

СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКРИВЛЕННЯ РЕАЛЬНОСТІ У ВІРТУАЛЬНИХ ОБРАЗАХ ПРИ МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті проаналізовано чинники становлення індивідуальних стилів медіакомунікації. Описано феномен викривлення образів реальності користувачем у процесі взаємодії з медіасередовищем. У контексті дослідження індивідуальних стилів медіакомунікації підлітків представлено соціально-психологічний портрет випробуваних із компенсаторним стилем медіакомунікації у соціальних мережах.

Ключові слова: медіасередовище, медіакомунікація, віртуальний образ, індивідуальний стиль медіакомунікації, соціальні мережі.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку суспільства ЗМК стали одним з основних інститутів соціалізації особистості. Медіа здійснюють суттєвий вплив на формування соціальної ідентичності особистості, забезпечуючи опосередкований зв'язок з культурним середовищем. Поступово самі медіа стають культурним осередком користувача. З однієї сторони, використання медіатехнологій стає зовнішнім розширенням людини, змінюючи її особистісні властивості, з іншої сторони, міжособистісна взаємодія все більше переноситься у віртуальне середовище. Особливо це стосується користувачів підліткового віку, коли провідною діяльністю стає спілкування, активізується взаємодія з медіасередовищем.

Медіасередовище є привабливим для молоді тим, що представляє собою альтернативу об'єктивній дійсності, що дозволяє представляти себе та своє життя в інший спосіб, наділяти образ себе характеристиками,

які в дійсності не притаманні особистості. Наслідком цього може стати проблема підміни реального життя віртуальним, за якої оточуюча дійсність стає менш важливою та цікавою. Все більшої актуальності набуває взаємодія з медіасередовищем, де особистість моделює альтернативну реальність. Обумовлюючись чинниками зовнішнього середовища та особистісними особливостями користувача, набуваючи ознак усталеності, такий спосіб взаємодії особистості з медіасередовищем трансформується в стійкий конструкт, особливий індивідуальний стиль медіакомунікації. А це, в свою чергу, може представляти загрозу соціальній активності, самореалізації, розвитку особистості підлітка.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Медіасередовище являє собою структурований віртуальний соціальний простір, який складається множиною користувачів [9, с.131]. Взаємодія між користувачами в медіасередовищі – медіакомунікація – здійснюється за допомогою віртуальних образів-повідомлень (візуальних, аудіальних, текстових) (П. Вірілію, М. Кастельс, Г.М. МакЛюен, В.В. Савчук). Так, В.В. Савчук визначає віртуальний образ як цифрове відображення дійсності [8, с.237]. За визначенням О.Ф. Русакової, віртуальний образ є медійною моделлю певного елемента дійсності. Моделюючи дійсність, віртуальний образ нерідко викривлює її, стає, за Ж. Бодрійяром, симулякром, який не має оригіналу в дійсності [1, с.23]. Таким чином, віртуальний образ може відображати або викривлювати дійсність (Є. Г. Дьякова, Л.В. Матвеева, О.Ф. Ручакова, М. Л. Ткачева, А.М. Фортунатов, І. В. Челишева). Оскільки віртуальний образ створюється користувачем, саме він визначає, як саме віртуальний образ моделюватиме дійсність.

Завдяки специфічним властивостям медіасередовища, зокрема віддаленості (О.М. Арестова,

О.Є. Войскунський), анонімності, обмеженому сенсорному досвіду (О.Є. Жичкіна), особистість може створювати будь-які віртуальні образи залежно від власних потреб і бажань та вільно ним керувати (Дж. Донат, О.Є. Жичкіна, К. Янг).

Таким чином, користувач вільний у виборі варіанта представлення оточуючої дійсності. При цьому він вільний і у прояві власної індивідуальності, відображаючи або викривлюючи дійсність, залежно від власних потреб і бажань. Таким чином, має місце зовнішня та внутрішня свобода самовираження особистості. У цьому випадку, згідно з В.С. Мерліним, виникає індивідуальний стиль певної діяльності, що характеризується вибором варіанту виконання діяльності серед їх розмаїття, якому особистість віддає перевагу. В нашому випадку йдеться про індивідуально обумовлену манеру створення та передачі віртуальних образів у процесі медіакомунікації, про індивідуальний стиль медіакомунікації.

Під індивідуальним стилем медіакомунікації ми розуміємо усталену сукупність індивідуальних особливостей взаємодії особистості з медіасередовищем. Сутність індивідуального стилю медіакомунікації полягає в тому, наскільки створені користувачем віртуальні образи відповідають реальним об'єктам (оточуючій реальності користувача).

Становлення індивідуального стилю діяльності обумовлюється чинниками зовнішнього середовища та особистісними особливостями суб'єкта (Є.П. Ільїн, О. В. Лібін, В.С. Мерлін). У випадку індивідуального стилю медіакомунікації зовнішніми чинниками його становлення виступають зазначені властивості медіасередовища. Що ж до внутрішніх чинників, при виконанні різних видів діяльності активізуються різні особистісні характеристики (Є.С. Ільїн, В.О. Толочек, Є.О.Клімов).

Розглянемо особистісні особливості, які можуть впливати на вироблення індивідуального стилю медіакомунікації.

Як і стиль будь-якої діяльності, індивідуальний стиль медіакомунікації має природну основу. Індивідуальний стиль будь-якої діяльності є певним пріоритетним способом адаптації особистості до діяльності з метою найкращого її виконання (Є.П. Ільїн, В.О. Толочек, М.Р. Щукін). Тому природною основою стилю медіакомунікації можуть вважатися вроджені особливості нервової системи, які проявляються у взаємодії з оточенням та стають основою формування способів психічної адаптації особистості. Згідно із К.Г. Юнгом, існує два основних таких способи: екстраверсія та інтроверсія.

Оскільки провідну роль в структурі індивідуального стилю будь-якої діяльності відіграють мотиви, інтереси (основи спрямованості) та смислові установки (Є.І. Маствіліскер, Н.Ю. Щербакова), важливими чинниками становлення стилю медіакомунікації являються особистісна спрямованість та соціально-психологічна установка. В якості смислової установки ми розглядаємо соціально-психологічну установку (егоїстичну або альтруїстичну), оскільки створення тих чи інших віртуальних образів багато в чому залежить від суб'єктивного бачення оточуючого середовища.

Суб'єктивне ставлення до власної особистості, власного життя, за визначенням Р.М. Шаміонова, виражається у рівні суб'єктивного благополуччя. Основними складовими, що впливають на рівень суб'єктивного благополуччя (особливо це стосується підліткового віку), являються пов'язані між собою рівень самооцінки та груповий статус особистості (Г.М. Андрєєва, А.О. Реан). Рівень суб'єктивного благополуччя багато в чому визначає характер

створюваних особистістю віртуальних образів, оскільки, за В. В. Знаковим, створюючи образи, що викривлюють реальності, особистість намагається усунути почуття дискомфорту, викликане незадоволеністю власним життям та оточенням. За даними досліджень, міра відповідності віртуальних образів оточуючій дійсності користувача залежить від рівня задоволеності власним життям [7, с 201].

Ще однією значною умовою становлення індивідуального стилю медіакommунікації, яку можна віднести як до внутрішніх, так і до зовнішніх чинників, виступає рівень медіакультури особистості. Основними критеріями медіакультури виступають вміння вибору потрібної інформації, творчі комунікативні здібності (навички створення медіаобразів), а також дотримання соціальних норм комунікації [3].

Отже, індивідуальний стиль діяльності займає граничне положення між суб'єктивними та об'єктивними чинниками. Він допомагає особистості найбільш ефективно пристосуватися до виконуваної діяльності. Разом з тим, В. С. Мерлін підкреслює, що особистість обирає той чи інший стиль не тільки з причини його успішності в даній діяльності, а й тому, що він приносить емоційне задоволення, відчуття внутрішнього комфорту. Це підтверджує Д.О. Леонтьєв: «...використання індивідуального стилю призводить здебільшого до емоційного задоволення від діяльності...» [5, с. 94]. В.Н. Куніцина, Н.В. Казарінова зазначають, що в контексті комунікації задоволеність, адаптивність виступають основними критеріями успішності діяльності. [6, с. 415–420]. Тобто, значущою умовою становлення індивідуального стилю медіакommунікації є відчуття комфорту, задоволення. Користувач скоріш за все буде транслювати в медіасередовище такі образи (що відповідають або не відповідають дійсності), які

допоможуть йому відчутти задоволення від взаємодії з медіапростором.

Спираючись на твердження В. В. Знакова про те, що за допомогою викривлення дійсності у віртуальних образах особистість намагається компенсувати відчуття дискомфорту, викликане обставинами реального життя, ми зробили *припущення* про те, що така сукупність способів взаємодії з медіасередовищем може лежати в основі *компенсаторного стилю медіакомунікації*.

Відповідно, **метою** статті є визначення чинників становлення та особливостей прояву компенсаторного стилю медіакомунікації.

Виклад основного матеріалу. При дослідженні стилів медіакомунікації ми спиралися на теорію мовленнєвої діяльності О. О. Леонтьєва, в якій виділяються соціально важливі функції комунікації, основними з яких є самопрезентація, встановлення контакту та переконання. На основі цього ми виділяємо три основних параметри стилю медіакомунікації: параметр самопрезентації (віртуальний образ Я, який найчастіше створюється за допомогою особистих даних, фото), параметр встановлення контактів в медіасередовищі (особливості вибору партнерів по медіакомунікації) та параметр створення повідомлень (особливості змісту образів-повідомлень та особливості їх побудови).

Особливості становлення індивідуальних стилів медіакомунікації та їх характеристики досліджувалися за допомогою відповідних тестових методик та авторського опитувальника про особливості взаємодії з медіасередовищем (аналіз надійності підтвердив допустимість його використання). В якості досліджуваних виступили користувачі віртуальних соціальних мереж віком 14–16 років, загальною кількістю 303 особи. Отримані дані оброблялися методом кластерного аналізу. В результаті було

отримано чотири кластери (див. таблиця 1), кожен з яких відповідає певному стилю медіакомунікації.

Таблиця 1

Результати кластерного аналізу

Конечные центры кластеров				
	Кластер			
	1	2	3	4
ШСБ	6,22	3,59	2,81	3,68
тип психіч. адапт.	27	43	81	66
спрямованість	2	2	1	2
с.-п. установка	4,82	8,67	9,83	6,23
активн. в медиасер	9,96	8,59	8,03	8,06
активн. в соцмережі	10,09	9,14	8,60	7,56
самопрезент	19,39	12,64	13,74	18,30
встан. контактів	19,49	12,45	13,91	11,65
комуникація	18,67	11,77	12,17	14,30
медіакультура	8,36	11,38	12,74	11,49

Для розкриття причин й цілей викривлення реальності у віртуальному просторі зупинимося на розгляді кластера 1, сукупність показників якого ми умовно визначили компенсаторним стилем. Середній рівень суб'єктивного благополуччя 6,22 стевів за методикою М. В. Соколової, тобто присутні тенденції незадоволеності власним життям. Переважає інтровертивний тип психічної адаптації (27 балів за методикою К. Г. Юнга). Спрямованість має особистісний характер (при введенні даних особистісну спрямованість ми умовно помітили значенням «2»). Соціально-психологічна установка – егоїстична (середнє значення

4,82 при крайніх значеннях методики 0 – егоїзм, 15 – альтруїзм). Щільність взаємодії з медіасередовищем досить висока (більше 3-х годин на добу): 9,96 з максимальних 12 балів за шкалою «щільність взаємодії з медіасередовищем» авторського опитувальника. Рівень активності у соціальних мережах також високий: 10,09 балів (інтервал значень 9-12 за шкалою «рівень активності в соціальній мережі» позначений як «високий рівень активності»). Образ себе в мережі не відповідає реальності: 19,39 балів за шкалою «самопрезентація» (значення 18–24 бали за цією шкалою виявляють викривлення реальності при конструюванні віртуальних образів себе). Контакти встановлюються переважно з віртуальними особистостями, з якими користувач не знайомий в реальному житті (19,49 балів за шкалою «встановлення контактів», де інтервал значень 18–24 позначений як «перевага контактів із віртуальними особистостями»). Особливості створення повідомлень в мережі відрізняються від таких у реальності (18,67 балів за шкалою «створення повідомлень», де інтервал значень 17–21 позначений як «відмінність особливостей віртуальної й реальної манери створення повідомлень»). Рівень медіакультури низький (8,36 балів за шкалою «медіакультура», де інтервал значень 6–10 позначений як «низький рівень медіакультури»).

Для детального вивчення специфічних особливостей різних стилів на основі результатів кількісного дослідження було проведено якісне дослідження із використанням методу глибинного інтерв'ю й аналізу особистого акаунту випробуваного в соціальній мережі.

За результатами кількісного та якісного досліджень можемо описати соціально-психологічний портрет групи досліджуваних підлітків, які використовують компенсаторний стиль медіакомунікації. Представники цього стилю зосереджені в основному на

власному внутрішньому світі, власних думках і бажаннях. Своє оточення вони найчастіше бачать ворожим, конкурентним, «нерозуміючим». У своєму прагненні підігнати його під власні переконання вони налаштовують інших проти себе. У результаті цього рівень задоволеності власним життям знижується, з'являється відчуття дискомфорту. Так, з'являється потреба компенсувати ці відчуття. Найбільш доступним засобом для цього є віртуальна реальність, зокрема соціальні мережі, популярні серед підлітків, де реальність можна представити по-різному. За результатами кореляційного аналізу встановлена значуща позитивна кореляція між рівнем суб'єктивного благополуччя й рівнем відповідності реальності віртуального образу себе ($r = 0,659$ при $p = 0,01$): чим нижче рівень задоволеності власним життям, тим більше трансльовані образи спотворюють реальність користувача. Також спостерігається значущий позитивний зв'язок рівня суб'єктивного благополуччя й відповідності особливостей віртуальної комунікації з особливостями реальної комунікації ($r = 0,591$ при $p = 0,01$): чим нижче рівень задоволеності власним життям, тим більше манера створення віртуальних повідомлень відрізняється від манери висловлювань у реальному житті. Те ж саме стосується й встановлення контактів: чим нижче рівень задоволеності життям, тим більше контактів у соціальній мережі встановлюється з тими учасниками, з якими випробуваний не знайомий у реальному житті ($r = 0,637$ при $p = 0,01$).

Реєструючись у соціальній мережі, особистість із компенсаторним стилем медіакомунікації намагається наділити образ віртуального Я бажаними якостями. [2]. Для цього використовуються різні форми й доповнення до реального імені або вигадані імена (10% досліджуваних нашої вибірки). Серед зображень, розміщених на сторінці, переважають сторонні, не

особисті фото (зокрема, персонажі он-лайн-ігор – 37,5%). Якщо присутні особисті фото, то найчастіше (62%) це знімки подій, не характерних для повсякденного життя користувача. З їхньою допомогою користувач намагається «підкреслити свою винятковість», «показати, що я не такий, як усі», «наповнити своє життя».

Щодо особистої інформації, розміщеної на сторінці (місце проживання, освіта, захоплення), користувачі з компенсаторним стилем рідко змінюють її (25%). Частіше (75%) змінюються тільки значущі для користувача деталі; деякі дані просто не вказуються (49%).

У якості партнерів по медіакомунікації користувачі з компенсаторним стилем віддають перевагу тим, з ким мало й/або взагалі не знайомі в реальності (75%). Серед відповідей на запитання глибинного інтерв'ю про причини такого вибору найбільш показовими є такі: «там мене розуміють», «там можна знайти однодумців», «мені з ними цікаво» та ін. Тобто в мережі відбувається пошук альтернативного оточення, яке б відповідало переконанням і бажанням користувача.

Комунікація з учасниками соціальної мережі відбувається найчастіше за допомогою обміну текстовими повідомленнями. Манера побудови повідомлень у користувачів з компенсаторним стилем відрізняється від реальної (87%). Наприклад, якщо у реальному житті користувач викладає свої думки коротко, то в мережі він пише докладно, використовуючи різні мовні звороти тощо.

Отже, можемо констатувати, що як і інші стилі медіакомунікації¹, а також стилі інших видів діяльності, компенсаторний стиль виникає тоді, коли особистість відчуває емоційне задоволення від діяльності. Враховуючи особистісні детермінанти й занижений рівень задоволеності життям, подібне викривлення

образів реальності й пошук альтернативного кола взаємодії відбувається з метою досягнення емоційного комфорту, задоволення від комунікації. На запитання глибинного інтерв'ю про причини передачі викривлених образів реальності в медіапростір, більшість випробуваних відповіли, що це приносить їм задоволення й відчуття комфорту: «мені так подобається», «інакше не цікаво», «таким мене люблять мої мережні друзі й мені так добре», «почуваю себе у своїй тарілці».

Висновки. Компенсаторний стиль медіакомунікації проявляється переважно у підлітків, які мають труднощі щодо ефективної взаємодії з реальним оточенням. Сконцентровані здебільшого на власних внутрішніх переживаннях та прагненнях, вони намагаються змінити дійсність, та, за умови отримання невдачі, сприймають її негативно. Це викликає загальне незадоволення оточенням та власним життям. З метою усунення дискомфорту, пов'язаного з цим, особистість вдається до конструювання альтернативної дійсності, яка б її задовольняла. Для цього найбільш доступним простором є медіасередовище, яке, завдяки своїм властивостям, дозволяє створювати будь-які віртуальні образи, залежно від потреб користувача. Компенсаторний стиль медіакомунікації дозволяє особистості створювати віртуальні образи, які транслюють «бажану» реальність.

Перспективи подальших дослідженьдослідження. З точки зору активності в дійсному житті, особистісного розвитку підлітка, його самоактуалізації, компенсаторний стиль медіакомунікації потребує оптимізації. На нашу думку, при визначенні прийнятних методів оптимізації важливо спиратися на основні завдання, які ставляться перед особистістю в підлітковому віці (самопізнання, встановлення міжособистісних зв'язків, постановка

життєвих цілей тощо), а також на особистісні характеристики носіїв компенсаторного стилю. Одним з основних напрямів роботи ми вважаємо підвищення рівня суб'єктивного благополуччя. Оскільки в підлітковому віці провідними компонентами суб'єктивного благополуччя виступають взаємопов'язані рівень самооцінки та взаємини з групою взаємодії, підвищення рівня задоволеності життям ми вбачаємо в оптимізації самооцінки, а також в розвитку комунікативних навичок. Для оптимізації взаємодії з медіасередовищем, спрямування її в продуктивному напрямку, доцільним буде розвиток навичок медіаторчості, адже медіаторчість виступає одним із способів самовираження, самоствердження, а також механізмом підвищення рівня медіакультури. Для реалізації всіх зазначених напрямів роботи ми вважаємо доцільним створення соціально-психологічного тренінгу «Оптимізація індивідуальних стилів медіакомунікації», що є перспективним полем нашого дослідження.

Література

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция: [пер. с фр. О. А. Печенкина] / Ж. Бодрийяр. – Тула, 2013. – 204 с.
2. Жичкина А. Е. Социально-психологические особенности общения в Интернете : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Article/Gichk_SocPsih.php
3. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/konceptsiya-vprovadzheniya-mediaosviti-v-ukrayini>
4. Куницына В. Н. Межличностное общение / В. Н. Куницына, Н. В. Каразина, В. М. Погольша. – СПб : Питер, 2001. – 544 с.

5. Леонтьев Д. А. Индивидуальный стиль и индивидуальные стили – взгляд из 1990-х // Стиль человека: психологический анализ : [под ред. Либины А. В.]. – М. : Смысл, 1998. – с. 93 – 108
6. Подгорная И. С. Детерминанты искажения образов реальности в виртуальной среде / И. С. Подгорная // Чинники розвитку психологічних та педагогічних наук у ХХІ столітті : міжнародна науково-практична конференція, 21 – 22 листопада 2014 р. : тези доповіді.- Одесса, 2014. – С. 18 – 20
7. Подгорная И. С. Искажение образов реальности в медиaprостранстве: причины и цели / И. С. Подгорная //Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. - № 12. – С. 200 – 203
8. Савчук В. В. Медиареальность. Медиасубъект. Медиафилософия (Интервью) : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.slideshare.net/ramakaa/ss-4570185>
9. Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности / В. В. Савчук. – СПб : РХГА, 2013. – 338 с.

Аннотация. В статье проанализированы факторы становления индивидуальных стилей медиакommunikации. Описывается феномен искажения образов реальности пользователем в процессе взаимодействия с медиасредой. В контексте исследования индивидуальных стилей медиакommunikации подростков представлен социально-психологический портрет испытуемых с компенсаторным стилем медиакommunikации в социальных сетях.

Ключевые слова: медиасреда, медиакommunikация, виртуальный образ, индивидуальный стиль медиакommunikации

Summary. The article analyzes factors of establishing of mediakommunikation style. It considers the phenomenon of user's reality misstatement in process of interaction with mediaenvironment. In the context of research of individual

mediacommunication styles of teenagers the social-psychological portrait of testees with compensatory mediacommunication style in social networks.

Key words: mediaenvironment, mediacommunication, virtual image, individual mediacommunication style.