

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

*Факультет № 6  
Кафедра соціології та психології*

**ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ**

з навчальної дисципліни «**Соціальна психологія**»  
з обов'язкових компонент  
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

*053 Психологія (практична психологія)*

**Тема 11. Соціальний вплив: рівні, зміст, феноменологія.**

**Харків 2023**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ  
Протокол № 7 від 30.08.2023 р.

**СХВАЛЕНО**

Вченою радою факультету № 6  
Протокол № 7 від 25.08.2023 р.

**ПОГОДЖЕНО**

Секцією Науково-методичної ради  
ХНУВС з гуманітарних та  
соціально-економічних дисциплін  
Протокол № 7 від 29.08.2023 р.

Розглянуто на засіданні кафедри  
соціології та психології  
Протокол № 8 від 15.08.2023 р.

**Розробник:**

Доцент кафедри соціології та психології, кандидат біологічних наук, доцент  
Шахова О.Г.

**Рецензенти:**

1. Доцент кафедри психології та педагогіки Харківської державної академії культури, кандидат психологічних наук, доцент Віденєєв І.О.
2. Доцент кафедри соціології та психології факультету № 6 Харківського національного університету внутрішніх справ, кандидат психологічних наук, доцент Шиліна А.А.

### **План лекції**

1. Поняття, стратегії впливу і його класифікація.
2. Сім'я як інститут соціалізації
3. Освітні інститути та особистість.
4. Вплив засобів масової інформації.
5. Вплив нових інформаційних технологій -Інтернет

### **Рекомендована література:**

#### **Основна**

1. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / П. П. Горностай, М. М. Слюсаревський, В. О. Татенко, Т. М. Титаренко, Н. В. Хазратова та ін. ; за ред. М. М. Слюсаревського. – Київ : Талком, 2018. – 580 с.
2. Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / Н. Ю. Волянчук, Г. В. Ложкін, О. В. Винославська, І. О. Блохіна, М. О. Кононець, О. В. Москаленко, О. І. Боковець, Б. В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с
3. Шахова О. Г. Соціальна психологія особистості Харків: «Контраст», 2019. 116 с.

#### **Допоміжна:**

4. Бандурка А.М., Землянская Е.В. Психология руководителя: монография Х. : Золотая миля, 2013. 720 с.
5. Скорюк В.Д. Соціальна психологія в схемах і коментарях: учб.-практ. пос. Київ : Сварог, 2017. 207 с.

### **Інформаційні ресурси в Інтернеті:**

6. Пошукова система Google Scholar <http://scholar.google.com/>
7. Пошукова система Springer <https://link.springer.com/>
8. Пошукова система Scirus <https://www.elsevier.com/>

### **Текст лекції.**

#### **1. Поняття, стратегії впливу і його класифікація.**

Категорія психологічного впливу займає особливе місце в системі психологічного знання. Всю історію психології “можна розуміти як історію відповіді на питання про сутність, природу, критерії ефективності психологічного впливу, як розвиток поглядів і підходів до пояснення об’єктивних і суб’єктивних детермінант цього процесу. Це пов’язано з тим, що проблема психологічного впливу виступає, на думку автора, як “стрижнева”, “результуюча” проблема в психології й одночасно як системоутворююча категорія, що багато в чому визначає цільову перспективу (пошук законів керування психічними явищами), прикладний потенціал, суспільне обличчя психологічної науки, пов’язане з дієздатністю виявлених у ній законів, їхньою застосовністю до соціальної практики”.

На сьогоднішній день ще не існує єдиного визнаного стійкого визначення категорії психологічного впливу. Дана категорія психології розглядалася в різних психологічних напрямках

– психології особистості, психології спілкування, психології малих соціальних груп і колективів, психіатрії, психотерапії тощо. При цьому кожне із цих напрямків поглиблювало й доповнювало розробку проблематики психологічного впливу. Найбільш широкі можливості для визначення сутності психологічного впливу відкриваються, якщо звернутися до джерел, що трактують вплив у контексті такої філософської категорії як “взаємодія”. “Філософський енциклопедичний словник” пропонує розглядати “взаємодію” як філософську категорію, що відображає процеси впливу різних об’єктів один на одного, їхню взаємну обумовленість, зміну стану, взаємопереходи, а також породження одним об’єктом іншого.

Аналізуючи сутність психологічного впливу, В. М. Куліков відзначає: “По своїй сутності психологічний вплив є “проникненням” однієї особистості (або групи осіб) у психіку іншої особистості (або групи осіб)... Метою й результатами цього “проникнення” є зміна, перебудова індивідуальних або групових психічних явищ (поглядів, відносин, мотивів, установок, станів тощо)”.

*Соціальний вплив* – це зміна уявлень, думок, поведінки індивідів або груп, що відбулася стихійно або цілеспрямовано.

Соціальний світ – це особлива реальність, у якій діють свої закони. Головний з них – закон загального соціального впливу. Індивід може відчувати та усвідомлювати його вплив, але може і не здогадуватися про його існування. У світі людських стосунків соціальний вплив діє так само неминуче, як сила тяжіння у світі фізичному. Людина, незалежно від того, знає вона чи ні про закон всесвітнього тяжіння, підпорядковується йому, точно так само справа відбувається і з законом загального соціального впливу. Закон загального соціального впливу – *будучи соціальною* твариною, людина, відчуває на собі постійний соціальний вплив, але й сама вона, так чи інакше, впливає на інших людей.

При сприйнятті соціального впливу людям властиві дві взаємовиключні ілюзії щодо соціального впливу:

а) ілюзія незалежності від соціального впливу. У цьому випадку людині здається, що вона зовсім вільна від усякого суспільного впливу, її поведінка є результатом винятково власних рішень і волі. Однак Карл Маркс, заперечуючи проти ідеї соціальної автономності, сформулював свою знамениту тезу: не можна жити в суспільстві й бути вільним від нього. Навіть якщо індивід відгородився від усіх людей і став пустельником, уже сам факт його самоізоляції однаково буде результатом соціального впливу;

б) ілюзія повної залежності від обставин і суспільства в цілому. Вона виражається в тому, що в людей складається враження, начебто самі вони ні на кого не впливають, перебуваючи в той же час пасивними об’єктами впливу оточуючих.

Міжособистісний вплив – це складний процес, який не зводиться тільки до вербального переконання за допомогою аргументів. У ньому задіяні різноманітні способи, прийоми й засоби соціального тиску. Взаємодіючи з іншими людьми, людина свідомо або несвідомо намагається справити потрібне їй враження й вплинути на партнерів по взаємодії. Для цього вона використовує різні стратегії міжособистісного впливу (їх іще називають

стратегії самопрезентації). Стратегії самопрезентації – це особливі поведінкові стратегії, ціль яких справляти потрібне враження й тим самим впливати на людей.

Соціальні психологи вважають, що кожна із цих стратегій може бути як домінуючою в поведінці індивіда, так і застосовуватися ним час від часу залежно від ситуації й обставин. Незважаючи на очевидні відмінності, усі стратегії поєднує єдина мета: справити потрібне, вигідне враження й тим самим вплинути на інших людей.

До них належать:

1. Лестощі й підлецування. Це найпоширеніші способи соціального впливу, які викликають почуття задоволення в тих, кому адресовані.

2. Погрози й залякування впливають на людину інакше, ніж лестощі. Їх використовують, щоб викликати почуття тривоги й страху: переляканий, стривожений індивід легко піддається впливу.

3. Самовихваляння й самореклама. Якщо підлесник хвалить іншу людину й тим впливає на неї, то «саморекламщик» хвалить самого себе з тою ж метою – щоб впливати на інших людей. Адже люди вдаються до самовихваляння для того, щоб підвищити свій авторитет, а авторитет дійсно має сильний вплив.

4. Самоповчальність має на меті викликати в інших людей почуття провини. Людина, що застосовує цю стратегію, ставить себе в приклад оточуючим.

5. Прохальність. До неї вдаються для того, щоб викликати в співрозмовника почуття жалості, співчуття, розбудити в ньому турботу.

Класифікації впливу

Джон Френч і Бертран Равен аналізують соціальний вплив з погляду сил, що діють у суспільстві та змушують індивідів їм підкорятися. Автори виділяють п'ять форм і відповідно сил впливу:

- 1) сила покарання й примусу;
- 2) сила винагороди;
- 3) сила експертного впливу;
- 4) сила референтного впливу;
- 5) сила впливу влади й закону.

Ефективність покарання й винагороди можна пояснити біхевіористською формулою «стимул – реакція». Спільне застосування обох цих сил утворює горезвісний принцип впливу «батога й пряника».

Експертний вплив виявляють люди або організації, які, як вважається, мають спеціальні знання, професійні навички, уміння, здібності, тобто все те, що відсутнє у непрофесіоналів, які саме й піддаються експертному впливу.

Референтний вплив демонструють людина або група, з якими індивід ідентифікує себе, кого визнає як зразок для наслідування, на кого прагне бути схожим. Референтний вплив мають ті, кому наслідують і з кого беруть приклад. Це можуть бути члени родини, друзі, наставники, тренери, тобто люди, що володіють авторитетом.

А от сила впливу влади й закону майже цілком заснована на нормативному впливі. Споконвічно в кожному суспільстві існують норми, які приписують підкорятися представникам закону й влади.

Згідно з іншою класифікацією виділяють:

1) інформаційний вплив – вплив за допомогою інформації, відомостей, знань, фактів про життєві проблеми й ситуації (наприклад, експертний вплив);

2) нормативний вплив – вплив за допомогою спонукання підкорятися соціальним нормам (наприклад, референтний вплив або вплив влади).

Агенти впливу – люди, групи, організації – можуть володіти одночасно декількома або навіть усіма силами впливу.

## **2. Сім'я як інститут соціалізації.**

Специфіка сім'ї як соціального інституту полягає в тому, що вона, з одного боку, може бути розглянута як структурний елемент суспільства, а з іншого - як мала група. Відповідно сім'я, виконуючи свою соціалізуючу функцію по відношенню до особистості, є, з одного боку, провідником макросоціальних впливів, зокрема впливів культури, а з іншого - середовищем мікросоціальної взаємодії, яка характеризується своїми особливостями.

Загальновизнано, що роль сім'ї в сенсомоторному, когнітивному, психосоціальному розвитку дитини є вирішальною. Як би не різнилися теоретико-методологічні підстави дослідників сім'ї, вони єдині в одному: для свого розвитку діти потребують безпечного, емоційно-підтримуючого і передбачуваного середовища, що надає їм можливості для прояву власної активності. У всіх соціально-психологічних концепціях особистості родина розглядається як найважливіший інститут соціалізації. Саме в ній «діти набувають перші навички взаємодії, освоюють перші соціальні ролі (у тому числі статеві ролі, формування рис маскулінності і фемінінності), осмислюють перші норми і цінності. Тип поведінки батьків (авторитарний чи ліберальний) впливає на формування у дитини образу «Я».

У короткому огляді досліджень сімейного впливу на соціалізацію людини можна виділити три основні параметри: склад сім'ї, її згуртованість і якість комунікації.

Так, з точки зору складу сім'ї відзначається наступне:

- при відсутності одного з батьків самосприйняття дитини центрується на образі того з батьків, який живе разом з нею і піклується про неї: ця тенденція більше виражена у хлопчиків, що виховуються матір'ю, ніж у всіх інших випадках;

- загальна кількість дітей у сім'ї незначимо впливає на їх самооцінку, втім, як і порядок їх народження; більше значення має характер відносин з батьком однієї статі;

- емоційна депривація в ранньому дитинстві (виховання дитини за відсутності батьків або фігур, які їх заміщують) веде до почуття власної меншовартості, тривожності, а в підлітковому віці - до нормативної дезорієнтації, соціальної самоізоляції і почуття безсилля перед суспільними інститутами;

- порівняльні лонгитюдні дослідження дітей з повних сімей та дітей-вихованців дитячих притулків показали, що і у віці 20-25 років останні

виявляють меншу соціальну зрілість навіть за умови усиновлення в шкільному віці.

Що стосується такого параметра, як згуртованість сім'ї, то було показано, що:

- в цілому для західноєвропейських країн характерне збільшення рівня сімейної згуртованості (у порівнянні з 50-60-ми роками ХХ століття), що виражається в більшій матеріальній та емоційній підтримки дитячого покоління з боку батьків, в збільшенні часу перебування підлітків та молоді в батьківському домі, більшій довірливості міжпоколінних відносин;
- у встановленні високого рівня сімейної згуртованості на ранніх етапах життя сім'ї велику роль відіграє мати, а на етапі відділення підлітка від сім'ї - батько: саме він займає ключову позицію в поведінковій і емоційній емансипації підлітка незалежно від його статі;
- найбільша ефективність в сімейному житті (зокрема, за параметрами здатності до конструктивного вирішення конфліктів з дітьми і суб'єктивної задоволеності відносинами з ними) відзначається в сім'ях з «середнім» рівнем згуртованості: як роз'єднані, так і надмірно пов'язані сім'ї виявилися менш успішні в цьому питанні.

Найбільший емпіричний матеріал накопичений з питань характеру комунікації в сім'ї. В основному він стосується виділення тих чи інших класифікацій батьківської поведінки (типів батьківської влади, стратегій виховання, видів батьківської любові і т. а.) і аналізу міжпоколінних конфліктів. Так, зазначається:

- вплив батьківської любові та емоційної підтримки відрізняється для хлопчиків і дівчаток: якщо для дівчаток вираження любові батьків до них більш сприятливо позначається на загальному рівні самооцінки, то для хлопчиків воно більш значимо в плані формування навичок соціальної поведінки і швидкості адаптації до нових умов соціального середовища, причому гіперпеклюючий стиль виховання скоріше негативно позначається на їх самооцінці;

- для формування Я-концепції дитини важливі наступні три параметри батьківського ставлення: рівень контролю, ступінь емоційної близькості і зацікавленості. Так, високий ступінь авторитарності у відносинах з дитиною перешкоджає формуванню у нього позитивної Я-концепції, емоційна відчуженість веде до формування нестабільного самовідношення, а незацікавленість і байдужість позначаються на структурних складових образу Я;

- стиль дитячо-батьківських відносин впливає на особливості дитячого самовідношення. Підлітки, що зіштовхуються з демократичними, егалітарними або дозволяючими типами поведінки батьків, рідко відчують почуття занедбаності і знедоленості, в той час як вони характерні для більшості тих підлітків, які відчують потураючу, ігноруючу або автократичну модель батьківського впливу;

- зазначається також залежність певних параметрів соціальної поведінки дитини від характеру батьківської влади. Авторитарний і потураючий стиль призводить до формування соціальної ригідності, авторитарність виховання в сім'ї може викликати невпевненість у відносинах

з однолітками; підвищена агресивність у відносинах з однолітками корелює з рівнем фізичного насильства в сім'ї; здатність до самостійного прийняття рішень і соціального вибору раніше формується у підлітків з сімей з демократичною моделлю батьківської влади;

Таким чином, сім'я робить вирішальний вплив на розвиток дитини, задаючи вектор його соціального, морального та особистісного розвитку. Наявність емоційних фігур ідентифікації - батьків - створює умови для засвоєння дитиною соціального досвіду: інтерналізації цінностей і рольових моделей поведінки, формування Я-концепції. Але проходить час, і коло цих значущих інших неминує розширюється - в процес соціалізації включаються освітні інститути.

### **3. Освітні інститути та особистість.**

Поряд з сім'єю система освіти традиційно виділяється як другий провідний інститут соціалізації. У цій своїй якості вона має низку специфічних особливостей.

По-перше, має чітко виражений цілеспрямований характер впливу: відтворення існуючої суспільної системи, і в цьому сенсі освіта консервативна.

По-друге, для будь-якої системи освіти характерна орієнтація на ідеальну модель: і навчальний і виховний вплив у ній передбачає наявність деякого ідеального зразка (що виражається в сумі умінь і знань або / та в якостях особистості), який необхідно отримати «на виході».

По-третє, будь який освітній інститут несе в собі критерії оцінки своєї діяльності, що розуміються, як правило, через ступінь відповідності того, що вийшло «на виході» заявленому ідеальному зразку.

Особливості системи освіти як інституту соціалізації можуть бути розкриті через систему взаємодії дитини та професійного соціалізатора. Так, розділяючи процеси первинної (сімейної) і вторинної (інституційної) соціалізації, П. Бергер і Т. Лукман бачать їх принципову відмінність в ступені емоційної ідентифікації дитини зі значущими іншими: «грубо кажучи, необхідно любити свою матір, але не вчителя».

З певною мірою умовності можна виділити наступні напрямки досліджень школи як інституту соціалізації, представлені в психолого-педагогічній та соціально-психологічній літературі:

1) вивчення центральної соціалізуючої фігури, тобто вчителя - його особистісних особливостей (Я-концепції, ідентичності, ціннісних орієнтацій та ін.), характеру спілкування і взаємодії (які висловлюються насамперед у стилі викладання) і т.і.;

2) вивчення психологічних і соціально-психологічних особливостей учнів: в основному тут превалюють дослідження пізнавальної сфери, але особистісні характеристики, зокрема рівень самооцінки також є досить популярним предметом аналізу;

3) вивчення процесів взаємодії вчителя і учня, причому в основному вони розглядаються з точки зору ефективності в досягненні основних інституційних цілей;



4) порівняльне вивчення ціннісних орієнтацій, освітніх установок і уявлень про систему освіти вчителів та учнів;

5) вивчення соціальної ефективності систем освіти, при цьому характерною особливістю як зарубіжних, так і вітчизняних робіт є їх критична спрямованість.

Є певна парадоксальність у тому, що найбільш численні і яскраві сторінки в аналізі школи як інституту соціалізації присвячені, по суті, її десоціалізуючому впливу на особистість. У тому, що стосується особливостей особистості вчителя та їх впливу на освітній процес, було показано наступне:

- особливості Я-концепції вчителя пов'язані з вибором того чи іншого стилю викладання: чим більш позитивним він є, тим вище поведінкова гнучкість вчителя в процесі викладання (чергування монологічних висловлювань та діалогів, розширення репертуару оціночних висловлювань, зниження кількості допоміжних дій на уроці, пошук альтернативних, нетрадиційних форм викладання тощо);

Може здатися неймовірним, але за даними деяких досліджень учитель витрачає лише 10-15% навчального часу на виклад матеріалу й управління роботою учнів з його освоєння, інша кількість часу і зусиль спрямовується їм на реалізацію своїх вимог до поведінки в класі, що має вельми віддалене відношення до завдань інтелектуального чи соціального розвитку учнів.

- є дані про зв'язок позитивності / негативності Я-концепції вчителя і самооцінки учнів: завдяки більшій емоційній підтримки, одержуваної від вчителя з позитивної Я-концепцією, уявлення школярів про самих себе набувають більш реалістичний характер;

- порівняльний аналіз уявлень учительства і школярів про цілі вітчизняної освіти показує їх достатню неузгодженість: у той час як вчителі готують «критично мислячих людей, патріотів, готових взяти на себе відповідальність», старшокласники в переважній більшості вважають, що зазвичай школа «не вчить нічому», а мала б готувати «освічених людей, здатних створити міцну сім'ю і добитися в житті свого»;

- порівняльне дослідження ціннісних уявлень вчителів та їх вихованців показує, навпаки, певне перетинання: і в тій і в іншій групі респондентів на перші позиції виходять цінності сімейного життя і сімейного благополуччя.

Ці результати отримані в дослідженні російської школи.

Спостерігається розрив між освітньою системою і життям суспільства, який збільшується. Зазначається, що освіта втратила свою ціннісну орієнтацію в силу домінування в неї технократичного мислення. Наголошується недостатня гнучкість і сприйнятливості вітчизняної системи освіти до нових технологій навчання та освітніх форм і т.і.

Цікаво, що більшість - понад 70% - вчителів, відзначаючи глибоку кризу сучасної школи, одночасно бачать причини її актуальних труднощів «зовні» - в недостатній матеріальній забезпеченості, самоусунення сім'ї від процесів виховання, падінні престижу освіти в суспільстві і т.п. Більш «внутрішні» причини, наприклад, соціальна апатія учительства, його неготовність до змін, відзначаються значно рідше.

#### **4. Вплив засобів масової інформації.**

Поряд з сім'єю і системою освіти сьогодні до потужних агентів соціального впливу на особистість все частіше відносять засоби масової інформації (ЗМІ): пресу, радіо, телебачення, Інтернет. Однією з провідних соціально-психологічних функцій ЗМІ традиційно виділяється формування соціальної ідентичності.

За останніми даними у вільний час вважають за краще дивитися телевізор близько 80% підлітків, що більш ніж в 2 рази перевищує таку традиційну для даного віку форму дозвілля як спілкування з друзями.

Соціалізуючий вплив ЗМІ визначається тим, що вони багато в чому задають змістовний простір, в якому розгортається соціалізація сучасного підлітка: етичні норми і поведінкові моделі, що транслюються ЗМІ, присвоюються підлітком, формуючи його ціннісні орієнтації і нерідко реальну поведінку. Особливо яскраво це можна бачити на прикладі формування політичних уподобань, а також агресивного і статево-рольової поведінки.

#### **5. Вплив нових інформаційних технологій - Інтернет**

Провідною особливістю сучасних інформаційних технологій, яка багато в чому визначає можливість переходу від індустріального до інформаційного суспільства, є їх інтерактивний характер. В силу цього інформація як цінність суспільства нового типу визначена не тільки і не стільки своєю масовістю або загальнодоступністю, економічним чи політичним потенціалом, скільки можливістю персоналізації, визначаючи для її власника нові грані самоідентифікації. Найбільш повно ця можливість представлена в комп'ютерно-мережевої комунікації за допомогою мережі Інтернет. Інтернет, як віртуальна комунікація, в силу ряду об'єктивних технологічних особливостей надає для користувача максимальні можливості у самовизначенні. Видається, що проблема соціалізації особистості в умовах нового інформаційного середовища припускає, як мінімум, дві основні логічні лінії аналізу:

- вивчення віртуального середовища як нового ресурсу соціального розвитку особистості (тобто впливу нових інформаційних технологій на процеси соціалізації в цілому);
- вивчення трансформацій основних соціалізаційних процесів за умови їх перебігу у віртуальному середовищі (тобто змін параметрів соціального розвитку особистості, взятих виключно у своїй віртуальній представленості). Однак наукова рефлексія соціально-психологічних проблем комп'ютерно-опосередкованої комунікації ще тільки починається.

#### **Соціокультурний підхід до досліджень Інтернет-комунікації.**

Дослідницький інтерес фахівців різних дисциплінарних підходів до проблематики віртуальної реальності має, як видається, причини, що виходять за рамки власне предметного змісту тієї чи іншої науки. Він обумовлений, перш за все, характеристиками тієї макрокультурної ситуації, в якій ці дослідження розгортаються, а саме «співзвучністю» самої феноменології віртуальної реальності соціонормативному канону людини і світу.

Видається, що певна відповідність базових особливостей віртуальної реальності етосу проекту постмодерна, який розгортається, може бути розкрита наступним чином.

**По-перше**, анонімність віртуальності (Інтернет нікому не належить і не контролюється, отже, не управляється ніякими соціальними інститутами) відповідає загальній кризі раціоналізму сьогодні, ствердженню ірраціональності соціального буття, втраті соціальною реальністю своєї визначеності і стійкості.

**По-друге**, можливість «гри» з ролями і побудови множинного «Я» в Інтернеті потребує від людини постійних перемикань на різні соціальні ситуації.

**По-третє**, єдина реальність особистості у віртуальному просторі - це реальність самопрезентації. Нерідко демонструється лише інсценування своєї індивідуальності, в результаті особистість проявляє себе лише через «фасад» Я.

**По-четверте**, віртуальна реальність пропонує людині максимум можливостей для будь-якого роду конструювання: як ЗМІ - в конструюванні новин, як засіб комунікації - в конструюванні образу партнера по комунікації, як спільнота - в конструюванні норм взаємодії. У реальності стан невизначеності викликає до життя креативного суб'єкта: в силу втрати соціальних орієнтирів зростає необхідність конструювання соціальних відносин і власної ідентичності.

Отже, які ж основні результати, отримані в рамках в основному зарубіжних і почасти вітчизняних досліджень, присвячених аналізу Інтернет-комунікації? Основне, що слід зазначити, це їх досить суперечливий характер, причому це стосується і особливостей самої комп'ютерно-опосередкованої комунікації, і її впливу на особистість користувача, і динамічних характеристик мережових спільнот. Так, зокрема, зазначається велика «дружелюбність» інтернет-комунікації, велика толерантність до міжгрупових відмінностей у її учасників і переважання у них орієнтації на співпрацю не супроводжуються наявністю установок на конструктивне вирішення конфліктних ситуацій. Велика розкутість людини і зменшення соціальної дистанції в Інтернет-комунікації в порівнянні з реальним спілкуванням, які відзначається в ряді робіт, не корелюють з особистісною відкритістю в цьому типі взаємодії.

### **Проблема соціальної ідентичності та Інтернет**

Дослідження соціальної ідентичності в умовах комп'ютерно-опосередкованої комунікації сконцентровані сьогодні на вирішенні двох основних питань:

- 1) вплив досвіду Інтернет-комунікації на соціальну ідентичність користувача;
- 2) закономірності побудови користувачем свого образу в віртуальному просторі («віртуальна особистість»).

Два основних способи, якими використання Інтернету вносить вклад у зміст соціальної ідентичності, визначаються тим, що соціальна природа Інтернету в цілому та окремих мережових спільнот роблять можливим

соціальну ідентифікацію з користувачами Мережі в цілому або з окремим мережним співтовариством.

Як приналежність до того чи іншого мережевого співтовариства як складової соціальної ідентичності користувача, так і приналежність до користувачів Інтернету в цілому сьогодні досить докладно представлені в психологічних дослідженнях віртуальної комунікації. В цілому ці дослідження показують, що ступінь впливу Інтернет-комунікації на самоідентифікаційні структури користувача пов'язаний не з параметрами досвіду віртуального спілкування (його тривалістю, «технічною» компетентністю користувача і т.п.), а з характером особистих цілей, яким задовольняє Інтернет-спілкування.

Так, за результатами самоописів У. Фріндте, Т. Келер і Т. Шуберт ділять користувачів Інтернету на «хакерів» («freak»), «любителів» («amateur») і «користувачів-прагматиків», або «любителів самотності» (loner). Відзначається, що «хакери» на відміну від любителів і прагматиків особливо схильні сприймати користувачів Інтернету як соціальну категорію і ідентифікуватися з ними. «Прагматики» спілкуються через Мережу тільки епізодично або цікавляться нею з чисто технічних причин. Міжособистісна комунікація з однолітками, активна участь та ідентифікація з різними мережевими культурами грають для них другорядну роль. «Аматори» не ідентифікуються з користувачами Мережі в цілому або ж з конкретними віртуальними спільнотами, але й не використовують Інтернет у вузько прагматичних цілях.

Інтернет дозволяє створювати віртуальну особистість - по суті, це є максимально керована самопрезентація, яка істотно відрізняється від реальної особистості.

На основі аналізу літератури можна виділити дві групи причин створення віртуальних особистостей: власне мотиваційні (задоволення вже наявних бажань) та пошукові (бажання випробувати новий досвід як деяка самостійна цінність). У першому випадку створення віртуальної особистості виступає як компенсація недоліків реальної соціалізації. У другому випадку віртуальна особистість створюється для того, щоб розширити вже наявні можливості реальної соціалізації.

Аналіз власне мотиваційних детермінант створення віртуальної особистості показує:

- що вона може являти собою реалізацію «ідеального Я»;
- віртуальна особистість може створюватися з метою реалізації властивих особистості агресивних тенденцій, які не реалізуються в реальному соціальному оточенні, оскільки це соціально небажано або небезпечно;
- створення віртуальної особистості може відображати бажання контролю над собою у користувачів з наявністю яскраво виражених деструктивних бажань;
- віртуальна особистість може створюватися для того, щоб справити певне враження на оточуючих, причому в цьому випадку вона може відповідати існуючим нормам або, навпаки, суперечити їм;
- віртуальна особистість може відображати бажання влади;

Так, «нормативна» віртуальна особистість наділяється яскравими позитивними атрибутами зовнішності, соціального статусу і т.п. Антинормативна віртуальна особистість наділяється яскравими негативними характеристиками. Мотив створення явно антинормативної віртуальної особистості - також маніпуляція оточуючими. Як правило, «погані» віртуальні особистості розглядаються в межах аналізу девіантної поведінки в Мережі. Відповідно до цієї точки зору у віртуальній реальності люди висловлюють агресивні тенденції, які в принципі для них характерні і яким особливості віртуальної реальності (анонімність і фізична недоступність) просто дозволяють проявитися.