

Експериментальне дослідження особливостей онлайн-спілкування з незнайомцями в соціальних мережах

У статті розглядається проблема взаєморозуміння у діалогічному комп'ютерно-опосередкованому спілкуванні. Викладені результати експериментального дослідження особливостей діалогічного текстового онлайн-спілкування зі знайомими та незнайомими співрозмовниками. Пропонуються заходи для профілактики та подолання медіатравми, що впливають з результатів дослідження.

Ключові слова: *Комп'ютерно-опосередковане спілкування, діалог, взаєморозуміння, медіатравма.*

Диалогическое общение с незнакомцами в социальных сетях как источник медиатравмы и ресурс для ее профилактики

В данной статье рассматривается проблема взаимопонимания в диалогическом компьютерно-опосредованном общении. Изложены результаты экспериментального исследования особенностей диалогического текстового онлайн-общения со знакомыми и незнакомыми собеседниками. Предлагаются меры по профилактике и преодолению медиатравмы, вытекающие из результатов исследования.

Ключевые слова: *Компьютерно-опосредованное общение, диалог, взаимопонимание, медиатравма.*

Dialogic communication with strangers in social networks as a source of mediatrauma and a resource for its prevention

In this article the problem of mutual understanding in dialogical computer-mediated communication is described. The article presents and analyzes the results of experimental study of computer-mediated communication in pairs of familiar and

stranger communicants. The measures for preventing and overcoming mediatrauma arising from the study are described.

Keywords: *Computer-mediated communication, dialogue, mutual understanding, mediatrauma.*

З часів появи комп'ютерів було створено чимало теорій комп'ютерно-опосередкованого спілкування. Перші спроби аналізу цього виду комунікації супроводжувалися саме описом обмежень, характерних для опосередкованого спілкування, і переліком його недоліків у порівнянні з неопосередкованим спілкуванням. Їхні автори стверджували, що ці обмеження є непереборними, і комп'ютерно-опосередковане спілкування приречене залишатися другорядним і поверхневим. Проте з плином часу та розвитком технологій опосередкування зв'язку, а також з накопиченням досвіду як у користувачів інтернету, так і у дослідників людини у віртуального просторі з'являлись нові підходи, що містили більше надії на гнучкість людської психіки, що може адаптуватися навіть до обмежених каналів сприйняття. Так, наприклад, центральним аргументом теорії розширення каналів є те, що, коли люди отримують більше досвіду взаємодії з конкретним комунікаційним середовищем, середовище стає багатшим для них. Тобто, теоретично, воно стає більш здатним для вирішення неоднозначних і особистісно орієнтованих завдань зв'язку. В рамках теорії обробки соціальної інформації висувається припущення, що комунікатори мотивовані розвивати міжособистісні враження і близькість незалежно від середовища. У разі, коли невербальні сигнали недоступні, комунікатори здатні адаптувати їхні взаємини та засоби зв'язку для того, щоб сигнали залишалися доступними через канал, який вони використовують. При цьому користувачам інтернету потрібно більше часу для налагодження контакту[1][2].

Гармонійне використання інтернету можливе за наявності певного досвіду, користуванню інтернетом та комп'ютерному спілкуванню потрібно навчатись так само, як дитина навчається взаємодіяти з соціумом або як людина оволодіває технічними можливостями комп'ютера. Віртуальне середовище рясніє випадками кібербулінгу, адже за умов анонімності та фізичної неприсутності надто просто і безпечно видається образити іншу людину, без жодних наслідків

для агресора. В інтернеті надзвичайно швидко поширюються чутки та плітки, що може викликати паніку та надає широкі можливості для маніпуляції людськими настроями та поведінкою. Для того, щоб уникнути негативного впливу неправдивої інформації, потрібно розвивати критичне мислення, вивчати інформаційні джерела, проглядати багато різних сайтів, щоб нарешті навчитися відрізняти правду від брехні.

Для того, щоб дослідити особливості онлайн-спілкування зі знайомими та незнайомими співрозмовниками, ми запросили досвідчених користувачів інтернету взяти участь в експерименті, провівши розмову на задану тему з одним співрозмовником. В експерименті взяли участь 37 пар знайомих між собою співрозмовників та 24 пари незнайомих. Їм потрібно було вирішити спільне завдання та в ході вирішення створити творчий продукт. Після виконання завдання учасники експерименту проходили три тести – «комунікативний рівень менеджера», що вимірює вміння людини вести бесіду, «Тест мотиваційних орієнтацій», що вимірює різні види мотиваційної спрямованості людини в ході конкретної бесіди та створений нами спеціально для цього експерименту опитувальник «ДВІС» - аббревіатура від «дослідження взаєморозуміння в інтернет-спілкуванні», в якому представлені різні аспекти онлайн спілкування – темпоральний, змістовий, емоційний, історичний та медіа-активність особистості. Також в ньому були виділені шкали загальної задоволеності розмовою та загальний показник взаєморозуміння, що включає різні аспекти онлайн-спілкування, що корелюють з задоволеністю бесідою[4].

Як виявилось, знайомі між собою співрозмовники краще розуміють повідомлення одне одного, вони здаються їм простішими через пристосованість до індивідуального стилю онлайн-спілкування добре знайомого співрозмовника. Також знайомі співрозмовники оцінюють власні мотиваційні орієнтації на прийняття партнера, на адекватність сприйняття та розуміння партнера та на досягнення компромісу вище, ніж незнайомі співрозмовники. Ми пояснюємо такі дані тим, що люди, які мають досвід спілкування одне з одним, мали період взаємного налаштування одне до одного, їхні інтенції та реакції вже врівноважені, зворотний зв'язок відкалібрований. Це співзвучно з положеннями

теорії обробки соціальної інформації. Мотивація спілкування цих респондентів не обмежується бажанням прийняти участь в дослідженні, бо вони спілкуються і поза експериментом, отже, довіряють і цікаві одне одному і отримують задоволення від спілкування.

Щодо пар незнайомих між собою співрозмовників, то вони неочікувано продемонстрували вищий рівень медіа-активності, ніж пари знайомих між собою комунікантів. Шкала медіа-активності включала такі змістові області, як тривалість та інтенсивність досвіду спілкування в інтернеті (комунікативний критерій), створення власного медіа-контенту (творчий критерій), вибірковість, усвідомленість та критичність сприймання інформації в інтернеті (когнітивний критерій) тощо[3].

Метод опитування є методом збору суб'єктивних даних про людину, тобто результати опитувальників завжди дають нам інформацію про те, як людина себе презентує, який образ вона прагне створити у експериментатора. В даному дослідженні респонденти, що отримали досвід діалогу та виконання завдання в парі з абсолютно незнайомим співрозмовником, презентували себе як більш медіа-активні. Діалог з привітно налаштованим незнайомцем, що мав чітку структуру та вів до певного результату, спонукав людей оцінювати свою медіа-активність вище за людей, що спілкувалися зі знайомими і не отримали досвіду певного виходу за межі зони комфорту. Можливо, респонденти з експериментальної групи після отримання незвичного досвіду частіше згадували інші випадки своєї активності в інтернеті.

Більше того, респонденти з цієї групи оцінили свою задоволеність бесідою вище, ніж контрольна група. Вони були більше задоволені як процесом, так і результатами бесіди. Загальний показник взаєморозуміння, що включав різні аспекти онлайн-спілкування, що корелюють з задоволеністю бесідою, також виявився вищим в експериментальній групі. Більшість з респондентів експериментальної групи зазначили, що вони з задоволенням спілкувалися б з цим співрозмовником і надалі. Після експерименту ми помітили, що деякі пари раніше незнайомих респондентів не лише додали одне одного у друзі в

соціальних мережах, а й активно лайкають та коментують пости одне одного, тобто певною мірою дійсно збільшили свою медіа-активність.

Боротьба з явищами кібербулінгу, маніпулювання, залякування тощо полягає не в обмеженні доступу до інтернету, а в просвітництві та навчанні людей критичному мисленню, розвитку самосвідомості, використанню можливостей програм для спілкування, набуттю досвіду онлайн-спілкування та пошуку інформації. Негативний досвід спілкування в інтернеті може призвести до фрустрації і травмувати людину, проте позитивний досвід підвищує її самооцінку, позбавляє невпевненості та є підставою для подальшого подолання труднощів, підвищення медіа-активності та розширення подібного онлайн-досвіду. Основою для ефективного комп'ютерно-опосередкованого спілкування є якісний зворотний зв'язок від співрозмовника, уважність до співрозмовника та усвідомлення власної мотивації спілкування. Досвід онлайн-спілкування є важливим, проте дещо другорядним в порівнянні з прагненням зрозуміти співрозмовника та готовністю знаходити компроміс.

Література:

1. Keep M. Comparing Online and Offline Self-Disclosure: A Systematic Review / M. Keep, A. J. Campbell, S. Yu // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. – 2012. – №20. – С. 71–140.
2. Walther J. B. Theories of computermediated communication and interpersonal relations / Walther. // *The handbook of interpersonal communication*. – 2011. – №4. – С. 443–479.
3. Вознесенська О.Л. Медіа-активність як фактор становлення особистості сучасного студента / Вознесенська О.Л.; II Міжнародна науково-практична конференція «Генеza буття особистості» (19-20 грудня 2011 року). – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2011. – Том II. – 408 с. – С. 18-25.
4. Кришовська О.О. Дослідження поглядів користувачів інтернету на взаєморозуміння в онлайн-спілкуванні / Олександра Олександрівна Кришовська. // *Materials of International scientific and practical conference «Problems and perspectives in European educational development»*. – 2016. – С. 185–186.