мислення.

- дослідження взаємодії між людиною та комп'ютером з метою покращення когнітивних здібностей.

Застосування ІІІ у психології може мати великий потенціал для розвитку і вдосконалення технік психологічного дослідження.

5. Я-концепція індивіда у віртуальному просторі

За сучасними уявленнями Я-концепція – стрижневе утворення онтогенетичного розвитку людини, центральна ланка самосвідомості, відносно стабільна, і водночас динамічна, і певною мірою усвідомлена система уявлень особи про саму себе, цілісний образ власного «Я». Я-концепція як система виникає у людини у процесі розгортання соціальної взаємодії як винятковий результат її культурного розвитку.

У соціальних мережах людина може без особливих зусиль створити ідеальний образ самої себе, який у порівнянні з реальним є менш автентичним, бо відображає уявлення особистості про придуманий ідеальний набір власних якостей, які комплектуються за допомогою готових, візуальних, текстових й аудіальних мережеских інструментів. Однак втеча у віртуальний простір небезпечна втратою інтересу до реального життя та загрожує повноцінному розвитку особистості, адже надмірне витрачання часу на вибудовування відносин в них зумовлює появу залежності від цих платформ. Таким чином, в інтернет-середовищі існують небезпеки нівелювання індивідуальності особистості, формування нереалістичного образу «Я».

6. Ризики деформації та засади збереження самоідентичності особистості

Ідентичність – це феномен функціонального й екзистенціального буття. У цьому аспекті ідентичність можливо розглядати у двох аспектах: «ідентичність у собі» та «ідентичність для себе».

Перша не потребує наявності зовнішнього суб'єкта (комунікатора, спостерігача). Вона пов'язана з поняттями душі, місії, сутності. Вона формується в певному інформаційному полі, утвореному соціумом. Простіше кажучи, це набір певних знань і цінностей, що формує первинну картину світу та ставлення до неї.

«Ідентичність для себе» виявляється у процесі взаємодії з іншою ідентичністю. Для її вияву потрібна соціальна взаємодія, організована групова діяльність. Людина у віртуальному просторі поводиться так само як у реальності, проте дуже примітивно та узагальнено. Можливість моделювати свій власний світ, відхід від реальності може призвести до повного поділу «Я-реального» і «Я-віртуального» на користь останнього.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 1

ПСИХОЛОГІЯ ВІРТУАЛЬНОГО ПРОСТОРУ

Мета: формувати у студентів явлення про основні поняття, принципи та положення психології віртуального середовища; особливості психіки людини як творця віртуального простору; характеристику систем «особистість-віртуальний простір» та «особистість-віртуальний простір-людина»

Питання для підготовки:

7. Віртуальність як явище людського буття. Віртуальні засади психічного.
8. Предмет та міжпредметні зв'язки психології віртуального простору. Людина як творець віртуального простору.
9. Психологічні проблеми штучного інтелекту.
10. Особистість у віртуальному просторі, вплив віртуального простору на особистість. Система «людина-віртуальний простір». Ідентичність у віртуальному просторі.

11. Я-концепція індивіда у віртуальному просторі. Статус та імідж особистості у кіберпросторі
12. Самовираження та анонімність людини. Ризики деформації та засади збереження самоідентичності особистості.
13. Чим пояснюється так званий «карнавальний характер» спілкування в мережі?

Контрольні запитання та завдання

1. Розкрийте зміст поняття «віртуальний простір».
2. Обґрунтуйте основні цілі та напрями соціальної властивості існування віртуальної реальності.
3. Дайте визначення поняття «Психологія соціальних мереж» з позиції педагогічного і психологічного підходів у вивченні зазначеної дисципліни.
4. Сформулюйте основні принципи віртуального простору як явища людського буття.
5. Сформулюйте основні принципи віртуальні засади психічного.
6. Визначити предмет та міжпредметні зв'язки психології віртуального простору.
7. Охарактеризуйте психологічні проблеми штучного інтелекту.
9. Обґрунтуйте специфіку впливу віртуального простору на особистість.
10. Запропонуйте засоби усунення проблем негативного впливу соціальних мереж на психічне здоров'я особистості.

12. Дайте визначення поняття «ідентичність» в соціальному просторі.
13. Проілюструйте прикладами наступні принципи самовираження та анонімності людини в віртуальному середовищі.
14. Охарактеризуйте систему «людина – віртуальний простір».
15. Які існують ризики деформації самоідентичності особистості в віртуальному просторі?

Завдання для самостійної роботи

1. Обрати на власний розсуд наукову статтю з будь-якої проблеми психології віртуального простору та зробити її розширений огляд. Завдання має на меті закріплення уявлень про предмет «Психологія соціальних мереж» та закріплення навичок опрацювання наукових джерел.
2. Створити підбірку спецефектів у кіно, пов'язаних із презентацією героя, обґрунтувати їх реальність чи віртуальність.
3. Опишіть три основні аспекти психології віртуального простору.
4. Які психологічні ефекти можуть виникнути у людини при тривалому використанні соціальних мереж? Наведіть приклади.
5. Проаналізуйте позитивні та негативні сторони анонімності у віртуальному просторі. Як анонімність впливає на поведінку користувачів?

6. Розгляньте вплив віртуальної реальності на емоційний стан людини. Як можуть змінюватися емоції при зануренні у віртуальну реальність?

7. Які особливості має комунікація у віртуальному просторі порівняно з реальним? Оцініть ефективність спілкування через текстові повідомлення, відеозв'язок й інші засоби.

8. Як можна використовувати віртуальний простір для психологічної допомоги та підтримки? Оцініть переваги та недоліки онлайн-консультацій.

9. Розкажіть про феномен кібербулінгу. Як можна запобігти цьому явищу та захистити користувачів від нього?

10. Які психологічні механізми використовують віртуальні ігри для залучення та утримання гравців? Проаналізуйте позитивні та негативні аспекти цього явища.

11. Як впливають віртуальні взаємодії на формування самооцінки та ідентичності підлітків?

12. Які стратегії можуть використовуватися для покращення психічного здоров'я користувачів віртуального простору? Наведіть конкретні приклади.

ТЕМА 2

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Мета: ознайомлення студентів з еволюцією та впливом соціальних мереж на суспільство та індивідуумів; вивчення історичних етапів розвитку соціальних мереж, від їх зародження до сучасного стану.

План

1. Соціальна мережа як особлива реальність.
2. Виникнення й розвиток соціальних інтернет-мереж.
3. Розподіл соціальних мереж за тематикою.
4. Аудиторія соціальних мереж.

1. Соціальна мережа як особлива реальність

Соціокультурне середовище значно трансформувалось в результаті зміни системи цінностей, а також за рахунок появи нового типу інформаційно-комунікативного простору – інтернету. Інформаційна цивілізація надала суспільству величезні об'єми інформації в досить зрозумілій для сприйняття формі – у вигляді соціальних мереж.

Основним соціальним активом постіндустріального суспільства є молодь, яка пізнає світ більшою мірою за допомогою засобів масової інформації, комунікації і соціальних мереж інтернету.

Значною мірою на молодь впливає інформація, яку вона черпає з соціальних мереж. Це явище набирає обертів з часів їх появи і до цього часу. Тому є очевидним зв'язок між процесами трансформації соціально-ціннісних орієнтацій сучасної молоді і суттєвим впливом на них інформації всередині соціальних мереж.

На жаль, інформація в наш час перестала представляти цінність знання, оскільки засвоєння, запам'ятовування і застосування відійшло на другий план. Носієм знання, більшою мірою, стало джерело зберігання і обміну інформацією, а не людина і книга, як це було традиційно раніше.

Можливості соціальних мереж, доки ще не досліджені в повному обсязі, але вже зараз дозволяють говорити про їх виключний вплив на формування свідомості молоді, мотиви її поведінки, ціннісні орієнтації, стиль життя, вибір мети і шляхів її реалізації, супутніх процесу соціалізації.

Все більше українців, перш за все – молодих, включаються в мережеві практики комунікації. Зростає число соціальних мереж в інтернеті, у геометричній прогресії росте кількість користувачів таких мереж. Вивчення соціальних інтернет-мереж розглядається в контексті поняття «соціальної мережі» як нового концепту в сучасній соціології.

Можна сказати, що соціальні мережі – це особлива реальність й особлива філософія аналізу даних, що дозволяє інтегрувати різні математичні підходи – статистичні, системні, імітаційні – із сучасною соціальною теорією.

Це досить нове поняття використовується при вивченні таких різних явищ, як організаційна поведінка й міжорганізаційні відносини, взаємна підтримка індивідів і домогосподарств, поширення інформації, політичні, культурні й наукові зв'язки й інше.

У більшості робіт не приводяться чіткі дефініції соціальної мережі. А якщо визначення й дається, то його, як правило, не можна порівнювати з визначеннями цього поняття в інших авторів. Причина в тому, що визначення соціальної мережі формулюються спеціально для кожного конкретного випадку й, таким чином, є дуже емпіричними.

Мережа соціальних взаємодій складається з кінцевої сукупності соціальних акторів і набору зв'язків між ними. В одну соціальну мережу можуть входити актори різних типів, що володіють певними атрибутами, і пов'язані різнотипними взаємодіями, що мають у свою чергу різну інтенсивність. У якості соціальних акторів можуть виступати індивіди, соціальні групи, організації, події, міста, країни. Під зв'язками розуміються не тільки комунікаційні зв'язки між акторами, але й зв'язки по обміну різними ресурсами й діяльністю, включаючи конфліктні відносини. У такий спосіб мережні моделі розглядають різні соціальні, політичні, економічні структури як стійкі шаблони взаємодій між акторами. Особливе місце займають когнітивні соціальні мережі, які відбивають думку кожного актора про взаємини інших акторів мережі.

2. Виникнення й розвиток соціальних інтернет-мереж

Соціальна мережа – це соціальна структура, що складається з вузлів (прикладами вузлів можуть бути окремі люди, групи людей або співтовариства), зв'язаних між собою одним або декількома способами за допомогою соціальних взаємин.

У звичайному значенні цього слова *соціальна мережа* – це співтовариство людей, пов'язаних спільними інтересом, спільною справою або причини, що мають інші, для безпосереднього спілкування між собою.

В інтернеті **соціальна мережа** – це програмний сервіс, площадка для взаємодії людей у групі або в групах.

Теоретично у якості соціальної мережі можна розглядати будь-яке онлайнове співтовариство, члени якого беруть участь, наприклад, в обговореннях на форумі. Соціальна мережа також утворюється читачами тематичного співтовариства, створеного на будь-якому сервісі блогів. Багато професійних співтовариств перетворилися в інструмент пошуку людей, рекомендації співробітників і пошуку роботи. Соціальні мережі в їхньому сучасному вигляді мають цілий ряд додаткових можливостей, порівняно з існуючими раніше інструментами спілкування користувачів.

Головною особливістю сервісів нового покоління є саме інструменти пошуку потрібних контактів і встановлення зв'язків між людьми. За допомогою інструментів соціальної мережі, кожен її користувач може створити свій віртуальний портрет – сформувати профайл, у якому вказати докладно дані про себе, свій досвід роботи,

захоплення, інтереси й мету. Наявність профайлу вже дозволяє використати механізми пошуку однодумців, одновірців, колег, людей, спілкування з якими необхідно по роботі й навчанню.

Споконвічно вільне спілкування користувачів як таке у всіх сервісах (електронна пошта, телеконференції або групи новин, інтерактивні бесіди) зовсім не було самоціллю. Їхнім призначенням було забезпечення в першу чергу ділових завдань – інформування, обговорення проблем, робочі комунікації. Незважаючи на це з їхнім поширенням і розвитком, з появою в мережі індивідуальних користувачів, зі здешевленням самих комунікацій й устаткування, спілкування стало більше вільним, і в рамках цих сервісів стали з'являтися співтовариства – групи людей, об'єднаних спільними інтересами, серед яких обмін був істотно більше активним і протяжним у часі, чим поза ними. У цих групах стала формуватися деяка історія обміну – особиста і суспільна, згодом з'явилися й особисті відносини між учасниками.

Такі співтовариства мали особливості, обумовлені їхнім технічним характером:

1. Як правило, користувача в такому співтоваристві ідентифікує формальне ім'я, найчастіше скорочене (нік, від англ. Nickname – зменшувальне ім'я, прізвисько, кличка). Один реальний користувач може виступати під різними позначеннями, ведучи таким способом кілька віртуальних персонажів.

2. Основним способом комунікації був і залишається обмін текстовими повідомленнями. Оскільки емоції звичайним текстом

передати складно й не завжди такий текст сприймається однаково, згодом з'явилися знаки, що позначають емоційне фарбування тексту, – смайли (від англ. smile – посмішка). У сучасних сервісах і соціальних мережах важливу роль відіграють засоби візуалізації, зокрема – фотографії.

3. Характерна риса людей, що часто спілкується – нагромадження соціальної історії, що активно використовується, відносин (жартів, загальних ситуацій, способів дозволу конфліктів й ін.). Така історія служить частково й засобом упізнавання «свій-чужий». У мережних співтовариствах однією з форм вияву такої історії стало формування своєрідного стилю спілкування, діалогових скорочень, часто – жаргону.

4. Стиль спілкування в таких середовищах, не в останню чергу через те, що спілкування ведеться найчастіше від імені віртуального персонажа, що не має явно вираженої історії, віку й соціального статусу, більше вільний, чим у звичайному житті.

Сучасні форми спілкування в інтернеті багато в чому схожі на описані раніше сервіси. Адже сервіси ці сформувалися на основі загальноприйнятих уявлень і звичок в обміні інформацією, а ці уявлення й звички значно більше інерційні, ніж технології. Успадкували сучасні співтовариства й особливості такого спілкування, хоча й стали набагато ширше й різноманітніше – за рахунок зрослих технічних можливостей й як наслідок, збільшення кількості залучених у процеси спілкування учасників.

Найпоширеніші сучасні засоби спілкування для своєї роботи використовують програми-браузери й з технічної точки зору є web-додатками. Такий спосіб організації дозволяє максимально полегшити входження в систему спілкування за рахунок використання добре вивченої програми, до використання якої люди вже звикли, за рахунок максимального скорочення настроювань системи, а також за рахунок доступності – програми-браузери стали стандартом де-факто й присутні в будь-якій операційній системі, розрахованій на персональне використання. У той же час, завдяки розвитку телекомунікаційних мереж, з таким сервісом можна працювати з будь-якої крапки земної кулі, у тому числі й з мобільних пристроїв.

Опишемо трохи найпоширеніші форми організації спілкування за допомогою веб-технологій:

1. Гостьові книги. Перша й найпростіша форма організації спілкування у вигляді web-додатків. Найпростіша гостьова книга являє собою список повідомлень, показаних від останніх до першого. Кожен відвідувач може залишити своє повідомлення.

2. Форуми. Ця форма спілкування є розвитком ідеї телеконференцій. Повідомлення користувачів у форумах групуються по темах, які задаються, як правило, першим повідомленням. Всі відвідувачі можуть побачити тему й розмістити своє повідомлення – у відповідь на вже написані. Історично перші форуми з'явилися як удосконалення гостьових книг й організовували повідомлення в галузі – так само, як й у телеконференціях. Як правило, теми

групуються в тематичні форуми, керування системою здійснюють адміністратори й модератори. Найбільш розвинені форуми починають мати перші признаки соціальних мереж – між учасниками можуть бути встановлені соціальні зв'язки.

3. Блоги (від англ. web log – web-журнал, web-протокол). У цих сервісах кожен учасник веде власний журнал – тобто залишає записи в хронологічному порядку. Теми записів можуть бути будь-якими; найпоширеніший підхід – це ведення блогу як власного щоденника. Інші відвідувачі можуть залишати коментарі на ці записи. У цьому випадку користувач, крім можливості вести свій журнал, одержує можливість організовувати стрічку перегляду – список записів з журналів «друзів» (friends), регулювати доступ до записів, шукати собі співрозмовників по інтересах. На базі таких систем створюються співтовариства – журнали, які ведуться колективно. У такому співтоваристві його членом може бути розміщене будь-яке повідомлення по напрямку діяльності співтовариства.

З розвитком цих форм спілкування стали утворюватися *соціальні мережі* – тобто сукупності учасників, об'єднаних не тільки середовищем спілкування, але й з явно встановленими зв'язками між собою. У цілому всі сучасні системи забезпечення роботи мережних співтовариств володіють декількома загальними рисами:

1. У більшості співтовариств, передбачається реєстрація користувачів – тобто на кожного учасника повинна бути заведена обліковий запис. При реєстрації, користувач повинен указати деяку інформацію про себе для ідентифікації. Майже всі системи

вимагають введення адреси електронної пошти й перевіряють його працездатність, висилаючи лист із кодом активації облікового запису. Якщо адреса невірна, то активувати запис може тільки адміністратор системи. Такий підхід гарантує до певного ступеня унікальність учасника.

2. Робота в середовищі проводиться сеансами. Кожен сеанс починається з того, що користувач вказує своє ім'я й підтверджує свою особистість введенням пароля. Для зручності, сеансовість участі звичайно ховається від користувача технічними засобами, але проте ідентифікація користувача відбувається постійно.

3. Крім облікових даних, користувач набуває оточення – зовнішній вигляд, додаткові дані про себе, вказує свої інтереси.

Соціальні мережі й підтримуючі їх сервіси виявилися дуже ефективним методом забезпечення відвідуваності сайтів, зворотного зв'язку й поступово стали одним із засобів генерації контенту (вмісту, що має цінність). Тобто, людина одержує, як би власне «місце проживання» в інтернеті, причому навіть близько не схоже на персональні сайти, що настільки поширилися на зорі інтернету.

На основі такого підходу з'явилося й швидко набрало популярність досить велика кількість соціальних web-сервісів, об'єднаних загальною назвою сервіси Web 2.0.

Вплив індустрії соціальних мереж на сучасне життя незаперечно, і в даний момент соціальні мережі еволюціонують найбільш значним образом – вони рухаються до нової категорії мереж – Соціальним Мережам версії 3.0 (Social Networks 3.0).

Перші соціальні мережі з'явилися в середині 90-х років і надавали користувачам початкові можливості для спілкування, подібно eGroups/OneList, ICQ, Evite. Такі мережні сервіси, як правило не розглядаються як соціальні мережі, але проте вони є тим самим фундаментом, на якому надалі розвивалися онлайн-послуги для спілкування й взаємодії користувачів.

Соціальні мережі 2.0 з'явилися на початку 21-го століття, коли підприємці розібралися в сутності соціальних мереж і визначилися з тими найширшими можливостями, які надають соціальні мережі для всіх сфер діяльності. Сервіси подібні Friendster, Tribe, Orkut, LinkedIn, Spoke дозволили створювати соціальні мережі для відпочинку й для роботи. Іншими словами, у той час творці соціальних мереж працювали скоріше заради самих мереж й їхнього розвитку, ніж заради використання можливостей надаваних цими мережами (табл.1).

Нині ми вступили в третю епоху соціальних мереж. Після ейфорії участі заради участі, нинішні мережі стають робочим інструментом, і, більше того, необхідним інструментом для ведення діяльності, будь то бізнес або творчість.

У наш час соціальні інтернет-мережі відіграють велику соціальну роль в формуванні сучасного суспільства.

3. Розподіл соціальних мереж за тематикою

Можна тематично розподілити соціальні мережі на:

- загальнотематичні (дозвілля) – спілкування без спеціалізації соціальної мережі (можливість створювати власні спільноти за інтересом, веб-сайти з форумами, вести блоги, чати, розміщати музику, фото і відео матеріали, інформативні пошуки, мережеві ігри, аукціони, біржі філателістів, любителів живопису або тварин тощо);
- навчальні, соціалізуючі – соціальні мережі, які допомагають в навчанні, в соціалізації особистості (можливість ознайомитись з науковими працями інших авторів: рефератами, курсовими роботами, авторефератами; можливість користування електронними бібліотеками; можливість приймати участь у інтернет-конференціях; можливість користуватися соціальним досвідом інших);
- однокласники – зв'язок з однокласниками, з тими з ким навчався, працював, служив в армії (можливість відновити спілкування з старими знайомими, друзями, товаришами не тільки за допомогою мережі, а й у повсякденному житті; завести нових друзів; розширити комунікативні зв'язки);
- ділові – бізнес-проекти, пошук роботи, пошук партнерів, власне робота (можливість створення власного портфолію, пошук партнерів і клієнтів, розширення кола професійного спілкування, ділитись власним досвідом на особистому блозі, ділових контактів, пошук втрачених зв'язків, рекрутинг, продаж товарів);

- дім і родина – сімейні зв'язки, домашня тематика (можливість об'єднання людей на основі родинних зв'язків, пошук рідні, побудова власного генеалогічного дерева, встановлення зв'язків з друзями родини; соціальна мережа для мам – можливість спілкування і обміну досвідом виховання малюків, обговорення спільних проблем, пошук порад лікаря з тих чи інших питань);

- релігія – тематична соціальна мережа релігійного спрямування (можливість створення власної Церкви, пошук однодумців в цій сфері, поширення своїх поглядів через ведення блогів, планування і проведення спільних заходів).

Підсумовуючи, можна сказати, що соціальні мережі слугують площадкою як для неформального спілкування приятелів подібно LiveJournal, так і для пошуку співробітників і партнерів в LinkedIn. Соціальні мережі допомагають створювати нову музику як MySpace, та розширюють ігровий досвід масових онлайн-ігор у мережі Xfire.

Соціальні мережі слугують серйозним інструментом для соціального розвитку суспільства в цілому.

Відкриваючи багато нових можливостей перед суспільством, соціальні мережі «Інтернет» безумовно відображає його стан, рівень культури, цінності, які головним чином впливають на зміст інформації, яку розміщують в мережі. І низька якість цього змісту – проблема не інтернету, а суспільства – проблема конкретних людей і соціальних груп, які ним користуються.

Таким чином, можна зробити такі висновки:

- ✓ соціальні мережі, виступаючи особливим соціальним простором, є тією сферою, де трансформуються традиційні форми соціалізації і соціальних відносин, а спілкування як вид дозвіллевої зайнятості стає можливим не в традиційному вигляді безпосереднього живого спілкування, а набуває риси простої комунікації;
- ✓ зміни соціалізаційних процесів молоді відбуваються як на рівні агентів соціалізації, так і на рівні тих, хто соціалізується, тобто кожен з користувачів інтернету може одночасно займати дві позиції і приймати активну участь у формуванні нових моделей поведінки у мережевому просторі, бути трансляторами соціокультурних, інституціональних норм, цінностей і правил, а також практик повсякденної культури;
- ✓ конструюється новий тип соціального індивіда – *Homo virtualis* – людини, орієнтованої на віртуальність, творця, носія, споживача віртуальної культури;
- ✓ соціальні мережі значно впливають на соціалізацію сучасної молоді, відбувається процес кіберсоціалізації під впливом нових комп'ютерних технологій;
- ✓ соціалізуюча роль соціальних мереж на наш погляд носить частково позитивний і частково негативний характер;
- ✓ соціальні мережі замінюють традиційних агентів соціалізації, внаслідок чого молоді люди створюють свій віртуальний соціум, в якому діють ними вигадані закони;

- ✓ норми і правила, які формуються всередині соціальних мереж не співпадають з загальноприйнятими стандартами, за порушення яких діють цілком реальні покарання;
- ✓ молодь засвоює в віртуальному світі нові норми і правила не завжди позитивні, переносить їх на реальний світ, руйнуючи загальноприйняті в межах існуючої культури, і тим самим ускладнюючи процес соціалізації.

4. Аудиторія соціальних мереж

Аудиторія соціальних мереж — це сукупність користувачів, які взаємодіють із платформами соціальних медіа. У кожній соціальній мережі є своя унікальна аудиторія, яка характеризується певними демографічними, поведінковими та психологічними особливостями. Розглянемо кілька популярних соціальних мереж та їхню аудиторію:

Instagram

- Основна аудиторія: молодь і люди середнього віку, особливо популярна серед жінок.
- Характеристики: акцент на візуальний контент — фотографії та відео, інтерес до моди, краси, подорожей і кулінарії.
- Географія: весь світ, з особливо високою активністю в містах.

Facebook

- Основна аудиторія: люди старші за 25 років, включаючи бізнесменів і професіоналів.

- Характеристики: інтереси різноманітні — від новин і політики до хобі та сімейних тем.
- Географія: глобальна, але найбільша активність у Північній Америці та Європі.

TikTok

- Основна аудиторія: підлітки та молоді люди у віці до 24 років.
- Характеристики: короткі відео, часто з гумористичним або розважальним контентом, челенджі, танці.
- Географія: глобальна популярність, особливо в Азії та Північній Америці.

YouTube

- Основна аудиторія: широкий віковий діапазон, від дітей до дорослих.
- Характеристики: відео на найрізноманітніші теми — від навчання та хобі до розваг і новин.
- Географія: весь світ.

Знання характеристик аудиторії кожної соціальної мережі допомагає створювати ефективні маркетингові стратегії, адаптувати контент під інтереси користувачів і обирати відповідні канали для просування.

Аналіз аудиторії у соціальних мережах є важливою частиною будь-якої успішної стратегії, оскільки він дозволяє отримати безцінну

інформацію про те, хто є вашою ідеальною аудиторією та як вам слід її орієнтувати; розкрити найкращі стратегії для роботи з нею. Аналіз аудиторії-це процес визначення характеристик та поведінки вашої цільової аудиторії. Тоді ви зможете створювати контент, що відповідає їх потребам, інтересам та поведінці, та збільшити охоплення аудиторії. Перш ніж розпочати, важливо пам'ятати, що ландшафт соціальних мереж постійно змінюється. Демографічні показники, інтереси та моделі поведінки постійно змінюються, а це означає, що дані, які ви збираєте сьогодні, можуть виявитися неактуальними завтра.

Демографічні характеристики: вік, стать, освіта, діяльність.

Психографічні характеристики: цінності, стиль життя, характер.

Поведінка: що любить робити ваша аудиторія та як вона це робить. Є кілька способів зрозуміти мотиви та інтереси вашої аудиторії: – створення опитувань та анкет (за допомогою таких інструментів, як Survey Monkey або Google Survey). Ви також можете використовувати канали соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram, Twitter, щоб ставити запитання своїм клієнтам. Соціальні мережі-це відмінний спосіб взаємодії з вашими клієнтами та кращого розуміння їх інтересів та мотивів.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 2

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Мета: формувати у студентів уявлення про нове соціокультурне середовище; поняття про соціальні мережі в інформаційному кіберпросторі; особливості розвитку відомих соціальних мереж світу; класифікаційні параметри соціальних мереж.

Питання для підготовки

1. Нове соціокультурне середовище. Поняття про соціальні мережі в інформаційному кіберпросторі.
2. Визначення соціальних мереж. Позитивні та негативні риси соціальних мереж у контексті функціонування сучасних засобів масової комунікації.
3. Особливості розвитку відомих мереж світу: Facebook, Twitter, Instagram, Qzone, Reddit.
4. Класифікаційні параметри соціальних мереж: соціальні закладки, каталоги, бібліотеки, соціальні медіатеки, спеціалізовані соціальні мережі.
5. Аудиторія соціальних мереж та її зони поширення.
6. Комунікаційні характеристики інтернету.

Контрольні запитання та завдання

1. Які позитивні та негативні риси соціальних мереж у контексті функціонування сучасних засобів масової комунікації ви можете виділити?
2. Охарактеризуйте віртуальний простір як нове соціокультурне середовище.
3. Визначити поняття «соціальні мережі».
4. Сформулюйте наукове розуміння нероздільної множини факторів впливу віртуального середовища на людину.
5. Сформулюйте толерантне ставлення людини до віртуального простору..
6. Охарактеризуйте класифікаційні параметри соціальних мереж.
7. Охарактеризуйте власний досвід занурення у віртуальну реальність.
8. Охарактеризуйте аудиторію соціальних мереж.
9. Чому важливим є самоаналіз та вивчення проблемних питань щодо соціальних мереж на основі дослідження власного досвіду занурення в віртуальну реальність?
10. Охарактеризуйте комунікаційні характеристики інтернету.

Завдання для самостійної роботи:

1. Підібрати приклади віртуальної реальності з кіно, літератури, музичних кліпів тощо, продемонструвати (зачитати).

2. Скласти коротку біографію 5 осіб, які мають внесок творення віртуалістики та психології віртуального простору.

3. Уявити подальші наслідки для людства розвитку штучного інтелекту (не менше 7 наслідків).

Створення контенту:

- Розробити план контенту на місяць для обраної соціальної мережі.
- Написати 10 постів з урахуванням специфіки платформи та цільової аудиторії.
- Створити візуальний контент (фото, відео, інфографіка) для соціальних мереж.

Взаємодія з підписниками:

- Відповісти на коментарі та повідомлення у вигляді реального кейсу.
- Розробити план для залучення нових підписників.
- Провести конкурс або розіграш для підвищення активності на сторінці.

Аналіз даних:

- Проаналізувати статистику акаунта за останні три місяці та зробити висновки щодо ефективності.
- Визначити найуспішніші пости та розробити стратегію для повторення успіху.
- Порівняти активність підписників у різних соціальних мережах та запропонувати рекомендації.

Розробка стратегій:

- Розробити маркетингову стратегію для запуску нового продукту у соціальних мережах.
- Створити SMM-стратегію для бренду з нуля.
- Провести конкурентний аналіз та визначити сильні та слабкі сторони стратегій конкурентів.

ТЕМА 3

КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Мета: ознайомлення студентів з аналізом процесу спілкування; охарактеризувати публічне спілкування в мережі інтернет; токсичні тренди поведінки в соціальних мережах.

План

1. Аналіз процесу спілкування. Рівні спілкування.
2. Міжособистісні стосунки та публічне спілкування в мережі «Інтернет».
3. Токсичні тенденції соціальних мереж.
4. Токсичні тренди поведінки в соціальних мережах.
5. Поняття «нетикету».

1. Аналіз процесу спілкування

Чат – засіб для швидкого обміну текстовими повідомленнями між користувачами інтернету у режимі реального часу. Зазвичай, під словом «чат» мається на увазі інтернет-ресурс з можливостями чату, чат-програма, рідше – сам процес обміну текстовими повідомленнями.

Спілкування є взаємодією людей, за якої вони пізнають один одного, вступають у ті чи інші стосунки і за якої між ними встановлюється певне взаємозвернення.

Аналізуючи процес спілкування, можна виділити *три рівні*:

- *мікрорівень*, до якого відноситься найзагальніший і довгостроковий вплив спілкування на розвиток людини й формування її світогляду;
- *мезорівень*, до якого належать комунікативні взаємодії в конкретний проміжок життя людини;
- *макрорівень*, який стосується аналізу структури мовленнєвого обміну, динаміки позицій партнерів по спілкуванню, а також стосунків між ними.

Саме макрорівневі закономірності взаємодії ми розглядаємо в контексті проблеми взаєморозуміння в комп'ютерно-опосередкованому спілкуванні. За визначенням Г. Андрєєвої, у будь-якому разі складовою спілкування є процес сприймання однією людиною другої як партнера по спілкуванню, і цей процес вона називає перцептивною стороною спілкування. *Взаєморозуміння* є розумінням або, в іншому випадку, розумінням і прийняттям цілей, мотивів, установок партнера по спілкуванню.

В. Знаков виокремлює два схожі, але не тотожні поняття – взаєморозуміння та міжособистісне розуміння, перше з яких передбачає контекст суб'єкт-об'єкт-суб'єктної взаємодії, а друге – суб'єкт-суб'єктної. Проте, як він зазначає, спілкування зрідка буває безпредметним: навіть у ситуації, коли немає очевидної тематичної спрямованості розмови, об'єктом взаємодії партнерів стають психологічні особливості їх особистості та світогляду.

2. Міжособистісні стосунки й публічне спілкування в мережі «Інтернет»

Віртуальна реальність створює особливі умови, що відрізняються від умов безпосереднього спілкування. При опосередкованій комунікації сприймання деяких елементів образу співрозмовника, наприклад, зовнішнього вигляду, інтонації голосу, тілесно-рухових патернів, значно ускладнюється (телефонні розмови, відеозв'язок) чи навіть стає неможливим (спілкування за допомогою текстових повідомлень). Для подолання цих труднощів співрозмовникам доводиться вдаватися до особливих прийомів, щоб сформувати образ партнера, власне ставлення до нього та до його послань, прийняти рішення на основі інформації, яку надають технічні засоби чи програмне забезпечення, які опосередковують процес сприймання.

Дослідження комп'ютерно-опосередкованого спілкування почались із виникненням комп'ютера і тісно пов'язані з розвитком технологій, що забезпечують можливість спілкування через комп'ютер. У часи, коли інтернету, відомого нам сьогодні, ще не існувало, функціонували його аналоги – локальні мережі. Вже в дослідженнях 70-х рр. XX ст. виникає термін «комп'ютерно-опосередковане спілкування» (англ. Computer-mediated-communication, або СМС) і пишуться монографії, присвячені даній проблемі. Актуальність досліджень завжди зумовлена значущістю його предмета, тому інтерес дослідників викликали форми і способи

комп'ютерно-опосередкованого спілкування, що набували популярності в той чи інший проміжок часу. Так, дослідження спілкування у віртуальних групах новин, які були популярні в середині 90-х рр. XX ст., показали схильність відвідувачів таких груп не лише встановлювати близькі дружні стосунки у віртуальній реальності, а й переносити більшість із них у реальне життя, продовжувати спілкуватись як онлайн, так і в безпосередньо. М. Паркс і К. Флойд зазначили, що так звана віртуальна реальність у свідомості користувачів не є «паралельним світом» або екзотичною розвагою, як її були схильні описувати письменники-фантасти, котрі передбачили її появу. Натомість, люди, що звикли спілкуватися за допомогою комп'ютера, називають віртуальний простір «ще одним місцем, де можна зустрітися».

Сьогодні таким місцем, яке обрали для віртуальної зустрічі більше мільярда користувачів, є не групи новин, а соціальні мережі: сьогодні лише Facebook налічує близько 1,4 млрд. користувачів, 1 млрд. з яких є активними користувачами, тобто їх персональні сторінки оновлюються і використовуються для спілкування. У 2014 р., так як і в 1996 р., за допомогою суспільних інтернет-проектів люди намагаються не віддалятися, а наближуватися до реальності (мова не йде про ігрові мережеві ресурси, що призводять до гемблінгу – патологічного потягу до азартних ігор). Персональні сторінки в соціальних мережах здебільшого містять справжню інформацію про власника, його особисті дані, фото. Активні користувачі мережі публікують 13 млн. публічних повідомлень щотижня. Якщо

враховувати, що кількість приватних повідомлень може перевищувати цю цифру в десятки або навіть сотні разів, стає очевидним, що соціальні мережі є надзвичайно широким і ресурсним полем для дослідження опосередкованого спілкування.

Для кращого розуміння відмінностей безпосередньої та опосередкованої форм спілкування розглянемо загальну структуру спілкування. До неї входять наступні складові:

1. Суб'єкти, тобто ті, між ким здійснюється спілкування (окремі люди, групи, спільноти, людство загалом).
2. Мета, заради якої виникає необхідність у спілкуванні.
3. Зміст – ідеї, емоції, які передаються в міжособистісних контактах від одного до іншого.
4. Засоби передачі інформації.

В інтернет-спілкування включені ті ж самі суб'єкти, які зазначені у схемі. Інтернет надає ресурси для спілкування як окремим людям, так і групам. Глобальність всесвітньої мережі дозволяє говорити про двосторонній вплив світових суспільних тенденцій на інтернет та інтернету на світове суспільство.

Одним із найзагальніших процесів є циркуляція культури між віртуальним простором і реальним світом. Зміст віртуального простору є дзеркалом світового суспільства: у ньому відображаються знання, переконання, надбання мистецтва, тенденції моди, правила поведінки, прийоми спілкування та безліч інших виявів людської діяльності. Всесвітня мережа не лише стає засобом збереження та поширення цієї інформації, а й місцем її осмислення і переробки.

Інформація зазнає аналізу, що здійснюється користувачами інтернету, і повертається у світ у вигляді статей у соцмережах, випусків онлайн-радіо та онлайн-телебачення, у постах блогерів тощо. Обмін інформації між інтернетом та реальним світом і процес її обробки та осмислення є одночасними, постійними і взаємопроникними.

Більш конкретним прикладом взаємовпливу інтернету та суспільних процесів є українська революція, що почалася у листопаді 2013 р. Завдяки соціальним мережам, в основному Фейсбуку та Твіттеру, що дозволяють швидко публікувати велику кількість коротких текстових повідомлень і шукати потрібні повідомлення за тегами (ключовими словами), інформація про актуальні події поширювалась майже миттєво, люди отримували новини від самовидців та могли реагувати на них. Це призвело до колосального сплеску свідомої активності великих груп людей і значно вплинуло на розвиток подій у країні.

Мета спілкування також не може суттєво змінюватись залежно від наявності опосередкування комунікації. Люди знайомляться, обговорюють новини, справи бізнесу, домовляються про зустрічі та конфліктують як у мережі, так і віч-на-віч.

Зміст спілкування тісно пов'язаний з метою і служить для її реалізації. Про це свідчить інтенційна організація діалогів, яка приховано чи явно передає спрямованість людини на вирішення певного завдання. У діалогах можна виділити два плани взаємодії співрозмовників: проблемний, що передбачає обговорення деякої проблеми, і фатичний (тобто той, що позитивно оцінюється на

емоційному рівні незалежно від змісту), що регулює стосунки співрозмовників. Подібна організація діалогів характерна для найрізноманітніших ситуацій, у тому числі і для ситуацій, що відбуваються в інтернет-спілкуванні. У фатичних діалогах також є інтенційна складова, але її метою є підтримання стосунків і досягнення взаєморозуміння. Для передачі емоційних образів в умовах фізичної відсутності співрозмовники вдаються до певних прийомів, виходячи з можливостей мережі.

Нарешті, найсуттєвішою відмінністю діалогів віч-на-віч і комп'ютерно-опосередкованих діалогів є засоби передачі інформації. У безпосередньому спілкуванні співіснують вербальні та невербальні засоби, що виконують свої функції, створюючи певні умови передачі повідомлення, його обробки, формування зворотного зв'язку. У діалоговому спілкуванні в соціальних мережах вербальною складовою є друкований текст, а невербальною – безліч особливостей та умов його написання: знаки пунктуації, смайли, стиль написання, розмір літер, час затримки написання, довжина повідомлення тощо. Всі вони впливають на сприймання повідомлення, формування уявлення про образ партнера та його емоційний стан, визначають перебіг діалогу. Ці особливості можуть використовуватись співрозмовниками для покращення взаєморозуміння або, навпаки, викликати небажану емоційну реакцію, викрививши сприймання повідомлення. Не будучи знайомим з культурою спілкування в інтернеті загалом, а також у даній інтернет-спільноті, та не оволодівши технічними прийомами, які відрізняються в різних

соціальних мережах, людині складно буде знайти спільну мову з віртуальним співрозмовником.

3. Токсичні тенденції соціальних мереж

Коли ми називаємо щось **«токсичним»**, ми говоримо про те, що завдає нам шкоди. Незалежно від того, чи ми говоримо про стосунки, середовище, як-от робоче місце, чи навіть дружбу. «Токсичність» у цих контекстах часто важко розпізнати за номінальною вартістю, і вона, як правило, підступна, тобто негативні наслідки її впливу впливають на людину поступово та з часом.

Які сайти соціальних мереж є найбільш токсичними?

У певному сенсі всі сайти соціальних мереж можуть бути токсичними. Різні платформи можуть бути токсичними різними способами та як наша поведінка на них може бути шкідливою для дітей і підлітків, які ними регулярно користуються.

За останнє десятиліття використання соціальних медіа вибухнуло, і разом з цим з'явилася нова форма публікації під назвою «вплив». Це коли людина створює спільноту шанувальників і підписників в інтернеті навколо своїх тем і стилів вмісту. Для будь-якого типу нішевих хобі, інтересів і демографічних показників є люди впливу, від в'язання до ігор. Те, що починалося як спосіб створення вмісту для розваги, стало надзвичайно прибутковим бізнесом по всьому світу.

На перший погляд, ці впливові люди надають людям безкоштовний контент, який відповідає їхнім інтересам, і в більшості випадків допомагають їм відчутися причетними та частиною спільноти, яка може бути важко досяжною у їхньому повсякденному житті.

Однією з найтоксичніших речей у впливовому явищі є те, як воно спотворює реальність. Цілком природно, що люди хочуть показати себе з найкращої сторони, але впливові особи часто фільтрують свої обличчя, використовують ефекти, щоб змінити форму свого тіла та зобразити дуже пишний і розкішний спосіб життя.

Коли ми порівнюємо себе з цими зміненими реаліями, не знаючи, що насправді було використано для створення цих зображень і відео, це може викликати нездорові порівняння. Дорослим досить важко нагадувати собі про це, але для дітей і підлітків може бути справжньою боротьбою зберегти перспективу.

Якщо у вашої дитини є певний впливовий персонаж, за яким вона любить спостерігати, завжди варто запитати, як це викликає у неї почуття, і пояснити їй, що можна було змінити в контенті, щоб він «виглядав краще», ніж реальне життя.

Що ще токсичного в соціальних мережах?

Ще одна сфера соціальних мереж, яка може бути справді токсичною, — це розділи коментарів. Соціальні медіа надали кожному можливість вступити в розмови та дебати. І, хоча свобода

слова — це чудова річ, легкість анонімності може призвести до тролінгу, який підживлює досить жахливі суперечки в інтернеті.

Природа такої агресивної коментацийної поведінки породжує середовище, де люди часто захищаються. Це може призвести до занепокоєння з приводу публікацій або ухилення від цивільної взаємодії в інтернеті через страх бути «перетягнутими» або розкритикованими в розділах коментарів.

Цей тип онлайн-поведінки сумно відомий на таких платформах, як Twitter, де дебати можуть перерости у справді неприємні нападки на інших просто за те, що вони пропонують іншу точку зору. В опитуваннях 1000 Американці стверджували, що Twitter був єдиним найбільшим місцем, де збиралися роли в соціальних мережах. У тому ж опитуванні Snapchat виявився найменш токсичною платформою для тролінгу.

Одна з ключових речей, якими слід озброїти свою дитину, коли справа доходить до токсичних розділів коментарів і платформ, таких як Twitter, — це запитати: «Чи б ви сказали це комусь в обличчя?» — якщо ні, вам, ймовірно, також не варто записувати це.

Багато дослідників вивчали психологію онлайн-коментарів і онлайн розгальмування. Багато хто погоджується, що цей ефект підживлюється відносною анонімністю, яку може надати нам інтернет.

Токсичні тенденції соціальних мереж

Не тільки характер роботи платформ соціальних медіа робить їх токсичними, але й те, як ми їх використовуємо. Деякі з найбільш

токсичних тенденцій соціальних медіа, які мали місце за останні роки, включають:

- **Скасувати культуру**

Ми всі робимо помилки, але в багатьох випадках те, що ми робили неправильно в минулому, може повернутися до соціальних мереж. Вибачте чи ні, але культура скасування – це дія, яка виводить когось із мережі або з поля зору громадськості через контроль соціальних мереж.

- **Доксинг**

Це форма залякування або переслідування в соціальних мережах, коли один користувач переслідує іншого, щоб отримати викривальну або особисту інформацію від іншого з наміром використати її, щоб завдати йому особистої чи професійної шкоди.

- **Токсичний позитив**

Іноді токсичними є не лише негативні речі. Замовчувати життєві труднощі, не звертатися до великих проблем і створювати образ, що життя ідеальне, вводить в оману.

- **Хастл культура**

Бути найпродуктивнішим, найзайнятішим і найуспішнішим – усе це тренди, які розвиваються завдяки соцмережам. Для підлітків, які змагаються за своєю природою, це може спричинити додатковий тиск «бути найкращим» і досягати все більшого, що може спричинити виснаження, тривогу та інші проблеми.

Чому токсичні медіа шкідливі для психічного здоров'я?

Соціальні мережі створені, щоб викликати звикання. Від алгоритмів, які надають вам більше вмісту, який вам подобається, до системи винагород у вигляді коментарів і оцінок «подобається» за вміст, який ви публікуєте, він завжди знаходить нові способи залучити вас знову.

Відповідно до Дослідницького центру П'ю, 81% підлітків у США користуються соціальними мережами, піддаючи більшість молодих людей ризику проблем психічного здоров'я, пов'язаних із соціальними мережами, таких як тривога та депресія. Це може виявлятися в різних формах поведінки, але деякі з найпоширеніших:

- **Порівняння способів життя**

Фільтри, програмне забезпечення для зміни тіла та зображення розкішного та веселого життя не є реальним життям, і для багатьох молодих людей перегляд цих зображень може дати їм викривлене уявлення про те, як вони «мають» виглядати, досягти та чого мати у своєму житті .

- **Страх втратити**

До появи соціальних мереж, якщо дитину не пускали на вечірку у друга чи інший світський захід, вона могла про це не дізнатись. У соціальних мережах є постійне вікно в життя кожного, і якщо комусь весело, а вам ні, це може призвести до великої кількості сумнівів у собі та тривоги.

- **Залякування**

З розвитком соціальних мереж хулігани знайшли нові способи завдавати шкоди своїм жертвам. Поширення чуток, переслідування людей і поширення неприємного вмісту – усе це способи, за допомогою яких хулігани можуть атакувати інших. Негативні наслідки, які це має для благополуччя дітей, очевидно, негативні.

- **Найгірший сценарій**

«Люсі сподобався пост Тані, але їй не сподобався мій! Чому найрозумнішою відповіддю на це запитання є те, що вона просто не бачила цього. «Подобається» чийсь вміст не є типовим соціальним сценарієм і пропускає весь нормальний контекст взаємодії в реальному житті. Без цих підказок стурбованому розуму дуже легко почати думати про всі причини, чому людині міг не сподобатися ваш вміст, хоча це може бути так просто, як вони просто не бачать його.

Як поводитися з токсичними соціальними мережами?

Соціальні медіа зараз глибоко вкорінилися в нашому сучасному житті, і просто не використовувати їх або видалити програми для багатьох не буде непростим виходом. Це також не те, що ваш підліток, ймовірно, також захоче зробити. Якщо ви усвідомлюєте, що соціальні медіа можуть бути токсичними, тоді є кілька стратегій, якими ви можете скористатися вдома для себе та своїх дітей, щоб зменшити шкоду.

- **Цифровий детокс**

Якщо вийти з інтернету не варіант, відпочити від соціальних мереж може бути справді корисним. Дайте дітям можливість

вирішувати, коли вони хочуть відкладати пристрої, і зробіть це домашнім правилом. Стимулюйте перерви запланованими та приємними, нетехнічними заходами.

- **Скасувати підписку на активні облікові записи**

Поговоріть зі своїми дітьми про людей, за якими вони стежать, і про те, що вони відчують, коли бачать їхній вміст. Якщо вони кажуть, що відчують заздрість або незадоволення тим, як вони виглядають порівняно з цією людиною, можливо, настав час м'яко заохотити їх більше не переглядати вміст.

- **Будьте чесними щодо того, що ви відчуваєте**

Якщо у вас поганий настрій, виходите в інтернет і бачите багато продуктивних, щасливих і блискучих людей, що може погіршити ваш стан. Те саме стосується ваших дітей. Якщо ви знаєте, що ваша дитина трохи пригнічена, спробуйте вивести її з дому на природу або зайнятися справою, яку вона любить, без телефону.

- **Встановити елементи керування**

Kidslox може встановити елементи керування, щоб обмежити час, який ваша дитина проводить на певних сайтах і в додатках. Це також може допомогти вам заблокувати будь-які потенційні джерела небезпечного вмісту та миттєво заблокувати пристрій, коли це необхідно.

4. Токсичні тренди поведінки в соціальних мережах

Виділив ці модні стосунки і два їм назву німецький психолог Ерік Херманн застеріг, що вони дуже поширені саме зараз – завдяки неймовірному доступу й вибору якого хочеш партнера в соцмережах, завдяки моді на стосунки без зобов'язань.

Гостинг – від «гра в привида» Назва вже є поясненням формату: кавалер чи бойфренд виявляє знаки уваги, а потім зникає, як привид.

Мостинг (від most – найбільший). Ти вважаєш, що зустрічаєшся з чоловіком, але в один день він щезає. Без пояснень. Або пише: «Я не готовий до серйозних стосунків».

Бенчинг – або «лава запасних» або «запасний аеродром». Замкнуто коло. Він зникає у своє безтурботне життя, а ви повертаєтеся знову на лаву.

Такі віртуальні стосунки шкодять психологічному здоров'ю людини, примушують почуватися залежною від іншої людини, занижують самооцінку.

5. Поняття «нетикету»

Із найдавніших часів люди дотримувалися визначених правил і норм поведінки, аби покращити своє життя. Умовно кажучи, 200 тисяч років тому неандертальці також комунікували між собою. Ну

звісно, їм же треба було домовитися між собою, як саме вони розділять впольованого мамонта.

Щоправда, їхні дискусії щодо здобичі жодним чином не були схожі на сучасну розбірливу мову, якою ми з вами володіємо сьогодні. Проте змінюються епохи, разом з ними змінюються люди і побут, та все ж дещо лишається незмінним – поняття етикету, який під впливом еволюції та історичних подій набуває все нових і нових форм.

Сучасні технології дозволяють нам використовувати величезну кількість ресурсів для спілкування, навчання, роботи та дозвілля. Серед них – наші улюблені меседжери, соцмережі та Moodle. Головне – користуватися цими благами раціонально та розумно.

Наша сьогоднішня реальність така, що ми вже тривалий час змушені спілкуватися онлайн. Але ж і для цього необхідні правила! Саме тому у 80-х роках минулого століття з'явилося дуже влучне поняття – Нетикет, що походить від англійського слова *нет* – мережа та французького слова – *етикет* – етика. Так називають правила, прийняті в мережі, які на превеликий жаль визнаються далеко не усіма, як і в реальному житті.

Правила та категорії нетикету

Правило 1. Пам'ятайте, що ви спілкуєтесь з людиною.

Не забувайте, що по інший бік екрана з вами спілкується жива людина. Не зловживайте тим, що співрозмовник вас не бачить і не дозволяйте собі того, чого б не зробили у звичайному спілкуванні. У

віртуальному світі є таке поняття як тролінг, що являє собою провокаційні повідомлення, які пишуться деякими особами (тролями) з метою викликати конфлікт між учасниками спілкування. Тому, заради свого спокою, уникайте конфліктних ситуацій та не провокуйте їх. Пам'ятайте, що не потрібно робити для інших те, чого не хочете щоб зробили для вас.

Правило 2. Дотримуйтеся тих самих стандартів поведінки, що і в реальному житті.

У віртуальному світі існує певне відчуття анонімності і в деяких ситуаціях, люди можуть дозволити собі більше, ніж вони дозволяють, спілкуючись у реальному житті. Але намагайтесь дотримуватись правил спілкування, як в реальному, так і у віртуальному спілкуванні. Залишайтесь толерантними та пам'ятайте, що інтернетом користуються ще й діти.

Правило 3. Пам'ятайте, що ви знаходитесь у кіберпросторі.

Активне спілкування у мережі має свої нюанси. Так, спілкуючись в чаті або форумі, пам'ятайте, що манери спілкування в різних співтовариствах різні. Якщо один стиль спілкування цілком звичний для одного співтовариства, для іншого він буде абсолютно неприйнятним. Обов'язково, перед тим, як щось коментувати в абсолютно новій для вас темі, спершу варто вивчити обстановку, і вже потім долучатись до розмови. Не варто нав'язувати свої правила і вчити співтовариство, навіть якщо ви впевнені, що всі не праві.

Правило 4. Поважайте час і можливості інших.

Якщо ви хочете поділитись з усім світом важливою для вас новиною, подумайте, чи всім вона така корисна. Одним з наслідків цього правила є шанобливе ставлення до чужого трафіку. Відправляючи кому-небудь надмірної ваги файл, користуйтеся архіватором. Викладаючи великі зображення, подбайте про те, щоб їх супроводжували невеликі прев'ю (від preview – попередній перегляд зображення, як правило, в зменшеному вигляді) із зазначенням розміру файлу. Якщо ви даєте посилання на великий файл, не забувайте вказувати його розмір. Не слід очікувати миттєвої реакції на повідомлення.

Правило 5. Зберігайте свій імідж.

Ваша репутація в інтернеті не менш важлива, ніж у реальному житті. Навіть якщо здається, що ніхто в мережі вас не впізнає, не варто ображати інших, створювати конфліктні ситуації, або відповідати на образу образою. Нехай друзі за інтересами та сайтами знають вас, як ввічливу, толерантну та порядну людину. Публікуючи якусь інформацію, перевірте її достовірність, пишіть грамотно.

Правило 6. Допмагайте іншим там, де ви це можете зробити.

Мережа не є сховищем всіх можливих у світі знань. Зазвичай в інтернеті з'являється лише та інформація, яка несе вигоду її автору. Досить часто у людей виникають запитання на які в мережі відповіді немає, тому, якщо ви є компетентні в якомусь питанні і можете на нього відповісти – відповідайте. Якщо ви виявили, що в інтернеті

відсутня інформація про щось, що визнаєте напевне – обов’язково напишіть про це, ваші знання можуть комусь знадобитись. Якщо в мережі вас просять допомогти – допоможіть, можливо хтось колись так само допоможе вам. Обмінюйтесь досвідом у мережі, адже сам інтернет виріс завдяки бажанню людей ділитись інформацією.

Правило 7. Не створюйте конфлікти та не допускайте їх.

«Словесну війну», яка іноді виникає між декількома учасниками дискусії, ще називають флеймом (від англ. flame – полум’я). Зазвичай, під час таких суперечок істина не народжується і виникає лише дискомфорт серед учасників обговорення. Інтернет не забороняє флейми, вони можуть нести задоволення, як авторам, так і читачам, а ті, хто їх отримує, цілком можуть на них і заслуговувати. Проте, нетикет не заохочує таких дій, які іноді переростають у справжні інформаційні війни. Краще уникайте образ і не беріть участі у конфліктних обговореннях.

Правило 8. Поважайте право на приватне листування.

Як в реальному, так і у віртуальному світі існує право особи на приватне листування, і неповага до цього права – ознака поганих манер. Іноколи виникають моменти, коли користувачі не виходять зі своїх сторінок у соціальних мережах та електронної пошти на комп’ютерах загального доступу (наприклад, в аудиторії чи класі, в бібліотеці). І запам’ятайте: не поширюйте в мережі інформацію про себе та інших людей – реальні імена, адреси, телефони, фотографії!

Правило 9. Пам'ятайте про авторське право.

У жодному разі не привласнюйте собі чуже авторство! Представляти скопійовану з інтернету інформацію, як авторську, не просто нечесно, але й незаконно. Зверніть увагу й на те, що завантажувати і поширювати фото, відео та музику, які захищені авторським правом теж не варто (звісно, якщо попередньо ви не здійснили оплату копійованого матеріалу), адже це прирівнюється до крадіжки.

Правило 10. Пам'ятайте про безпеку.

Намагайтесь без зайвої потреби не викладати на сторінках мережі приватну інформацію, щоб не стати жертвою онлайн злочинців. Якщо все-таки така потреба виникла, перед тим, як написати щось про себе, обов'язково перевірте безпечність сайту. Сайт є безпечним в тому випадку, коли його адреса починається з https (Hypertext Transfer Protocol Secure). У разі виникнення в інтернеті ситуацій, які порушують безпеку комп'ютера або вашу безпеку особисто (листи з погрозами тощо), повідомте про це компетентну особу.

Положення нетикету розділяють на три основні категорії:

- ✓ психологічні, емоційні (використання звертань: «ти», «ви», смайликів, підтримка або ігнорування новачків тощо);
- ✓ технічні (використання певної довжини рядків, обмеження на розмір листів, їх підписи, допустимість написання у верхньому регістрі, допустимість форматування, виділення курсивом, кольором тощо);

- ✓ адміністративні (правила назв [заголовків] тем, правила цитування, допустимість реклами, допустимість флейму, необхідність додержуватися тематики співтовариства).

Під порушенням нетикету, які найчастіше виникають в мережі інтернет, розуміють образи та перехід на особистості, відступ від теми, який робиться зловмисно (офтопик), рекламу, саморекламу у невідповідних місцях. Також, порушенням нетикету вважають наклеп або іншу зловмисну дезінформацію, чи плагіат.

Насамперед, щоб уникнути подібних проблем, провайдери послуг інтернет-зв'язку повинні усвідомлювати, що на відміну від телекомунікаційних операторів та поштових служб, вони надають приватні послуги, так як сервіс інтернет використовує одночасно велика кількість людей. Саме оператори інтернет-послуг повинні передбачати можливі способи використання цих послуг користувачами і дбати про безпеку в мережі та дотримання етичних норм.

Для комфортного використання інтернет-мережі варто пам'ятати, що саме загальнолюдські цінності впливають на якісне формування змісту ресурсів і послуг цієї зони, і саме від її користувачів залежить, як вони будуть співіснувати в ній, незалежно від національності, культурних та релігійних поглядів.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 3

КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ

Мета: поглиблювати уявлення студентів про етику спілкування в умовах цифрового суспільства; сутність і виміри моральної самооцінки в інтернет-спілкуванні; охарактеризувати мережевий етикет та комп'ютерний сленг як атрибут віртуального спілкування.

Питання до підготовки

1. Етика інтернет-спілкування в структурі етичного знання в умовах цифрового суспільства.
2. Специфіка теоретичної, прикладної, професійної, корпоративної етики у цифровому суспільстві.
3. Сутність і виміри моральної самооцінки в інтернет-спілкуванні. Моральні вимоги до користувачів соціальних мереж. Компенсаторне інтернет-спілкування: сутність, види
4. Токсичні тренди поведінки в соціальних мережах – гостинг, мостинг та геттебінг.
5. Поняття «нетикету» (мережевий етикет). Засоби «нетикетного» спілкування. Комп'ютерна лексика.
6. Інтернет-меми. Комп'ютерний сленг. Смайлики як атрибут віртуального спілкування та елемент графічно-стилістичного репертуару нетикету.

Контрольні запитання та завдання

1. Розкрийте сутність та види інтернет-спілкування.
2. Що позначається поняттям «нетикет» ?
3. Охарактеризуйте сутність і виміри моральної самооцінки в інтернет-спілкуванні.
4. Поясніть поняття «мережевий етикет».
5. Які види існування людини у світі віртуальності сприяє формуванню правильного ставлення до різних варіантів поведінки у віртуальному просторі?
6. Що таке «інтернет-меми»? Яку роль вони відіграють в інтернет-спілкуванні?
7. Яку роль відіграють смайлики в інтернет-спілкуванні?
8. Розкрийте сутність «нетикетного» спілкування
9. Охарактеризуйте навички саморегуляції та протидії, детермінованим віртуалізацією суспільства та особистості.
10. Перелічіть токсичні тренди поведінки в соціальних мережах.
11. Яка, на Ваш погляд, специфіка теоретичної, прикладної, професійної, корпоративної етики у цифровому суспільстві?

Завдання для самостійної роботи

1. Скласти рейтинг комп'ютерних ігор за будь-яким критерієм (наприклад, популярність, продажі, кількість онлайн учасників тощо).
2. Створити підбірку мотиваторів і демотиваторів на психологічну тематику, продемонструвати у групі.

Визначення та основні принципи інтернет-етикету

- Ознайомтесь з основними принципами інтернет-етикету (нетикету). Підготуйте коротку презентацію (5-7 слайдів) з основними правилами та поясніть їхню важливість.

Аналіз випадків порушення етикету:

- Знайдіть та проаналізуйте три реальні випадки порушення етикету в інтернеті (наприклад, хейтерські коментарі, тролінг, кібершахрайство). Опишіть ситуацію, наслідки та запропонуйте способи вирішення.

Практичне завдання з написання коментарів:

- Напишіть три приклади коментарів до різних типів контенту (новини, соціальні мережі, блоги) з дотриманням правил інтернет-етикету. Врахуйте, що ваші коментарі мають бути конструктивними та поважати думку інших.

Розробка правил поведінки для онлайн-спільноти:

- Уявіть, що ви модератор нової онлайн-спільноти. Розробіть правила поведінки для учасників вашої спільноти, які допоможуть підтримувати дружню та конструктивну атмосферу.

Дослідження впливу інтернет-культури на молодь:

- Напишіть коротке есе (500-700 слів) про вплив інтернет-культури на молодь. Розгляньте як позитивні, так і негативні аспекти. Наведіть приклади та підкріпіть їх науковими дослідженнями.

Обговорення в групах:

- Організуйте дискусію у невеликих групах на тему «Як ми можемо поліпшити культуру спілкування в інтернеті?». Кожна група повинна підготувати та презентувати свої ідеї та пропозиції.

Створення відео:

- Зніміть коротке відео (до 3 хвилин) на тему «Чому важливо дотримуватись правил інтернет-етикету». Використовуйте приклади з власного досвіду або знайдені в інтернеті.

Тестування знань:

- Підготуйте тест з 10 питань, що перевіряє знання основних принципів інтернет-етикету. Обміняйтесь тестами з однокурсниками та оцініть відповіді один одного.

ТЕМА 4

ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ

Мета: Визначити поняття віртуальний простір, його складові та як він впливає на професійну діяльність; огляд поточних тенденцій і нововведень у сфері віртуальної роботи.

План

1. Самопрезентація як вміння подавати себе.
2. Трирівневий процес самопрезентації.
3. Внутрішня та зовнішня складова самопрезентації.
4. Сучасний професійний простір і віртуальність.
5. Роль сучасних інформаційних технології в підготовці майбутнього фахівця-психолога.
6. Фактчекінг під час роботи у соціальних мережах.
7. Психологічне консультування в мережі «Інтернет».
8. Моральні вимоги до поведінки фахівця у соціальних мережах.

1. Самопрезентація як вміння подавати себе

Ми визначаємо *самопрезентацію* як вміння подавати себе, привертати до себе увагу за допомогою акцентування уваги на своїх якостях, які актуалізуються на основі використання особливих технологій і стратегій.

Якщо поняття «імідж» акцентує увагу на створенні образу, який знаходиться в статиці, тобто є певним стоп-кадром, фіксуючим якість суб'єкта іміджу, то самопрезентація – це сам процес демонстрації цих якостей, це динаміка самоподачі. Самопрезентація відноситься до прагнення людини уявити бажаний образ як для зовнішньої аудиторії (для інших людей), так і для аудиторії всередині (для самого себе). Навмисно чи не наміри люди захищають себе, намагаючись підтвердити свій «Я-образ». У знайомих ситуаціях це відбувається без свідомих зусиль, а в незнайомих ситуаціях – усвідомлено.

Самопрезентацію можна розглядати як сукупність установок, спрямованих на самого себе.

Ці установки включають в себе:

- 1) переконання індивіда, яке може бути обґрунтованим або НЕ обґрунтованим – утворює пізнавальний рівень самопрезентації;
- 2) емоційне ставлення до цього переконання утворює емоційно-оцінний рівень самопрезентації;
- 3) відповідна реакція, яка виражається у вчинках, утворює поведінковий рівень самопрезентації.

Стосовно до самопрезентації ці три установки можна конкретизувати наступним чином.

- 1) образ Я – уявлення індивіда про самого себе;
- 2) самооцінка – афективна оцінка цього уявлення, яка може мати різну інтенсивність, оскільки конкретні риси образу Я можуть викликати більш-менш сильні емоції, пов'язані з їх прийняттям або осудом;

3) потенційна поведінкова реакція, тобто ті конкретні дії, які можуть бути викликані образом Я і самооцінкою.

2. Трирівневий процес самопрезентації

Самопрезентацію можна розглядати як *взаємопов'язаний трирівневий процес*.

Пізнавальний рівень самопрезентації заснований на уявленнях суб'єкта іміджу про самого себе. При цьому суб'єкт завжди завищує свою значимість, незалежно від того, чи ґрунтується його уявлення про себе на об'єктивному знанні або на суб'єктивному думці. Цей рівень самопрезентації пов'язаний з самопізнанням своїх позитивних і негативних рис характеру, з виявленням стійких тенденцій своєї поведінки, вибіркової свого сприйняття.

Оціночний рівень самопрезентації пов'язаний з усвідомленням того, що якість, яке ми приписуємо власної особистості, далеко не завжди об'єктивні і з ними не завжди готові погодитися інші люди. Чи не викликає розбіжності лише вік, стать, зріст, професія і деякі інші дані, які мають достатню незаперечний. У спробах охарактеризувати себе присутній сильний особистісний оцінний момент. Джерело оціночних уявлень суб'єкта про себе – його соціальне оточення і соціальні реакції на якісь його вияви. При цьому нові соціальні оцінки можуть змінити уявлення суб'єкта про самого себе.

Таким чином, самооцінка відображає ступінь розвитку у суб'єкта почуття самоповаги, відчуття власної цінності і позитивного ставлення до всього того, що входить в сферу його Я. Низька самооцінка передбачає неприйняття свого Я, самозаперечення, негативне ставлення до своєї особистості.

Поведінковий рівень самопрезентації пов'язаний з досягненням результату і по своїй суті є самим актом самопрезентації. В основі самопрезентації лежить «Я-концепція» і дихотомія «Я зовнішнє – Я внутрішнє».

3. Внутрішня і зовнішня складова самопрезентації

Самопрезентація має внутрішню і зовнішню складову.

Зовнішня складова розкривається в таких поняттях як «самоподача», «управління враженням» і ін.

Внутрішня складова відображена в поняттях «саморозкриття», «самовираження» і т.д.

О. Пікульова вважає, що самопрезентація є засобом управління враженням, необхідним компонентом будь-якої соціальної взаємодії, постійним процесом пред'явлення «Я-інформації». Самопрезентація особистості може приймати як усвідомлюваний, так і неусвідомлений характер. Аналіз вітчизняної та зарубіжної літератури дозволив виділити суттєві риси феномена самопрезентації: людина виражає себе через такі засоби як зовнішній вигляд, вербальне і невербальна

поведінка особистості; є способом регуляції взаємодій людини з соціальним середовищем.

Існує кілька підходів до розуміння сутності самопрезентації:

1) комунікативно-обумовлений (несвідома самопрезентація – загальна характеристика поведінки людини);

2) особистісно-детермінований (несвідома самопрезентація в прямій залежності від особистісних особливостей);

3) маніпулятивний (усвідомлювана самопрезентація, спрямована на створення в оточуючих людей певного враження про себе).

Розрізняють стратегії і тактики самопрезентації. Стратегія самопрезентації – це спланована поведінка; воно довгостроково і направлено в майбутнє. Тактика самопрезентації – короткостроковий поведінковий акт. Стратегія самопрезентації може включати в себе безліч різних тактик. Виділено 12 тактик самопрезентації, з них п'ять тактик захисного типу (наприклад, вибачення, тобто визнання відповідальності за будь-які образи, шкода, завдана іншим суб'єктом) і сім тактик асертивного типу (наприклад, прохання / благаання, тобто демонстрація власної безпорадності, слабкості і залежності в цілях отримання допомоги).

4. Роль сучасних інформаційних технологій у підготовці фахівця

Люди кожного нового покоління повинні розвиватися так, щоб вони могли ефективно й у досить короткі терміни опанувати не

тільки тією технікою, яка вже створена попередніми поколіннями, а й тієї, яка з'явиться в майбутньому. Вони повинні бути підготовлені до подальшого розвитку науки та техніки. Інакше кажучи, зараз як ніколи раніше, навчання і виховання підростаючого покоління повинні бути орієнтовані на майбутнє. Звичайно, принцип спадкоємності навчання і виховання (їх орієнтування на життя в суспільстві майбутнього) – це загальний принцип для всіх часів. Але сучасні темпи науково-технічного прогресу ні в яке порівняння не йдуть з тими, які були колись і, мабуть, будуть збільшуватися і далі.

Нині йде процес швидкого розвитку й упровадження комп'ютерної техніки в усі сфери людської діяльності. Особливо це виявляється в таких ключових галузях, як економіка, освіта, медицина і промисловість. Комп'ютеризація тягне за собою потребу в придбанні вміння швидко і правильно отримувати, зберігати і передавати інформацію, раціонально її використовувати. Цьому сприяє процес інформатизації освіти, який представляє собою впровадження в освітні установи інформаційних засобів, інформаційної продукції і педагогічних технологій, що базуються на цих засобах.

Сучасне інформаційне суспільство з його складним, високотехнологічним і швидко мінливим виробництвом, розвиненою інфраструктурою, пред'являє якісно нові вимоги до підготовки фахівців різних профілів. Від випускників вузів потрібно не тільки фундаментальна базова підготовка, яка допоможе їм розібратися в

складному виробництві, а й інформаційно-технологічна готовність, а саме:

- ✓ знання засобів інформаційних технологій і вміння з ними звертатися;
- ✓ вміння збирати, оцінювати і використовувати інформацію;
- ✓ висока адаптивність, що виражається в здатності пристосовуватися до інформаційних навантажень, викликаним оновленням засобів виробництва;
- ✓ комунікативність і вміння працювати в колективі;
- ✓ здатність до самоосвіти і потреба в регулярному підвищенні кваліфікації.

Зміст основних компонентів інформаційної підготовки будується таким чином, щоб вони могли служити базою для формування основ інформаційної культури майбутнього фахівця. До основних завдань інформатизації освіти відносяться такі:

- ✓ застосування ефективних методів навчання,
- ✓ підвищення творчої та інтелектуальної складових навчальної діяльності;
- ✓ інтеграція різних видів освітньої діяльності. При цьому специфіка предметної області майбутньої професійної діяльності повинна знаходити своє відображення в рішенні конкретних прикладних задач за допомогою сучасних інформаційних засобів, таких як:
- ✓ навчальні мультимедіа системи;
- ✓ програми контролю і самоконтролю знань;

- ✓ використання інформаційних технологій в організації та проведенні наукових досліджень;
- ✓ використання інформаційних технологій для ведення конференцій.

На першому етапі навчання комп'ютер для студента виступає предметом навчальної діяльності, в ході якої здобуваються знання про роботу комп'ютера, вивчаються мови програмування, засвоюються навички роботи оператора.

На другому етапі цей предмет перетворюється власне в засіб вирішення навчальних або професійних завдань, в знаряддя повсякденної діяльності. Цей перехід предмета в засіб і обумовлює розвиток діяльності та мислення людини, передбачає перебудову звичних дій, форм і способів діяльності.

Крім навчальної діяльності студенти надалі використовують інформаційні технології в самостійної та дослідницької роботи. Це рішення і оформлення контрольних, курсових робіт, пошук інформації для підготовки рефератів з різних дисциплін, участь в олімпіадах і науково-дослідній роботі.

Надалі студенти переходять до вивчення спеціальних дисциплін з певної базовою підготовкою.

Потреба суспільства у кваліфікованих фахівцях, які володіють арсеналом засобів обчислювальної техніки, перетворюється в провідний чинник освітньої політики. Адже діяльність людей все більшою мірою залежить від їх інформованості та здатності ефективно використовувати інформацію. Для вільної орієнтації в

інформаційних потоках сучасний фахівець будь-якого профілю повинен вміти отримувати, обробляти і використовувати інформацію за допомогою комп'ютерів, телекомунікацій і інших засобів зв'язку.

В останні роки однією з основних проблем, над якою працюють науковці є роль інформаційних технологій навчання у формуванні професійно-ділових якостей фахівця.

Головними напрямками вирішення цієї проблеми є:

- комп'ютеризація навчального процесу;
- нове в інформаційних технологіях навчання;
- інформаційна культура як складова професійної культури фахівця;
- роль і місце електронних підручників в самоосвіті студентів;
- організація самостійної роботи студентів з використанням ПК;
- досвід проведення комп'ютерного контролю знань;
- ефективність використання мультимедійних технологій в навчальному процесі.

За даними ЮНЕСКО, при слуховому сприйнятті закріплюються 15% мовної інформації, при зоровому – 25% візуальної інформації, згідно слухали й бачили одночасно, людина запам'ятовує 65% інформації, яка йому повідомляється.

Використання мультимедійних технологій переслідує, в основному, дві мети. Перша – полегшити засвоєння і запам'ятовування навчального матеріалу. Ще К.Ушинський

стверджував, що «чим більше органів почуттів беруть участь в сприйнятті будь-якого враження або групи вражень, тим міцніше лягають ці враження в нашу механічну нервову пам'ять, надійніше зберігаються нею і легше потім відтворюються». Друга мета – індивідуалізація процесу навчання.

Мультимедійні технології в навчальному закладі повинні стати як способом оптимізації навчально-виховного процесу, так і об'єктом для вивчення, для того, щоб майбутній фахівець міг оптимально їх використовувати.

Забезпечення необхідного рівня інформаційної культури фахівця не може бути метою тільки однієї навчальної дисципліни, необхідно впровадження сучасних інформаційних технологій в усі спеціальні дисципліни, що вимагає певного рівня професійної підготовки викладацького складу, його знайомства з потенційними можливостями цих технологій, умінням використовувати ці можливості в своїй практичній і науковій діяльності. Цей момент є досить актуальним і педагогічно значущим, так як студенти на ділі, тобто в процесі навчально-тренувальних занять, проведення наукових досліджень і т.д., повинні бачити і на собі випробувати переваги і можливості сучасних інформаційних технологій.

Тенденції розвитку сучасної системи освіти нерозривно пов'язані з широким впровадженням в навчальний процес різноманітних форм і способів активного навчання.

Використання комп'ютера в навчальній діяльності дає можливість переосмислити традиційні підходи до вивчення багатьох

питань навчальних дисциплін. Інформація навчання привносить в технології навчання не тільки нові комп'ютерні засоби навчання, а й методи, підходи інформатики до аналізу і моделювання систем навчання. Такий підхід до інформаційної підготовки студентів сприяє систематичному формуванню знань і навичок професійної роботи, дозволяє підвищити якість підготовки фахівців.

Крім всіх позитивних чинників і інновацій, які принесли інформаційні технології, не можна не відзначити і їх негативні наслідки. Студенти стали менше звертатися до друкованих видань, менше читати, а, отже, і думати, робити самостійні висновки, приймати рішення.

5. Роль сучасних інформаційних технологій в підготовці майбутнього фахівця-психолога

Інформаційно-комунікаційні технології визначають сьогодні спосіб і темп життя нашого суспільства майже у всіх його сферах. Отже, наразі актуальним є активне використання цифрових інструментів ІКТ у професійній діяльності практичного психолога. Це дозволить: передавати, знаходити, аналізувати, узагальнювати, отримувати та оперувати великою кількістю інформації, яку психологи отримують щодня різноманітними шляхами (через суспільство, соціальні мережі, платформи для спілкування тощо); консультувати, планувати та здійснювати власний професійний розвиток та освіту.

Пропонуємо низку цифрових інструментів та ресурсів, веб-застосунків, онлайн-платформ, онлайн-сервісів, що є у відкритому доступі та можуть бути використані для реалізації різних напрямів діяльності практичного психолога.

– АІС «Я-ПСИХОЛОГ» – сайт, що значно полегшує діяльність практичного психолога, так як він пропонує 200 онлайн психодіагностичних методик та опитувальників, розподілених за такими напрямками (вивчення: соціально-психологічної адаптації; пізнавальної сфери; деяких психічних станів; девіантної поведінки; темпераменту; характеру; здібностей та інтелекту; комплексні методики вивчення особистості; мотиваційної сфери та спрямованості; оцінки міжособистісних взаємин у колективі та сім'ї; мотивації навчання), 32 анкети з актуальних тем (протидія булінгу в закладах освіти; стандартизоване інтерв'ю батьків, діти яких зазнали кривдження та перебувають у стані постравмівного стресу (модифікація Г. Католик та І. Корнієнка); девіантна поведінка особистості; опитувальник OLWEUS для здійснення моніторингу в закладі освіти; молодь і протиправна поведінка; діагностика ранньої залежності та соціально неадекватної поведінки; виявлення схильності до адиктивної поведінки; вивчення схильності учнів до шкідливих звичок; інформованість підлітків про наркотики; поінформованість педагогів щодо методів профілактики негативних виявів у молодіжному середовищі; стиль батьківського виховання; опитувальник для дослідження психотравмуючої події (В. Панок); соціологічна анкета стосовно насильства над дітьми; анкета щодо

виявлення рівня безпечної поведінки підлітків в Інтернеті; протидія кібербулінгу в закладах освіти; анкета з питань насильства щодо дітей; анкета щодо виявлення ситуації булінгу у взаємодії «педагог-учень»; анкета «Ти і молодіжна субкультура» та інші). Також можна здійснити автоматичну обробку результатів як по одній людині, так і по групі;

– **forms.google.com** – вебзастосунок, що входить до складу безкоштовного вебпакету Google Docs Editors, пропонованого Google. Застосунок дозволяє легко створювати форми для анкетування, тестування та опитування у мережі, редагувати їх, ділитися з іншими користувачами через електронну пошту, посилення чи веб-сайт та аналізувати отримані відповіді.

Google Forms дає можливість: вибирати запитання різних типів; налаштовувати кольори та шрифти; зібрану інформацію автоматично вносити в електронну таблицю, створювати діаграми з даними відповідей;

– **kahoot.com** – онлайн навчальна платформа, доступ до якої можна отримати через веб браузер або додаток Kahoot у Google Play або App Store. Платформа характеризується зрозумілим інтерфейсом і дозволяє практичному психологу проводити тестування із учасниками освітнього процесу двома способами: віртуальний клас (тестування відбувається у закладі освіти, а питання та варіанти відповідей з'являються для здобувачів освіти на екрані проектора/комп'ютера/мобільного телефону) та самостійне навчання (тестування здобувачі освіти проходять самостійно, питання та

варіанти відповідей з'являються на екрані комп'ютерів/мобільних телефонів).

– **mentimeter.com** – онлайновий сервіс для створення та проведення миттєвих опитувань, наприклад, під час проведення відеоконференції. Сервіс немає обмежень на кількість учасників, які беруть участь в опитуваннях. Практичний психолог може створювати велику кількість опитувань різного типу з різними кодами доступу, а також організовувати їх у своєму профілі в папки. Учасники освітнього процесу, для участі в опитуваннях, мають увійти зі свого пристрою (мобільний телефон, планшет, комп'ютер) на сайт menti.com або ввести цифровий код опитування у скачаний заздалегідь застосунок;

– **onlinetestpad.com** – онлайн-сервіс, що дозволяє за допомогою конструктора тестів швидко і зручно створити справді унікальний тест для вирішення різних завдань. Він пропонує 17 типів запитань для користувача (наприклад: одиночний вибір, множинний вибір, введення числа, встановлення послідовності, відповідь у вільній формі та інші). Практичний психолог (психологиня) до кожного тесту може створити результати типу «психологічний тест», «особистісний тест», «освітній тест». Також користувачу сервісу доступні перегляд кожного результату тесту, статистика відповідей та набраних балів з кожного питання. Слід відзначити й такі можливості презентованого онлайн-сервісу як здатність керувати зовнішнім виглядом тесту, адаптованість інтерфейсу проходження тесту на всіх девайсах (ПК, планшети, мобільні телефони). Основні

способи доступу до тесту: основне посилання; html-код, що можна вбудувати на власний сайт, блог, форум; запрошення по e-mail з персоналізованим посиланням на проходження тесту.

Профілактика, просвіта, корекція:

– **АІС «Я-ПСИХОЛОГ»** – сайт, який містить вкладку «Корисні матеріали», де розміщені навчальні посібники, методичні рекомендації, довідники, техніки, пам'ятки, буклети, збірники практичних матеріалів, посилання на бібліотеки із науково-методичною літературою для працівників психологічної служби тощо;

– **Canva** – платформа графічного дизайну, яка може бути використана психологом для створення презентацій, буклетів, листівок, інформаційних бюлетенів, графіки, відео та фотоколажів, портфоліо, мудбордів, плакатів, флеш-карток тощо. Сервіс пропонує великий банк зображень, шрифтів, шаблонів та ілюстрацій. Для користувачів доступні вебверсія платформи та мобільна версія Canva у вигляді додатка для OS і Android;

– **edpuzzle.com** – безкоштовний сервіс для створення відео-фрагментів з аудіо та текстовими коментарями і вбудованими запитаннями різного типу. Це дає можливість практичному психологу не лише створювати, а й озвучити будь-яке відео, записавши власне пояснення. Даний сервіс інтегрований з Google Classroom та дозволяє працювати користувачу на всіх девайсах.

– **uk.padlet.com** – **онлайн-дошка**, яка дозволяє розміщувати на одній сторінці різноманітний контент: нотатки, малюнки, фотографії,

аудіо файли, відеоролики, покликання на інші сайти мережі «Інтернет». Практичний психолог, наприклад, може використовувати онлайн-дошку, коли потрібно провести опитування серед здобувачів освіти або педагогічних працівників, батьків щодо інформації на певну тему; виконуючи під час профілактичних, просвітницьких, корекційно-розвивальних занять вправи: «Правила групової роботи», «Очікування», «Мозковий штурм», «Релаксація», «Рефлексія»; складаючи на заняттях з елементами тренінгів списки з тем за різними напрямками, оформляючи матеріали у вигляді лінії часу – timeline, визначаючи зміст нових понять;

– **Jamboard.google.com** – інтерактивний сервіс від Google у вигляді віртуальної дошки. Дошка Jamboard надає психологу ряд можливостей для групового обговорення різних ідей, наприклад, мозкового штурму; аналізу інформації за допомогою відповідних міток, стікерів, виділення; побудови схем чи плакатів до різних тем занять; дозволяє проводити такі вправи як «Рефлексія», «Оцінка емоційного стану», «Очікування» тощо. Інтерфейс сервісу інтуїтивно зрозумілий і зручний, також є можливість завантажувати файли з Google Диску, інтегруватися із G-Suite працювати на різних девайсах, в тому числі на платформах Android та iOS;

– **mindmapeditor.com** – онлайн-інструмент, що дозволяє практичному психологу створювати інтелектуальні карти (Mind Map), наприклад, під час виконання мозкового штурму на різних заняттях. Інтелектуальні карти дозволяють візуалізувати та

структурувати ідеї, самотійно налаштовувати їх за допомогою вибору піктограм, зображень, кольорів і відповідного тексту;

– **wordclouds.com** – онлайн-генератор, інструмент для створення «хмар слів». Інструмент буде корисний під час проведення інформаційних повідомлень, міні-лекцій, актуалізації

розуміння змісту певних понять на просвітницьких або профілактичних заняттях із здобувачами професійної (професійно-технічної) освіти;

– **thinglink.com** – інтерактивний сервіс за допомогою якого практичний психолог може створювати мультимедійні плакати, маршрутні карти, інтелектуальні карти, інтерактивні блок-схеми, інтерактивні картинки, при наведенні на які, може з'являтися мультимедійний контент. Сервіс дозволяє завантажувати фото, відео, звук, вставляти текстові коментарі та різноманітні покликання.

Консультування (індивідуальне та групове), навчальна діяльність: – власні сайти, сторінки «Психолога/Психологині» на сайтах закладів професійної (професійно-технічної) освіти, блогів (за допомогою форм зворотного зв'язку); – Google Classroom, Google Meet, Microsoft Teams, Cisco Webex, Zoom, Class Dojo, Viber, Skype – онлайн-сервіси відео-телефонного зв'язку та відеоконференцій, мобільні застосунки та програми, які дозволяють практичному психологу і учасникам освітнього процесу в ЗП(ПТ)О обмінюватися інформацією в будь-який час, у будь-якому місці, використовуючи комп'ютер або мобільні пристрої.

Організаційно-методична робота:

– АІС «Я-ПСИХОЛОГ» – сайт, який містить вкладки: «Документація», Аналітична довідка», де розміщена обліково-звітна документація (можливість ведення електронного щоденного журналу обліку роботи, плану-календаря). Також надається можливість практичному психологу заповнити та створити електронну аналітичну довідку щодо своєї діяльності за навчальний рік;

– **хмарний офісний пакет Google**, що включає: Google документи, Google таблиці, Google презентації, практичний психолог (психологиня) може використати для оформлення службової документації. Сервіс працює в рамках браузера, документи, що створюються зберігаються на сервері Google Диск. Отже, доступ до введених даних може здійснюватися з будь-якого комп'ютера, під'єданого до інтернету;

– **Google Календар** – веб-застосунок тайм-менеджменту, що дозволить психологу (психологині) запланувати власні зустрічі, розписати по датам різні форми та види роботи, а також знаходити інформацію про заходи і наради в інтернеті. Календар Google дає змогу опублікувати свій календар заходів для інших користувачів, що значно оптимізує роботу та економить час.

Наведено далеко не повний перелік цифрових інструментів та ресурсів, веб-застосунків, онлайн-платформ, онлайн-сервісів, що можуть полегшити працівникам психологічної служби закладів професійної (професійно-технічної) освіти виконання їх функцій та обов'язків. Серед основних переваг запропонованих нами сучасних

цифрових технологій: оптимізація роботи практичного психолога, економія часу, можливість обміну інформацією різного характеру, спілкування на відстані, мобільність та інтерактивність цифрових продуктів, використання різного типу електронних девайсів та інші.

Слід відзначити, що ефективність використання сучасних ІКТ залежить також і від рівня цифрової компетентності практичного психолога, його мотивації до самоосвіти, що дозволяє в повній або неповній мірі використовувати функціональні можливості запропонованих онлайн-платформ та сервісів, веб-застосунків, цифрових інструментів тощо.

6. Фактчекінг під час роботи у соціальних мережах

Фактчекінг – це процес перевірки інформації. У сучасному світі легко поширювати неправду, яка швидко розповсюджується в інтернеті та впливає на думки чи рішення багатьох людей. Перевірка достовірності контенту, який нас оточує, допомагає формувати свій життєвий вибір на основі надійної інформації. Перевірка фактів також допомагає запобігти дезінформації, яка може призвести до шкідливих дій, таких як ворожнеча, дискримінація чи ксенофобія.

7. Психологічне консультування в мережі «Інтернет»

Психологічне консультування це, перш за все, робота з емоціями та почуттями людини, з переживаннями людини, з тим, що складає його внутрішній світ.

Особливості інтернет-консультування

- Має двосторонню змістовну специфіку щодо анонімність / публічність особистості клієнта. З одного боку, процес консультування анонімний, що обумовлено тим, що в інтернеті (чаті) як правило, клієнт виступає під вигаданим ім'ям (ніком). При цьому, навіть, якщо клієнт буде званий своїм ім'ям, то все одне, йому практично гарантована анонімність, оскільки людей з однаковими іменами по країні (специфіка ще й у тому, що консультування географічно величезне) сотні тисяч. З іншого боку, процес для клієнта публічний, так як таке консультування відбувається, як правило, в чатах або на форумах, де видно всі питання людини і відповіді консультанта. Таким чином, створюється публічність, тому що всі, хто перебуває на форумі, бачать на екранах своїх моніторів процес інтернет-консультування, спостерігають порядок і послідовність питань і відповідей і оцінюють їх зміст.

- Інтерактивний характер. У процесі інтернет-консультування його учасники можуть втручатися в процес консультування, даючи свої коментарі, оцінюючи смислове підґрунтя обговорюваних тем.

- Змістовність – дешевизна електронних консультацій
доступність психологічна зручність і фізичний комфорт(клієнт сидить вдома, у звичній обстановці)
- Сміслова специфіка консультування складає його навчальний характер, тому що безліч людей може одночасно брати участь у цьому процесі як просто спостерігаючи його, так і висловлюючись, коментуючи і навчаючись, тоді, коли обговорюються цікаві для конкретної людини проблеми.
- Нова технологія психологічного консультування. Мається на увазі професійна діяльність психолога-консультанта. Психологу зовсім не обов'язково настільки глибоко сприймати свого клієнта і емоційно зовні реагувати на їхні особистісні вияви. Це істотно полегшує сам процес інтернет-консультування – знижує його емоційні витрати і дозволяє концентруватися на проблемі, а не на людині. Однак це істотно знижує продуктивність консультування, тому що відсутність емоційно-чуттєвої складової в соціальній перцепції негативно позначається на психотерапевтичний ефект консультативної взаємодії.

Існує кілька моделей, способів надання психологічної допомоги в інтернеті. Ці способи визначаються залежно від потреб клієнта. Найчастіше пропонуються індивідуальне консультування або участь у форумі, який підбирається в залежності від вікової категорії клієнта та його особистісних переваг. Онлайн-консультанти можуть допомогти людині розібратися в собі, працюють з неважкими

психологічними травмами клієнтів, допомагають їм вирішувати конфліктні (складні) ситуації в їх житті тощо.

Допомогти людині (індивідууму) в інтернеті, зуміти психологічно підтримати, знайшовши для цього потрібні слова і форми роботи з ним, – не така проста робота, як здається на перший погляд. Дуже важливо, щоб консультант мав відповідну освіту, так як, в психологічну консультацію онлайн не завжди звертаються «жарти ради» або для вирішення банальних питань. Іноді, від професійної коректності роботи психолога-консультанта, від його вміння і бажання надати допомогу, залежить дуже багато чого в житті клієнта, що використовує психологічну консультацію в мережі «Інтернет» як останню надію у вирішенні наболілих проблем. Від роботи консультанта, в подібній складній життєвої ситуації клієнта, ймовірно, буде залежати подальша доля такого клієнта.

Ще двадцять років тому про інтернет мало хто в світі взагалі мав уявлення. Сьогодні, внаслідок постійного зростання інформаційних технологій (НТР, НТП) 21 і «фізичної» доступності комп'ютерної техніки навіть для осіб, які не мають персонального комп'ютера (поява інтернет-кафе тощо), число інтернет-користувачів перейшло за мільярд.

Оскільки інтернет використовується різними галузями життєдіяльності, не дивно, що туди «прийшло» і психологічне консультування.

Психологічне консультування (у вузькому історичному сенсі) досить молода область людського знання і виду психологічної

допомоги. Свій початок вона бере в першій половині ХХ-го століття з появою психоаналізу, а потім і інших провідних психологічних шкіл.

Психологічне консультування представляє собою розділ практичного знання, що містить систематичний опис процесу надання психологічної допомоги. Воно виходить з уявлення про те, що за допомогою спеціально організованого процесу спілкування, у клієнта можна актуалізувати додаткові психологічні сили і здібності, що, у свою чергу, може забезпечити відкриття нових особистісних можливостей клієнта для виходу з важкої життєвої ситуації.

Психологічне консультування, як самостійна гілка психологічної допомоги відбулося «з ґрунту» психотерапії. Сучасних психологів-консультантів готують на основі теорії та методології прогресивних шкіл психології та психотерапії. На відміну від психотерапії, психологічне консультування – досить короткострокова форма психологічних послуг, що допомагає людині знайти душевну підтримку і відновити емоційну рівновагу за допомогою «сповіді», різних прийомів «релаксування» (психологічного розвантаження) і способів рефлексії (самоаналізу), – за допомогою психодіагностичних засобів та «експрес-методів» психологічної корекції.

Цей аналіз ми продовжимо здійснювати виділяючи головне в змісті, процесі і взаєминах клієнта і психолога-консультанта в класичному психологічному консультуванні та в інтернет-консультуванні.

Зрозуміло, що психологічне консультування допомагає розібратися людині з власною проблемою і знайти шляхи її

вирішення, або хоча б зняти негативну емоційну напругу. Часом, навіть останнє і є метою консультування, оскільки в більшості випадків до психолога людину призводить саме душевне страждання, викликане тією або іншою проблемою.

Деяким людям набагато легше спілкуватися на відстані, ніж у кабінеті у психолога, тим більше, що в звичній домашній обстановці людина відчуває себе набагато більш комфортно і захищено, ніж в кабінеті у психолога. Якщо в цей період життя людина переживає стрес, він втомився, заплутався або не впевнений у правильності своїх рішень, то йому сучасні інформаційні технології пропонують не тільки традиційну зустріч з психологом, а й набувають все більшої популярності психологічні консультації, що проходять на професійних консультаційних web-сайтах в мережі Internet в режимі on-line. Таким, не самим звичайним способом, людині (клієнту) інтернет-психологи пропонують допомогти розібратися у власних почуттях, знайти упевненість в собі тощо. Шляхом бесід та обговорення ситуації, посередництвом ICQ або по e-mail інтернет-психолог-консультант допомагає своєму клієнтові прийти до вірного способу вирішення його проблем.

Інтернет-консультування – це нова психологічна послуга, яка стала можливою практично з моменту «фізичного» появи Інтернету. Одна з переваг даної технології психологічного консультування полягає в тому, що можливе проведення консультування на віддалених відстанях психолога від клієнта.

Спілкування консультанта та клієнта відбувається повністю анонімно або може обговорюватися в інтернет-форумі за бажанням клієнта. Психологічне інтернет-консультування динамічно розвивається на даний момент. Середовище інтернету – це не тільки і не стільки взаємопов'язані комп'ютери та комп'ютерні мережі, скільки взаємопов'язані і активно діють у цьому середовищі люди разом з продуктами їх активності – повідомленнями, web-сторінками, записами (текстовими, звуковими, зображувальними, мультимодальних тощо), каталогами та архівами записів, навігаційними маршрутами, комп'ютерними вірусами тощо. Як така, середовище інтернету становить чималий інтерес для всіх фахівців, професійно вивчають людину і різноманітні види його активності. І дійсно, діяльність людини в інтернеті досить давно вже стала предметом вивчення філософів, соціологів, психологів, істориків, лінгвістів, культурологів, педагогів, комунікативістів (маються на увазі фахівці в області communication science), маркетологів, політологів та інших соціально орієнтованих фахівців.

Це явище пов'язане з виникненням нових форм передачі даних з інформаційних мереж, з впровадженням високоефективного і щодо недорогого телекомунікаційного обладнання, з появою цілого ряду організацій, які надають технічну підтримку в розробці модульних елементів інтернет-змісту тощо. При цьому основною проблемою для ефективного та успішного надання послуг в середовищі інтернет є завдання проектування і подальшої реалізації спеціалізованих

«людино-машинних» систем, здатних вирішувати різноманітні діяльні завдання.

8. Моральні вимоги до поведінки фахівця у соціальних мережах

На I Установчому з'їзді Товариства психологів України 20 грудня 1990 року в Києві прийнято Етичний кодекс психолога. Цей нормативний акт є гарантом високопрофесійної, гуманної, високоморальної діяльності психологів України, здійснюваної залежно від спеціалізації та сфери їх інтересів.

Цей Кодекс являє собою сукупність етичних норм, правил поведінки, що склалися у психологічному співтоваристві й регулюють його життєдіяльність. Об'єктом досліджень і впливу психологів є внутрішній світ особистості, тому їхні контакти з іншими людьми повинні бути теплими, доброзичливими, цілющими.

Етичний кодекс сприяє більш успішному здійсненню психологами своєї професійної діяльності. Зокрема, шкільним і вузівським психологам допомагає у підвищенні ефективності навчання і виховання учнів та студентів; психологам у галузі охорони здоров'я — у виконанні функцій, пов'язаних з профілактикою захворювань, лікуванням, реабілітацією пацієнтів; психологам у сфері державного управління — у психологічному забезпеченні загального й галузевого управління.

Під час роботи з клієнтами у соціальних мережах психолог повинен дотримуватися тих самих етичних норм, правил поведінки, що склалися у психологічному співтоваристві й регулюють його життєдіяльність. Психологи повинні утримуватися від будь-яких дій чи заяв, що загрожують недоторканості особи; не мають права використовувати свої знання та становище з метою приниження людської гідності, пригнічування особистості або маніпулювання нею; несуть відповідальність за додержання інтересів людини

1. Психолог несе особисту відповідальність за свою роботу.

2. Психологи зобов'язані всіляко запобігати й не допускати антигуманних наслідків у своїй професійній діяльності.

3. Психологи повинні утримуватися від будь-яких дій чи заяв, що загрожують недоторканості особи; не мають права використовувати свої знання та становище з метою приниження людської гідності, пригнічування особистості або маніпулювання нею; несуть відповідальність за додержання пріоритету інтересів людини.

4. На психологів покладається відповідальність за надійність використовуваних методів та програмного забезпечення, валідність обробки цих досліджень, у тому числі і тих, які проводяться з використанням комп'ютерних технологій.

5. Психологи застосовують лише ті знання, якими вони володіють відповідно до своєї кваліфікації, повноважень і соціального статусу.

II. КОМПЕТЕНТНІСТЬ

2.1. Психологи постійно поповнюють свої знання про нові наукові досягнення в галузі їхньої діяльності, беруться за розв'язання тільки тих завдань, які належать до сфери їх компетенції. У разі непосильності завдання психологи передають його іншому досвідченому фахівцеві або допомагають людині, яка звернулася за підтримкою, налагодити контакт з професіоналами, що можуть надати адекватну допомогу.

2.2. Психологи не застосовують методів і процедур, не апробованих центральними органами Товариства психологів України. У тих випадках, коли психологічні методики лише проходять випробування (з дозволу контрольних органів Товариства), психологи, проводячи експеримент з обмеженим контингентом досліджуваних, попереджають їх про застосування неперевіраних методів і технічних пристроїв або про свій недостатній рівень оволодіння ними.

2.3. Психолог публікує під своїм ім'ям лише ту працю, яка повністю виконана ним самим або містить істотний власний внесок; недопустима публікація з метою особистої, матеріальної вигоди недостатньо підготовлених праць, невалідизованих методик, а психолог не може виконувати практичної роботи, не маючи належної кваліфікації та досвіду.

2.4. Психолог прагне до адекватних знань про свої індивідуальні якості та особливості й визначення меж власних професійних можливостей. Особистісні психологічні проблеми (які негативно

впливають на якість виконання обов'язків) можуть бути показником професійної непридатності і мають якомога швидше коригуватись та розв'язуватись психологом.

III. ЗАХИСТ ІНТЕРЕСІВ КЛІЄНТА

3.1. Психологи суворо додержуються принципу добровільної участі клієнта в обстеженнях. Під час роботи з дітьми, пацієнтами з тяжкими психічними розладами (тобто в крайніх випадках) допускаються відхилення від принципу добровільності, але в межах законодавчих норм; обов'язком психолога є намагання налагодити з клієнтом співробітництво. Психологи утримуються від непотрібних лікувань.

3.2. Психологи, вступаючи у контакт з особами, для яких він є обов'язково примусовим (наприклад, у разі проведення психологічної експертизи), не мають права змушувати клієнта повідомляти відомості поза його волею, не можуть вживати примусових заходів для одержання даних, крім випадків, коли така інформація сприятиме безпеці навколишніх або самого клієнта.

3.3. Психологи не беруть участі в діях, спрямованих проти свободи особи. Вони не мають права змушувати клієнта розповідати про свою життєву філософію, політичні, релігійні чи етичні переконання, не повинні вимагати відмовитися від них.

3.4. Психологи беруть на себе професійну відповідальність за кваліфіковане обстеження, консультування, лікування. Вони домовляються про терміни завершення своєї діяльності або доцільність направлення клієнта до іншого компетентного

спеціаліста. Відповідальність з психолога знімається, якщо він упевнився, що інший спеціаліст узяв відповідальність за клієнта на себе.

3.5. Психологи не мають матеріальних або особистих привілеїв, не можуть використовувати свої знання і становище, довірливе ставлення і залежність клієнта у власних корисливих інтересах. У тих випадках, коли послуги є платними, про фінансові умови домовляються заздалегідь; не встановлюється додаткова оплата за консультації і не береться плата з тих, кого психолог навчає або збирається екзамінувати. Якщо клієнт може отримати психологічну допомогу безкоштовно або меншим коштом в іншого фахівця, то психолог інформує про це клієнта.

5.6. Психолог уникає встановлення неофіційних взаємин з клієнтом, якщо це може стати на перешкоді проведенню діагностичної, консультаційної і корекційної роботи з ним. Між психологом і клієнтом не повинно бути статевої близькості у період, коли психолог несе відповідальність за нього.

3.7. Психолог має право вирішувати, на якому етапі консультування або лікування можна дати об'єктивний професійний висновок, а у випадках, коли він не може діяти в інтересах клієнта, роз'яснює йому і батькам (опікунам, піклувальникам) реальний стан справ.

3.8. Висновок за результатами проведеного обстеження чи лікування робить сам психолог, він не може перекладати це на інших. Психолог повинен чітко і однозначно формулювати висновок,

так щоб його можна було правильно зрозуміти й використати отримані дані на користь клієнта.

3.9. Психолог не робить висновків і не дає порад, не маючи достовірних знань про клієнта або ситуацію, в якій він перебуває.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 4

ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ

Мета: формувати уявлення студентів про сучасний професійний простір і віртуальність; визначити поняття самопрезентації в віртуальному просторі як вміння подавати себе; поглиблювати уявлення про віртуальну професійну діяльність.

Питання для підготовки

1. Самопрезентація як вміння подавати себе. Трирівневий процес самопрезентації. Пізнавальний рівень самопрезентації. Поведінковий рівень самопрезентації.
2. Внутрішня і зовнішня складова самопрезентації. Стратегії і тактики самопрезентації.
3. Сучасний професійний простір і віртуальність. Сучасні фахівці і віртуальна професійна діяльність.
4. Блоги в освітньому середовищі. Значення блогів і влогів для сучасної діяльності фахівця-психолога.

5. Соціальні мережі як джерело інформації. Фактчекінг під час роботи психолога у соціальних мережах.
6. Поведінка психолога у соціальних мережах.

Контрольні запитання та завдання

1. У чому полягає сутність внутрішньої і зовнішньої складових самопрезентації?
2. Охарактеризуйте поняття «фактчекінг».
3. Яку назву носить процес перевірки фактичної достовірності звітів і заяв?
4. Охарактеризуйте соціальні мережі як джерело інформації.
5. Назвіть основні причини існування соціальних мереж.
6. Охарактеризуйте правила поведінки психолога у віртуальному просторі.
7. Охарактеризуйте трирівневий процес самопрезентації.
8. Чому, на Вашу думку, у віртуальному світі обличчя й індивідуальність людини зникає?

Завдання для самостійної роботи

1. Створити підбірку аватарок у форумі та проаналізувати, як її вибір пов'язаний із психікою людини (мотиви віртуальної присутності, характерологічні вияви тощо).

- **Аналіз інструментів для віртуальної роботи:**

Зробить огляд та порівняння двох або трьох популярних платформ для дистанційної роботи (наприклад, Zoom, Microsoft

Teams, Slack). Включіть плюси й мінуси кожної платформи, а також їхні можливості для співпраці та комунікації.

- **Розробка особистого плану продуктивності:**

Розробка особистого плану організації свого робочого дня при роботі з дому. Включіть час для роботи, перерв, обідньої перерви, фізичної активності та відпочинку. Обґрунтуйте свій вибір, використовуючи принципи тайм-менеджменту.

- **Написання есе:**

Тема: «Переваги та недоліки професійної діяльності у віртуальному просторі». Опишіть власний досвід або уявлення про роботу в цифровому середовищі, зазначивши позитивні та негативні аспекти.

- **Підготовка презентації:**

Створіть презентацію на тему «Майбутнє професійної діяльності у віртуальному просторі». Включіть в неї прогноз розвитку нових професій, необхідні навички для роботи у цифровому світі та можливі виклики.

- **Огляд літератури:**

Знайдіть та прочитайте декілька наукових статей або книг, присвячених темі віртуальної роботи. Напишіть реферат з аналізом ключових ідей та висновків авторів.

- **Кейс-стаді:**

Розробіть та проаналізуйте кейс-стаді з реальної або уявної ситуації, пов'язаної з викликами або успіхами віртуальної

професійної діяльності. Включіть опис проблеми, можливі рішення та їхні наслідки.

- **Проект групової роботи:**

Організуйте віртуальну групову роботу з іншими студентами або колегами. Використовуючи одну з платформ для спільної роботи, реалізуйте спільний проект (наприклад, створення веб-сайту, написання статті або розробка маркетингової стратегії). Підготуйте звіт про хід проекту та результати співпраці.

ТЕМА 5

ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРАКТИЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНОГО ПРОСТОРУ

Мета: Формувати у студентів уявлення про технології мережевої комунікації; технології комунікації у реальному часі та технології відстроченої комунікації.

План

1. Технології мережевої комунікації.
2. Культура спілкування у форумах, чатах та соціальних мережах.
3. Поняття психологічного захисту.
4. Служби миттєвих повідомлень (віртуальна ігрова реальність).
5. Маніпуляції у соціальних мережах.

1. Технології мережевої комунікації. E-MAIL – етикет

Електронна пошта — це досить зручний спосіб швидкого та ефективного спілкування. Звісно, електронна пошта не є найкращим способом передачі конфіденційної, чи делікатної інформації та позбавлена важливих елементів спілкування – виразу обличчя, жестикуляції, поз, інтонацій голосу, але є, безумовно, одним з найкращих способів для професійного, ділового спілкування. Проте, щоб залишити після свого листа гарне враження про себе, особисто

потрібно знати елементарні правила етикету спілкування в електронній пошті.

Адреси та персональні імена. Персональне ім'я (не те ж саме, що підпис) – це довільний рядок, який більшість програм електронної пошти (мейлери) дозволяють приєднувати до ваших повідомлень в якості текстового коментаря. Якщо ваша система дозволяє, завжди пишіть персональне ім'я: воно є для вас кращою «візитною карткою», ніж просто адреса e-mail. Використовуйте осмислені імена. Адреса повинна мати ім'я та прізвище, щоб можна було визначити автора листа. Не використовуйте виразів, які схожі на ніки або прізвиська, наприклад: «здогадайся сам», «luseepok 134», «ромашка» тощо. Це заважає визначити авторство листа, а також ображає адресата. Вирази цього типу не лише заважають визначити автора листа, а й ображають інтелект адресата.

Тема листа (Subject). Перед відправленням, обов'язково вказуйте тему листа. Майже всі мейлери мають можливість присвоєння електронним листам назви, і найчастіше будь-який користувач орієнтується саме по назвах при перегляді своєї пошти. Уникайте безглузвих назв. Тема листа повинна перегукуватись з самим текстом листа. Якщо, відповідаючи на лист, ви змінюєте тему розмови, пам'ятайте, що потрібно змінити і тему (назву) листа.

Довжина, зміст і формат листа. Довжина листа повинна відповідати стилю бесіди. Наприклад, якщо ви просто відповідаєте на питання, намагайтеся робити це коротко і по суті. Завжди дотримуйтесь теми розмови. Якщо ви хочете поговорити на нову

тему, краще надіслати окремий лист, тоді адресат зможе зберігати його окремо. Не пишіть весь текст листа великими літерами (він не є читабельним) та намагайтесь розбивати текст на логічні абзаци і уникати надмірно довгих речень. Пишіть грамотно, адже лист, повний помилок дуже важко та неприємно читати. Уникайте флеймів – листів, які написані під впливом сильних емоцій, щоб потім не жалкувати про сказані слова. Пам'ятайте про безпеку і не пересилайте в електронних листах конфіденційну інформацію (номери кредиток, рахунок в банку тощо).

Відповіді. Електронна пошта – це не особиста розмова, чи розмова по телефону, тому адресат може забути про що йшлося в попередньому листі, особливо, якщо він веде активну переписку. Тому, намагайтесь включати уривки попередньої розмови у вашу відповідь, а також відокремлювати ваш текст і той, що цитується спеціальними знаками (>). Але не зловживайте цитуванням попередніх листів. Коли назад ви отримуєте власний лист в повному обсязі (як коментар) з маленькою припискою в кінці «я згоден» – це не зовсім етично. Не змішуйте у листі інформацію загального та особистого характеру. Якщо ви отримали лист у результаті електронної розсилки, не варто повідомляти адресату, що ви його отримали (звісно, якщо у вас не попросять дати відповідь).

Підписи. Підпис електронного листа – це невеликий текстовий уривок в кінці повідомлення, який, зазвичай, містить контактну інформацію. Більшість мейлерів мають функцію автоматичного прикріплення підпису до вихідних листів. Це важливий елемент

повідомлення, але і тут варто знати міру. Підпис повинен бути коротким, але інформативним (4-7 рядків цілком достатньо). Довгі підписи завантажують канали зв'язку. Він має ідентифікувати вас: прізвище, ім'я, посада, місце роботи (якщо ви ведете ділову переписку). Також, обов'язково вказуйте контактну інформацію: телефон, скайп.

Окрім вищезазначеного, електронне листування має ряд своїх особливостей. Електронна пошта – це засіб зв'язку між людьми, тому не варто забувати про звичайні правила ввічливості. Не чекайте відповідь на ваш електронний лист негайно. Зауважте, що не існує на сто відсотків надійної поштової системи, тому намагайтесь не писати в електронному листі конфіденційну інформацію (якщо ви попередньо її не зашифруєте за допомогою надійної програми для шифрування інформації). Намагайтесь завжди більш повно викладати інформацію по темі в електронному листі. Якщо це прохання допомоги в певному питанні, адресат повинен володіти найбільш розширеною інформацією, щоб зуміти допомогти вам.

Електронна пошта схожа на розмову в реальному часі, проте, вона позбавлена можливості жестикулювати. Це питання легко вирішується за допомогою «смайлів».

Таких смайлів існує безліч і використовуються вони в залежності від характеру електронної розмови. Правильне використання «смайлів» здатне надати вашому листу невимушеності і певною мірою замінити жестикуляцію. Однак, не варто ними зловживати.

2. Культура спілкування у форумах, чатах і соціальних мережах

На будь-якому форумі, у чаті або в соціальних мережах існують свої правила спілкування. Наприклад, спілкування в професійних, тематичних форумах, чатах та співтовариствах характеризується певним рівнем кваліфікації та знань, де потрібно бути компетентним в тих чи інших питаннях.

Комп'ютерна лексика містить багато слів та скорочень англійської мови. Це тому, що інтернет має американське коріння і довгий час мовою мережі залишалась саме англійська мова. Мережевий сленг складається із слів перероблених або ж навмисно перекручених чи скорочених. Ознайомтесь коротким словником нетикету за покликанням.

Досить популярними в мережевому слензі є скорочені слова. Найчастіше їх використовують з метою написання повідомлень за рекордно короткий час, або коли часу на відправку повідомлення обмаль. Деякою мірою це також викликано прагненням втаємничити свою розмову від тих, хто має можливість її побачити

У молодіжних форумах або ж чатах більш поширена анонімність та сленги, немає чітких рамок у висловлюваннях. Тому, перед тим, як вступити в обговорення у якусь із спільнот, бажано звернути увагу на місцеві правила комунікації, щоб в подальшому мирно співіснувати з її учасниками.

Важливо знати, щоб із задоволенням спілкуватись на форумах, чатах, соцмережах:

Намагайтесь бути толерантними.

Не ігноруйте правила культурного спілкування для різних інтернет-ресурсів.

Пишіть коротко та зрозуміло.

Будьте об'єктивними. Слідкуйте за граматикою.

Загальноприйняті правила поведінки в чатах та форумах:

Не надавайте поради, якщо не компетентні в якомусь питанні, і не розміщуйте свідомо помилкову інформацію.

Не створюйте теми, які вже раніше обговорювались, та не дублюйте їх на інших форумах.

Намагайтесь не створювати теми, назви яких не відображають саму сутність питання, наприклад: «Help», «SOS», «Допоможіть» тощо.

Не зловживайте цитуванням повідомлень інших учасників обговорень (оверквотинг).

Не флейміть. Тобто, не відходьте від основної теми обговорення, відволікаючись на конфліктні ситуації: суперечки, образи тощо. Флейми краще залишати без уваги та ігнорувати «флеймерів», а урегулювання конфліктів залишити на модераторів.

Не офтопте. Офтопити – це означає надсилати повідомлення, які не відповідають обговорюваній темі, в тому числі, обговорювати особисті питання, для цього існують Особисті Повідомлення.

Зверніть увагу на шрифт. Не пишіть суцільними заголовними літерами, або ж лише курсивом, чи жирним шрифтом. Текст повинен мати читабельний вигляд. Більшість форумів видаляють повідомлення, які мають більше третини тексту в такому вигляді.

Не зловживайте смайликами. Інколи за смайликами не можливо розібрати текст і те, що хотів донести автор, тому краще писати більше по темі і слідкувати, де смайлик є доречним.

Дотримуйтесь трьох «НЕ»: не провокуйте скандалів, не переходьте на особистості та не пропагуйте /не заохочуйте/ протизаконні дії.

Не будьте фанатами. Не розміщуйте комерційну рекламу та спам, а також не хваліть на форумах компанії, програми, товар тощо, даючи посилання на них в мережі – це розцінюється, як реклама та видаляється. Дані дії можуть заохочуватись у соціальних мережах (або ж в окремих розділах форуму), коли в групі створюється тема на зразок «радімо».

Не обговорюйте дії модератора. Краще питання модератору надсилати в Особисті Повідомлення.

І найголовніше – **залишайтеся ввічливими** один до одного, адже це, чи не найголовніше правило хорошого віртуального спілкування.

3. Поняття психологічного захисту

Бувають випадки, коли людина потрапляє у неприємну ситуацію, яка викликає стійке переживання негативних емоцій – сум, гнів, сором тощо. Якщо сама людина не може змінити цю неприємну ситуацію, то психіка починає захищатись від травмуючих емоційних переживань, які заважають та пригнічують людину.

Даний психічний феномен був відкритий і описаний Зигмундом Фрейдом та його послідовницею донькою Анною Фрейд.

Психологічний захист – це зазвичай неусвідомлюваний процес усунення або послаблення психікою людини негативних, травмуючих або неприйнятних емоційних переживань

Важливо, що психологічний захист поєднує в собі протилежні наслідки для психіки людини: позитивні, так як усуває або послаблює напруження від негативних емоційних переживань, але і негативні, бо не вирішує самої проблеми, а часто ще й ускладнює її.

Відповідно до впливу на проблему особистості психологічний захист поділяється на такі різновиди:

- 1) конструктивний – не вирішуючи проблеми, хоча б не ускладнює її;
- 2) деструктивний-ускладнення проблеми, погіршення ситуації для особистості, причому останніх значно більше. Надамо опис типових механізмів психологічного захисту.

Компенсація – досягнення людиною альтернативних успіхів у іншій сфері для збереження позитивної оцінки себе («... Не везе в навчанні, повезе в коханні»).

Сублімація – переведення неприйнятних емоцій і енергії у прийнятне, можливе русло (написання віршів через нещасливе кохання, прибирання квартири при агресії тощо).

Існують також деструктивні механізми психологічного захисту:

Витіснення – штучне забування людиною травмуючих спогадів через їх перехід у несвідоме.

Проекція – приписування своїх негативних якостей іншим людям для самозаспокоєння (якщо людина переконує, що навколо всі – брехуни, то вона сама часто говорить неправду).

Заміщення – перенесення агресивних імпульсів на менш загрозливого об'єкта (начальник посварив підлеглого, той, не маючи змоги відповісти тим же керівнику, сварить вдома дружину, та – дітей, вони лупцюють домашніх тварин).

Регресія – повернення до дитячих форм поведінки, «впадання в дитинство» (при сварці дорослих вони «надуваються» і не розмовляють, пияцтво чоловіків чи гонки на великій швидкості тощо),

Формування реакції – захист від заборонених, неприйнятних імпульсів через думки чи поведінку зворотного характеру (при надмірній показовій люб'язності людина приховує неприязнь і навпаки),

Раціоналізація – наведення для себе псевдорозумної аргументації у випадку поразки (байка про лисицю, яка, не зумівши дотягнутись до винограду, вирішила, що він зелений і несмачний),

Втеча – уникання неприємних ситуацій, що асоціюються з попередніми невдачами.

Основною функцією психологічного захисту є «відмежування» сфери свідомості від негативних, травмуючих особистість переживань. У широкому розумінні даний термін використовують для позначення будь-якої поведінки, яка долає психологічний дискомфорт, в результаті якого може сформуватися негативізм, змінитися система міжособистісних стосунків тощо.

Підбиваючи підсумки, слід ще раз наголосити на тому, що самосвідомість – не першочергова даність, притаманна людині, а продукт розвитку. При цьому самосвідомість не має своєї окремої від особистості лінії розвитку, а включається як сторона в процес її реального формування. У ході цього розвитку, по мірі того, як людина набуває життєвий досвід, перед нею відкриваються все нові сторони буття, здійснюється глибоке переосмислення життя. Даний процес його переосмислювання, що проходить через все життя людини, утворює найпотаємніший основний зміст її сутності, визначає мотиви її дій і внутрішній зміст тих задач, які вона вирішує в житті.

4. Служби миттєвих повідомлень (віртуальна ігрова реальність)

Служби миттєвих повідомлень у контексті віртуальної ігрової реальності (VIP) відкривають нові горизонти для спілкування та взаємодії між користувачами. Вони дозволяють гравцям не тільки обмінюватися текстовими повідомленнями, але й користуватися голосовими та відеочатами, що створює ефект присутності і підвищує рівень занурення у віртуальний світ.

Основні переваги служб миттєвих повідомлень у VIP:

1. **Реалістичність взаємодії:** Завдяки використанню аватарів та тривимірного простору, користувачі можуть спілкуватися так, ніби вони знаходяться в одному приміщенні, навіть якщо насправді перебувають на різних континентах.

2. **Інтеграція з ігровим процесом:** Служби миттєвих повідомлень інтегровані безпосередньо в ігровий процес, що дозволяє гравцям обговорювати стратегії, ділитися враженнями та координувати свої дії у реальному часі.

3. **Підтримка різних форматів спілкування:** Окрім текстових повідомлень, гравці можуть використовувати голосові та відеочати, що робить спілкування більш динамічним та емоційно насиченим.

4. **Приватність і безпека:** Багато служб миттєвих повідомлень забезпечують високий рівень шифрування даних, що гарантує конфіденційність спілкування між користувачами.

5. Соціальна взаємодія: Віртуальна реальність дає змогу створювати спільноти за інтересами, де користувачі можуть знаходити нових друзів, обмінюватися досвідом і проводити спільний час.

Служби миттєвих повідомлень у ВІР перетворюють звичне спілкування в захоплюючий ігровий досвід, роблячи його більш інтерактивним та емоційно насиченим. Вони відкривають нові можливості для взаємодії та співпраці, що робить ігровий процес ще більш захоплюючим і цікавим.

Ігрова діяльність в інтернеті є важливою частиною сучасного цифрового світу. Вона включає в себе різні форми взаємодії, такі як онлайн-ігри, соціальні мережі, віртуальні світи і багато іншого. Ця діяльність стає все більш популярною серед різних вікових груп завдяки широкому доступу до інтернету та мобільних пристроїв.

Основні види ігрової діяльності в інтернеті

Онлайн-ігри:

MMORPG (масові багатокористувацькі рольові онлайн-ігри): Ігри, де тисячі гравців взаємодіють у віртуальних світах, виконуючи різні завдання, борючись з монстрами та співпрацюючи один з одним.

Мобільні ігри: ігри, розроблені спеціально для смартфонів і планшетів. Вони можуть бути як простими казуальними іграми, так і складними стратегіями або екшенами.

Соціальні мережі та ігри: ігри у соціальних мережах, таких як Facebook, дозволяють гравцям взаємодіяти з друзями, відправляти їм подарунки, змагатися у рейтингах та виконувати спільні завдання.

Кіберспорт:

Змагальні відеоігри, де гравці змагаються на професійному рівні. Турніри з кіберспорту збирають мільйони глядачів і великі призові фонди. Популярні кіберспортивні дисципліни включають такі ігри, як Dota 2, Counter-Strike: Global Offensive та League of Legends.

Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR):

VR-ігри використовують спеціальні гарнітури для створення повного занурення у віртуальний світ. AR-ігри, такі як Pokemon GO, накладають ігрові елементи на реальний світ за допомогою камер смартфонів.

Переваги та недоліки ігрової діяльності в інтернеті

Переваги:

- **Соціалізація:** Ігри допомагають знайомитися з новими людьми і спілкуватися з друзями.
- **Розвиток навичок:** Поліпшуються реакція, стратегічне мислення, вміння працювати в команді.
- **Розваги та відпочинок:** Ігри є чудовим способом релаксації і проведення вільного часу.

Недоліки:

- **Залежність:** Надмірне захоплення іграми може призвести до залежності.
- **Зниження фізичної активності:** Багато часу, проведеного перед екраном, може негативно вплинути на фізичне здоров'я.
- **Витрати:** Деякі ігри вимагають значних фінансових вкладень на покупку контенту або підписок.

Ігрова діяльність в інтернеті є невід'ємною частиною сучасного життя, пропонуючи безліч можливостей для розвитку і розваг. Проте важливо знаходити баланс і контролювати час, проведений в іграх, щоб уникнути негативних наслідків.

На початку свого існування віртуальна реальність (VR) використовувалася переважно в дослідницьких лабораторіях та у військових цілях через високу вартість і складність відповідної технології.

Ранні системи вимагали великих дорогих комп'ютерів і складних систем відстеження, що робило їх недоступними для широкої публіки. Прорив у сфері віртуальної реальності стався у 2010-х роках з появою доступних пристроїв віртуальної реальності. Такі компанії, як OCULUS, відіграли вирішальну роль у цій трансформації.

Віртуальна реальність відкрила нову еру ігрового досвіду, дозволивши гравцям зануритися у віртуальні світи з повним зануренням. Завдяки VR геймери можуть взаємодіяти з навколишнім середовищем, брати участь у реалістичних симуляціях і відчувати посилене відчуття присутності. Незалежно від того, чи досліджуєте ви фантастичні ландшафти, чи б'єтеся з ворогами в шутері від першої особи, ви відчуваєте прилив адреналіну у віртуальному спорті.

Для більшості людей ігри є нешкідливим проведенням часу, але це може стати і проблемою. На жаль, залежність від азартних ігор все більш часто стає проблемою, яка розглядається як захворювання.

Гемблінг (лудоманія, ігроманія) – це патологічний потяг до ігор, викликаний психологічною та емоційною залежністю. Страдає в першу чергу психіка – відчуженість, депресія, надмірна збудливість, занепокоєння, психози, неконтрольована агресія, панічні атаки в т.д. Як наслідок, людина починає відчувати як психічні, так і фізіологічні зміни в організмі.

У сучасному світі існує безліч варіантів ігор, здатних викликати залежність, такі як: казино, рулетка, ігрові автомати, у тому числі і комп'ютерні ігри. Така різноманітність направлена на максимальне охоплення аудиторії та швидкого залучення в азартну залежність. Ігроманія – це не фінансова, а емоційна проблема, що має фінансові наслідки і згубно впливає на стан здоров'я.

Лікування ігроманії слід розглядати з таким же високим ступенем відповідальності, як наркоманію і алкоголізм, не рахуючи цю залежність чимось легким і безпечним.

5. Маніпуляції у соціальних мережах

Соціальні мережі концентрують в собі величезні обсяги інформаційних ресурсів, в деяких випадках є відносно незалежними, забезпечують трансляцію подій в режимі реального часу, а також створюють відчуття (на жаль, інколи хибне) безпосередньої причетності до тих чи інших соціально-політичних процесів. На жаль, більша частина інформації є маніпуляцією, що повинна викликати негативні емоції та керувати нашою свідомістю.

Перенасичення інформацією – це проблема, коли мозок заражається вірусними заголовками та перестає критично мислити. Це є причиною психологічних проблем.

Як розпізнати фейкові новини або маніпуляції в ЗМІ?

- **Реклама.** Вірусні заголовки(шок, сенсація) широко застосовуються в рекламних публікаціях і не повинні використовуватися для подачі новин у ЗМІ.

- **Підзаголовок та перший абзац статті.**

Повинні збігатися з назвою. В іншому випадку – це клікбейк, що мають підвищувати трафік сайту, а не дати читачам правдиву інформацію про події.

- **Велика кількість прикметників.**

Вживають, щоб викликати у читача певну реакцію, на яку розраховує замовник новин. Це не означає, що новина – відвертий фейк, це – маніпуляція, яка перемикає фокус уваги.

- **Виклик до дії.**

Новина повинна повідомляти про подію, якщо в публікації присутні заклики типу покарати, осудити та ін. Швидше за все це замовна стаття.

- **Баланс думок.**

Згідно з міжнародними стандартами, в статті повинно бути представлено думки всіх зацікавлених сторін.

- **Джерела інформації.**

Звертайте увагу на те, які є в статті посилання на офіційні відкриті джерела інформації, які підтверджують або спростовують

інсайдера ім'я якого журналіст може не вказувати з міркувань збереження безпеки джерела). Якщо в статті визначено ім'я експерта, перевірте надійність цього джерела за допомогою Google.

Як визначити фейки та маніпуляції соціальних мережах:

- ✓ Після прочитання поста ви відчуваєте сильні емоції(найчастіше негативні)
- ✓ Текст написано переважно CAPS LOKOM і в ньому багато емоційно забарвлених слів
- ✓ Профіль людини, який опублікував пост не викликає у Вас довіри
- ✓ Автор поста не надав інших доказів, крім власних слів
- ✓ Перевіряйте інформацію та пам'ятайте, що довіряти потрібно власним очам та перевіреним джерел.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 5

**ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРАКТИЧНОГО
ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНОГО ПРОСТОРУ**

Мета: Формувати у студентів уявлення про технології мережевої комунікації; технології комунікації у реальному часі та технології відстроченої комунікації.

Питання до підготовки:

1. Соціально-демографічний зріз користувачів мережевої комунікації.
2. Технології мережевої комунікації.

3. Технології комунікації у реальному часі. Служби миттєвих повідомлень(чат, віртуальна ігрова реальність).
4. Технології відстроченої комунікації (електронна пошта, форум, телеконференції)
5. Психологічні аспекти побудови безпечних систем. Маніпуляції у соціальних мережах та як їх розпізнати.

Контрольні запитання та завдання

1. Сформулюйте основні цілі, завдання мережевої комунікації.
2. Охарактеризуйте соціально-демографічний зріз користувачів інтернет-комунікації.
3. Розкажіть про специфіку технологій комунікації у реальному часі.
3. Розкрийте основні вимоги служби миттєвих повідомлень.
4. Порівняйте технології миттєвих повідомлень із технологіями відстроченої комунікації.
5. У чому полягають психологічні аспекти побудови безпечних систем?
6. У чому полягають особливості маніпуляції у соціальних мережах?

Завдання для самостійної роботи:

Ознайомлення з основами

1. Прочитайте основні статті та літературу з теми психологічних аспектів діяльності у віртуальному просторі.
2. Складіть конспект ключових понять та теорій.

Аналіз впливу віртуального простору на психіку

1. Скласти рейтинг комп'ютерних ігор за будь-яким критерієм (наприклад, популярність, продажі, кількість онлайн учасників тощо)
2. Проаналізуйте, як віртуальний простір впливає на психічне здоров'я та соціальну взаємодію людей.

Практичні аспекти використання віртуального простору

1. Розробіть рекомендації щодо ефективного використання віртуального простору для професійної діяльності.
2. Оцініть ризики та переваги роботи у віртуальному просторі для різних професій.

Проведення дослідження

1. Проведіть невелике дослідження (опитування, інтерв'ю) серед колег або знайомих щодо їхнього досвіду роботи у віртуальному просторі.
2. Проаналізуйте отримані дані та складіть звіт з висновками та рекомендаціями.

Віртуальна команда

1. Створіть план організації роботи віртуальної команди.
2. Опишіть методи підтримки командного духу та ефективної комунікації у віртуальній команді.

Технічні інструменти

1. Ознайомтесь з популярними платформами та інструментами для віртуальної роботи (наприклад, Zoom, Slack, Trello).

2. Підготуйте інструкцію для колег з використання одного з обраних інструментів.

Саморефлексія

1. Виконайте саморефлексію щодо власного досвіду роботи у віртуальному просторі.

2. Напишіть есе на тему: «Мій досвід та виклики у віртуальній роботі».

ТЕМА 6

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ОСОБИСТІСНІ ОСОБЛИВОСТІ КОРИСТУВАЧІВ

Мета: Ознайомитися з впливом соціальних мереж на різні аспекти особистісних особливостей користувачів, проаналізувати як позитивні, так і негативні наслідки цього впливу; проаналізувати особливості комунікації в інтернеті; визначити поняття девіантної поведінки в віртуальній комунікації; охарактеризувати розвиток особистості у віртуальному середовищі.

План

1. Особливості комунікації в інтернеті. Соціальна перцепція. Вплив анонімності на соціальну поведінку.
2. Антинормативна поведінка в інтернеті. Девіантна поведінка в віртуальній комунікації. Вплив суб'єктивної безпеки на особливості соціального сприйняття. Суб'єктивна безпека.
3. Віртуальні стосунки як різновид соціальної взаємодії.
4. Група у віртуальному світі: особливості групи, динаміки, взаємодії. Психічний вплив групової віртуальної взаємодії на особистість. Деіндивідуалізація.
5. Розвиток особистості у віртуальному середовищі. Віртуальна соціалізація особистості.
6. Нове цифрове покоління.

1. Особливості комунікації в інтернеті. Соціальна перцепція

Перш ніж звернутися до особливостей *соціальної перцепції* в інтернеті, необхідно визначити особливості спілкування в інтернеті в цілому, які визначають специфіку соціального сприйняття в цьому середовищі.

Соціальна перцепція — це багатофункціональний процес, який передбачає сприйняття зовнішніх ознак людини, співвіднесення їх з її особистісними характеристиками, інтерпретацію і прогнозування на цій основі її вчинків.

Різними авторами виділяються наступні особливості комунікації в інтернеті, пов'язані з опосередкованою комунікаційною технологією:

1. Обмежений сенсорний досвід: до цього часу більшість середовищ комунікації в інтернеті – текстові. Це означає, що єдине джерело інформації для співрозмовника віртуальної комунікації – це його текстові повідомлення. У процесі спілкування в інтернеті, на відміну від реального спілкування, з самого початку повністю відсутні індикатори соціальної позиції людини і невербальна поведінка. Хоча їх відсутність може частково компенсувати «промовляння» соціального статусу і невербальної поведінки, але, оскільки повна компенсація неможлива, то цей недолік невербальних засобів спілкування буде визначати відмінності соціальної перцепції в реальності.

2. Просторова віддаленість користувачів мережі один від одного. Ця риса в поєднанні з наступною особливістю віртуальної комунікації – анонімністю – забезпечує суб'єктивне відчуття безпеки.

3. Анонімність – для інших користувачів відома тільки мережева адреса комп'ютера. Всю іншу інформацію кожен користувач надає іншим виключно за власним вибором і бажанням.

Ці особливості комунікації в інтернеті дозволяють поставити два питання. По-перше, як перетворюється процес і результат соціальної перцепції в порівнянні з соціальною перцепцією в реальності в результаті відсутності тієї інформації, яка в реальному спілкуванні міститься в зовнішньому вигляді – відсутність невербальних засобів спілкування? По-друге, як впливає на людину, яка є об'єктом сприйняття те, що він сприймається з точки зору анонімного, невидимого для нього самого партнера по комунікації? Відповідаючи на перше запитання, необхідно відзначити, що Мережа занадто різноманітна для того, щоб розглядати її як щось ціле, різко відрізняється від соціальної реальності. У ній існує безліч спільнот і деякі з них за своїми характеристиками близькі до реальних спільнот, характеристики інших, навпаки, специфічні саме для мережевої комунікації.

Більш конкретно, до реальних спільнот наближаються *закриті мережеві спільноти*, склад яких стабільний, норми ясно позначені, межі чітко визначені. Найбільш далекі від реальних соціальних груп ті мережеві спільноти, склад яких нестабільний, межі не визначені і

норми яких не відрізняються від норм інших спільнот. Члени цих угруповань практично неідентифіковані один для одного.

Нижче будуть розглянуті особливості соціальної перцепції саме в спільнотах останнього типу, оскільки в них специфіка соціальної перцепції в віртуальній комунікації виявляється найбільш яскраво. У таких умовах соціальне сприйняття в інтернеті можна визначити як сприйняття анонімного незнайомця. Перше, що відбувається при сприйнятті незнайомого соціального об'єкта – його категоризація, тобто, віднесення його до певного класу об'єктів. Відомо, що здійснення категоризації на підставі зовнішнього вигляду – процес, який переважає на етапі формування враження про незнайому людину. Вплив невидимості користувачів інтернету один для одного на соціальне сприйняття очевидно. Це, перш за все труднощі здійснення соціальної категоризації, оскільки в віртуальній комунікації відсутні індикатори соціальних ролей, які в реальності відображаються в зовнішньому вигляді. Єдиною формою категоризації незнайомої людини у віртуальній комунікації виявляється категоризація його як людини взагалі. Якщо при сприйнятті незнайомої людини в ситуації реального соціального сприйняття діють міжгрупові механізми соціального сприйняття: фізіогномічна редукція, стереотипізація, інгруповий фаворитизм і каузальна атрибуція, то у віртуальній комунікації переважають ті механізми соціального сприйняття, які ґрунтуються переважно на минулому досвіді суб'єкта, тобто, атрибутивні процеси: проекція –

приписування власних рис об'єкту сприйняття, ідеалізація – наділення об'єкта сприйняття рисами ідеалу «Я» тощо.

Неможливість застосувати звичні способи категоризації в інтернеті може викликати дискомфорт. Так, один з дослідників зазначає: «Мені було важко розмовляти з людиною, не знаючи, якої він статі». Ймовірно, важливість знання того, до якої саме соціальної категорії відноситься людина, залежить від особливостей суб'єкта сприйняття і може бути різною для різних людей. Оскільки пізнання іншої людини в цілому відбувається за тими ж критеріями, що і самопізнання, то важливість категоризації іншої людини може визначатися важливістю самокатегоризації, або, іншими словами, опуклістю соціальної ідентичності суб'єкта соціальної перцепції.

Отже, *соціальне сприйняття в інтернеті* в найбільш яскравому його вияві є сприйняття анонімного незнайомця. При цьому, незважаючи на те, що в реальному спілкуванні в сприйнятті незнайомої людини беруть участь міжгрупові механізми соціального сприйняття, через брак інформації про ознаки об'єкта сприйняття більшість міжгрупових механізмів соціального сприйняття втрачає своє значення. Стають неможливими фізіогномічна редукція, стереотипізація, інгруповий фаворитизм; основну роль починають грати атрибутивні процеси.

Вище були розглянуті особливості соціального сприйняття з точки зору його суб'єкта. Однак сприйняття людини людиною, на відміну від сприйняття неживих предметів, має на увазі подвійну взаємодію – своєю присутністю і поведінкою в ситуації сприйняття

може впливати на поведінку сприйманого людини. Обидва феномена, в яких виявляється вплив сприйняття людини на сприйманого – соціальної фасилітації та соціальної інгібіції – пояснюються тим, що сприймаюча людина прагне бути зрозумілою для тієї, що сприймає.

Вплив анонімності на соціальну поведінку

Отже, спостерігач для спостережуваного – це завжди абстрактний незнайомець. Найбільший вплив на поведінку об'єкта сприйняття надає невидимий, анонімний спостерігач. Таким чином, анонімність посилює орієнтацію сприйманого людини на «абстрактного іншого», прагнення бути зрозумілим з конвенційної точки зору. Розгляд того, як впливає на поведінку людини присутність анонімного незнайомця, дозволяє вийти на проблему впливу анонімності на соціальну поведінку, тобто перейти до розгляду феномена деіндивідуалізації.

Цікаво, що традиційно вплив анонімності на соціальну поведінку розглядалося окремо від ефектів соціальної фасилітації та інгібіції. Так, відповідно до традиційної моделі деіндивідуалізації, анонімність знижує самоосягнення, внаслідок чого знижується також і самоконтроль. У результаті люди стають більш імпульсивними, а також більш сприйнятливими до ситуації. Рейчером, Спірс і Постмесом була запропонована альтернативна модель феномена деіндивідуалізації в умовах анонімності, заснована на теорії соціальної ідентичності Теджфела – Тернера. Ця модель отримала назву «модель деіндивідуалізації з точки зору соціальної ідентичності» (SIDE). Анонімність, відповідно до моделі SIDE,

призводить до НЕ розмивання «Я» взагалі і до втрати самоконтролю, а скоріше робить «рел'єфною» соціальну ідентичність і актуалізує міжгрупову поведінку. Модель деіндивідуалізації з точки зору соціальної ідентичності перевірялася в декількох експериментах в опосередкованій комп'ютерній комунікації.

Якщо анонімність віртуальної комунікації призводить до опуклості соціальної ідентичності, і це супроводжується прагненням відповідати соціальним нормам, як пояснити те, що в віртуальній комунікації в Інтернеті так широко поширене антинормативна поведінка?

Антинормативна поведінка в інтернеті, як і в будь-яких інших анонімних умовах, може бути, як прийнято вважати, виразом заборонених в реальній комунікації агресивних тенденцій, тобто, є наслідком того, що людина перестає регулювати свою поведінку, спираючись на соціальні норми. З іншого боку, соціальні норми, щодо яких можна регулювати поведінку, можуть бути різними, і при позначенні поведінки як антинормативної, необхідно уточнювати, яким саме нормам воно суперечить. Опуклість соціальної ідентичності, яка супроводжується чутливістю до групових норм, може призводити не тільки до прагнення вести себе відповідно цим нормам, а й бажанням їх зруйнувати.

Девіантна поведінка в віртуальній комунікації може пояснюватися самовизначенням через протиставлення деякої аутгрупи. Така поведінка, аналогічно поляризації думок в умовах анонімності, може бути пояснено опуклістю соціальної ідентичності і

отже, прагненням вести себе, виходячи з норм аутгрупи, протиставляючи їм. Хоча очевидно, що деякі з положень моделі SIDE, можуть бути успішно застосовані при поясненні феноменів, характерних для комунікації в інтернеті, можливість поширення цієї моделі на абсолютно всі види віртуальної комунікації представляється обмеженою.

Вплив суб'єктивної безпеки на особливості соціального сприйняття

Завдяки особливостям віртуальної комунікації нікому з співрозмовників не може бути завдано шкоди в реальному житті. Сам факт просторової віддаленості передбачає суб'єктивну захищеність, а анонімність посилює її. Це змушує інтернет здаватися однією з найбезпечніших з можливих соціальних навколишніх середовищ.

Почуття безпеки дозволяє користувачам висловити велику близькість і симпатію один до одного, ніж в реальному житті. Яким чином переживання суб'єктивної безпеки може впливати на особливості соціального сприйняття? Можна припустити, що *суб'єктивна безпека* – це досвід відсутності наслідків, кожен користувач може пробувати будь-які способи поведінки, потім розлучатися з ними і пробувати інші способи. У реальному спілкуванні об'єкт соціального сприйняття справедливо припускає, що його дії або висловлювання вплинуть на думку про нього спостерігачів, а це думка вплине на подальші відносини з ними. Саме тут віртуальна комунікація відрізняється від реальної – у реальній комунікації подальші відносини неминучі, а в віртуальній комунікації

від них простіше відмовитися і вступити в інші відносини. З віртуальних відносин легше піти, причому цей відхід не пов'язаний з втратою кола спілкування взагалі.

Чому про суб'єктивну безпеку в віртуальній комунікації можна говорити саме як про досвід відсутності наслідків, а не просто як про знання, про відсутність наслідків? Тому що в лабораторних експериментах, незважаючи на анонімність, випробовувані ведуть себе так, як вони вели б себе в ситуації міжгрупової взаємодії, орієнтуючись на групові норми. В інтернеті, сама ситуація спілкування часто стає міжособистісною, як і в реальному спілкуванні, і це може бути пов'язано саме з триваючим в часі досвідом діяння в безпечному середовищі, що є не одноразовим, розтягнутим у часі. Тобто, можна припустити, що в мережевому спілкуванні відбувається фасилітація. Не відповідати стандартам певної групи стає безпечно, і ця суб'єктивна безпека «зрушує», взаємодія від міжгрупового до міжособистісного полюсу. Очевидно, суб'єктивна безпека, через переживання відсутності наслідків, на рівні соціального сприйняття призводить до зниження значення соціальної категоризації і до збільшення «інтимності» спілкування, чого в лабораторних експериментах не відбувається.

Можлива інша крайність – соціальне сприйняття в інтернеті починає визначатися не стільки рисами іншого, скільки особливостями суб'єкта сприйняття – образ Іншого починає будуватися за аналогією з образом себе. З одного боку, можна припустити, що в результаті цього спілкування в інтернеті стає

монологічним, а його перцептивна сторона – вихолощеної, і що необхідно працювати над підвищенням виразності інтерфейсу, щоб наблизити віртуальне соціальне пізнання до реального. З іншого боку, можна сказати, що такої свободи самовираження і самопізнання, як в інтернеті, немає ніде, а підвищення виразності засобів комунікації обмежує свободу людини бути тим, ким хоче, і, в рівній мірі, не бути тим, ким не хоче. У будь-якому випадку, виборча пізнаваність суб'єкта віртуальної комунікації може бути визнана зручним засобом для вирішення ряду проблем психології соціальної свідомості.

Віртуальні стосунки як різновид соціальної взаємодії

Віртуальні стосунки стали невід'ємною частиною сучасного суспільства. Цей різновид соціальної взаємодії значно вплинув на спосіб спілкування між людьми, надаючи нові можливості та виклики.

Віртуальні стосунки: що це таке?

Віртуальні стосунки — це взаємодія між людьми за допомогою інтернет-технологій. Вони можуть включати спілкування через соціальні мережі, месенджери, електронну пошту та інші платформи. Такий формат дозволяє людям залишатися на зв'язку, незалежно від географічного положення.

Переваги віртуальних стосунків

1. **Доступність:** Інтернет дозволяє спілкуватися з людьми з усього світу в будь-який час.

2. **Швидкість:** Повідомлення доставляються миттєво, що робить комунікацію швидкою та ефективною.

3. **Різноманітність:** Віртуальні стосунки можуть бути як особистими, так і професійними. Наприклад, можна завести нових друзів або знайти ділових партнерів.

4. **Анонімність:** Можливість залишатися анонімним може бути важливою для тих, хто хоче зберегти свою приватність.

Виклики та ризики віртуальних стосунків

1. **Брак емоційної близькості:** Віртуальне спілкування не завжди може передати емоції так, як це робить особисте спілкування.

2. **Небезпека шахрайства:** В інтернеті легко натрапити на шахраїв, які можуть використовувати фальшиві профілі.

3. **Залежність від технологій:** Зловживання віртуальними стосунками може призвести до залежності від гаджетів і зменшення реальної соціальної активності.

4. **Вплив на психічне здоров'я:** Надмірне використання соціальних мереж може негативно вплинути на самооцінку та психічний стан.

Віртуальні стосунки є важливою складовою сучасного соціуму, що надає численні можливості для комунікації. Однак, важливо пам'ятати про баланс між віртуальним та реальним спілкуванням, щоб уникнути можливих негативних наслідків.

4. Група у віртуальному світі: особливості групи, динаміки, взаємодії. Психічний вплив групової віртуальної взаємодії на особистість. Деіндивідуалізація.

Ряд явищ, що стосуються взаємодії особи і групи, виникає у великих соціальних групах. На ці явища вчені звернули увагу ще на початку ХХ століття. Дослідників в цей час зацікавили соціально-психологічні явища, пов'язані з натовпом і стосуються її впливу на психологію людей, що в ній знаходяться. Одним з перших до вирішення цього завдання став французький вчений Г. Лебон. Він відзначає такі особливості людини в натовпі:

- Стаючи частиною натовпу, людина набуває усвідомлення своєї сили, помноженої на сили інших учасників натовпу, перестає обмежувати свої інстинкти, внаслідок чого підвищується рівень його імпульсивної активності.
- Ірраціональність людини, що вирвалася на свободу, змушує його в даний момент часу більше жити своїми почуттями, а не прислухатися до доводів розуму. Отже, в натовпі підвищується рівень цього емоційності і одночасно з ним знижується рівень критичності в оцінках власної поведінки і вчинків інших людей.
- Зростає сприйнятливості людини до навіювання, і посилюється його схильність «зараженню». Людина стає готовим принести свої особисті інтереси в жертву інтересам натовпу відмовляється від власної волі.

- Закономірним наслідком всього цього стає зниження рівня індивідуальної відповідальності та фактична передача цієї функції лідеру натовпу.

Деіндивідуалізація, на думку Лебона, є наслідком надання масою, натовпом людей сильного психологічного тиску на людину, мимоволі став учасником подій, в які виявилася втягнутою натовп.

Деіндивідуалізація виявляється у зниженні рівня розумності поведінки людини, у втраті ним самоконтролю, у перевазі емоцій над розумом, в імпульсивності його поведінки, у зниженні ступеня відповідальності за свої дії і вчинки, здійснені разом з іншими учасниками маси, натовпу.

Слідом за Г. Лебоном вивченням психології натовпу і мас людей зайнялися інші вчені. У центрі їх уваги опинилося ще одне явище, пов'язане з впливом натовпу на людину, що отримало назву деіндивідуалізація (деперсоналізація). Вона визначається як тимчасова втрата людиною тих психологічних властивостей, які характеризують його як унікальну, своєрідну особистість. При цьому в психології і поведінці людини зберігаються ті риси, які є спільними з оточуючими його в натовпі людей. Психологічні явища і поведінкові реакції, характерні для деіндивідуалізованих особистостей, дуже схожі з тими, які спостерігаються у людей під впливом сильно діючих психотропних речовин, наприклад, алкоголю або наркотиків. Звідси можна зробити висновок про те, що деіндивідуалізація виникає і виявляється в умовах, що породжують змінені стани свідомості людини.

Зімбардо висловив припущення, що деіндивідуалізація як явище може виявлятися у будь-якій великій соціальній групі, а не тільки в тій, яка називається натовпом. Усі ці явища виявляються між групою та людиною також і у віртуальному середовищі.

5. Віртуальна соціалізація особистості

Сучасне суспільство живе у час високих технологій, які виводять нас на абсолютно новий рівень розвитку. Тепер обмін інформацією, спілкування, побудова відносин, пошук роботи і сама робота, відпочинок, а також соціальний розвиток не просто переходять з реального світу у світ віртуальний, але й тісно пов'язані між собою, що дозволяє нам жити у двох світах одночасно.

Життя сучасної людини вже практично неможливо уявити без ЗМІ і у тому числі без інтернету, який відкриває нові можливості у багатьох видах діяльності індивіда, таких як навчання, робота, дозвілля.

І. Валлерстайн вважає, що сучасні ЗМІ, своєю діяльністю впливають на суспільство змінюючи його. Також ЗМІ впливають на розвиток інститутів соціалізації. Найпомітнішою на даний момент тенденцією, що характеризує соціалізацію сучасної молоді, є зниження її інтелектуально-освітнього, культурного і морального рівнів. Дана проблема інкультурації підлітків і молодих людей тісно пов'язана із зміною пріоритетів у діяльності ЗМІ та зниженням стандартів масової культури, у зв'язку з чим вчене співтовариство

різних країн постійно обговорює питання стимулювання молоді з метою залучення її до високоякісних друкованим та електронним виданням.

До основних функцій мережі «Інтернет» відносять – комунікативну, розважальну та пізнавальну. Згідно з М. Кастельсом: «Інтернет – це комунікаційний медіум, який вперше зробив можливим спілкування багатьох людей з багатьма іншими в будь-який момент часу і в глобальному масштабі. Якщо поширення друкованих видань на Заході призвело до створення того, що Маклюєн охрестив «галактикою Гутенберга», то ми зараз вступаємо в новий світ комунікацій – галактику Інтернет»

Третя функція інтернету – пізнавальна – реалізується за допомогою спілкування, перегляду новин, читання книг, статей, в цілому інтернет-серфінгу (тобто відвідування різних сайтів). До цієї функції можна віднести процес соціалізації. У наш час вона, крім «класичних», включає в себе «сучасних» агентів, таких як інтернет.

Поява і широке поширення інтернету призвела до збільшення обсягу інформації, до насиченості інформаційного середовища, з якою індивід не завжди здатний впоратися. У якості «самозахисту», як відповідна реакція індивіду стало притаманне так зване «кліпове мислення». При такому виді мислення соціальна реальність перетворюється на сукупність фрагментованих, розрізнених фактів і подій. Для індивіда стає звичайним швидка зміна інформації, незв'язаність її між собою. Більше того, індивід прагне до отримання все більшого обсягу знань за допомогою «короткометражних»

повідомлень, втрачаючи здатність роботи зі складно структурованими текстами або ж текстами великого обсягу. Про подібного роду вплив інтернету на мислення індивіда пише у своїй статті «Google робить нас дурніший?» Н. Карр: «Останнім часом у мене з'явилося відчуття, що хтось чи щось колупається у моєму мозку, перерозподіляючи нейронні схеми і перепрограмує пам'ять. Мій мозок не вмирає, наскільки я можу судити, але змінюється. Я вже не думаю так, як думав раніше. Особливо це помітно при читанні. Раніше я з легкістю занурювався в книгу або довгу статтю. Мозок захоплювався розповіддю або поворотами дискусії, і я годинами бродив по довгих дорогах прози. Тепер таке рідко трапляється. Після двох-трьох сторінок увага починає розсіюватися, з'являється якась метушливість, я втрачаю зв'язок, починаю шукати, чим би ще зайнятися»

Такий спосіб мислення притаманний індивіду мозаїчної культури, про яку писав А.Моль у своїй роботі «Соціокультурна динаміка» (1967 р.): «... знання складаються з розрізнених обривків, пов'язаних простими, чисто випадковими відносинами близькості за часом засвоєння, за співзвучністю або асоціації ідей. Ці обривки не утворюють структури, але вони володіють силою зчеплення, яка не гірше старих логічних зв'язків надає «екрану знань» певну щільність, компактність, не меншу, ніж у «тканинного» екрана гуманітарної освіти». На думку автора, саме засоби масової комунікації породили мозаїчну культуру через безпосередній вплив на індивіда величезного потоку інформації, ними переданої. Поява і широке поширення

інтернет-технологій лише прискорили процес переходу індивіда до мозаїчній мисленню, зробивши його неминучої реальністю.

Говорячи про соціалізацію щодо соціальної спільноти інтернет-простору частіше за все розуміють інструментальне знання, яке пов'язане з електронною грамотністю, навичками соціальної навігації у кіберпросторі тощо. Це дозволяє, не потребуючи максимуму знань, мати справу з віртуальним середовищем, з технічними і програмними артефактами. Однак, таке розуміння кіберсоціалізації є великою помилкою, бо без елементарних знань про людську комунікацію, без навчання орієнтаціям, які мають функціональне значення для існуючої у кіберпросторі системи взаємних рольових очікувань, актори не зможуть повною мірою скористатися можливостями, які перед ними відкриваються.

Інтернет становить оригінальну середу соціокультурного розвитку, яка володіє специфічними характеристиками, що відрізняють інтернет, як сучасний соціальний інститут, від інших (класичних) соціальних інститутів (сім'я, освіта, виховання, охорону здоров'я, державна влада, релігія тощо), а саме:

- локалізацією в кіберпросторі, що обумовлює інтеграцію всіх інших соціальних інститутів в інтернет-середовищі і детермінує їх вплив на соціалізацію індивідуумів;
- особливими можливостями задоволення/квазізадоволення численних потреб сучасної людини в інтернет-середовищі;

- потенціалом трансформації структури самосвідомості особистості людини в процесі і в результаті опанування і трансляції їм культурних цінностей, норм і правил поведінки в інтернеті.

Термін «кіберсоціалізація» був введений у науковий обіг вченим к.п.н., доцентом В. Плешаковим у 2005 році. Автор розуміє кіберсоціалізацію людини (від англ. Cyber – віртуальний – пов'язаний з комп'ютерними технологіями і особливо з всесвітньої глобальної мережею «Інтернет» + англ. Socialization – соціалізація) – соціалізацію особистості у кіберпросторі – як процес якісних змін структури самосвідомості особистості, що відбувається під впливом і в результаті використання ним сучасних інформаційних та комп'ютерних технологій у контексті життєдіяльності. Існують інші префікси, які можна розглядати як альтернативні (і / або доповнюючі) префіксу Cyber- : E- (електронний), I- (інтернет), Virtual- (віртуальний), Net- (мережевий), Info- (інформаційний), які тематично використовуються для ряду термінів. Наприклад, e-mail (електронна пошта, як засіб для кіберкомунікації), електронна книга (альтернатива паперовій книзі, тобто пристрій для читання); інтернет-соціалізація (вид кіберсоціалізації, як соціалізація в інтернеті); «віртуальні світи» (термін, який часто використовується для позначення кіберпростору комп'ютерних та консольних ігор) тощо.

Для В. Плешакова модель кіберсоціалізації особистості в сучасному інформаційному суспільстві становить єдність 4-х іпостасей людини:

- об'єкта кіберсоціалізації (вплив кіберпростору на життєдіяльність);
- суб'єкта кіберсоціалізації (задоволення потреб у кіберпросторі);
- жертви кіберсоціалізації (негативні наслідки);
- жертви несприятливих умов кіберсоціалізації (небезпеки кіберпростору та їх джерела).

Точніше пояснює даний процес соціолог С. Бондаренко, називаючи її соціалізацією у кіберпросторі. Процес «кіберсоціалізації» для нього – це інтеграція користувача у соціокультурне середовище, що проходить за допомогою засвоєння технологій комунікації, інформаційної культури, соціальної навігації, інформаційної грамотності, а також соціальних норм, цінностей і рольових вимог. Індикаторами соціалізації виступають рівні електронної грамотності та інформаційної культури індивіда

Отже, перше знайомство особистості з соціальною інтернет-реальністю здійснюється у процесі первинної соціалізації, та починається з моменту отримання користувачем інформації про існування феномена кіберпростору, сам же момент первинного інформування залежить від соціально-економічних, політичних та інших факторів. Бондаренко розглядає суб'єкт соціалізації з позиції користувача, виділяючи в його первинній соціалізації два етапи: архетипний та інструментально-когнітивний. На архетипному етапі первинної соціалізації суб'єктивна реальність кіберпростору формується в індивіда на основі культурних артефактів: знайомства з публікаціями ЗМІ, рекламними оголошеннями, кінофільмами,

книгами, розповідями інших акторів тощо. Важливо зазначити, що архетипний етап процесу соціалізації з самого початку властивий кіберпростору.

Таким чином, процес соціалізації на зазначеному етапі полягає у конструюванні майбутньої віртуальної ідентичності, а також когнітивній інтеграції особистості з ролями тих чи інших суб'єктів, що діють у кіберпросторі. Саме на цьому етапі користувач спочатку знайомиться з соціальними нормами, що діють у кіберпросторі, а також засвоює базові елементи мережевої етики.

Архетипний етап соціалізації закінчується після підключення користувача до телекомунікаційних мереж і починається інструментально-когнітивний етап. У процесі інструментально-когнітивного етапу соціалізації користувач зустрічається з альтернативними зразками мислення і реальними патернами поведінки, а також з реконструктивною формою соціальної пам'яті віртуальних мережевих спільнот. Необхідно враховувати, що актору доводиться соціалізуватися одночасно в двох вимірах. Перший з них – це соціальна спільність кіберпростору. Другий – мережевий соціум, з яким актор взаємодіє в процесі здійснення інтеракцій. При цьому індивід засвоює конкретні рольові орієнтації; вчиться здійснювати соціальну навігацію у кіберпросторі і взаємодіяти як з іншими акторами, так і з контентом; пізнає нормативні моделі соціальних взаємодій; випробовує на собі дію механізмів соціального контролю тощо.

Таким чином, можна стверджувати, що процес соціалізації в кіберпросторі неперервний. При цьому процес засвоєння індивідом соціального досвіду може розглядатися з точки зору чотирьох основних модусів:

- соціалізація через сприйняття соціальних міфів;
- засвоєння моделей поведінки і правил соціальної навігації;
- засвоєння норм, цінностей і установок конкретного віртуального мережевого співтовариства;

- засвоєння правил здійснення інтеракцій в рамках соціальної системи кіберпростору в цілому. По-іншому дивиться на процес кіберсоціалізації Чистяков, для нього важливо проаналізувати вплив на особистість тих процесів, в яких вона бере участь у віртуальному просторі.

Специфіка соціалізації в суспільстві інтернет-комунікацій складається у все більшій опосередкованості впливу її агентів. Посилення тенденції до гіперрозвитку «опосередкованої соціальності», що виявляється у зростанні ролі різних посередників (насамперед технічного плану) в соціальних процесах, впливає і на процес соціалізації, оскільки вона все більше підпадає під вплив симулятивних утворень, що спотворюють дійсні соціальні зв'язки та відносини. Логіка мережі веде до абстрагування від історії та географії і до підпорядкування логіці несоціального, логіці «індивідуалізованого суспільства», з якою аудиторію інтернету пов'язують різноманітні коди та цінності, які в кінцевому рахунку включені до цифрового аудіовізуального гіпертексту.

«Опосередкована соціальність» відображає заміну універсалізації глобалізацією, виникнення панування мимовільних, стихійних і безладних процесів, зростання невизначеності людського буття.

Виступаючи елементами соціальності, інтернет і віртуальна реальність, створені за допомогою нових інформаційних технологій, стають потужними агентами вторинної соціалізації людини: соціалізації, яка відноситься не тільки до мережевих спільнот, а й до офлайнової дійсності – до того реального суспільства, в якому живе людина. Однак навіть самі «завислі» індивіди «не живуть» усередині мережі (принаймні, досі), а постійно повертаються в офлайнову дійсність: перш за все для підтримки свого фізичного і соціального існування.

Автор вказує, що соціалізація особистості в інтернет-середовищі здійснюється як взаємовплив двох процесів. Перший – це подібність особистості з тими нормами і правилами поведінки, які вона засвоїла у первинній соціальній реальності (у результаті первинної та вторинної соціалізації), а другий – засвоєння норм, цінностей і установок, як конкретного віртуального співтовариства, так і зразків поведінки, прийнятих у рамках соціальної системи кіберпростору в цілому. Останнє дослідник називає «третинною соціалізацією». І тому, повертаючись у первинну соціальну реальність, особистість вже є продуктом трьох типів соціалізації. Третинна соціалізація – це інтеріоризація норм, цінностей, патернів поведінки, прийнятих у конкретному мережевому співтоваристві, членом якого став даний індивід, або є загальноприйнятими в соціальній спільноті

кіберпростору в цілому. Третинна соціалізація, призводить до посилення мозаїчності норм, що регулюють поведінку особистості. Відносна системність первинної та вторинної соціалізації первинного соціуму порушується, особистість дезорієнтується, виникає новий тип культурного суб'єкта – продукт третинної соціалізації, яскравіше виявляється у хабітулізації. У втраті орієнтації в причинно-наслідкових зв'язках, у формуванні безвідповідальності, в руйнуванні морального ядра особистості, у втраті критеріїв істинності і хибності, у втраті здатності до критичного мислення.

А. Мудрик розглядає соціалізацію як сукупність чотирьох складових:

- стихійна соціалізація;
- відносно спрямована соціалізація;
- більш-менш свідомі само змінення людини;
- відносно контрольована соціалізації.

Мережа Internet, в контексті глобалізації умов соціалізації, для вченого, представляє собою «модель сукупного духовного і матеріалізованого інформаційного потенціалу суспільства, і в цій своїй якості вона являє собою потужний інформаційний базис для найрізноманітніших видів і напрямів людської діяльності», належить до мегафакторів соціалізації, поряд з космосом, планетою, світом; одночасно необхідно сприймати Internet як частина засобів масової комунікації, тобто як один з мезофактори соціалізації людини.

Українська дослідниця проблем віртуальної культури Є. Прохоренко вважає, що віртуальна соціалізація включає в себе також

засвоєння символіки культурних кодів кіберкультури. Віртуальна соціалізація постає як процес освоєння користувачами технологій міжособистісної комунікації, соціальної «навігації» і правил поведінки у кіберпросторі. Учасники мережі засвоюють соціальні норми, цінності та рольові вимоги, які існують як в конкретних мережових спільнотах, так і в реальному соціумі. На її думку, виникнення віртуальної соціалізації та її трансформації пов'язані зі зміною самої соціальної структури. Суспільство змінюється настільки швидко, що молодь, яка дорослішає, приходить вже не в той звичний світ, до якого її готували в процесі традиційної соціалізації. Трансформація соціальної структури є причиною того, що молоді люди не переймають досвід старших поколінь. Як результат – різноманітні молодіжні спільноти, у тому числі і кіберкомунікаційні, формують кіберкультуру як альтернативну субкультуру, яка більш адекватно відображає нові реалії інформаційного суспільства. Аналізуючи все вище сказане, ми можемо дати визначення процесу кіберсоціалізації – це процес входження користувача в інформаційне суспільство шляхом адаптації та активного засвоєння ним кіберсоціального досвіду, ролей, норм, цінностей з подальшою їх інтеріоризацією для успішного функціонування у даному суспільстві.

Особливу увагу в процесі кіберсоціалізації людини слід приділяти розвитку вільної особистості, яка здатна робити вибір і нести за нього персональну відповідальність, поважати вибір і вчинки інших людей, вміти протиставляти зовнішньому тиску своє волевиявлення.

Під впливом віртуального світу кіберпростору в індивіда нерідко виникає небезпека відірваності від реального життя, наприклад, у користувача, що знаходиться в комп'ютерній віртуальній реальності, створюється враження, що він безпосередньо бере участь у породжених ним же самим події, більш того, саме він є головним їх учасником. У даній ситуації людина весь час перебуває в «розбіжності» з самою собою, її свідомість проживає досвід, який не має нічого спільного з реальним досвідом. Кіберпростір створює абсолютно нову ситуацію в процесі формування і задоволення численних і різноманітних потреб людини. Кіно, телебачення, інтернет практично безмежно розширюють перед кожним глядачем пізнання світу, показують самі різні можливі стандарти і правила життя. У результаті у людини (особливо у дітей та молоді) можуть сформуватися потреби, які абсолютно не співвідносяться з реальними можливостями.

Виходячи з вищеописаного, стає очевидним, що Інтернет являється специфічним фактором соціалізації та є чинником особливого виду соціалізації – кіберсоціалізації – і має унікальний соціально-педагогічний потенціал, який характеризується такими особливостями соціалізуючого інтернет-середовища, як: доступність, мобільність і оперативність, відносна безпека і анонімність, свобода самовираження, які здатні активно впливати як на позитивні, так і на негативні риси в процесі соціалізації.

Варто відзначити, що процес формування з офлайн-людини – кіберсоціальної особистості, безумовно, значно змінюється у

порівнянні з традиційною соціалізацією, через специфіку існування віртуального середовища. Це, перш за все, – майже повна самотійність у виборі шляхів розвитку та дотримання цього шляху.

Темпи розвитку кіберпростору у ХХІ столітті високі та продовжують динамічно зростати як за рахунок зростання обсягів інформації у світі, поширення мобільних технологій, так і за рахунок збільшення кількості користувачів комп'ютерів і мережею «Інтернет». Останній за минуле десятиліття став не тільки надзвичайно масштабним сектором кіберпростору, а й зручним середовищем, засобом задоволення численних та різноманітних потреб сучасної людини.

Підсумовуючи, можна сміливо зазначити, що кіберсоціалізація людини, з одного боку, є інноваційним феноменом, з іншого боку, вже давно стала фактичною реальністю нашого світу, невід'ємною частиною соціалізації сучасної особистості, а також двигуном науково-технічного, економічного і соціального прогресу людського суспільства. Говорячи про інтернет-соціалізацію, необхідно зробити акцент на тому, що саме по собі інтернет-середовище стає новим рівнем соціально-мережевої взаємодії сучасних людей практично різного віку, принаймні, від підлітків до літніх людей в процесі їх кіберсоціалізації.

Однак, особливість сучасної ситуації у галузі інформаційно комунікаційної інфраструктури кіберпростору полягає у тому, що зміни в даній індустрії настільки стрімкі та мають таку загально масштабну дію, що сьогоденні інноваційні досягнення у цій сфері

стають завтра, як кажуть, вже «вчорашнім днем» відповідно до чого, необхідно одночасно вивчати ці процеси та прогнозувати тенденції їх розвитку як на емпіричному, так і на теоретичному рівнях.

У новому тисячолітті сучасні інформаційно-комунікаційні, комп'ютерні та цифрові технології надають колосальні можливості для скорочення розриву між рівнями соціально-економічного розвитку різних країн. Сучасні технології дозволяють здійснювати обмін знаннями та досвідом, вони здатні активізувати діалог між культурами.

6. Нове цифрове покоління

Фактори, що вплинули на формування цього покоління по всьому світу, були майже однакові. Їхнє дитинство припало на світову економічну кризу, що почалася в 2008 році, тобто їм довелося дорослішати в непростих умовах. Але згодом рецесія закінчилася і дуже швидко відбулося значне зростання кількості власників мобільних гаджетів. І саме на цей час припав пік розвитку соціальних мереж. Перший Iphone з'явився в 2007 році, перший Ipad – у 2010 році. Ці події визначили долю «цифрового покоління».

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій здійснив домінуючий вплив на трансформацію внутрішнього світу сучасних дітей та підлітків. Вони значно менше рухаються, ніж їх однолітки попередніх поколінь. Їм, за спостереженнями психологів, менш притаманне прагнення скоріше стати дорослими, відірватися

від родини, відчуті всі «переваги» дорослого життя. Вони «живуть» у соціальних мережах, там іде жваве спілкування, там визначається статус особистості, там відбувається процес соціалізації. Емоції висловлюються не словами чи мімікою, а смайликами чи лайками. Проте, попри їх, здавалось би, штучність, ці емоції справжні. Сучасні молоді люди менш схильні жити активним життям: працювати, ходити на побачення, керувати машиною, здійснювати поїздки та подорожі. Замість цього вони проводять час наодинці із смартфоном і опиняються в ізоляції.

П'ятнадцятирічний підліток частіше поводить себе як тринадцятирічний. Дитинство затягується до кінця старшої школи. Не дивлячись на те, що батьки часто поруч, «цифрові діти» самотні, як жодне інше покоління. Кількість підлітків, що зустрічаються з друзями щодня, в 2015 році знизилася на 40% у порівнянні з 2000-м роком. презентації і яскраві картинки подобаються їм більше, ніж класичні книги і посібники.

Цифрове покоління характеризується спеціально організованим сприйняттям, способом взаємодії з оточуючими і особливістю сприймати себе.

Одна з базових основ покоління полягає в тому, що вони створюють і активно користуються диджитальними об'єктами – цифровими версіями реальних об'єктів. Такими версіями стають представництва нашої персональної активності в матриці соціально-медійного поля – профілі в різноманітних соціальних мережах. Мислення стає не тільки кліповим, але й посилавним, коли інтерес

стає польовою функцією і визначається в більшій мірі зовнішніми маркерами, ніж внутрішніми відчуттями.

Занурення в цифрову реальність вимагає й вироблення особливої мови, в якій, як ми бачимо це вже сьогодні, слова можуть виявитися непотрібними. Підлітки цілком обходяться гіфками, смайлами і набором скріншотів улюбленого серіалу, що передають потрібну емоцію. Специфічний стиль розмови та часте вживання скорочень, а також смайликів, може призвести до проблем із нормальним формулюванням думки.

У разі надмірного занурення у світ цифрових технологій у людини формується «кліпове» мислення (здатність сприймати і переробляти інформацію лише маленькими порціями), з яким значно знижується здатність до аналізу та концентрації уваги. Це може призвести до поверхневого підходу до аналізу і, відповідно, до прийняття непродуманих рішень.

У цього покоління велика вірогідність поступового зниження якості пам'яті, що ми спостерігаємо вже сьогодні, адже людина все більше делегує цю функцію електронному пристрою.

Кількість зовнішніх стимулів обмежується через одноманітне проведення часу в інтернеті. Дитина не набирається необхідного їй досвіду, щоб розвинути важливі ділянки мозку, які відповідають за співпереживання, самоконтроль, прийняття рішень тощо. Покоління не звикло запам'ятовувати інформацію – їм простіше знайти її в пошукових системах. Відсутня запорука розвитку пам'яті – тренування.

Науковці стверджують, що у цього покоління тривалість уваги скоротилася до 8 секунд. Вони не можуть зосередитися ні на чому більш тривалий час. Представники цього покоління вирости в світі, можливості якого просто безмежні, а ось часу на все не вистачає. Саме тому вони адаптувалися до необхідності дуже швидко оцінювати і просіювати величезні обсяги інформації. У мобільних додатках і мережі «Інтернет» вони покладаються на секції і вкладення, де зібрано найбільш свіжий і популярний контент.

Ще однією досить тривожною рисою цього покоління, як вважають науковці, виступає схильність до аутизації. Мова йде не про аутизм як психічний розлад. Аутизація виступає як захист від проблем сучасного способу життя, як спосіб взаємодії із світом людей, які з народження заглиблені у себе і не здатні до спілкування з оточуючими (Лумпієва, Волков, 2013).

Однак, якщо ця група вважає що-небудь гідним своєї уваги, її представники можуть стати відданими справі і дуже зосередженими.

У той же час, не можна оминати й позитивні моменти занурення в інформаційний простір. Перш за все, це – глобальність мислення. У сьогоденнішніх підлітків значно більше спільного з їх однолітками з іншої півкулі планети, ніж з дорослими у їх власному дворі. Іншою важливою, на наш погляд, позитивною якістю сучасної молоді є толерантність.

Професор психології Джордан Шапіро з університету Темпл (Філадельфія) звертає увагу на результати недавнього дослідження молоді, проведеного Varkey Foundation. Він відмічає дві

характеристики, якими сьогодні описують тинейджерів у майже будь-якій країні світу: це широкий кругозір і толерантність (Shapiro D. 2004). Фахівці вважають, що завдяки активності в мережі, вони відчують себе швидше «громадянами світу», ніж власної країни. Від самого народження вони звикають жити у світі без кордонів, але з однією поправкою – дуже часто цей світ обмежений екраном.

На наш погляд, це важливе свідчення невідворотності виникнення планетарної цивілізації. Хоча, ясна річ, до цього ще далеко.

Крім того, до позитиву можна віднести те, що представники покоління швидко адаптуються до нових технологій і можуть навчатися майбутній професії онлайн. Вони мультизадачні та швидко перемикаються з одного завдання на інше. Здатність водночас бачити та сприймати інформацію із різних джерел сприяє значному збільшенню швидкості сприйняття.

Сучасна молодь звикла до легкодоступності інформації, оскільки їй не потрібно чекати та заучувати. Вона має значний досвід веб-пошуку, тому у молоді в пріоритеті не володіння інформацією як таке, а те, наскільки швидко можна її знайти.

Безперечним позитивом є те, що представники цифрового покоління сприймають світ не як загрозу, а як поле для експериментів, і від навчання очікують того ж.

Але розум, що звик до швидкого потоку та опрацювання інформації, починає нудьгувати, коли її замало і вона надається дуже повільно. Найбільше негативу це додає під час уроків у школі. Значна

різниця у швидкості сприйняття у дітей та вчителів старшого віку стає все відчутнішою і призводить певні проблеми: учителям не вдається утримувати увагу дітей; дітям не вдається уважно слухати матеріал та засвоювати його; учителі сердяться на учнів, а учні – на вчителів.

Можна з упевненістю стверджувати, що більшість сучасних шкіл не встигають за потребами дітей, не відповідають їх очікуванням і, тим самим, не готують їх до майбутнього життя в інформаційному суспільстві. Тобто вони не виконують свою основну функцію – не просто викласти дитині шкільну програму, але й показати їй максимальне різноманіття життєвих шансів, мотивувати її навчатися, іншими словами – підготувати її до правильних кроків на шляху до щасливого життя. Найбільша проблема полягає в тому, що система освіти можливо найбільш інерційний серед соціальних інститутів. Вона завжди болісно розлучається зі звичними порядками, графіками, розкладами тощо. Система освіти не готова до кардинальних змін. А зміни потрібні саме кардинальні. У той же час, потрібно втриматися від непередуманих «швидких» рішень, що начебто йдуть у правильному руслі, руслі гуманізму. Але, як справедливо зауважують донецькі психологи Т. Лумпієва та А.Волков, «система виховання, орієнтована на ігрову форму занять, позитивне підкріплення за найменше досягнення, відмова від присилування та покарань, принесла свої плоди – заохочуючи індивідуальність дитини, охороняючи її самооцінку й невтомно підтримуючи інтерес до знань через гру, ми не привчили підлітків до

неполегливості у досягненні цілей, не навчили їх переживати невдачі, боротися та долати труднощі».

Сьогодні на людину має величезний вплив інформація, що поступає до неї через телебачення, радіо, інтернет, пресу тощо. Саме вони моделюють її спосіб мислення, прийняття рішень і здатність діяти.

Логічно, що й освіта виявляє все зростаючу зацікавленість новими формами навчання, перетворюючись на освітній кіберпростір, а E-learning стало найважливішим стимулятором реформування освіти. Дистанційне навчання, що реалізується за посередництвом інтернету, поєднує в собі ознаки традиційного заочного навчання з активною особистою участю вчителя й учнів в освітньому процесі. Зникає бар'єр у відстані між тими, хто прагне отримувати знання, і центрами навчання, оскільки відпадає необхідність у фізичній участі учасників педагогічного процесу в одному постійному місці впродовж довгого часу, а широкі технічні ресурси роблять можливим проведення віртуальних занять викладача з групою студентів.

З іншого боку, по-справжньому якісна професійна вища освіта, що передбачає, поряд з оволодінням відповідними знаннями й уміннями, також налагодження ефективних соціальних зв'язків, вимагає тривалої особистої взаємодії викладача і студента у процесі вирішення трудомістких завдань, у тому числі творчого характеру, а тому будь-які сучасні технології, що не передбачають такої особистої

взаємодії, можуть у кращому разі служити доповненням до традиційних навчальних методів, але аж ніяк не їх заміщенням.

Тепер майже всі школи, не кажучи вже про заклади вищої освіти, мають принаймні одну комп'ютерну аудиторію, а то й більше. Технічне забезпечення – дійсно важливий момент, але в багатьох випадках ним і обмежуються. У більшості шкіл не піклуються про інший не менш суттєвий аспект підготовки особистості до існування в інформаційному суспільстві – формування культури поведінки з інформацією та всілякими гаджетами. Така культура має, на наш погляд, як мінімум два компоненти – інформаційний і технічний.

Інформаційний включає до себе здатність до пошуку, відбору, аналізу та оцінки потрібної інформації, критичність мислення, вміння зіставляти різні точки зору на проблему та способи її вирішення, здатність до короткого і ємного формулювання власної думки, психологічну готовність до протистояння інформаційним стресам та так званим «фейкам» (неправдивим повідомленням, що часто-густо виглядають як правдиві факти), здатність слідкувати одночасно за декількома інформаційними потоками тощо.

Технічний компонент включає, перш за все, знання (принаймні, на рівні користувача) про технічні характеристики найбільш розповсюджених гаджетів, вміння обирати (на основі цих знань) необхідні для роботи чи навчання пристрої, навички користування різними програмами (Word, Acrobat Reader DC, Microsoft Office, Windows Movie Maker, PDF Reader, Google Chrome, ABBYY FineReader, Firefox, численні антивіруси та багато

інших), навички швидкого набору текстів тощо. Але головний момент, що має бути присутнім в обох компонентах – це переконання у тому, що віртуальний простір – це ще не життя, що є життя і поза ним, і воно цікавіше, ніж найкрутіша комп'ютерна гра.

Свідомість більшості представників покоління розривається між двома силами, що протидіють: 1. соціальні мережі їм потрібні, щоб будувати особисті бренди. 2. вони не бажають, щоб у мережі знали, ким вони є насправді. Вони прагнуть стати кимось без особливих зусиль, і мережа надає їм таку можливість (або їм здається, що надає).

Перш ніж робити висновки щодо педагогічних дій з цим поколінням, хотілось би зупинитися на певних загальних положеннях, що мають безпосереднє відношення до проблем навчання і виховання цієї генерації.

По-перше, треба визнати об'єктивну реальність існування цього покоління. Вони існують і їх стає все більше. І проблеми, що пов'язані з їх існуванням, стають проблемами не тільки сімей, дитячих садків, початкових та середніх шкіл. Перші представники цього покоління вже вступили до ЗВО і вчаться на першому-другому курсі. Тобто через 5-6 років вони стануть активними робітниками в усіх галузях людської життєдіяльності (насправді, це вже відбувається, бо студенти масово починають працювати вже на другому – третьому курсі) і почнуть поступово просуватися на керівні посади і визначати вектор спрямованості діяльності спочатку своїх підрозділів, згодом – фірм і корпорацій, а потім – і всієї

цивілізації. Тому від того, які саме якості цифрового покоління – негативні чи позитивні – будуть впливати на їх рішення і діяльність, буде залежати доля людства як такого.

По-друге, треба визнати, що досвід старшого покоління, яке з різною мірою успішності адаптувалося до реалій інформаційного суспільства, але так і не стало в ньому своїм, не може бути в більшій своїй частині актуальним для представників цифрового покоління. Це ще на початку 70-х років XX століття пророкувала видатний американський антрополог, етнограф і соціолог Маргарет Мід. Вона проаналізувала актуальні події кінця 1960-х рр. (так званий «студентський бунт») і в книзі «Культура і причетність: Дослідження розриву поколінь» (Мід, 1988) висунула гіпотезу про безпосередній зв'язок типів культур з типами відносин між поколіннями. Мід виділила три типи культури з відповідними стосунками між поколіннями:

- **Постфігуративна культура** базується на освоєнні новими поколіннями досвіду старших і відтворенні культури як культурної спадщини. Сукупність норм, що передаються новому поколінню, має своїм джерелом минуле і освоюється в формі традиції.
- **Кофігуративна культура** більше орієнтується на актуальне знання, ніж на досвід старших. Старші зберігають свої позиції в багатьох випадках, але великого значення набуває орієнтація на рівних за віком і досвідом. У суспільстві, заснованому на такому типі культури, йде активне формування юнацьких груп зі

специфічними ознаками групової солідарності, виникає стійкий ґрунт для конфліктів між представниками різних поколінь.

- **Префігуративна культура**, яка орієнтується на майбутнє, ґрунтується на неможливості дотримуватися традицій і спиратися на життєвий досвід старших для успішної життєдіяльності. Навпаки, старші потребують отримання уроків від молодих. В умовах такої культурної орієнтації в суспільстві, і, перш за все, в молодіжному середовищі, поширюються контркультурні тенденції, політичний екстремізм (Mead, 1970).

Маргарет Мід як ніхто інший висловила сутність сучасних проблем у відносинах між поколіннями: «Сьогодні ж раптом у всіх частинах світу, де всі народи об'єднані електронною комунікативною мережею, у молодих людей виникла спільність досвіду, того досвіду, якого ніколи не було і не буде у старших. І навпаки, старше покоління ніколи не побачить у житті молодих людей повторення свого безпрецедентного досвіду змін, що змінюють один одного. Цей розрив між поколіннями цілком новий, він глобальний і загальний.

Сьогоднішні діти виростають у світі, якого не знали старші, але деякі з дорослих передбачали, що так буде. Ті, хто передбачав, виявилися провісниками префігуративної культури майбутнього, в якій майбутнє невідоме» (Мід, 1988).

По-третє (що пов'язане з другим), педагогам і батькам треба чітко усвідомлювати, що представники цифрового покоління приречені жити в світі, який буде дуже відрізнятися навіть від того, в якому ми живемо зараз. За прогнозами футурологів, цей світ буде

дуже автоматизованим (все більша роботизація виробництва – тому запорука), в ньому буде дещо інша мораль і моральні норми, мотивація людей до праці теж буде іншою.

Науковці, які досліджують особливості цифрового покоління вважають, що викладачам вищих навчальних закладів прийдеться принципово передивитися змістовну складову навчального матеріалу. На їх думку, треба буде «полегшувати» навчальний матеріал за змістом, видозмінювати формат викладу. Треба переходити до яскравих, чітких і наочних презентацій із зрозумілими та образними формулюваннями, що легко запам'ятовуються. Потрібні відео-ролики з наочними прикладами та експериментами. Навчальну діяльність студентів (особливо молодших курсів) треба планувати покроково. Невідворотною реальністю стає використання для контролю знань багаторівневих перевірочних тестів у режимі онлайн. Але тут виникає стара, як світ, проблема – як зберегти хитку рівновагу між адаптацією системи освіти до особливостей цифрового покоління та інваріантними вимогами суспільства до дотримання загальнолюдських цінностей у формуванні особистості фахівця

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 6

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ОСОБИСТІСНІ ОСОБЛИВОСТІ КОРИСТУВАЧА

Мета: формувати у студентів уявлення про особливості комунікації в інтернеті; вплив суб'єктивної безпеки на особливості соціального сприйняття; розвиток особистості у віртуальному середовищі. Звернуть увагу на психологічні аспекти інтернет-залежності та шляхи подолання інтернет-залежності.

Питання до підготовки

1. Особливості комунікації в інтернеті. Соціальна перцепція.
2. Вплив анонімності на соціальну поведінку.
3. Деіндивідуалізація. Антинормативна поведінка в інтернеті. Девіантна поведінка в віртуальній комунікації.
4. Вплив суб'єктивної безпеки на особливості соціального сприйняття.
5. Вплив комп'ютерних мереж на людину. Розвиток особистості у віртуальному середовищі.
6. Віртуальні стосунки як різновид соціальної взаємодії. Віртуальна комунікація: вербальні і невербальні засоби.
7. Група у віртуальному світі: особливості групи, динаміки, взаємодії. Психічний вплив групової віртуальної взаємодії на особистість.

8. Психологічні аспекти інтернет-залежності. Подолання інтернет-залежності.
9. Віртуальна соціалізація особистості.
10. Поняття психологічного захисту. Види психологічного захисту.

Контрольні запитання та завдання

1. Розкрийте зміст поняття «інтернет-залежність».
2. Охарактеризуйте особливості комунікації в інтернеті.
3. Назвіть особливості віртуальних стосунків як різновид соціальної взаємодії.
4. Перелічіть види інтернет-залежності.
5. Які види психологічного захисту існують?
6. Яку роль відіграє група у віртуальному світі на розвиток психологічних особливостей особистості ? Наведіть приклади зі власного досвіду.
7. Перелічіть особливості девіантної поведінки у віртуальній комунікації.
8. У чому полягає суть процесу деіндивідуалізації у віртуальному середовищі?
9. Поясніть, у чому полягає сутність вербальних і невербальних засобів у віртуальній комунікації ?
10. Які прийоми психологічного захисту є найефективнішими саме для Вас, чому?
11. Що таке психологічний захист і яку роль він відіграє у інтернет-спілкуванні?

Завдання для самостійної роботи

1. Скласти віртуальний психологічний портрет студента вашої групи (можна уявного або на прикладі себе).

1. Теоретичний аналіз:

- Вивчити основні наукові роботи та статті, що розглядають вплив соціальних мереж на особистість.

- Зробити короткий огляд літератури, виділивши ключові аспекти та висновки досліджень.

2. Дослідницька частина:

- Провести анкетування серед студентів вашого університету або іншої обраної групи. Анкета повинна містити питання щодо частоти використання соціальних мереж, типів використовуваних платформ, а також питання, спрямовані на виявлення впливу соціальних мереж на самопочуття, самооцінку, рівень тривожності тощо.

- Зібрати та обробити отримані дані, використовуючи статистичні методи (наприклад, середні значення, стандартне відхилення, кореляційний аналіз).

3. Аналіз даних:

- Проаналізувати отримані результати та порівняти їх з висновками, зробленими в теоретичному огляді літератури.

- Визначити основні тенденції та закономірності, що спостерігаються в даних.

4. Написання звіту:

- Підготувати звіт, який включатиме:

- ✓ Вступ (мета роботи, актуальність теми).
- ✓ Теоретичний огляд (основні положення з літератури).
- ✓ Методологія (опис проведеного анкетування, вибірка, методи обробки даних).
- ✓ Результати (представлення та аналіз отриманих даних).
- ✓ Висновки (основні висновки дослідження, рекомендації).

- Звіт повинен бути оформлений відповідно до вимог вашого навчального закладу.

5. Презентація:

- Підготувати коротку презентацію для представлення результатів.

ТЕМА 7

БАР'ЄРИ ТА БЕЗПЕКА В ІНТЕРНЕТ-СПІЛКУВАННІ

Мета: поглибити знання студентів щодо поняття «кібербезпека» як процесу застосування заходів безпеки з метою забезпечення конфіденційності даних; ознайомити із системою кібербезпеки України та правового регулювання цієї системи.

План

1. Кібербезпека як процес застосування заходів безпеки з метою забезпечення конфіденційності, цілісності та доступності даних. Система кібербезпеки України. Правове регулювання.
2. Новітні форми агресії у віртуальному просторі (булінг, фішинг, кардинг, грумінг), їх сутність, шляхи попередження(подолання) негативних наслідків.
3. Інтернет-залежність особистості: поняття, критерії оцінювання, соціальні наслідки, стан проблеми в цифровому суспільстві. Правила безпечної поведінки в інтернет-просторі.
- 4 . Дитина у віртуальному просторі.

1. Система кібербезпеки України. Правове регулювання

Сучасне суспільство характеризується адаптивним трансформаційним характером відносин у ньому, що зумовлюється масштабним проникненням комп'ютерно-інформаційних технологій

у всі сфери життя. Такий стан речей провокує виникнення проблем щодо безпеки у інформаційному просторі, які згубно впливають на процес становлення державності та відкритого інформаційного суспільства. Особливим механізмом у процедурі впровадження нового «суспільного виміру» конституційної держави є всесвітня мережа «Інтернет». Не може не дивувати її поступове перетворення з типового засобу передавання інформації на самостійну повноцінну структуру, яка регулює повсякденне та професійне життя, будучи не тільки масовою, а й груповою та міжособистісною комунікацією.

Своєю чергою, електронні соціальні мережі – це саме той потужний результат перенесення наявних моделей соціальних взаємодій у медіа-вимір, шляхом повноцінної реалізації конституційних прав людини, що потребує обов'язкового правового регулювання з боку держави, яке має ґрунтуватися на безпечному підході до користування соціальними мережами, гарантуванні та захисту прав людини в інтернеті.

Поширеність інтернету в сучасному світі доводить наявність факту стрімкої інформатизації усіх сфер життя людини. Нині медіа-спілкуванню не заважають навіть тисячі кілометрів. Цьому ми завдячуємо, зокрема, сучасним соціальним мережам, які міцно увійшли у наш побут. Відповідно до статистики, представленій дослідницькою компанією ComScore, соціальними мережами користуються більш ніж 85% усіх інтернет-користувачів. Вони підкупили аудиторію цілодобовою доступністю, масовістю та якістю контенту.

Особливості конституційно-правового регулювання соціальних мереж зумовлені фактом соціальної медіа-взаємодії людей на її теренах, без територіального обмеження. Фундаментальною правовою основою регулювання суспільних взаємовідносин людей та громадян є Конституція України. Ст. 3 чітко регламентовано, що основними її засадами є визнання людини, її життя і здоров'я, честі гідності, недоторканності і безпеки як найвищої соціальної цінності.

Таким чином, права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави. Держава відповідає перед людиною за свою діяльність. Утвердження і забезпечення прав і свобод людини є головним обов'язком держави, як офлайн, так і онлайн.

Соціальні медіа – це медіа, які створені для поширення відомостей через соціальну інтерактивність із використанням доступних інструментів, що функціонально вирішують проблему людської потреби взаємодії, за допомогою інтернет-сервісів. Своєю чергою, електронні соціальні мережі – це один з елементів соціальних медіа, з можливістю налаштувати власний акаунт, що є спеціальним особистим майданчиком задля відчуття унікальності та «персоналіті». Збіг об'єктів, функцій та понять термінів у сфері медіа-досліджень вказує на можливість їх ототожнення у площині юридичних досліджень мережевої парадигми, і, насамперед, це стосується саме конституційно-правового дослідження природи реалізації прав людини за допомогою соціальних мереж.

Завдяки стрімкому процесу інформатизації та глобалізації в Україні нині соціум відчуває панівний стан мережевих технологій, інновації якісно трансформують життя кожної людини, вносячи зміни в соціально-економічну сферу всього суспільства. Але існування сучасної держави неможливе без дотримання прав людини, як фундаментального елементу ідеального громадянського суспільства. Якщо права людини, це універсальні конституційні засади взаєморозуміння між людьми, то соціальні мережі – інструмент, який забезпечує процес встановлення цього зв'язку.

Враховуючи тематичну класифікацію соціальних мереж надану науковцями, можна провести паралель між типологією інтернет-медіа і правами людини, завдяки масштабу впливу цього інструменту на свідомість суспільства:

загальнотематичні та мережі дозвілля (наприклад, Youtube, MySpace тощо) дають змогу спілкуватися без конкретної видової спеціалізації суб'єктів, що дає змогу реалізувати право кожної людини на вільний розвиток своєї особистості, що регламентовано ст. 23 Конституції України;

навчальні, соціалізуючі (наприклад: Wikipedia, Google Академія, Flibusta) допомагають у процесі навчання, надаючи доступ до наукових доробків (підручники, методичні рекомендації, реферати, курсові роботи) та праць, змогу користуватися електронними бібліографічними базами та бібліотеками, змогу дистанційно навчатися, отримувати середню та вищу освіту, брати участь в інтернет-конференціях та освітніх програмах. Все це

допомагає реалізації права кожного на освіту, що регламентовано ст. 53 Конституції України;

ділові (наприклад, LinkedIn, Profeo) – світові проекти, які орієнтовані на бізнес-сферу, пошук роботи, надбання ділових зв'язків (клієнтської бази), безпосередньо сама робота (розширення кола професійного спілкування, комунікація з керівництвом-постачальниками-клієнтами, продаж товарів), змога ділитися власним професійним досвідом. Очевидно, що таким чином реалізується право кожного на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом, та право кожного на працю, що включає змогу заробляти собі на життя працею, яку він вільно обирає або на яку вільно погоджується. Це прямо регламентовано ст. 42 та ст. 43 Конституції України;

політичні (наприклад, Politiko) – дають змогу об'єднувати політиків, журналістів, експертів у політичних питаннях, лідерів різноманітних партій та безпосередньо виборців. Реалізація політичної діяльності за допомогою соціальної мережі, дає змогу спілкуватися онлайн із політичними обранцями, що дає змогу оцінити якість проведеної роботи політичних партій та їх лідерів. Вищезначене дає змогу громадянину України реалізувати своє право на свободу об'єднання в політичні партії та громадські організації для здійснення і захисту своїх прав та свобод та задоволення політичних інтересів, що регламентовано ст. 36 Конституції України;

мережі, що опікуються проблемами дому та сім'ї (наприклад, Geni.com, Щоденник молоді мами) – тематика широко спеціалізована – обговорення сімейних побутових проблем, домашніх питань (можливість ділитися досвідом швидкого прибирання чи догляду за малюком). Об'єднання людей за принципом родинних зв'язків, побудова генеалогічного древа, пошук родичів та ін. Таким чином, хоча б опосередковано реалізується принцип «сім'я, дитинство, материнство і батьківство охороняються державою», закріплений у ст. 51 Конституції України;

мережі релігійної тематики (наприклад, MyChurch) – вузькотематичні мережі релігійної тематики, які надають змогу створити власну церкву (з будь-якою релігією), пошук однодумців, організація тематичних заходів та публікація різноманітних інформаційних постів релігійної тематики. Тобто таким чином реалізується право кожного на свободу світогляду і віросповідання. Це право включає в себе свободу сповідувати будь-яку релігію або не сповідувати жодної, що регламентовано ст. 35 Конституції України.

Нині, щоб стати частиною спільноти, потрібно небагато: обрати мережу, зареєструватися, знайти друзів (чи використовувати мережу виключно задля користування соціальними бонусами: прослуховування музики, перегляд фільмів, читання книжок та ознайомлення з іншим контентом). Привабливість мереж для користувачів очевидна: популярність, безплатна реєстрація, можливість вибору мови сайту, численні безплатні послуги, чат.

Але найголовнішою принадою сучасних соціальних мереж є саме конституційне право на інформацію, тобто загальнодоступна змога отримувати відомості, факти про осіб, події, явища, незалежно від форми їх виявлення. Відповідно до Конституції України «кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір» (ст. 34). Своєю чергою, Цивільний кодекс також визначає здатність фізичної особи вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію (ст. 302). Ст. 5 Закону України «Про інформацію» твердить, що кожен має право на інформацію, що передбачає можливість вільного одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації, необхідної для реалізації своїх прав, свобод і законних інтересів. Реалізація права на інформацію не має порушувати громадські, політичні, економічні, соціальні, духовні, екологічні та інші права, свободи й законні інтереси інших громадян, права та інтереси юридичних осіб.

Отже, ми як користувачі маємо право шукати, отримувати, поширювати інформацію та власні оціночні судження та ідеї в мережі, незалежно від кордонів і без владного втручання. Ми можемо вільно висловлюватися та ознайомлюватися з поглядами інших осіб, формувати громадську думку. Під останнім варто розуміти процес формування поглядів, переконань громадян, що визначають їх політично значущі дії та норми соціальної поведінки (наприклад, вибори чи участь у громадських об'єднаннях), яке відбувається виключно завдяки доступності достовірної інформації, яка

відображає основні події життя суспільства, але за умови захищеності цієї інформації від впливу зацікавлених осіб.

Враховуючи величезний обсяг прав людини, що реалізуються шляхом користування соціальними мережами, згадуємо слова В.Коптюга: «У період глобальних змін ми повинні виховувати відчуття глобальної відповідальності кожного за те, що відбувається у його країні та світі, домагаючись усвідомлення взаємозалежності всіх людей. Це дуже важлива задача лягає, насамперед, на освіту та засоби масової інформації». Все говорить про те, що одним із найважливіших умов вирішення глобальних проблем, зокрема, проблему управління та формування конституційного громадянського суспільства, є підвищення рівня політичної та соціальної свідомості. Особлива відповідальність лягає на плечі саме популярних сучасних медіа, на яких виховується молоде покоління. Без їх активної участі ефективного будівництва демократичного успішного суспільства неможливе.

3. Новітні форми агресії у віртуальному просторі (булінг, фішинг, кардинг, грумінг, їх сутність, шляхи попередження (подолання) негативних наслідків)

Прихід слів іноземного походження у нашу мову є справою буденною, тож і слово «кібербулінг» одне із них. Походить з англійської мови, створено від двох слів: кібер (позначає віртуальне опосередковане комп'ютером середовище) і булінг (походить від англ. bull – бик, бугай, а в переносному значенні – дуже велика,

сильна чи агресивна персона; і позначає процес лютого, завзятого нападу; близькі за смислом дієслова українською мовою – роз’ятрювати, задирати, прискіпуватися, провокувати, дошкуляти, тероризувати, цькувати та ін.).

Кібербулінг – це новітня форма агресії, що передбачає жорстокі дії з метою дошкулити, нашкодити, принизити людину з використанням інформаційно-комунікаційних засобів: мобільних телефонів, електронної пошти, соціальних мереж тощо.

На кібербулінг, як нову форму агресивного нападу на дитину, увагу звертають дуже мало батьків, що призводить до подальших проблем. Задумуючись про небезпеки широкої практики взаємодії сучасних дітей, а в особливості підлітків, визначаючи норми часу її перебування у віртуальному середовищі, враховуючи ризики формування комп’ютерної залежності тощо, про загрози кібербулінгу ми, як правило, не турбуємось, бо й знаємо про ці феномени значно менше. Проте в усьому світі питання кібербулінгу постають все гостріше, актуальніше з огляду на необхідність інформаційної безпеки дитини.

Явища цькування і кібербулінгу мають системну природу. А це значить, що причина явища не в індивідуальних особливостях учасників, а виникає як правило, з багато суміжних, інколи непомітних внесків багатьох людей. Явище має свою логіку розвитку, починаючись з малого може, за відсутності адекватного реагування дорослих перетворитись на жахіття і призвести до трагедій. Нажаль, кібербулінг лишається, як правило, непомітною, а нанесена ним

шкода невидимою.

Багато людей не знайомі з терміном кібербулінг, але з явищем вже привелось зустрітись як із виявами соціальної жорстокості онлайн. Маючи спільні риси із традиційним невіртуальним булінгом, його кіберформа представляє унікальний феномен, який тільки недавно став предметом уваги науковців, та й з'явився він те так давно – коли діти масово почали використовувати мобільні телефони і доступ до інтернету.

Кібербулінг – це напади з метою нанесення психологічної шкоди, які здійснюються через електронну пошту (e-mail), миттєві повідомлення («аську» – ICQ та інші системи), розгортаються в чатах, на веб-сайтах, в соціальних мережах; діють через текстові повідомлення або через зображення (фото, відео); до кібербулінгу відносять також терор за допомогою мобільного телефонного зв'язку. Кібербулінг кидає новий виклик батькам, вчителям, педагогам, іншим дорослим, які спілкуються з дітьми, адже він начебто і не є реальним, але шкода, яку він завдає, – повністю реальна.

Українські психологи дають визначення цього явища дещо по іншому. Кібербулінг – це переслідування інших осіб з використанням сучасних електронних технологій: інтернету (електронної пошти, форумів, чатів, ICQ) та інших засобів електронної техніки – мобільних телефонів, пейджера.

Наукове визначення поняття кібербулінгу досить часто стикається із низкою проблем: а) різноманіття технологій, опосередкування комунікації якими визначає віднесення дій до

кібербулінгу; б) залежність визначення від учасників, залучених до булінгової взаємодії (так, дії, вчинені дорослими по відношенню до дітей, зазвичай не називаються кібербулінгом); в) віртуальний терор може бути прямим (атаки у вигляді відправки погрозливих чи образливих листів на адресу жертви), а також непрямым, за дорученням (коли використовуються інші люди для того, щоб дошкуляти жертві). В останньому випадку людям може бути і невідомо, що вони долучені саме до терору, наприклад, вони «клікають» потрібний їм символ на сайті, а зламана програма в цей час відправляє з їхньої адреси іще одне повідомлення жертві.

Кібербулінг (як врешті й традиційний) – це цілий континуум (такий собі впорядкований набір) різних форм поведінки. У найменшому розумінні знаходяться жарти, які навіть неможливо розпізнати як булінг. В іншому ж, найгострішому – психологічний віртуальний терор завдає непоправної шкоди, призводить до суїцидів і смерті. Ключовим для визначення булінгу є розуміння, що така багаторазово повторювана агресивна поведінка має довільний (а не випадковий, мимовільний) характер, містить задум нашкодити людині і базується на дисбалансі влади (фізичної сили, соціального статусу в групі). Здобуття чи утримання будь-якої форми нерівності, соціальної ізоляції, відчуження, виключення з комунікації тощо – це внутрішня прихована суть будь-якого булінгу. Кібербулінг – це форма боротьби за владу в широкому сенсі цього слова, і як право домінувати над іншими, і як право впливати, впорядковувати життя інших.

Щоб краще зрозуміти суть кібербулінгу ми проаналізували відмінності реального і віртуального булінгу.

Реальний булінг – це ситуація в шкільному дворі, де старші чи сильніші діти тероризують молодших. Реальний булінг, на відміну від кібер-, закінчується, коли дитина приходить із школи додому. Віртуальний терор продовжується і вдома. Інформаційно-комунікаційні технології стають настільки невід’ємною частиною життя сучасних підлітків, що від кібербулінгу стає неможливо сховатися. Таким небезпечним кібербулінг робить те, що він розгортаючись на основі конфронтації із жертвою, підсилюється і пришвидшується технологічним оснащенням. На відміну від реального цькування, для кібербулінгу не потрібно мати перевагу в силі чи соціальному статусі, достатньо мобільного телефону чи комп’ютеру, плюс бажання тероризувати.

Відмінності кібербулінгу від традиційного зумовлюються особливостями інтернет-середовища: анонімністю, можливістю фальшувати ідентичність, мати величезну аудиторію одночасно, (наприклад для розповсюдження пліток), здатність тероризувати жертву будь-де і будь-коли. Кібербулінг – це інформаційний терор, моральне і психологічне знищення.

Дві головні відмінності: 1) внаслідок анонімності інтернету жертві «ворог» невідомий (до терзання запитаннями «за що?», «чому я?» додається «хто це робить зі мною?»); 2) жертви кібербулінгу більше бояться звертатись до дорослих за допомогою, бо остерігаються «додаткового покарання» через позбавлення привілеїв

користування комп'ютером чи мобільним, оскільки це видається дорослим логічною реакцією. Але віртуальний простір все більше стає невід'ємною частиною соціального життя сучасних підлітків, страх втратити цей простір змушує жертв кібербулінгу приховувати напади від дорослих.

Отже, узагальнене тлумачення говорить, що кібербулінг – це переслідування інших осіб з використанням сучасних електронних технологій: інтернету (електронної пошти, форумів, чатів, ICQ) та інших засобів електронної техніки – мобільних телефонів, пейджера. Це явище набирає в Україні все більших обертів, і вже настав час, говорити про нього, як про одну з найрозповсюдженіших форм насильства – кібертероризм.

Типи поведінки кібербулінгу та його особливості у підлітковому середовищі

Кібербулінг має такі форми:

- відправка неприємних за змістом, образливих або погрозових повідомлень, фотографій, листів, відеозаписів;
- телефонні дзвінки з погрозами або мовчанням;
- образливі висловлювання на форумах (у чатах);
- видавання себе за когось іншого в чатах та форумах, у текстових повідомленнях, з негідними висловлюваннями та образами;
- отримування СПАМу – розсилки вище зазначеного змісту.

Більш розширено проблему кібербулінгу розглянули американці: Робін Ковальські, С'юзан Лімбер і Патріція Агатстон. Вони виділили вісім типів поведінки, характерних для кібербулінгу:

Перепалки, або флеймінг (від англ. flaming – пекучий, гарячий, полум'яний) – обмін короткими гнівними і запальними репліками між двома чи більше учасниками, використовуючи комунікаційні технології. Частіше за все розгортається в «публічних» місцях інтернету, на чатах, форумах, дискусійних групах, інколи перетворюється в затяжну війну (холіво – від англ. – свята війна). На перший погляд, флеймінг – це боротьба між рівними, але в певних умовах вона теж може перетворитися на нерівноправний психологічний терор. Так, неочікуваний випад може привести жертву до сильних емоційних переживань, особливо на тому відтинку часу, коли вона не знає, хто серед учасників яку займе позицію, наскільки її позиція буде підтримана значущими учасниками.

Нападки, постійні виснажливі атаки (англ. harassment) – найчастіше це залучення повторюваних образливих повідомлень, спрямованих на жертву (наприклад, сотні СМС-повідомлень на мобільний телефон, постійні дзвінки) з перевантаженням персональних каналів комунікації. На відміну від перепалки, атаки більш тривалі і односторонні. У чатах чи на форумах (місця розмов у інтернеті) нападки теж трапляються, в онлайн-іграх нападки найчастіше використовують грифери (grieffers) – група гравців, які за мету ставлять не перемогу в певній грі, а руйнацію ігрового досвіду інших учасників.

Обмовлення, зведення наклепів (denigration) – розповсюдження принизливої неправдивої інформації з використанням комп'ютерних технологій. Це можуть бути і текстові

повідомлення і фото, і пісні, які змальовують жертву в шкідливій інколи сексуальній манері. Жертвами можуть ставати не тільки окремі підлітки, трапляється розсилка списків (наприклад, «хто є хто», або «хто з ким спить» у класі, школі), створюються спеціальні «книги для критики» (slam books), у яких розміщуються жарти про однокласників, де також можуть розміщуватись наклепи, перетворюючи гумор на техніку «списку групи ненависті», з якого вибираються мішені для тренування власної злоби, зливання роздратування, переносу агресії тощо.

Самозванство, втілення у певну особу (impersonation) – переслідуюч позиціонує себе як жертву, використовуючи її пароль доступу до її акаунта в соціальних мережах, блогу, пошти, системи миттєвих повідомлень тощо, а потім здійснює негативну комунікацію. Організація «хвилі зворотних зв'язків» відбувається, коли з адреси жертви без її відому відправляються ганебні провокаційні листи її друзям і близьким за адресною книгою, а потім розгублена жертва не очікувано отримує гнівні відповіді. Особливо небезпечним є використання імперсоналізації проти людей, включених до «списку груп ненависті», адже наражає на реальну небезпеку їхнє життя.

Ошуканство, **видурювання конфіденційної інформації** та її розповсюдження (outing & trickery) - отримання персональної інформації в міжособистісній комунікації і передача її (текстів, фото, відео) у публічну зону інтернету або поштою тим, кому вона не призначалась.

Відчуження (остракізм), ізоляція. Будь-якій людині, особливо в дитинстві, притаманно сприймати себе або в якійсь групі, або поза нею. Бажання бути включеним у групу виступає мотивом багатьох вчинків підлітка. Виключення із групи сприймається як соціальна смерть. Чим більшою мірою людина виключається із взаємодії, наприклад, у грі, тим гірше вона себе почуває і тим більше падає її самооцінка. У віртуальному середовищі виключення також наражає на серйозні емоційні негаразди, аж до повного емоційного руйнування дитини. Онлайн відчуження можливе в будь-яких типах середовищ, де використовується захист пароллями, формується список небажаної пошти або список друзів. Кібер-остракізм виявляється також через відсутність швидкої відповіді на миттєві повідомлення чи електронні листи.

Кібер-переслідування – це дії з прихованого вистежування переслідуваних і тих, хто тиняється без діла поруч, зазвичай зроблені нишком, анонімно, з метою організації злочинних дій, наприклад, спроб зґвалтування, фізичного насильства, побиття. Відстежуючи через інтернет необережних користувачів, злочинець отримує інформацію про час, місце і всі необхідні умови здійснення майбутнього нападу.

Хепіслепінг (від англ. happy slapping – щасливе ляскання) – відносно новий вид кібербулінгу, який починався в англійському метро, де підлітки прогулюючись пероном раптом ляскали один одного, у той час як інший учасник знімав цю дію на мобільну камеру. У подальшому за будь-якими відеороликами, в яких записано

реальні напади, закріпилась назва хепіслеппінг. Відеоролики нападів з метою гвалтування чи його імітації інколи ще називають хопінг – наскок (особливо поширений у США). Ці відеоролики розміщують в інтернеті, де його можуть продивлятися тисячі людей, зазвичай без жодної згоди жертви. Інша форма хепіслеппінгу – це передавання сюжетів мобільними телефонами. Починаючись як жарт, хепіслеппінг може завершитись трагічно. З'явилося поняття буліцид – загибель жертви внаслідок булінгу, вважається злочином і хепіслеппінг, якщо призводить до таких трагічних наслідків.

Виявити кібербулінг досить важко, бо він у підлітковому середовищі має свої особливості:

- молодь спілкується між собою частіше приховано від дорослих, а спілкування у всесвітній мережі «Інтернет», позбавляє дорослих здійснювати контроль;
- швидше і багатоадресне розповсюдження інформації;
- частіше кіберпереслідувачі знають, кого вони переслідують, а їх жертви не завжди знають, хто переслідує їх;
- перебування в інтернеті може бути анонімним;
- знижене почуття відповідальності кібертерористів;
- жертви кібербулінгу, як і жертви інших форм насильства, приховують факти кібербулінгу по відношенню до себе (страх переслідувачів, та батьків, які можуть обмежити доступ до мобільного телефону, інтернету).

Також можна виділити імовірні особистісні стратегії залучення до кібербулінгу. По-перше, це стратегія реваншу – діти, що зазнали

нападок у реальному житті, можуть спробувати бути булерами у віртуальному середовищі. По-друге, втеча від нудьги, розваги без усвідомлення можливих трагічних наслідків розвитку подій, спровокованих кібербулінгом. По-третє, посилення реального булінгу інформаційно-комунікаційними технологіями, що створює феномен комплексного мультимодального булінгу. У межах цієї останньої стратегії особистісний профіль агресора-переслідувача може бути перенесений із багаторічних досліджень традиційного булінгу.

Існує чотири типи портретів дітей-булерів, які перегукуються із запропонованими особистісними стратегіями, які виділив американський юрист з питань інтернет-безпеки, директор одного із найпопулярніших спеціалізованих сайтів Перрі Афтаб:

- «мстивий ангел» (борець за справедливість, найчастіше реалізує першу стратегію реваншу);
- «погані дівчата» (найчастіше реалізує другу стратегію втечі від нудьги, цей тип має невдалу назву, адже хоча дівчата складають більшість цього типу булерів, з нудьги до кібербулінгу вдаються також і хлопці);
- «сраглий влади» (третя стратегія – бажання отримати контроль, авторитет, використовуючи при цьому інших людей);
- «ненавмисний» тип – це відсутність власної мотивації чи будь-якої стратегії, але залучення до кібербулінгу через негативні відповіді на провокації у «зворотній хвилі» та інших формах.

Робимо висновок, що між фізичним і психологічним насильством розмістилася така форма, як третирування – вербальні

погрози, образи, стусани, штовхання. Сюди входять і словесні образи, і приниження етнічного чи статевого характеру. До психологічного насильства ще входить така форма тиску, як бойкот – змова групи людей про недопущення контактів і спілкування, вигнання із суспільства, що безпосередньо присутнє в тих чи інших видах кібербулінгу. Реальний та віртуальний булінг мають деякі відмінності. Основною відмінністю є те, що віртуальний булінг важче розглядіти та прослідити, так як він може скриватися анонімними булерами.

Фішинг існує впродовж багатьох років, за цей час кіберзлочинці розробили широкий спектр методів інфікування жертв. Найчастіше зловмисники, які займаються фішингом, видають себе за банки чи інші фінансові установи, щоб змусити жертву заповнити фальшиву форму та отримати дані облікових записів.

Онлайн-грумінг – психологічна маніпуляція, маскування агресії за піклуванням. Поведінка для встановлення психологічного зв'язку з дитиною, що не досягла віку згоди, з метою подальшого сексуального насильства над нею. Грумінг використовується для початку вербування неповнолітніх дітей у різні незаконні види бізнесу.

Кардинг – рід шахрайства, при якому проводиться операція з використання платіжних карток або їхніх реквізитів, яка не ініційована або не підтверджена її власником.

Аналіз шляхів профілактики кібербулінгу в підлітків

Головні засади профілактики та подолання кібербулінгу опрацьовані психологами й освітянами Європи й Америки, де інтернет-бум розпочався на декілька років раніше, ніж в Україні. Працюючи над даним дослідженням, ми акцентуємо увагу на батьків, щоб цей матеріал зручніше було використовувати шкільному психологу в його практичній роботі з цією специфічної проблемою.

Корисні правила-поради для профілактики і подолання кібербулінгу:

Не поспішай, не виплескуй свій негатив у кіберпростір. Важливо домовитись із дитиною, щоб вона не відповідала на вразливі повідомлення до того, як порадиться з дорослими. Старшим дітям запропонуйте правило: перед тим, як писати і відправляти повідомлення, потрібно заспокоїтись, притишити роздратування, злість, образу, гнів. Емоції – погані порадики, вони минають, а написане і відправлене в інтернет продовжує нести і помножувати негатив уже без Вашої волі й контролю. Здійняті одним негативним «постом» (повідомленням) хвилі можуть призвести до зовсім неочікуваних трагічних наслідків, які буває дуже важко виправити, а інколи і не можливо. Тому конфлікти і незгоди з найменшими витратами вирішуються особисто, «у реалі», без залучення кібертехнологій.

Будуй свою власну онлайн-репутацію, не провокуйся ілюзією анонімності. Інтернет – це особливе середовище із своїми правилами поведінки – «нетикетом» (новоутворення від англ. net – мережа і

«етикет»). Хоча кіберпростір і надає додаткові можливості відчувати свободу і розкутість завдяки анонімності, дитині потрібно роз'яснити, що існують способи довідатись, хто саме відправив повідомлення, хто стоїть за певним ніком (анонімним псевдонімом). І якщо некоректні дії у віртуальному просторі призводять до реальної шкоди – від анонімності залишається лише ілюзія: все тайне стає явним. У віртуальному просторі, як і в реальному, діє золоте правило: стався і дій стосовно інших так, як хотів би, щоб ставились до тебе. Крім того, інтернет фіксує історію, яка складається із публічних дій учасників і визначає його онлайн-репутацію – накопичений образ особистості в очах інших учасників: запламувати її легко, виправити – важко.

Поважай факти. Зберігати підтвердження факту нападів. Потрібно роз'яснити дитині: якщо її неприємно вразило якесь повідомлення чи картинка на сайті (фото, відео, будь-що), правильна реакція – вимкнути екран (щоб зупинити негативний вплив, але не комп'ютер!) і негайно звернутись до батьків за порадою. Старші діти можуть зберегти чи роздрукувати сторінку самостійно, щоб порадитись з батьками в зручний час.

Доречно ігнорувати поодинокий негатив. Одноразові образливі повідомлення найкраще ігнорувати, часто в результаті цього кібербулінг на початковій стадії і зупиняється. Досвідчені форумчани послуговуються правилом: «найкращий спосіб боротьби з неадекватними – ігнор». Якщо ж реагувати на негативні коментарі, комунікація продовжується.

В інших випадках ігнорувати не варто, наприклад, не дивлячись на те, що відправник Вам не відомий, якщо листи систематично містять загрози життю і здоров'ю, або порнографічні сюжети, варто поставити до відома телефонного або інтернет-провайдера, інспектора місцевого відділку міліції із роботи з неповнолітніми (для цього й важливо копіювати повідомлення із загрозами). Якщо образлива інформація розміщена на сайті, варто зробити запит адміністратору щодо видалення цієї інформації.

Можливе **тимчасове блокування**. Програми, що забезпечують миттєвий обмін повідомленнями, мають можливість тимчасового відключення, можна заблокувати отримання повідомлень з певних адрес, навіть змінити телефонний номер. Пауза в спілкуванні руйнує взаємопідсилювані автоматизми кібербулінгу, особливо якщо він мотивований втечею булерів від нудьги і не супроводжується булінгом у реальному житті.

Правила для свідків

Якщо ви стали очевидцем кібербулінгу, існує три типи правильної поведінки:

- виступити проти булера (дати йому зрозуміти, що такі його дії оцінюються вами негативно);
- підтримати жертву (особисто чи в публічному віртуальному просторі висловити думку про те, що кібербулінг – це погано; цим Ви надаєте емоційну підтримку, так необхідну жертві);
- повідомити дорослим про факт некоректної поведінки в кіберпросторі.

Правила для батьків

Важливо, щоб ці профілактичні дії з впровадження правил, або дії допомоги у випадку нападів батьки робили спокійно і впевнено, даючи дітям позитивний емоційний ресурс захищеності, підтримки. Своє хвилювання і тривогу можна обговорювати з іншими дорослими, наприклад, іншими батьками, діти яких були жертвами булінгу (програма дій школи може включати організацію таких зустрічей). Варто також поставити до відома педагогів, поінформувати про наявність проблеми, адже це дозволить їм більш уважно і цілеспрямовано відстежувати ситуації традиційного булінгу, поєднання якого із кібербулінгом є особливо небезпечним. Якщо хтось із батьків приніс до школи роздруківку негативних повідомлень, отриманих дитиною, варто провести тематичні батьківські збори, щоб обговорити проблему.

При вирішенні проблеми кібербулінгу відбувається співпраця батьків і педагогів, психологів. Практичний психолог школи може виступити організатором співпраці батьків і педагогів стосовно кібербулінгу, яка буде найефективнішою, якщо зусилля зосередити на профілактиці.

Основним профілактичним напрямом є формування загальної медіакультури в сфері користування інформаційно-комунікаційними технологіями шляхом запровадження спільних правил, створення громадської думки, формування в класі командного духу, колективу, а в школі – здорової спільноти.

Батьки постраждалих дітей часто самі шукають допомоги в

школі, звертаються за допомогою.

Важче будувати комунікацію з батьками тих дітей, які залучені до булінгу, виступають імовірними агресорами. Виносячи за дужки важкі випадки, коли батьки не здійснюють виховання внаслідок різних соціальних негараздів, зосередимо увагу на тій тактиці побудови розмови педагогом, яка сприятиме розв'язанню проблеми.

При розмові з батьками у випадках, коли вони стикаються з інформацією, що їхня дитина була залучена до кібербулінгу в якості агресора, потрібна додаткова делікатність, неприпустиме навішування ярликів, дорікання батькам, провокування покарання дитини. Для боротьби із кібербулінгом такі дії не корисні, вони не сприяють його подоланню, а загальний рівень негативної емоційності тільки зростає.

Щоб запобігти ескалації протистояння можна використовувати в бесіді техніку коректних проблематизацій. У першій частині висловлювання чітко фіксується позиція батьків, яку педагог має намір надалі реконструювати. Ця перша частина може бути оформлена у вигляді рефлексивного запитання на зрозуміння («чи правильно я Вас зрозуміла, що ви стверджуєте...») для того, щоб батьки підтвердили свою позицію, погодились або уточнили її.

Якщо уточнення були розлогими, варто іще раз повторно сформулювати позицію вже у формі ствердження і відразу задати питання – проблему: «а якщо Ви раптом помиляєтесь (і без паузи) як саме це можна перевірити?». Такі запитання – проблематизації – розвертають думки батьків у конструктивне русло, адже часто батьки

чинять спротив через власну неготовність до майбутньої бесіди з дитиною, не оснащеність необхідними знаннями, потребують мудрої поради.

Запропоновані три кроки складають певний алгоритм, який структурує діалог, сприяє укладанню конвенції між батьками і педагогом. Формулювання позбавлені оцінковості, не нав'язують позицію силою, а дають змогу дійти до неї через відповідь на точно і вчасно поставлене запитання.

Найкраща позиція в розмові з батьками – обговорювати проблему кібербулінгу як таку, спиратись на описані реальні випадки, досліджувати проблему разом, домовлятись про способи профілактики на майбутнє. Важливо зрозуміти, що більшість людей мають досвід участі в булінгу. Навіть ті діти, які залучені до нападів, не є закоренілими постійними «булерами».

Непоодинокими є випадки, де батьки навіть не реагують на проблему кібербулінгу. Здавалося би, що тут такого – ну заважатимуть дитині спокійно сидіти в чаті чи гратися в онлайн-гру, але це все може привести до серйозних наслідків. Завдання батьків – вберегти дитину від подібного, або, якщо вже таке трапилося, мінімізувати моральну шкоду.

Тож щоб уберегти дитину ми склали алгоритм правил для батьків, які варто дотримуватися:

- ✓ Поясніть дитині, що таке кібербулінг;
- ✓ Навчіть дитину дотримуватися правил безпеки в інтернеті: обирати складні паролі й регулярно їх міняти, помірковано обирати

коло спілкування у мережі, обирати надійні сайти та сервіси для користування;

✓ Регулярно перевіряйте, чим займається дитина в інтернеті (проте поважайте її особистий простір), які сайти відвідує, з ким спілкується. Таким чином, ви зможете запобігти кібербулінгу;

Якщо вберегти від проблеми не вдалося, потрібно потурбуватися про те, аби мінімізувати моральну шкоду – підтримайте дитину, заспокойте, поясніть, що трагедії не сталося. Ну й, звісно, повідомте адміністрацію сайту (чату, ігрового сервера тощо) про випадок кібербулінгу, адже це їхній обов'язок слідкувати за тим, щоб такого не траплялося.

Всі прекрасно знають, що заборонений плід – дуже солодкий. І «найсолодшим» таким плодом інтернету є «дорослий» контент. Спокуси клікнути й подивитися відео відповідного характеру переслідують користувача постійно. І може статися так, що спокуса візьме гору саме над вашою дитиною, але часто трапляється і так, що булер з метою нашкодити жертві відвідує дані сайти з акаунта жертви. Цього можна й треба уникати, адже споглядання сцен сексуального чи насильницького характеру може завдати психіці дитини великої шкоди. Батьки, щоб цього уникнути можуть зробити наступні дії:

Встановити програмне забезпечення, яке блокуватиме доступ до подібних матеріалів;

У жодному разі не погрожуйте покаранням дитині за відвідування небажаних сайтів – поясніть, чому це неприйнятно,

чому це вас засмутить і чому так робити не варто;

Збережіть довіру дитини – наголосіть на тому, що не зайве порадитися з вами щодо того, які сайти варто відвідувати, а які ні. Аргументуйте свою позицію;

Якщо ж запобігти не вдалося, не сваріть і не карайте дитину (це може лише посилити потяг до подібних матеріалів) – у дружній і доброзичливій розмові поясніть, що ці матеріали не несуть нічого хорошого насправді, що на таких сайтах можна стати жертвою вірусного програмного забезпечення, яке може пошкодити комп'ютер, що час в інтернеті можна провести зі значно більшою користю;

Якщо дитина активно користується мобільним інтернетом, що контролювати практично неможливо, тоді варто задуматись над встановленням спеціальної програми. Одна з них – це послуга «Батьківський контроль <http://bezpeka.kyivstar.ua/parental_control/>» від Kyivstar, яка відкриває доступ тільки до обмеженого переліку безпечних та корисних сайтів для дітей. Можете бути певні – серфінг дитини буде безпечним!

Співпрацюйте з дітьми, а особливо з підлітками тому, що в них перехідний та нестабільний психофізичний період. Не будучи суворим наглядачем лише тоді ви збережете довіру, а також убезпечите дитину від негативу в мережі. Часто діти навіть не усвідомлюють шкоду, яку спричинили невдалі коментарі, вважаючи, що за слова не доведеться відповідати. Тому дорослі, а найперше – батьки, повинні цікавитися і корегувати активне спілкування своїх

дітей, які саме в мережах, часто анонімно, доволі успішно реалізуються та амбіційно себе позиціонують, чого ніколи б не досягли у реальному спілкуванні з однолітками.

Агресію дуже важко зупинити без фахівців – психологів та соціальних педагогів, без суспільного обговорення причин, окремих випадків, без загального осуду, без впровадження у свідомість дітей і дорослих неприпустимості виявлення приниження особистості, заподіяння фізичного і морального (душевного) болю людині. Тому на нашу думку встановлення шляхів профілактик кібербулінгу в школі має цілковите місце.

Отже, основними завданнями дорослих при кібербулінгу є: регулювати спроби і експерименти в межах загальнолюдських норм і гуманістичних цінностей, запобігати ескалації жорстокості і не допускати трагедій, що розгортаються на фоні байдужості. Якщо батьки особисто не стикались із проблемою кібербулінгу, це не свідчить про її відсутність у ситуації дитини (особливо підлітка). Варто бути готовим, адже найближчим часом вона може гостро постати при подальшому впровадженні інтернет-технологій у життя.

4. Інтернет-залежність особистості: поняття, критерії оцінювання, соціальні наслідки, стан проблеми в цифровому суспільстві

Специфічні особливості протікання діяльності в інтернеті як елементі інформаційного середовища є предметом досліджень

психологів. Інтернет при цьому розглядається не просто як конгломерат комп'ютерних мереж, спосіб технічних рішень, а як спільнота пов'язаних комп'ютерними мережами людей, активно діючих у новій інтернет-середовищі.

Важливий напрям у структурі цих досліджень – використання інтернету людьми з патологічними змінами, викликаними інтернет-залежністю (у різних варіантах: інтернет-адикція – *Internet Addiction Disorder*, або IAD, віртуальна адикція, Netaholic).

У найзагальнішому вигляді інтернет-залежність визначається як «нехімічна залежність від користування Інтернетом», яка виникає при зміні свідомості під впливом кіберпростору і всього того, що в ньому відбувається, коли користувачеві воно здається більш реальним, ніж дійсність.

Термін «адикція» запропонований в 1995 р. І. Голдбергом, означає нав'язливе бажання увійти в Інтернет, перебуваючи в режимі офлайн, і нездатність вийти з Інтернету, перебуваючи в онлайн-режимі.

У широкому розумінні **інтернет-залежність (адикція)** означає:

- Пристрасть до роботи з комп'ютером (ігор, програмування або іншим видам діяльності).
- Компульсивну (непереборну) навігацію по www, пошук у віддалених базах даних.
- Патологічну прихильність до азартних ігор, онлайн-аукціонів або електронним покупкам в інтернеті.

- Залежність від кібервідносин (спілкування в чатах, групові ігри і телеконференції), що може у результаті призвести до заміни наявних в реальному житті сім'ї і друзів віртуальними.
- Залежність від кіберсексу.
- Залежність як відображення проблем людини, приховані ознаки психічних хвороб.

З 1997 р. патологічне використання інтернету (*Pathological Internet Use*, скорочено PIU) стало позначенням офіційно визнаного психічного розладу, який часто є наслідком інших, серйозних проблем людини – депресії, комунікаційних проблем, самотності, втрати самоідентифікації тощо.

Сьогодні проблема залежності людини від мережі набуває глобальних масштабів. Не випадково експерти з Американської психіатричної асоціації включили її в нове видання керівництва з діагностики і статистики психічних розладів, де, за твердженням дослідника Д. Лавникевича, даний вид залежності класифікується як психічний розлад.

Все частіше в мас-медіа з'являються сумні історії, де підлітки стають жертвами Глобальної мережі.

Інтернет-залежність пов'язана з індивідуально-психологічними особливостями користувачів: інтроверсією і негативної комунікативної установкою.

За даними телефонного опитування, регулярно користуються інтернетом 68,9% респондентів; 13,7% визнали, що їм було б важко залишатися в режимі офлайн кілька днів поспіль; 12,4% часто

залишаються в режимі онлайн довше, ніж планували, а більше 12% вважають, що їм необхідно урізати перебування в мережі; 8,7% намагаються приховати «надмірне» використання інтернету від сім'ї, друзів і колег по роботі. Для 8,2% інтернет – засіб втекти від проблем або підняти настрій, а 5,9% вважають, що їхні стосунки в реальному світі страждають через надмірного перебування в онлайн-режимі (Опитування проводилося випадковим чином по телефону протягом весни і літа 2004 р. На питання відповіли 2 581 чоловік. Дотепер дослідники обробляли результати і опублікували їх у журналі «CNS Spectrums: The International Journal of Neuropsychiatric Medicine».)

У ряді досліджень в опитаних виявлені розлади психіки, що вимагають лікування. За інформацією Reuters, інтернет-залежність у США загрожує від 5 до 10% населення. За різними даними, ця залежність в інших країнах небезпечна для 6-10%. Понад 21% людей, як стверджують соціологи, регулярно користуються інтернетом. Для багатьох з них мережеві щоденники, форуми, чати та просто безцільне ходіння по просторах віртуального простору – те, без чого вони вже не можуть жити. Ця повальна прихильність до віртуального світу – реальна проблема інформаційного суспільства або виверт адвокатів і психологів?

У ряді робіт описані симптоми і проблеми інтернет-залежності:

- Складності у прийнятті свого фізичного «Я» (свого тіла).
- Складності в безпосередньому спілкуванні (замкнутість).
- Схильність до інтелектуалізації.
- Почуття самотності і нестачі взаєморозуміння.

- Низька агресивність.

- Психічні розлади, які зводяться до нехтування своїм здоров'ям і зовнішнім виглядом, безсонні, зниженню фізичної активності та соціальної взаємодії, а також риси інтернет-адикту.

- Емоційна напруженість і деяка схильність до негативізму.

- Уявлення про ідеальний «Я» недиференційовані, завищені або навіть нереалістичні.

- Проблеми з ідентифікацією особи, самооцінка занижена (завищена).

- Схильність до уникнення проблем і відповідальності.

Досліджується проблема схильності особливих психотипів до інтернет-залежності; найчастіше ними виявляються публічні, театральні люди з істероїдними рисами характеру. Їм властива духовна незрілість, емоційна тупість, прагнення до здійснення своїх домагань не шляхом виховання і розгортання дійсно наявних у них здібностей, а нерозбірливого використання всіх засобів впливу на оточуючих людей, аби за всяку ціну добитися привілейованого становища.

Фактори прихильності до інтернету можна звести до наступного:

- Анонімність в мережі соціальних взаємовідносин між учасниками («ніки»).
- Можливість приховати (розкрити) фобії, комплекси і таємні потягу.

- Можливість зміни ідентифікації (ім'я, стать, вік, національність, зовнішність).
- Подолання власної внутрішньої ущербності.
- Реалізація уявлень, фантазій зі зворотним зв'язком.
- Компенсація психологічних комплексів з участю в неформальних об'єднаннях, різних тусовках, у тому числі й у мережі.
- Проведення часу в середовищі подібних.
- Інформаційний вампіризм.

До різновидів комунікативної залежності частина дослідників відносить блоги, чати, форуми. Однак самі блогери, як правило, виглядають цілком успішними і товариськими людьми. Мережева література ефективно конкурує з друкованою. У автора «Живого журналу» (далі – ЖЖ), що пише під псевдонімом Polumrak, вже більше 3 тис. Передплатників. Нещодавно Polumrak видав мережеві записки окремою книгою. Ті, хто звертається в ЖЖ, найчастіше молоді люди, що володіють нестійким почуттям самооцінки. Компенсуються психологічні комплекси участю в неформальних об'єднаннях, різних тусовках, у тому числі й у мережі. Виділено п'ять головних підтипів основного діагнозу «інтернет-залежність», які характеризують, до чого саме пристрасився людина: кіберсекс, віртуальні знайомства, пристрасть до біржових торгів і азартних ігор в режимі онлайн, нав'язливий серфінг, нарешті, один з найпопулярніших випадків – пристрасть до комп'ютерних ігор.

Перші монографії з проблем інтернет-адикції з'явилися в 1998-1999 рр. (К. Янг, Д. Грінфілд, К. Суррат). На основі

спецопитувальника, відеозаписів, моніторингу за людьми в експериментальних умовах, щоденникових самосвідчень були виявлені «спіймані в мережу» і «заплуталися в павутині». Зокрема, отримані такі дані: 25% адиктів придбали залежність протягом півроку після початку роботи в інтернеті, 58% – протягом другого півріччя, а 17% – незабаром по закінченні року.

К. Янг наводить чотири симптому інтернет-залежності:

1) нав'язливе бажання перевірити e-mail; 2) постійне очікування наступного виходу в інтернет; 3) пристрасть до роботи (ігор, програмування або інших видів діяльності) та непереборна тяга до пошуку інформації в мережі; 4) скарги навколишніх на те, що людина проводить занадто багато часу в інтернеті; 5) скарги навколишніх на те, що людина витрачає занадто багато грошей на інтернет.

У середовищі психологів між тим існує думка, що багато інтенсивні користувачі інтернету не є власне інтернет-адикту, а використовують Мережу для реалізації інших адикцій та вирішення проблем особистого життя. Ці вчені визначають інтернет-адикцію як патологічну залежність від інтернету поза зв'язку з формою активності в мережі. За виявами залежності від інтернету нерідко ховаються інші адикції або психічні відхилення.

Найбільшу схильність до інтернет-залежності мають ті люди, які страждали тривалими депресіями (таких виявилось 54% від загального числа віддали свої серця і тіла мережі), ті, хто мав проблеми з алкоголем та наркотиками (52%). Також серед інтернет-

залежних громадян виявилось безліч тих, хто в реальному житті часто відчував стан тривоги і ніяк не міг від нього позбавитися (34%).

Психічні проблеми, розлади виникають в основному через проблеми з ідентифікацією особистості, коли віртуальне і реальне починають плутатися. Якщо такі ігри затягнуться, то шанс отримати якусь форму нервового розладу наближається до 100%.

Інтернет становить достаток комп'ютерних ігор, що знаходяться у вільному доступі користувача, реалізованих в онлайн-режимі. Геймерство – найпоширеніша серед підлітків форма інтернет-залежності, обумовлена захопливістю багатьох ігор і наданої ними можливістю аутоідентифікації з самими різними героями.

Боротьбі з кіберзалежність психологи світу приділяють дедалі більшу увагу. У 1997-1999 рр. були створені дослідні та консультативно-психотерапевтичні веб-служби з проблематики IAD. Зокрема, К. Янгу створив Center for On-Line Addiction.

Сьогодні в багатьох країнах функціонують спеціальні реабілітаційні центри, правда, невеликі і дорогі. У Китайській Народній Республіці інтернет-залежність визнали національною проблемою. Методи боротьби із занадто активними користувачами народного інтернету Китаю радикальні – примусове, а не добровільне лікування. Організуються клініки з лікування інтернет-залежності і в мережі (наприклад, computeraddiction.com). Однак в інтерв'ю на радіо «Свобода» доктор Маресса Орзак висловила слушну думку, що лікувати інтернет-залежність в мережі – це те ж саме, що лікувати алкоголізм біля барної стійки.

Інтернет стає реальним фактором загрози психічному здоров'ю населення. На Заході інтернет-залежність усвідомлена і вивчається.

В Україні ця проблема не має ще статусу офіційної. Разом з тим вже проводяться дослідження у підлітковому та студентському середовищі, зокрема, вивчаються мотиви звернення до інтернету, де людина задовольняє певні потреби. Наприклад, потреба у відпочинку викликає мотив рекреації (людина використовує такі ресурси, як онлайн-ігри, музика, фільми, розважальні відео, картинки, фотографії). Потреби в спілкуванні і приналежності до соціальної групи, любові породжує комунікативний мотив (людина стає членом однієї з соціальних мереж: Facebook, «Професіонали» – або чатів, форумів, сайтів віртуальних знайомств) або мотив афіліації (слідування цінностям членів мережі). Потреба в досягненні успіху, визнанні породжує ділової мотив, а пізнавальні потреби – мотив інформаційний.

Залежно від мотиву звернення до інтернету виявляють різні типи залежних людей: рекреатори, комунікатори, афіліатори, ділові, гностики, знавці, творці.

Комунікатори й афіліатори відчують більший дискомфорт, ніж інші групи студентів. Серед них більше половини студентів (63,3%) відчують неприємні відчуття у відриві від мережі. Рекреатори і комунікатори проводять в інтернеті більше часу, ніж гностики і знавці.

Виявлено зв'язок між соціально-демографічними характеристиками студентів і виявом у них різних ознак віртуальної

залежності. Ті, що живуть з батьками, відчують менший дискомфорт у відриві від мережі, ніж інші групи студентів.

Виявлено, що ціннісні орієнтації впливають на ставлення студентів до інтернету і форми практик в ньому. Наприклад, виявлений зв'язок між цінністю творчості та проблемою організації часу в інтернеті. Творчі люди, як виявилось, менш дисципліновані, ніж інші групи студентів. Самими організованими виявилися студенти, які прагнуть до матеріальних благ. Ті, хто вибрав цінності престижу, виявилися найбільш залежні від інтернету.

Мотивація користувачів також впливає на особливості їх діяльності в мережі. Серед студентів із рекреаційним, комунікативним, інформативним мотивами більше інтернет-залежних, ніж серед студентів із діловим, пізнавальним мотивами та мотивом самоактуалізації. Вибрали рекреаційні та комунікаційні мотиви студенти проводять в інтернеті більше часу, ніж ті, хто вибрав пізнавальні, ділові або мотиви розвитку хобі.

На думку багатьох дослідників, інтернет володіє потужним ейфоризуючу ефектом, який допомагає людині подолати стрес. Вжити ж у віртуальному просторі з його численними спокусами можуть лише ті, хто володіє достатнім духовним потенціалом.

Феномен залежності від інтернету може й повинен бути зрозумілий не просто як виключно патологічна пристрасть, від якого слід за всяку ціну позбавлятися, але і як багата внутрішньою мотивацією пізнавальна діяльність, яка винагороджує так званих аддиктів відчуттям емоційного потоку.

У ході наукового експерименту «Чи є життя в офлайн?» 13 американських сімей (загалом 28 чоловік) піддалися «нелюдському» випробуванню: їм заборонили користуватися інтернетом протягом 14 днів. При цьому «садисти», що проводили досвід, змусили «нещасних» записувати свої думки та почуття в щоденник. Після того як випробування було закінчено, вчені проаналізували записи в щоденниках, а також вивчили відеозаписи поведінки піддослідних. Результатом аналізу став однозначний висновок: два тижні без інтернету негативно вплинули на соціальне життя, а більшість піддослідних почувалися млявими та пригніченими.

Результати дослідження *Internet Deprivation Study* опубліковані в інтернеті. Експеримент, проведений компанією OMD за замовленням Yahoo, показав, що інтернет можна сміливо зараховувати до списку найсильніших наркотиків. За відсутності інтернету людина відчуває себе емоційно спустошеним і втраченим.

Багато службовців у США захоплюються інтернет-відвідуваннями. Так, проведений Harris Interactive опитування 305 службовців показав, що протягом робочого тижня в середньому один день йде на відвідування сайтів, не пов'язаних безпосередньо з професійною діяльністю працівника. Серед опитаних працівників 67% зізналися, що відвідують на роботі деякі сайти з особистого інтересу. Серед основних особистих мотивів онлайн-покупки (цим займаються 24%), перегляд новин (23%), відвідування порнографічних сайтів (18%), участь в азартних іграх (8%), онлайн-аукціони (6%).

У Фінляндії військовослужбовці відчували сильний стрес, стверджуючи, що не зможуть служити без комп'ютерів. Таким призовникам дається три роки на позбавлення залежності.

Практикуючі психологи все частіше говорять про збільшення числа пацієнтів, скарги яких пов'язані з впливом інтернету. Проте багато батьків, які скаржаться на хворобливу пристрасть своєї дитини до інтернету, приходять не з цією проблемою. Як вважають психологи: «Комп'ютер – це не причина, а наслідок деяких вже існуючих проблем».

Особливо згубно довге спілкування з інтернетом у дітей. Існують серйозні небезпеки, з якими діти зустрічаються безпосередньо в мережі: дорослі, використовуючи *довіру до дітей*, спілкуючись у мережі, можуть спокусити останніх на вчинення непристойних дій. Зокрема, існують наступні небезпеки.

1. *Непридатний контент* – сайти з деструктивним змістом, наприклад з інструкціями з виготовлення бомби. Батькам слід цікавитися сайтами, які відвідують діти, і бути уважним до будь-яких змін поведінки дитини.

2. *Тривалі гри в DOOM, QUAKE, інші мережеві ігри з насильством*. У цьому випадку діти поведуться агресивніше. Батькам треба знати, в які ігри грає дитина, бути готовими запропонувати конструктивну альтернативу.

Як показують дослідження, інтернет приваблює людей із заниженою самооцінкою, незадоволених собою, нездатних в реальному житті будувати чи підтримувати гармонійні відносини з

іншими. Залежний стає озлобленим і намагається захиститися від усіх, хто намагається обмежити використання інтернету, свідомо занурюється в нього все більше. Звідси випливає найважливіша проблема сформування навичок у дітей та підлітків живого людського спілкування.

Подолання інтернет-залежності й інтернет-освіта

Нові області медіа-досліджень включають в себе не тільки розвиток діагностичних інструментів для визначення кіберзалежності людей і оцінку їх стану (це справа психотерапевтів), а й вивчення впливу інтернету на інші усталені звички (наприклад, алкоголізм, азартні ігри, сексуальні комплекси) та психіатричні стани (наприклад, депресія, маніакально-депресивні розлади, зниження стійкості уваги). Інтернет одним людям надає неоціненну допомогу в позбавленні від шкідливих звичок, але в інших може викликати психічні розлади. Глобальна мережа дає свободу дій, свободу вираження думок, почуттів та емоцій, які в реальному житті не завжди можливі. Однак Мережа викликає залежність, яка може бути наслідком психотравмуючої ситуації (втрата близької людини, роботи, сім'ї, тощо).

Інтернет не може розглядатися тільки як специфічна середовище для вияву залежної поведінки. Разом з тим є жертви хвороби, які не можуть контролювати час, проведений в Світовій павутині, число їх зростає, а значить, проблема не зникає.

Наукові статті намічають підходи до пояснення феноменів інтернет-залежності, проте в них описуються лише окремі випадки, поки не вироблені чіткі критерії діагностики та концепції корекції розладів психіки, пов'язаних з інтернетом як формою масової комунікації. Дослідники констатують, що запропоновані моделі інтернет-залежності формалізовані, не дають відповіді на питання про характер і ступінь впливу на розвиток розладів особистості. Наявні критерії та підхід не дозволяють точно визначити поведінкову залежність, оскільки немає чіткої межі між захопленістю та залежністю людини від конкретної інформації.

Основне завдання вчених в позбавленні від інтернет-залежності ясно вимальовується – довести людині, що живе спілкування привабливіше віртуального і намагатися вирвати людину з мережі, долучаючи до інших інтересам. Це завдання цілком вирішити за умови розширення сфер медіа-освіти.

Дитина у віртуальному просторі

З кожним роком в Україні збільшується кількість користувачів інтернету, тому питання безпеки в мережі є надто актуальним. Інформаційна безпека стосується захисту життєво важливих інтересів людини (і більш глобально – суспільства, держави), адже неправдива, неповна, невчасна інформація може нанести шкоду. Особливо вразливі у цьому контексті діти та підлітки, оскільки вони можуть не

знати, яку інформацію можна викладати в мережу, а яку не варто, з різних причин не здатні правильно реагувати на контент мережі.

Існують певні небезпеки у розвитку особистості, яка віддає перевагу мережевому спілкуванню, що стосуються її особистої безпеки:

- ознайомлення з порнографічними матеріалами, ненормативною лексикою, інформацією суїцидального характеру, расистського, ненависницького чи сектантського змісту;
- загроза отримання недостовірної чи неправдивої інформації;
- формування залежності (ігрової, комп'ютерної, інтернет);
- спілкування з небезпечними людьми (збоченці, шахраї, грифери);
- залучення до виконання протиправних дій (хакерство, порушення прав та свобод інших).

Безконтрольний доступ до інтернету може мати негативні наслідки для дитини. Зокрема, у дітей активно розвивається *інтернет-залежність*, що трактується як нав'язливе або компульсивне бажання увійти в мережу «Інтернет» або неможливість вийти з інтернету. Її ще називають «інтернет-адикція», «віртуальна адикція», «кіберадикція», «нетаголізм».

Кіберзалежність – умовна назва залежності від різного роду високотехнологічних засобів, її ознаки схожі з формами наркозалежності або алкоголізму, тобто комп'ютер є своєрідним наркотиком. Дитина або підліток не здатні подолати внутрішнє напруження, яке виникає через неможливість постійного занурення у

віртуальний світ та відчувають сильне роздратування, якщо хтось заважає перебувати в мережі.

Комп'ютерна залежність на першій стадії являє собою більш-менш легкий розлад. Через захоплення новою іграшкою дитина перестає займатися справами. Вона поступово віддаляється від родичів і друзів, надаючи перевагу «всесвітній павутині».

На другій стадії симптоми розвиваються стрімко. Якщо дитині заборонити використання інтернет-мережі, вона відчуватиме сильну роздратованість. Може спостерігатися порушення уваги, зниження працездатності, поява нав'язливих думок, безсоння.

Третя стадія – соціальна дезадаптація. Дитина постійно «висить» на сайтах, навіть коли не одержує задоволення від спілкування в інтернеті. Це призводить до серйозних порушень у поведінці дитини та потребує допомоги фахівців.

Останнім часом у мережі «Інтернет» поширеними стали квести, інтернет-ігри, челенджі й так звані групи смерті, які доводять дітей і підлітків до самогубства. Ігри підлітків зі смертю траплялись у дитячому середовищі ще до появи інтернету: існували так звані ігри-випробування: постояти на рейках перед поїздом і зіскочити в останній момент, стрибнути з моста у воду, зачепитися за тролейбус і проїхати до наступної зупинки. Ці, так би мовити, «перевірки на хоробрість» дозволяли сміливцям отримати заряд адреналіну та підвищити свій авторитет серед підлітків. Ними, зазвичай, рухають або бажання отримати адреналін, або прагнення самоствердитися, або дитяча цікавість, або все це разом.

Із розвитком мережі «Інтернет» у соцмережах можна знайти багато постів про небезпечні віртуальні ігри серед підлітків. Наводимо неповний список назв можливих груп смерті у соціальних мережах: «Кити пливуть угору», «Розбуди мене о 4:20», «f57», «f58», «Тихий дім», «Рина», «Няпока», «Море китів», «50 днів до мого ...». Хештеги: #дімкитів, #морекитів, #ЧумацькийШлях, #150зірок, #ff33, #d28, #хочувгру, #біжиабовмри, #таблетки, #чтобудетесли. Записи в акаунті соцмереж цифр 50 і менше, а також зображення китів, зокрема які літають, метеликів та єдинорогів.

Йдеться про закриті групи в соцмережах та закриті акаунти в Інстаграм, де адміністратор групи або власник акаунта втягують у гру підлітків, стимулюючи до виконання певних завдань. Діти, які бажають взяти участь у грі, розміщують на своїх сторінках у соціальних мережах пост із запитом на гру та супроводжують його певним хештегом. Відомі такі рядки-запити: «Синій кит за мною повернеться, він прийде та гра почнеться», «Забери мене, кит, у свій #тихий дім. Пограємо з тобою удвох», «Випий 40 таблеток і подивись, що буде» тощо.

Поширення небезпечних інтернет-розваг відображає проблеми, які є не лише в дітей, а й у дорослих та суспільстві загалом. Завдяки створенню віртуального світу, віртуальних друзів, віртуального спілкування та віртуального життя відбувається втеча особистості від реальності, де смерть також здається віртуальною.

Сутність подібного роду квестів полягає в тому, щоб під виглядом розуміння і переймання проблемами спілкування підлітка з соціальним оточенням:

- а) посилити його ізолюваність від реальних соціальних стосунків;
- б) посилити емоційну залежність від групи та її очільників;
- в) маніпулювати поведінкою, настроями, цінностями учасників групи.

У деяких випадках метою діяльності керівників таких груп є своєрідна гра з доведення підлітка до самогубства. Подібні групи і доступність інформації в інтернеті – це спусковий гачок. Наприклад, якщо в родині немає здорових емоційних відносин, контакту з рідними, відсутнє спілкування з дитиною та присутнє домашнє насильство, тоді дитина буде звертатися за підтримкою до інтернету, де може бути залученою до небезпечних груп, ігор, челенджів.

Можна визначити негативні сімейні чинники, які здійснюють вплив на суїцидальність дітей та підлітків:

- психічні відхилення у батьків, особливо афективні (депресії та інші душевні захворювання);
- зловживання алкоголем, наркоманія або інші види анти-суспільної поведінки у сім'ї;
- сімейна історія суїцидів або суїцидальних спроб членів сім'ї;
- насильство у сім'ї (особливо фізичне та сексуальне);
- брак батьківської уваги та турботи, погані стосунки між членами сім'ї та нездатність продуктивного обговорення сімейних проблем;

- постійне емоційне напруження та високий рівень агресивності у сім'ї, сварки між батьками;
- розлучення батьків або смерть одного із них;
- часті переїзди, зміна місця проживання сім'ї;
- неадекватні очікування батьків щодо дітей;
- авторитарний стиль виховання у родині;
- недостатня увага батьків до дітей.

Крім психологічної атмосфери в сім'ї, мають значення вікові, особистісні особливості, ситуаційні чинники та поточний емоційний стан дитини, яка потрапила в комп'ютерну залежність.

Першими ознаками залежності дітей є:

- погіршення успішності, часті запізнення або пропуски уроків;
- проведення часу за комп'ютером уночі;
- поєднання процесу гри із прийомом їжі;
- асоціювання себе з героєм гри;
- відсутність інших захоплень;
- нівелювання спілкування з іншими людьми;
- час, проведений за комп'ютером, перевищує час, що витрачається на інші види діяльності;
- гра набуває для дитини найважливішого значення;
- агресивне реагування на намагання оточуючих обмежити час перебування за комп'ютером;
- нездатність контролювати час, проведений за комп'ютером;
- вияви агресивності/дратівливості, якщо відсутня можливість скористатися інтернетом;

- у зв'язку з використанням мережі;
- втрата інтересу до зовнішнього вигляду та соціального життя.

Важливим аспектом профілактики суїцидальних тенденцій серед учнів є питання педагогічного відстеження їхнього емоційного стану.

Підлітковому віку властива імпульсивність дій, тому іноді тривалість фаз суїцидальної поведінки (обдумування скоєння суїциду, амбівалентності, тобто стресових факторів, що приводять до фатальних дій, та фази суїцидальної спроби) може бути дуже короткою, не більше однієї години. Звичайно, це вимагає від дорослих виявлення та оперативних дій у наданні адекватної допомоги таким підліткам.

Спілкуючись із такою дитиною, вчитель, класний керівник може спостерігати напругу, агресивність, апатію, депресію, аутоагресивну поведінку тощо. Саме тому професійно важливими якостями педагога, психолога мають бути спостережливість, чуйність, емпатія, вміння аналізувати.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ 7

БАР'ЄРИ ТА БЕЗПЕКА В ІНТЕРНЕТ-СПІЛКУВАННІ

Мета: поглибити знання студентів щодо поняття «кібербезпека» як процесу застосування заходів безпеки з метою забезпечення конфіденційності даних; ознайомити із системою кібербезпеки України та правового регулювання цієї системи.

Питання до підготовки

1. Кібербезпека як процес застосування заходів безпеки з метою забезпечення конфіденційності, цілісності та доступності даних.
2. Система кібербезпеки України. Правове регулювання.
3. Ключові етичні компетенції безпечної поведінки в інтернет-просторі. Типи загроз безконтрольного доступу до інтернету: їх ідентифікація та засоби подолання.
4. Особиста безпека загрози витоку персональної інформації. Спам та небажані повідомлення в інтернет-спілкуванні.
5. Булінг, фішинг, кардинг, грумінг в мережі «Інтернет», їх сутність, шляхи попередження(подолання) негативних наслідків.
6. Інтернет-залежність особистості: поняття, критерії оцінювання, соціальні наслідки, стан проблеми в цифровому суспільстві.
7. Правила безпечної поведінки особистості в інтернет-просторі.
8. Дитина у віртуальному просторі.

Контрольні запитання та завдання

1. Охарактеризуйте типи загроз безконтрольного доступу до інтернету.
2. Які кроки попередження (подолання) негативних наслідків неприємної поведінки в інтернет-просторі ви можете запропонувати?
3. Охарактеризуйте критерії оцінювання інтернет-залежності особистості.
4. Розкрийте сутність поняття кібербезпека.
5. Яка різниця між мобінгом та булінгом ?
6. Розкрийте сутність типів інтернет-залежних осіб.
7. У чому сенс правил безпечної поведінки особистості в інтернет-просторі?
8. Як зробити людині зауваження, щоб не зіпсувати стосунків і викликати у неї бажання щось виправити у своїх діях, поведінці у віртуальному спілкуванні?
9. Охарактеризуйте стан проблеми інтернет-залежності у сучасному цифровому суспільстві.

Завдання для самостійної роботи

- Скласти схему основних проблем, з якими стикається людина у віртуальному просторі
- Скласти кишеньковий poradnik з кібербезпеки.

Теоретичний аналіз:

- Ознайомтесь з поняттям «бар'єри в інтернет-спілкуванні». Напишіть короткий реферат (2-3 сторінки), в якому опишіть основні типи бар'єрів (технічні, психологічні, соціальні, культурні) та їх вплив на ефективність комунікації.

- Вивчіть основні принципи інтернет-безпеки. У рефераті (2-3 сторінки) розкрийте основні загрози безпеці в мережі (фішинг, віруси, зломи облікових записів) та способи їх уникнення.

Практичне завдання:

- Розробіть пам'ятку для користувачів інтернету з основними правилами безпеки при спілкуванні онлайн. Включіть в пам'ятку поради щодо створення надійних паролів, розпізнавання фішингових повідомлень, використання антивірусного ПЗ тощо.
- Проведіть аналіз популярних соціальних мереж (наприклад, Instagram, Facebook) щодо наявності та ефективності засобів захисту особистих даних користувачів. Напишіть звіт (2-3 сторінки) з результатами аналізу.

Дослідницьке завдання:

- Проведіть опитування серед своїх однолітків щодо їхнього досвіду з бар'єрами та загрозами в інтернет-спілкуванні. Розробіть анкету з 10-15 питань та проведіть опитування мінімум 20 осіб. Проаналізуйте результати та підготуйте презентацію з висновками.
- Дослідіть сучасні технології захисту інформації в інтернеті (шифрування, VPN, двофакторна аутентифікація) та підготуйте доклад (3-4 сторінки), в якому поясніть принципи їх роботи та практичне застосування.

Творче завдання:

- Розробіть інфографіку, яка візуально представляє основні загрози інтернет-спілкування та способи їх уникнення.
- Зробіть відеоролик (3-5 хвилин) з порадами щодо безпечного спілкування в інтернеті для ваших однолітків. Використовуйте реальні приклади та історії для більшої переконливості.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

***Ці питання допоможуть перевірити знання ключових аспектів психології соціальних мереж та їх впливу на користувачів, ще глибше перевірити знання та розуміння психологічних аспектів використання соціальних мереж.

Оберіть правильну відповідь

1. Які є види мереж:

- а. локальна;
- б. інформаційна;
- с. глобальна.

2. Мережа, яка об'єднує комп'ютери в межах одної аудиторії, називається:

- а. інформаційна;
- б. локальна;
- с. глобальна.

3. Інформаційно-технологічна готовність майбутнього фахівця – це:

- а. знання засобів інформаційних технологій і вміння з ними звертатися;
- б. самостійно приймати рішення;
- с. уникнення неприємних ситуацій.

4. Призначення комп'ютерних мереж:

- а. пошук потрібної інформації;
- б. для спілкування з тими, хто знаходиться в інших країнах;
- с. обмін інформацією.

5. Що таке інтернет-комунікація:

- а. спілкування за допомогою глобальної комп'ютерної мережі інтернет;
- б. взаємодія між комп'ютером і людиною;
- с. взаємодія між людьми.

6. Що не належить до аспектів комунікації за допомогою інтернету:

- а. спілкування між комунікантами-людьми;
- б. відвідування веб-сайтів з власного ПК;
- с. здійснення обміну між різними суб'єктами комунікації за допомогою голосу, відео, текстових повідомлень, файлів (наприклад, системи інтернет-магазинів, інтернет-банкінгу тощо).

7. Інтерактивне спілкування – це:

- а. спілкування між людьми без використання мережових технологій;
- б. обмін повідомленнями у режимі реального часу;
- с. пошук важливої інформації.

8. Групи новин Usenet:

- а. повідомлення, введені з клавіатури користувачем відразу стає доступним для адресатів, які настроїли аналогічні програми на своїх комп'ютерах;
- б. це своєрідна електронна газета, яку можна передплатити й водночас бути її кореспондентом;
- с. у цих конференціях можна обмінюватися в режимі реального часу не тільки текстовими, а й голосовими повідомленнями, відео зображенням (відео конференції).

9. Як спілкуватися у службах миттєвих повідомлень одразу з кількома учасниками чату:

- а. спілкування з кожним учасником окремо з різних технічних засобів ;
- б. обрати групу імен для спілкування;
- с. таке спілкування неможливо.

10. Як називають осіб, які цілеспрямовано намагаються спровокувати конфлікти між учасниками форуму:

- а. тролі;
- б. банхамери;
- с. офтопіки.

11. Яке спілкування називається віртуальним:

- а. спілкування, що відбувається між реальними співрозмовниками завдяки мові та жестам;
- б. спілкування, що відбувається в мережі за допомогою обміну знаковими або мультимедійними повідомленнями;
- с. спілкування офлайн

12. Що таке мережевий етикет:

- а. правила поведінки у суспільстві ;
- б. правила поведінки на робочому місці;
- с. правила поведінки, спілкування, традицій у соціальних мережах.

13. Що виражають за допомогою смайликів:

- а. емоції у віртуальному спілкуванні;
- б. емоції у реальному спілкуванні;
- с. добрий настрій.

14. Вкажіть недоліки віртуального спілкування:

- а. людина відвикає від реального спілкування;
- б. залежність від комп'ютера та соціальних мереж;
- с. людина виявляє доброзичливість та щирість.

15. Вкажіть правила мережевого етикету:

- а. зберігати власну гідність;
- б. уникати образ і не брати участь в конфліктах;
- с. не ображати співрозмовників.

16. Засоби та дії, які імітують поведінку будь-кого іншого – це:

- а. мобінг;
- б. фішинг;
- с. булінг.

17. В інтернеті соціальна мережа – це:

- а. інтерактивні бесіди;
- б. програмний сервіс, площадка для взаємодії людей у групі або групах;
- с. обмін текстовими повідомленнями.

18. Який рік вважають роком народження інтернету (цього року 29 жовтня між двома комп'ютерами було проведено мережею перший сеанс зв'язку):

- а. 1963;
- б. 2009;
- с. 1991.

19. Суспільство ставить до сучасного психолога такі морально-психологічні вимоги роботи в соціальних мережах:

- а. наявність певних моральних цінностей, вміння спілкуватися;
- б. висока ерудиція та культура, високий рівень моральних взаємин з людьми, психологічна самоактуалізація;
- с. висока фахова підготовка, ерудиція і культура поведінки.

20. Стосовно ставлення психологів до новацій їх можна умовно поділити на кілька груп, а саме:

- а. новатори, умовні новатори, консерватори;
- б. новатори, передові, помірковані, глибоко помірковані, інертні;
- с. психологи-майстри, психологи-методисти, стажисти.

21. Девіантна поведінка у віртуальній комунікації:

- а. розміщення реклами у соціальних мережах;
- б. кібербулінг;
- с. дотримання правил «нетикету».

22. Хайкінг - це:

- а. пізнавальна діяльність в інтернеті ;
- б. спільна мова з віртуальним співрозмовником;
- с. прихильність до інтернету.

23. Інтернет-адикція означає:

- а. нехімічна залежність від користування інтернетом;
- б. прагматична організація інтернет-спілкування;
- с. конструювання власної ідентичності.

24. Психологічний захист – це:

- а. відсутність моральних кордонів при спілкуванні у соціальних мережах;
- б. неусвідомлюваний процес усунення або послаблення психікою людини негативних емоційних переживань;
- с. розвиток псевдоідентичності.

25. Самопрезентація як вміння подавати себе, означає:

- а. створення іміджу особистості;
- б. образ Я- уявлення індивіда про самого себе;
- с. вміння використовувати вербальні і невербальні засоби у спілкуванні в інтернеті.

26. Який вплив соціальні мережі мають на самооцінку користувачів?

- а. підвищують самооцінку;
- б. знижують самооцінку;
- с. впливають неоднозначно, залежно від контексту.

27. Що таке «соціальне порівняння» у контексті соціальних мереж?

- а. оцінка своїх досягнень порівняно з досягненнями інших користувачів;
- б. аналіз власних постів та контенту;
- с. оцінка якості контенту в соціальних мережах.

28. Яка поведінка може бути пов'язана з FOM" (fear of missing out) у соціальних мережах?

- а. надмірне використання соціальних мереж через страх пропустити важливі події;
- б. зменшення часу, проведеного в соціальних мережах;
- с. повне ігнорування соціальних мереж.

29. Який вплив соціальні мережі мають на міжособистісне спілкування:

- а. покращують якість спілкування;
- б. знижують якість спілкування;
- с. впливають неоднозначно, залежно від використовуваної платформи.

30. Що таке «кібербулінг» і як він пов'язаний із соціальними мережами:

- а. форма традиційного булінгу в школі;
- б. форма агресивної поведінки, здійснюваної через інтернет;
- с. вияви дружньої поведінки в соціальних мережа.

31. Які психологічні механізми можуть призводити залежність від соціальних мереж:

- а. ефект винагороди та визнання;
- б. фізична потреба;
- с. втома та бажання відпочити.

32. Як соціальні мережі можуть впливати на психічне здоров'я користувачів:

- а. виключно позитивно;
- б. виключно негативно;
- с. вплив може бути як позитивним, так і негативним, залежно від обставин.

33. Який ефект можуть мати соціальні мережі на формування особистої ідентичності у підлітків:

- a. допомагають сформувати позитивну ідентичність;
- b. ускладнюють процес формування ідентичності;
- c. впливають неоднозначно, залежно від контенту та взаємодії.

34. Що таке «синдром дефіциту уваги» у контексті використання соціальних мереж:

- a. постійне відволікання на повідомлення та оновлення в соціальних мережах;
- b. нездатність зосередитися на одному завданні протягом тривалого часу;
- c. обидва варіанти правильні.

35. Який тип контенту в соціальних мережах найбільше впливає на емоційний стан користувачів:

- a. позитивний контент (наприклад, щасливі новини, смішні відео);
- b. негативний контент (наприклад, трагічні новини, конфлікти);
- c. контент, що викликає сильні емоційні реакції, незалежно від того, позитивний він чи негативний.

36. Як використання соціальних мереж може вплинути на якість сну:

- a. покращує якість сну завдяки релаксаційним відео;
- b. знижує якість сну через синє світло екранів і нічні перегляди;
- c. не має впливу на якість сну.

37. Що таке «віртуальне вигорання» і як воно пов'язане з соціальними мережами:

- а. відчуття втоми та апатії через надмірне використання соціальних мереж;
- б. почуття задоволення від тривалого використання соціальних мереж;
- с. втрата інтересу до реального життя через занурення в соціальні мережі.

38. Як соціальні мережі можуть вплинути на розвиток соціальних навичок у дітей та підлітків:

- а. покращують соціальні навички через онлайн-комунікацію;
- б. можуть обмежувати розвиток соціальних навичок через нестачу особистих взаємодій;
- с. не впливають на розвиток соціальних навичок.

39. Який вплив має кількість підписників і лайків на психологічний стан користувачів:

- а. позитивний вплив, підвищуючи самооцінку;
- б. негативний вплив, спричиняючи тривогу та залежність від схвалення;
- с. вплив залежить від індивідуальних особливостей користувача.

40. Як соціальні мережі можуть вплинути на почуття самотності:

- а. знижують почуття самотності через можливість спілкування з іншими людьми;
- б. підсилюють почуття самотності через поверхневі взаємодії та соціальне порівняння;
- с. вплив неоднозначний і залежить від якості взаємодії та соціального оточення.

ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

ОСНОВНА

1. Виховання дітей та молоді у цифровому просторі: посібник / [Журба К., Канішевська Л., Малиношевський Р., Харченко Н., Федоренко С.]. Київ, 2022. 124 с.
2. Культура віртуального спілкування: методико-бібліографічні матеріали. К., 2010. 65 с.
3. Немеш О. М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного аналізу: монографія. К.: Слово, 2017. 391 с.
4. Посібник з інтернет-грамотності / Дженіс Річардсон, Елізабет Міловідов, Мартін Шмальцрід. Київ: ТОВ Агенство Україна, 2020. 148 с.
5. Психологічні механізми становлення суб'єктності дорослих у віртуальному просторі: монографія; за ред. М. Смульсон. Київ – Львів: Видавець Вікторія Кундельська, 2021. 180 с.
6. Психологія міжгрупової взаємодії у вимірах війни та миру: навчальний посібник; за наук. ред. Л. Чорної. НАПНУ, Інститут соціальної та політичної психології. Кропивницький: Імекс ЛТД, 2023. 146 с.
7. Сурякова, М. В., Панфілова, Г. Б., & Скляньська, О. В. (2021). Соціальна психологія (з основами соціально-психологічного тренінгу): Навч. посібник [електронне видання].
8. Черних О. О. Онлайн: навч.метод.посіб. К., ВАІТЕ, 2020. 108 с.

ДОПОМІЖНА

1. Biocca F. Chapter 1: The vision of virtual reality / F. Biocca, P. Levy / In: Biocca F. (eds). Communication in the age of virtual reality. – Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1995. Pp. 3-14.
2. Collaborate: A Virtual Community for Educators. <http://www.whitehouse.gov/open/innovations/Collaborate-Nara>.
3. Csikszentmihalyi M. Beyond boredom and anxiety: experiencing flow in work and play. San-Francisco: Jossey-Bass, 2000.
4. European Training Village: A word of explanation. <http://communities.trainingvillage.gr/cobrand/cb2716/images/About.htm#>
5. Heeter C. Why Play (VR) games? <http://commtechlab.msu.edu/publications/files/whyplay.html>.
6. McLuhan M. Understanding Media. The Extension of man. Routledge, London-New York, 2001.
7. Smith M. A. The economics of online cooperation / M. A. Smith, P. Kollock (Eds.) // Communities in cyberspace. London: Routledge. 1999. Pp. 222–239.
8. Virilio P. Speed and Information: Cyberspace Alarm! // Reading Digital Culture Ed. by David Trend: Blackwell, 2001.
9. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації: Монографія. К.: Академія Української Преси. 2011. 387 с.
10. Загальна психологія: курс лекцій з навч. тест. завданнями : навч. посіб. у 2 ч. / І. В. Волженцева, Н. В. Харченко. Переяслав: Домбровська Я. М., 2021. Ч. 1. 394 с.

11. Збірник практичних завдань з інфомедійної грамотності, інтегрованої до фахової підготовки студентів-журналістів. Відп. ред. та упоряд. Будівська Г., Дуцик Д., Тараненко О. Київ: IREX, 2020.
12. Каплунов, Денис. Королі соціальних мереж. Київ: BookChef, 2022. 432 с.
13. Соціокультурні детермінанти розвитку психології особистості в Україні: монографія. за наук. ред. В. В. Турбан. Київ: Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2023, 296 с.
14. Яковенко О. В. Практикум із загальної психології: [методичний посібник]. Національний університет Києво-Могилянська академія. Київ: Дірект Лайн, 2024. Ч. 5. С. 155-163.

Навчально-методичне електронне видання

*Галина Дмитрівна Берегова
Маргарита Едуардівна Фролова
Олена Миколаївна Момоток*

Психологія віртуального простору

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК

ISBN 978-617-8187-29-3 (електронне видання)



Підписано до друку 21.09.2024 р.. Формат 60×84/8.

Гарнітура Times.

Ум. друк. арк. 23,58. Обл.-вид. арк. 25,36.

Замовлення №3112.

Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С.
Свідоцтво про внесення до державного реєстру суб'єктів видавничої справи:
Серія ХС №48 від 14.04.2005 р.
Видано Управлінням у справах преси та інформації
73000, Україна, м. Херсон, вул. Соборна, 2.
Тел. +38(050)133-10-13
e-mail: printvvs@gmail.com