

Кондратенко Лариса Олександрівна, доктор психологічних наук, старший науковий співробітник, провідний науковий співробітник лабораторії психодіагностики Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України
e-mail: Lorusz@ukr.net

КІТ ШРЬОДИНГЕРА (АБО СПІЛКУВАННЯ В МЕРЕЖІ)

Анотація

Сучасний світ переповнений різними видами так званого он-лайн спілкування. Привабливість такої форми комунікації настільки велика, що може відсувати на другий план звичне оф-лайн спілкування, тобто розмову людини з людиною "обличчям-до-обличчя". Попри величезну зацікавленість науковців, досі не існує загальноприйнятого пояснення цього явища. В статті зроблена спроба витлумачення феномену привабливості он-лайн спілкування через порівняння з відомим парадоксом так званого "кота Шрєодингера", який є одночасно живим і мертвим. Стосовно ситуації спілкування он-лайн парадокс "кота Шрєодингера" виступає у формі одночасного реального та віртуального існування співбесідника. Саме ця двоїстість дозволяє проявитись певним психологічним феноменам, спрямованим на забезпечення стабільності особистості в дисгармонійній ситуації сучасного суспільного буття, особливо в тих психологічно складних обставинах, які склались в Україні в останні роках. До таких феноменів можна віднести: 1) психотерапевтичний ефект саморозкриття, який давно використовує класичний психоаналіз. Для З.Фрейда важливим було, щоб пацієнт спілкувався не з лікарем, а з самим собою, вербалізуючи свої почуття, переживання, приховані смисли. Розмова он-лайн, копіюючи психоаналітичні техніки, зменшує внутрішню напругу та дозволяє "співрозмовникам", обмінявшись проблемами, до певної міри звільнитись від їхнього тягаря; 2) формування відчуття приналежності до групи. Постійний обмін СМС-повідомленнями – це пошук підтвердження свого

міцного контакту з групою "друзів"; 3) створення ілюзії контролю над ситуацією – «я в курсі», «я все знаю», «мені нічого не загрожує»; 4) довізначення реальності. Спілкуючись он-лайн, співбесідники доповнюють приховану від них частину реальності (мову тіла, жести, міміку, при СМС-спілкуванні – інтонацію), "довизначаючи" людину з якою спілкуються.

Ключові слова: он-лайн спілкування, оф-лайн спілкування, саморозкриття, ілюзія, довізначення.

Кондратенко Лариса Александровна, доктор психологических наук, старший научный сотрудник, ведущий научный сотрудник лаборатории психодиагностики Института психологии имени Костюка АПН Украины
e-mail: Lorusz@ukr.net

КОТ ШРЁДИНГЕРА (ИЛИ ОБЩЕНИЕ В СЕТИ)

Аннотация

Современный мир переполнен различными видами так называемого он-лайн общения. Привлекательность такой формы коммуникации настолько велика, что может отодвигать на второй план привычное офф-лайн общение, то есть разговор человека с человеком "лицом-к-лицу". Несмотря на огромный интерес ученых, до сих пор не существует общепринятого объяснения этого явления. В статье сделана попытка истолкования феномена привлекательности он-лайн общения через сравнение с известным парадоксом так называемого "кота Шрёдингера", который является одновременно и живым, и мертвым. Касательно ситуации общения он-лайн парадокс "кота Шрёдингера" выступает в форме одновременного реального и виртуального существования собеседника. Именно эта двойственность позволяет проявиться определенным психологическим феноменам, направленным на обеспечение стабильности личности в дисгармоничной ситуации современного общественного бытия, особенно в тех психологически сложных обстоятельствах, которые сложились в

Украине в последние годы. К таким феноменам можно отнести: 1) психотерапевтический эффект самораскрытия, который давно использует классический психоанализ. Для Фрейда важным было, чтобы пациент общался не с врачом, а с самим собой, вербализуя свои чувства, переживания, скрытые смыслы. Разговор он-лайн, копируя психоаналитические техники, уменьшает внутреннее напряжение и позволяет "собеседникам", обменявшись проблемами, в определенной степени освободиться от их бремени; 2) формирование чувства принадлежности к группе. Постоянный обмен СМС-сообщениями – это поиск подтверждения своего прочного контакта с группой "друзей"; 3) создание иллюзии контроля ситуации – «я в курсе», «я все знаю», «мне ничего не грозит»; 4) доопределение реальности. Общаясь он-лайн собеседники дополняют скрытую от них часть реальности (язык тела, жесты, мимику, при СМС-общении – интонацию), "дофантазируют" человека, с которым общаются.

Ключевые слова: он-лайн общение, оф-лайн общение, самораскрытие, иллюзия, доопределение.

Kondratenko Larysa Oleksandrivna, Doctor of Psychological Sciences, Senior Researcher, Leading Researcher of the Psychodiagnostics Laboratory of the G.S.Kostiuk Institute of Psychology of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine

SHROEDINGER `S CAT (OR NETWORK COMMUNICATION)

Summary

Modern world is full of various types of so-called online communication. The attractiveness of this form of communication is so great, that it can overshadow the usual offline communication, or, in other words, conversation face-to-face. Despite of the great interest of scientists to this problem, there is still no universally accepted explanation for this phenomenon. The article attempts to interpret the phenomenon of the attractiveness of on-line communication through

comparison with the well-known paradox of the so-called "Schrodinger's cat", which is both alive and dead. Regarding the situation of communication, the on-line paradox of the "Schrodinger's cat" appears in the form of simultaneous real and virtual existence of the interlocutor. This duality allows to manifest themselves certain psychological phenomena, aimed to ensuring the stability of the individual in the disharmonious situation of modern social life, especially in the psychologically difficult circumstances that have developed in Ukraine in recent years. These phenomena include: 1) the psychotherapeutic effect of self-disclosure, which has long been using by classical psychoanalysis. For Freud, it was important that the patient did not communicate with the doctor, but with himself, verbalizing feelings, experiences, hidden meanings. Online conversation, copying psychoanalytic techniques, reduces internal stress and allows the "interlocutors", exchanging problems, free themselves from their burden; 2) the formation of a sense of belonging to the group. The constant exchange of SMS messages is the search for confirmation of your lasting contact with a group of "friends"; 3) creating the illusion of control of the situation - "I have enough information", "I know everything", «nothing threatens me»; 4) additional determination of reality. Communicating online, the interlocutors supplement the part of reality hidden from them (body language, gestures, facial expressions, intonation during SMS communication), "imagining" the person with whom they communicate.

Key words: *on-line communication, off-line communication, self-disclosure, illusion, additional determination.*

It wasn't at all like conversation, she thought, as he never said anything to her; in fact, his last remark was evidently addressed to a tree
Lewis Carroll. Through the looking glass and
what Alice found there.

Ты имеешь право оформлять свою реальность как угодно.

Виктор Пелевин. Тайные виды на
гору Фудзи.

- Ілюзія, - почув він голос агуари. – Усе лише ілюзія.

Анджей Сапковський. Відьмак. Сезон гроз.

Постановка проблеми та актуальність дослідження. Реалії, в яких ми живемо, міняються надзвичайно швидко. Ще якихось двадцять років тому назад, якщо людина йшла вулицею, розмахувала руками і щось голосно говорила, то зустрічні здивовано озирались на неї та співчутливо хитали головою – бідолаха, з нею або щось лихе трапилось, або вона, боронь Боже, взагалі не сповна розуму. Зараз же це абсолютно нормальне явище – просто хтось з кимсь розмовляє он-лайн. В англійській психологічній літературі для бесіди двох або більше співрозмовників з використанням різних типів електронних пристроїв (від звичайних телефонів до новітніх комп'ютерів різного типу) навіть терміни нові закріпились - computer-mediated communication (CMC) або online communication та face-to-face (FtF) communication або offline communication. Уже багато років (з 1995 р.) в Англії видається спеціальний "Journal of Computer-Mediated Communication", в якому розглядаються проблеми, пов'язані з всеохоплюючим проникнення комп'ютерних технологій в таку суто людську сферу взаємин, як міжособистісне спілкування. Приклади особливих феноменів, які супроводжують онлайн комунікацію, зустрічаються на кожному кроці. Ми настільки звикли до них, що перестаємо помічати певну "дивність" (з точки зору традиційного розуміння спілкування) поведінки співрозмовників. До того ж, самі комунікатори далеко не завжди можуть пояснити свої дії, тому проведення будь-якого дослідження у цій царині наштовхується на неможливість отримати переконливі результати (Erin K. Ruppel, Clare Gross, Arrington Stoll, Brittne S. Peck, Mike Allen, Sang-Yeon Kim). Більше того, за нашими спостереженнями, молодь, яка виросла уже після настання

"цифрової ери", сприймає особливості онлайн спілкування як абсолютну норму.

Наведемо кілька прикладів своєрідної поведінки співрозмовників під час онлайн та офлайн спілкування.

Автобус № 118 іде практично через пів Києва. Довжина маршрута 19.25 км., в залежності від корків, час від початку до кінця руху займає від 1 до 2 годин. Маршрут вигідно пов'язує лівий і правий береги Дніпра і тому тут завжди багато пасажирів, які їдуть на далеку відстань, а тому, вмістившись на сидінні, витягають телефони, смартфони та інші засоби зв'язку і починають розмовляти, іноді дуже голосно, а тому інформація стає доступна всім присутнім.

Жіночка десь бальзаківського віку, тільки-но вмістившись на сидіння, ставить сумку на сусіднє крісло, витягає старий кнопочний телефон і починає голосно розмовляти. Із розмови стає зрозумілим, що через 12 зупинок на цей же автобус чекає її подруга і далі вони разом їдуть до куми. Співбесідниці, перебиваючи одна одну (чи то жіночка забула виключити гучномовний зв'язок або просто у неї такий голосистий телефон), розповідають про неприємності в родині, лають начальників, обговорюють нову дружину якогось Миколи та скаржаться на здоров'я, повідомляючи досить інтимні подробиці. Сусіди жіночки діляться враженнями та з жахом чекають на появу її подружки (місце для якої охороняється сумкою): якщо від однієї стільки галасу, то що буде, коли їх стане двоє. Нарешті, на черговій зупинці в автобусі з'являється і подруга. І тут стається диво-дивне. Жіночки, поцілувавшись, займають свої місця, ховають телефони і.... замовкають. За весь час дороги, яка залишилась (а це ще 5 зупинок), вони ледь перекинулись двома-трьома фразами і то абсолютно нейтрального змісту.

Вечірній автобус. Досить забитий. Молодик стоїть і одночасно грається на смартфоні у якусь стрілялку. Тут лунає дзвінок. Спочатку розмова проходила тихо і спокійно, а потім молодик зривається на крик: "Як це ти від мене йдеш? Що, уже пішла? Та ми ж сьогодні вранці розмовляли і ти словом

не обмовилася. Не хотіла псувати робочий день? Послухай, це що, такий дурний жарт? Ні, не жарт. Ти вже й меблі вивезла і речі забрала... Подаєш на поділ майна? Телефон відключаєш і сімку викидаєш? А як же я? Ти ж казала, що мене любиш, а тепер... Що? Давно любиш іншого? Ну ти ж і (нецензурне слово)". Співбесідниця відключається і скільки разів молодик не набирає, виклик не відповідає.

Двоє дівчаток активно розміщують фотографії всього, що їх оточує та постять коментарі до них. Час від часу обмінюються між собою повідомленнями, про те як на їх пости зреагували друзі: " – Дивись, мені вже шість лайків поставили. – А мені всього три. – О, Серьожка підключився і знаєш, що написав? (одна дівчинка показує свій смартфон іншій і вона сміється). – Серьожка, це круто. – Алінка втекла, написала, що мама покликала. – Тю, вічно її мама кудись кличе".

Зрозуміти, що цікавого в буденних фотографіях рідного міста, важко. Які такі цікаві повідомлення постяться, ще важче. Але практично всю дорогу дівчата спілкуються з багатьма друзями в Інтернеті та майже не звертають уваги одна на одну.

Звичка до розміщення своїх постів в Інтернеті може бути настільки нав'язливою, що людина до певної міри стає бранцем власного девайсу, звертаючись до нього у найбільш, здавалося б, недоречних ситуаціях. Переписка короткими повідомленнями здійснюється не тільки в транспорті, але й під час занять в аудиторії (навчання в класі), участі в нарадах та конференціях, у кафе чи ресторані, під час відпочинку на природі та навіть під час засідань Верховної Ради.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Описані сценки із життя добре ілюструють основні феномени, які характерні для онлайн спілкування, коли співрозмовники знаходяться далеко один від одного. Чи не найбільш обговорюваним науковою спільнотою феноменом є високий рівень самовідкритості в таких розмовах. У дослідженнях, присвячених вивченню поглядів психологів на цю проблему, уже названих Erin K. Ruppel, Clare

Gross, Arrington Stoll, Brittnie S. Peck, Mike Allen, Sang-Yeon Kim, визначається, що на разі є кілька теорій, які по-різному намагаються пояснити цю особливість комп'ютерно опосередкованого спілкування. При цьому можна вирізнити кілька провідних теорій.

1. Теорія соціальної присутності. Її прихильники схильні вважати, що опосередковане засобом зв'язку спілкування сприяє більшому саморозкриттю співбесідників, ніж безпосередня (обличчя до обличчя) розмова. При цьому ґрунтовні дослідження Jeremy N. Bailenson, Nick Yee, Dan Merget and Ralph Schroeder продемонстрували, що "як усно, так і невербально¹ люди розкривали більше інформації для аватарів, які мали низький реалізм" (Jeremy N та ін.). Чим віддаленішим від реальності було зображення аватарів співбесідників, тим розмова була розкутішою, стосувалась болючих та навіть інтимних проблем. Цей же феномен прослідковується в наших спостереженнях за смартфонним та телефонним спілкуванням. Якщо людина НЕ БАЧИТЬ співбесідника, то розповідає про себе набагато більше, ніж коли його реальне зображення знаходиться перед її очима. Подібні ж результати засвідченні в дослідженнях Jiang, L.C., Bazarova, N.N., & Hancock, J.T. (2013), які "виявили сильну тенденцію людей до більшого саморозкриття в текстовій комп'ютерній комунікації порівняно із взаємодією обличчя-до-обличчя... Саморозкриття виступає справжньою спробою посилити близькість між спірозмовниками і водночас воно може не сприйматись як таке. Як ми могли бачити, взаємність в контекстах комп'ютерно-опосередкованої комунікації діє на реципрокному рівні" (с. 128).

2. Теорія обробки соціальної інформації (скорочена назва SIP theory від Social information processing theory). Відповідно до її головних постулатів, сформульованих Джозефом Валтером (Joseph Walther.) у 1992 році – онлайн комунікація, за якої співрозмовники не бачать один одного, є нічим не гіршою за розмову віч-на-віч, а у випадку сором'язливих чи тривожних людей може бути навіть кращою. Та далеко не всі представники

¹ Тобто, коли спілкування проходило у письмовій формі.

цього напрямку беззастережно сприймають цей принцип. Зокрема, оскільки зрозуміло, що соціальна присутність є найбільш виражено у спілкуванні обличчя-до обличчя, найменше у текстовому комп'ютерному спілкуванні, то виникає проблема сутності такого спілкування. З цього приводу у дуже цікавій статті Hooi, R., & Cho, H.(2014) "Avatar-driven self-disclosure: The virtual me is the actual me²" йдеться про роль аватара в цьому процесі: "Люди використовують інформацію про себе, для того, щоб робити висновки щодо інших людей, оскільки це може бути найкращою інформацією про них. Таким же чином..., вони узагальнюють свою думку та ставлення до інших ... Якщо якісь аватари нагадують власне «я», можна легко... припустити, що особистості (з такими аватарами – ЛОК) також буд подібними. Такий процес є високоавтоматичним ...тобто він є ненавмисним, неконтрольованим, відбувається ефективно та поза усвідомленням... Відчуття загальної подібності, таким чином, регулює використання уявлення про себе, подібність викликає соціальну проекцію..." (Hooi, R., & Cho, H; с. 21). Саме така проекція викликає надмірну довіру. Людина спілкується з другим власним Я, а від власного Я не має потреби щось приховувати.

3. Гіперперсональна (зверхособистісна) теорія, інша назва гіперперсональна модель спілкування є, мабуть, найбільш комп'ютерноцентричною порівняно з попередніми. Її прихильники, якщо вірити американській Вікіпедії, вважають, що "що комп'ютерно-опосередкована комунікація (СМС) може стати гіперперсональною, оскільки перевершує [взаємодію віч-на-віч], тим самим надаючи відправникам повідомлень безліч комунікативних переваг перед традиційними віч-на-віч (FtF) взаємодіями. Гіперперсональна модель демонструє, як люди унікально спілкуються, представляючи себе іншим, як їх інтерпретують інші та як взаємодії створюють зворотну спіраль зв'язку FtF. У порівнянні зі звичайними ситуаціями FtF, гіперперсональний відправник повідомлень має

² Цю назву можна приблизно перекласти так: "Створене (породжене, запущене) аватаром саморозкриття: віртуальний Я, це Я в цю хвилину".

більшу здатність стратегічно розвивати та редагувати самопрезентацію, що забезпечує вибіркоче та оптимізоване представлення себе перед іншими" (Hyperpersonal model). Стосовно цієї теорії (моделі) Joseph B. Walther писав у 2007 році: "Гіперперсональна модель комп'ютерно-опосередкованої комунікації (СМС) передбачає, що користувачі використовують технологічні аспекти СМС з метою вдосконалення створених ними повідомлень для управління враженнями та полегшення бажаних відносин.. Найцікавішим аспектом появи комп'ютерно-опосередкованої комунікації (СМС) є те, як вона розкриває основні елементи міжособистісного спілкування, приводячи у фокус головні процеси, що відбуваються під час зустрічі людей та розвитку відносин, спираючись на друковані повідомлення як основний механізм вираження ...Відносини на основі СМС варіюються від професійно доброзичливих до досить інтимних... Деякі призводять до офлайн-відносин,.. а інші залишаються повністю онлайн" (Walther, 2007,с.2538-2539)³.

Значну зацікавленість дослідників викликає явище "дружби"⁴ в Інтернеті (D. K.-S. Chan, G. H.-L. Cheng, J. N. Bailenson, N. Yee, D. Merget, R. Schroeder, David Smahel, B. Bradford Brown, Lukas Blinka). Звичайно, "дружба у листуванні" далеко не нове явище. Люди, яких доля розкидала по різних кутках землі, роками і десятиліттями вели переписку, в якій ділилися своїми почуттями, враженнями, горем та радощами, питали поради та звірялись у таємницях. Іноді така переписка ставала шедевром світової літератури, як от листування Абеяра та Елоїзи. Та, зазвичай, така переписка виникала ПІСЛЯ знайомства в реальному житті, коли листувальники спочатку зав'язували між собою теплі стосунки, а вже потім продовжували ці стосунки за допомогою листування. Хоча, бували і виключення. Так, настоятель Київського храму Святого духу, протоієрей Олександр Верба розповідав, що його батьки, які все своє життя щиро кохали один одного, познайомились через лист, загублений листоношею. Дівчина підняла його на вулиці та віднесла за

³ Автор висловлює щиро подяку Джозефу Б.Волтеру за надання безкоштовного доступу до своїх творів.

⁴ Поняття "дружба", "друг" розглядаються нами в класичному розумінні цих слів, коли комунікаторів поєднують певні емоційні стосунки. Поняття "друг" як член групи в соціальній мережі не розглядається.

адресою до матері адресанта. Жінки поговорили й мати вмовила дівчину написати своєму синові. Так почалась дружба за перепискою, яка закінчилась щасливим весіллям.

Нажаль, таких благополучних історій занадто мало. Частіше така переписка "всліпу" призводить лише до психологічних травм та матеріальних втрат. Однак, попри досить значну кількість видань, присвячених небезпеці спілкування в Інтернеті з незнайомцями (Солдатова Г.В та ін., Барвінок М.В., Omernick, E., Owsley Sood S.), кількість бажаючих не зменшується.

Спілкування в Інтернеті, на думку багатьох дослідників (Lea & Spears, 1995, Darius K.-S. Chan & Grand H.-L. Cheng, 2004)⁵, не сприяє розвитку реальних дружніх стосунків, оскільки форма такого спілкування відзначається знеособленістю, відсутністю багатьох підказок реального ставлення співрозмовників (жести, рухи, міміка обличчя, інтонація). Навіть якщо розмова відбувається в скайпі, далеко не всі елементи супутньої інформації вловлюються співрозмовниками. Так Manstead, A.S.R., Lea, M. & Goh, J., зазначають, що для виникнення емоційного зв'язку потрібне відчуття фізичної присутності співрозмовника та розуміння його емоційного ставлення до ситуації. В своїй статті вони звертаються до думки Р.Б. Зайонца, який ще у 1980 році говорив про важливість емоції, афекту для виникнення реальної дружби: "Афект домінує у соціальній взаємодії, і це головна валюта, в якій здійснюється соціальний акт. Переважна більшість наших щоденних розмов тягне за собою обмін інформацією про наші думки, вподобання та оцінки. І вплив у цих розмовах передається не тільки словесним каналом, але й невербальними сигналами - сигналами, які, власне, можуть нести основні компоненти інформації про афект. Нам це набагато менш важливо знати, чи хтось щойно сказав "Ти друг" чи "Ти подруга", ніж знати, як це говорилося, зневажливо або з прихильністю" (с.153) В ході СМС-переписки така інтонаційна розшифровка абсолютно неможлива. Телефонні чи навіть розмови за допомогою Скайпу теж мають свої

⁵ Автор висловлює подяку Мартіну Лі за надання доступу до всіх його публікацій.

обмеження, щодо забезпечення повноцінного розуміння емоцій співбесідника, а відтак, здавалося б, опосередковане різнотипними засобами зв'язку спілкування не повинне породжувати настільки сильний зв'язок між двома особами, який можна було б назвати дружбою.

Однак, "дружба" в Інтернеті все ж існує. Що ж забезпечує виникнення таких стосунків поза існуванням реальної фізичної присутності?

До таких чинників, на думку тих же Manstead, A.S.R., Lea, M. & Goh, J., належать:

1. аватари,
2. внутрішнє прогнозування емоцій співбесідника,
3. соціальна налаштованість учасників спілкування, сповідування ними однакових принципів, що породжує відчуття єдності.

Викладення основного матеріалу. Хоча, як уже говорилося вище, різні площини взаємин та виникнення "дружби" в Інтернеті розглядалися багатьма науковцями, але один аспект, здається, є недостатньо висвітленим – це парадокси он-лайн та оф-лайн комунікації між реальними друзями, які мають можливість щоденно спілкуватися обличчя-до обличчя, однак чомусь надають перевагу он-лайн спілкуванню. Так, студентка Ірина живе в сусідніх корпусах гуртожитку зі своїм однокурсником Петром. Ірину і Петра поєднують близькі стосунки. Вони познайомились з батьками один одного та збираються одружитись після закінчення Інституту. На консультацію до психолога їх привели певні особливості спілкуванні, які, слід визнати, більше хвилюють не їх, а їхніх батьків. Протягом дня вони весь час "на зв'язку" – кожен вільну хвилину телефонують один одному та обмінюються СМСками; за допомогою спеціальних програм відслідковують, хто де знаходиться. Ірина визнає, що коли більше тридцяти хвилин не поспілкувалась з Петром, то починає відчувати тривогу. Розмови можуть бути як зовсім короткими, так і довгими. Вони діляться своїми думками, враженнями, розповідають про всі події свого життя. Але це тоді, коли спілкування проходить за допомогою смартфона. Коли ж Ірина і Петро зустрічаються, то виявляється, що їм важко

говорити один з одним: "Я швидко втомлююсь від розмови", – говорить Петро. "Мені чомусь стає нудно", – вторить йому Ірина. Вони розходяться по своїх кімнатах у різних корпусах гуртожитку, виймають смартфони і починають годинами між собою розмовляти. І вже таке спілкування їм не видається нудним і вони від нього не втомлюються.

Звичайно, те, що відбувається з Петром та Іриною, це вже хвороблива форма "дружби у смартфоні", але в легших формах така поведінка зустрічається, як показує практика психологічного консультування, досить часто.

Попри величезну кількість публікацій (на жаль, серйозні дослідження зустрічаються переважно в англomовній літературі), немає єдиного погляду на причини безмежної привабливості он-лайн спілкування. Всі теорії, в яких робиться спроба пояснити феномени Інтернет спілкування, в середовищі психологів зазнають досить значної критики (Erin K. Ruppel, Clare Gross, Arrington Stoll, Brittne S. Peck, Mike Allen, Sang-Yeon Kim, Eveline Hage, Florian Noseleit), водночас, на жаль, не пропонуються достатньо обґрунтовані альтернативи. До того ж, результати емпіричних досліджень, проведених різними групами науковців, не рідко дають прямо протилежні результати. Тому, як підкреслюють Eveline Hage та Florian Noseleit, попри три десятиліття вивчення впливу он-лайн спілкування на його учасників, немає жодних переконливих доказів позитивності чи негативності такого впливу.

Таке становище пов'язане, не в останню чергу, з неможливістю отримати статистично достовірні дані, які підтвердили б або заперечили висловлені теоретичні положення. Експериментальні вибірки учасників он-лайн комунікацій є абсолютно добровільними та довільними, а тому і не репрезентативними, якими б багаточисельними вони б не були. На основі отриманих даних психологи можуть тільки робити відносні припущення, а не констатуючі висновки. В таких дослідженнях результати, виявлені на основі аналізу статистично достовірних даних вивчення оф-лайн комунікації,

порівнюються, довізначаються та співвідносяться з статистично недостовірними матеріалами, здобутими під час вивчення он-лайн комунікації. Попри всю умовність отриманих таким шляхом висновків, вони, беззаперечно, мають право на існування, оскільки, в ситуації невизначеності вибірки, тільки вивчення великого обшару різнотипних даних дасть підстави для формулювання найбільш вірогідних висновків.

Висновки. Спробуємо зробити власні припущення щодо сутності привабливості он-лайн спілкування в сучасних умовах. І почнемо з пояснення назви статті.

В 1935 році знаменитий австрійський фізик Ервін Шрєдингер (Schrödinger) описав певний розумовий експеримент, головним об'єктом якого був кіт (а точніше кішка, хоча стать тварини ролі не грала). В цьому експерименті створювались умови, за яких закритий у спеціальному контейнері кіт (кішка) для спостерігача був одночасно і живим, і мертвим (Шрєдингер Эрвин. Квантовый кот вселенной. Предисловие, 2017). Такими собі котами (кішками) Шрєдингера, на наш погляд, виступають співбесідники он-лайн спілкування. Вони одночасно є фізично існуючими (реальними) і фізично не існуючими (віртуальними). Саме ця двоїстість дозволяє проявитись певним психологічним феноменам, спрямованим на забезпечення стабільності особистості в дисгармонійній ситуації сучасного суспільного буття, особливо в тих психологічно складних обставинах, які склались в Україні в останні роках. До таких феноменів можна віднести:

1) психотерапевтичний ефект саморозкриття, який давно використовує психоаналіз. Класична форма проведення психоаналітичного сеансу полягала, зокрема, у зміні звичної бесіди лікаря і пацієнта обличчя-до-обличчя. Для З.Фрейда важливим було, щоб пацієнт спілкувався не з лікарем, а з самим собою, вербалізуючи свої почуття, переживання, приховані смисли. В такій формі психоаналіз, по-суті, був самотерапією, бо, виговорюючись, людина відчувала полегшення, а відсутність/присутність терапевта (який ніби то і був поряд, і його фізично не було видно) дозволяла говорити з

максимальною відкритістю. Розмова он-лайн, копіюючи психоаналіз, зменшує внутрішню напругу та дозволяє "співрозмовникам", обмінявшись проблемами, до певної міри звільнитись від їхнього тягара;

2) формування відчуття приналежності до групи. Сучасний житель мегаполісу часто переживає відчуття самотності в натовпі. Занадто багато людей, машин, шуму... Постійний обмін СМС-повідомленнями – це намагання "втекти" від "інших", можливо, потенційно небезпечних, і підтвердити свій міцний контакт з групою "друзів". Гонитва за лайками – намагання переконати самого себе у своїй значущості для "друзів": "мене люблять", "мене поважають", "я є кимсь важливим";

3) створення ілюзії контролю над ситуацією – "я в курсі", "я все знаю", "мені нічого не загрожує";

4) довізначення реальності. Спілкуючись он-лайн, співбесідники доповнюють приховану від них частину реальності (мову тіла, жести, міміку, при СМС-спілкуванні – інтонацію). До певної міри вони дофантазують людину, з якою спілкуються. Створюють ілюзію, в яку самі починають вірити. Навіть між близькими знайомими виникає ефект аватара – мій співрозмовник не зовсім той, з ким я щоденно зустрічаюсь, він кращий, розумніший, ближчий мені. В аватарі кожен шукає і знаходить те, що йому найбільше подобається. Тому і виникають парадокси он-лайн та офф-лайн спілкування, коли люди, яким так добре в мережі, не можуть порозумітися в розмові обличчям до обличчя.

Перспективи використання результатів дослідження. Висловлені припущення про психологічне підґрунтя привабливості он-лайн спілкування можуть дати додатковий матеріал для збагачення існуючих та побудови нових теорій комп'ютерно опосередкованого спілкування.

Список використаних джерел

1. Барвінок Максим. Небезпека в Інтернеті (2014) [Електронний ресурс]

URL:https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/2738/1/%D0%B4%D0%BE_%D1

2. Солдатова Г.В., Зотова Е.Ю., Чекалина А.И., Гостимская О.С. Пойманные одной сетью: социально-психологическое исследование представлений детей и взрослых об интернете / Под ред. Г.В. Солдатовой. — М., 2011. — 176 с. — URL: http://www.razbiraeminternet.ru/files/chrestomathy/article_24.pdf

3. Шрёдингер Эрвин. Квантовый кот вселенной. — М.: Алгоритм. — 2017. [Электронный ресурс] — URL: http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=25553973

4. Darius K.-S. Chan & Grand H.-L. Cheng. A Comparison of Offline and Online Friendship Qualities at Different Stages of Relationship Development// Journal of Social and Personal Relationships. 2004. 21(3). — P. 305-320.— DOI: 10.1177/0265407504042834

5. David Smahel, Bradford Brown, Lukas Blinka. Associations Between Online Friendship and Internet Addiction Among Adolescents and Emerging Adults //Developmental Psychology, Vol. 48, No. 2, P. 381–388. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/cef8/5eaa2f0e2bc6483ab1e45cb0f88b2b72d043.pdf>

6. Erin K. Ruppel, Clare Gross, Arrington Stoll, Brittanie S. Peck, Mike Allen, Sang-Yeon Kim .Reflecting on Connecting: Meta-Analysis of Differences between Computer-Mediated and Face-to-Face Self-Disclosure //Journal of Computer-Mediated Communication, Volume 22, Issue 1, 1 January, 2017. P. 18-34, <https://doi.org/10.1111/jcc4.12179>

7. Eveline Hage, Florian Noseleit, It Takes at Least Two to Tango: A Population-Level Perspective on Interrelated Patterns of Media Use, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 23, Issue 4, July 2018, P. 222–242, <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy011>

8. Hooi, R., & Cho, H.(2014). Avatar-driven self-disclosure: The virtual me is the actual me. *Computers in Human Behavior*, 39, 20–28. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2014.06.019>
9. Hyperpersonal model/ From Wikipedia, the free encyclopedia – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Hyperpersonal_model
10. Jeremy N. Bailenson, Nick Yee, Dan Merget and Ralph Schroeder The Effect of Behavioral Realism and Form Realism of Real-Time Avatar Faces on Verbal Disclosure, Nonverbal Disclosure, Emotion Recognition, and Copresence in Dyadic Interaction// *Virtual and Augmented Reality –Volume 15 | Issue 4 | August 2006 – p.359-372*–URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.419.4613&rep=rep1&type=pdf>
11. Jiang, L. C., Bazarova, N. N., & Hancock, J. T. (2013). From perception to behavior: Disclosure reciprocity and the intensification of intimacy in computer-mediated communication. *Communication Research* , 40, 125–143. <http://doi.org/10.1177/0093650211405313>
12. *Journal of Computer-Mediated Communication* (2013). Volume 18, Issue 3, 1 April.– URL: <https://academic.oup.com/jcmc/issue>
13. Lea, M., & Spears, R. (1995). Love at first byte? Building personal relationships over computer networks. In J. T. Wood & S. W. Duck (Eds.), *Understudied relationships: Off the beaten track* –pp. 197–233 .
14. Lowenthal, P. R. (in Press). Social presence. In P. Rogers, G. Berg, J. Boettcher, C. Howard, L. Justice, & K. Schenk (Eds.), *Encyclopedia of distance and online learning* (2nd ed.).*Information Science Reference* –URL: https://www.researchgate.net/publication/265375995_Social_Presence
15. Manstead, A.S.R., Lea, M. & Goh, J. (2011). Facing the future: Emotion communication and the presence of others in the age of video telephony. In Arvid Kappas (Ed.) *Face-to-face communication over the Internet: Issues, research, challenges*. Cambridge: Cambridge University Press. (pp. 144-175).

16. Omernick, E., Owsley Sood, Sara (2012). The Impact of Anonymity in Online Communities.// SOCIALCOM '13 Proceedings of the 2013 International Conference on Social Computing. –Pages 526-535 – URL: http://labfs.eecs.northwestern.edu/~sara/Site/Publications_files/anonymitySood.pdf

17. Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). The social psychology of telecommunications London: John Wiley & Sons.

18. Walther Joseph B. Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction//Communication research, Vol. 23 No. 1, February 1996 3-43– URL: https://www.researchgate.net/publication/290161388_Computer-mediated_communication_Impersonal_interpersonal_and_hypersonal_interaction

19. Walther, J. B. (2007). "Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition". *Computers in Human Behavior*. 23 (5): 2538–2557. doi:10.1016/j.chb.2006.05.002

20. Zajonc, R. B. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist*, 35, 151-175.–URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/f9ab/52a96756923937fb693829e3e4355cbd59aa.pdf>

References transliterated

1.Barvinok Maksym. Nebezpeka v Interneti (2014) [Elektronnyi resurs] – URL:https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/2738/1/%D0%B4%D0%BE_%D1

2.Soldatova G.V., Zotova E.Yu., Chekalina A.I., Gostimskaya O.S. Poymannyye odnoy setyu: sotsialno-psikhologicheskoye issledovaniye predstavleniy detey i vzroslykh ob internete / Pod red. G.V. Soldatovoy. M.. 2011. 176 s. URL: http://www.razbiraeminternet.ru/files/chrestomathy/article_24.pdf

3.Shredinger Ervin. Kvantovyy kot vselennoy. M.: Algoritm. 2017. [Elektronniy resurs] – URL: http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=25553973

4. Darius K.-S. Chan & Grand H.-L. Cheng (2004) A Comparison of Offline and Online Friendship Qualities at Different Stages of Relationship Development // Journal of Social and Personal Relationships 21(3):305-320. – DOI: 10.1177/0265407504042834

5. David Smahel, B. Bradford Brown, Lukas Blinka. Associations Between Online Friendship and Internet Addiction Among Adolescents and Emerging Adults // Developmental Psychology 2012 American Psychological Association 2012, Vol. 48, No. 2, 381–388 – [Uhttps://pdfs.semanticscholar.org/cef8/5eaa2f0e2bc6483ab1e45cb0f88b2b72d043.pdf](https://pdfs.semanticscholar.org/cef8/5eaa2f0e2bc6483ab1e45cb0f88b2b72d043.pdf)

6. Erin K. Ruppel, Clare Gross, Arrington Stoll, Brittnie S. Peck, Mike Allen, Sang-Yeon Kim (2017) Reflecting on Connecting: Meta-Analysis of Differences between Computer-Mediated and Face-to-Face Self-Disclosure // Journal of Computer-Mediated Communication. Vol. 22. Issue 1, 1 January 2017. P. 18-34. URL: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12179>

7. Eveline Hage, Florian Noseleit, It Takes at Least Two to Tango: A Population-Level Perspective on Interrelated Patterns of Media Use. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 23. Issue 4, July 2018. P. 222-242. URL: <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy011>

8. Hooi, R., & Cho, H. (2014). Avatar-driven self-disclosure: The virtual me is the actual me. *Computers in Human Behavior*. № 39. P. 20-28. URL: <http://doi.org/10.1016/j.chb.2014.06.019>

9. Hyperpersonal model/ From Wikipedia, the free encyclopedia. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Hyperpersonal_model

10. Jeremy N. Bailenson, Nick Yee, Dan Merget and Ralph Schroeder The Effect of Behavioral Realism and Form Realism of Real-Time Avatar Faces on Verbal Disclosure, Nonverbal Disclosure, Emotion Recognition, and Copresence in Dyadic Interaction // *Virtual and Augmented Reality*. – Vol. 15. – Issue 4. – August 2006. – P. 359-372. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.419.4613&rep=rep1&type=pdf>

11. Jiang, L. C., Bazarova, N. N., & Hancock, J. T. (2013). From perception to behavior: Disclosure reciprocity and the intensification of intimacy in computer-mediated communication. *Communication Research*, 40. - P. 125–143. <http://doi.org/10.1177/0093650211405313>
12. *Journal of Computer-Mediated Communication* (2013). Volume 18, Issue 3, 1 April. URL: <https://academic.oup.com/jcmc/issue>
13. Lea, M., & Spears, R. (1995). Love at first byte? Building personal relationships over computer networks. In J. T. Wood & S. W. Duck (Eds.), *Understudied relationships: Off the beaten track*. – P. 197-233.
14. Lowenthal, P. R. (in Press). Social presence. In P. Rogers, G. Berg, J. Boettcher, C. Howard, L. Justice, & K. Schenk (Eds.), *Encyclopedia of distance and online learning* (2nd ed.). Information Science Reference. – URL: https://www.researchgate.net/publication/265375995_Social_Presence.
15. Manstead, A.S.R., Lea, M. & Goh, J. (2011). Facing the future: Emotion communication and the presence of others in the age of video telephony. In Arvid Kappas (Ed.) *Face-to-face communication over the Internet: Issues, research, challenges*. Cambridge: Cambridge University Press. (pp. 144-175).
16. Omernick, E., Owsley Sood, Sara (2012). The Impact of Anonymity in Online Communities // SOCIALCOM '13 Proceedings of the 2013 International Conference on Social Computing. – P. 526-535. – URL: http://labfs.eecs.northwestern.edu/~sara/Site/Publications_files/anonymitySood.pdf
17. Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications* London: John Wiley & Sons.
18. Walther Joseph B. Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction // *Communication research*, Vol. 23 No. 1, February 1996 3-43. – URL: https://www.researchgate.net/publication/290161388_Computer-mediated_communication_Impersonal_interpersonal_and_hyperpersonal_interaction
19. Walther, J. B. (2007). "Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and

cognition". *Computers in Human Behavior*. 23 (5): 2538–2557. doi:10.1016/j.chb.2006.05.002

20. Zajonc, R. B. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist*, 35, 151-175.–URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/f9ab/52a96756923937fb693829e3e4355cbd59aa.pdf>