

## ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ: МОЖЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ В КОНТЕКСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПСИХОЛОГА

Л.О.Лещенко

*У статті описано широкий спектр психологічних феноменів, які виникають в процесі комунікації в Інтернеті. Сформульовано базові особливості online-спілкування і розглянуто їх прояви в неформальній і діловій комунікації, а також у психологічному консультуванні.*

**Ключові слова:** *інтернет-комунікація, ділова інтернет-комунікація, віртуальний простір, неформальне спілкування в Інтернеті, психологічне консультування в Інтернеті.*

**Актуальність.** Упродовж століть способи комунікації, оброблення, зберігання та передачі інформації повільно удосконалювалися, не зазнаючи радикальних змін. Проте за минуле століття через впровадження нових технічних винаходів та відкриттів відбулися якісні принципів зміни: з'явився телеграфний та телефонний зв'язок, радіомовлення, аналогове телебачення, а за останні десятиліття - потужні комп'ютери, Інтернет, 8куре (Скайп), стільниковий зв'язок, цифрове та супутникове телебачення.

Вражає швидкість включення технічних новинок у повсякденне життя - те, що недавно було незвичним і складним, нині уже сприймається як щось само собою зрозуміле, засвоюється легко й швидко, а для нового покоління стає невід'ємною частиною життєдіяльності. Проте для психологів, дослідників цього феномена, важливішим, ніж набуття людиною функціональних навичок і вмінь використання нових інструментів, є формування певних психологічних змін у ставленні до них, а також до тих нових можливостей, що зумовлені ними. Ці зміни відбуваються завдяки певній психологічній роботі в декілька етапів: подолання психологічного бар'єра, потім адаптація і звикання, далі відбувається розширення спектра дій, повніше використання можливостей нової технічної системи.

Інтернет - ще одне явище того ж порядку, витвір науково-технічного прогресу, що пройшов той же шлях психологічних змін, набув глобального поширення і став частиною життя мільйонів людей. Внаслідок цього користувачі Інтернету в його віртуальному середовищі зіткнулись із взаєминами нового типу «Людина - Інтернет - Людина», які зініціювали появу психологічних проблем, що вимагають наукового дослідження [3; 6; 9]. Крім того, у практичній площині якнайповніше використання на професійному рівні (психологія, соціологія та ін.) мережевих інформаційних технологій передбачає формування певних уявлень про віртуальний простір Інтернету як нове середовище людської діяльності, що має свої психологічні особливості, вивчення яких стає дедалі актуальнішим.

У наші дні все більше видів діяльності виконуються людиною за допомогою комп'ютерів і комп'ютерних мереж. Аналогічного за потужністю,

обсягом чи оперативністю джерела інформації нині не існує. Управління складними комплексними процесами без допомоги комп'ютерних систем вважається просто неможливим, але в той же час через збої в комп'ютерних системах цілі галузі зазнають величезних збитків. Періодично розпочинаються кампанії проти поширення й доступності Інтернету, його непідконтрольності; проти окремих видів розміщеної в Мережі продукції; лунають заклики ввести цензуру. Залишається відкритим питання про заміну або витіснення інтернет-комунікацією спілкування в реальному соціумі - тією чи іншою мірою. Однак вирішення його натрапляє на такий парадокс: з одного боку, Інтернет сприяє розвитку відчуженості між людьми, з іншого боку, інтернет-технології є засобом розширення кола знайомств, встановлення нових контактів і широко використовуються саме для спілкування [14].

Питання «Для чого люди користуються Інтернетом?» - тема багатьох психологічних досліджень. Вихідним положенням, від якого відштовхуються дослідники Мережі, став постулат А.Войскунського про три основні види потреб, які задовольняє людина за допомогою Інтернету: комунікативну, пізнавальну й ігрову [4].

Комунікативна потреба, пов'язана як з професійною, так і з неформальною діяльністю в Інтернеті, задовольняється через листування по електронній пошті, спілкування в чатах, форумах, Skype та ін. Пізнавальна потреба задовольняється читанням мережевої преси, пошуком конкретної інформації або знайомством із поточними новинами, користуванням електронними бібліотеками, дистанційними формами освіти тощо. Прикладами задоволення ігрової потреби можуть бути індивідуальні й групові ігри з комп'ютером або реальними партнерами через Інтернет.

Останнім часом до переліку видів діяльності в Мережі доданий ще один, специфічний для Інтернету вид, - електронна комерція або e-business (платежі, фінансові операції, купівлі через інтернет-магазини та ін.). Завойовують свої позиції в Інтернеті такі складні для реалізації види діяльності, як психотерапевтична (e-therapy), психологічне консультування і науково-психологічні дослідження; останні також значною мірою пов'язані з комунікацією (збирання даних методом анкетування, опитувань, бесід; проведення конференцій тощо).

Відповіддю на питання «Чому люди користуються Інтернетом?» стали результати дослідження, проведені в МДУ ім. М.В.Ломоносова [1], які показали, що в основі діяльності користувачів Інтернету лежать наступні мотиви:

- ділова мотивація;
- пізнавальна мотивація;
- мотивація співробітництва;
- мотивація самореалізації;
- рекреаційна й ігрова мотивація;
- афіліативна мотивація;
- мотивація самоствердження;
- комунікативна мотивація.

Отже, у віртуальній реальності Інтернету користувачі мають можливість реалізувати безліч мотивів і задовольняти всілякі потреби, здійснюючи широкий спектр дій завдяки сучасним інтернет-технологіям.

У той же час віртуальна реальність є простішою за реальність справжню - фізичну і соціальну. За А.Войскунським, комп'ютерна, ігрова або комунікативна віртуальна реальність мають в якості спільної основи певний принцип їх побудови: уся повнота фізичної і соціальної реальності редукується до набору відібраних ознак. Освоїти таку модель реальної дійсності й осмислено діяти в ній простіше, ніж в реальному житті, цим вона і «затягує», і цим може бути частково пояснена «втеча» в ігрову або іншу зредуквану реальність [4].

Зрозуміло, що кожен вид діяльності користувача Інтернету (гра, комунікація, пошук інформації, e-business тощо) має свої психологічні особливості, специфіку, психологічні феномени. **Метою** даної статті є розгляд психологічних особливостей *мережевої комунікації*. Цей вибір зроблений з трьох причин: по-перше, спілкування стає однією із спроможностей Інтернету, якої найбільше потребують люди; по-друге, Інтернет є порівняно новим засобом масової комунікації, що динамічно розвивається (загальнодоступним він став у 1991 р.); по-третє, для психологів особливий інтерес становлять психологічні особливості віртуального простору як середовища, в якому може здійснюватися їх фахова діяльність.

З цією метою розглянемо наступні питання: технічні й організаційні властивості Інтернету як одного із засобів масової комунікації; базові особливості мережевої комунікації; психологічні феномени ділової і неформальної комунікації; особливості психологічного консультування і психотерапевтичної діяльності в Мережі.

**Інтернет як засіб масової комунікації.** Для Інтернету як засобу масової комунікації є характерними:

1. *Відсутність централізованої організаційної структури.* Інтернетом ніхто не володіє і ніхто не керує.

2. *Висока швидкість поширення інформації.* Повідомлення, яке з'явилося на сайті інформаційного агентства, може бути миттєво розмножене іншими інтернет-виданнями, а потім електронними (радіо, ТБ) і друкowanими (газети, журнали).

3. *Інформація в Інтернеті поширюється мережевим способом*, унаслідок чого Інтернет має властивості, схожі з механізмом дії «натовпу»: ніким не керованої структури і «випадкового середовища» [5].

4. *Інтерактивність комунікації в Інтернеті.* Інтерактивність комунікації означає: а) можливість вступати в прямий діалог з аудиторією сайту й отримувати від неї зворотний зв'язок у режимі реального часу; б) можливість спілкування відвідувачів сайту між собою, наприклад, на сайті з'являється повідомлення, яке потім обговорюється на форумі.

**Базові особливості мережевої комунікації.** Існує ціла низка термінів, що позначають комунікацію за допомогою інтернет-технологій: віртуаль-

на комунікація, комп'ютерне спілкування, мережева комунікація, online-комунікація тощо. Найбільш поширеними способами спілкування через Інтернет є електронна пошта (e-mail), чат, ICQ, форум, конференція, а останнім часом - і Skype.

На думку О.Грязнової, інтернет-комунікація являє собою єдність чотирьох процесів: в Інтернеті *створюється нова реальність, яка відображає об'єктивну дійсність, виражає суб'єктивно-особистісний світ і передає свій духовний зміст усім учасникам* [6]. Для психологів великий інтерес становить дослідження цих процесів, яке дає можливість розібратися в тому, як у ситуації online-спілкування створюється нова реальність, як вона відбиває об'єктивну дійсність, яким чином виражає суб'єктивно-особистісний світ співрозмовників.

З метою такого аналізу необхідно детальніше розглянути, які саме особливості має інтернет-спілкування, спільні для всіх його видів. Багато дослідників [2; 7; 8; 17] наголошують на схожих особливостях, які тісно пов'язані поміж собою:

1. *Фізична непередставленість*. В Інтернеті в результаті фізичної непередставленості партнерів із комунікації один одному втрачає своє значення ціла низка бар'єрів спілкування, обумовлених характеристиками співрозмовників, що виражені в їх зовнішньому вигляді: їх статтю, віком, соціальним статусом, зовнішньою привабливістю|непривабливістю, а також невербальною частиною комунікативної компетентності [8]. Зазначена особливість віртуального середовища дає повну свободу, з одного боку, для надання про себе недостовірної інформації, а з другого - для фантазування з приводу співрозмовника (перш за все, у неформальному спілкуванні). Окремо зазначимо, що ця важлива психологічна особливість мережевого спілкування (тобто зникнення в online-комунікації низки бар'єрів, характерних для реальної комунікації) полягає, на думку дослідників психотерапевтичної діяльності в Інтернеті, в основі його психотерапевтичних спроможностей.

2. *Анонімність*. Особливість, яка є наслідком відсутності достовірної інформації про співрозмовника в Мережі або неповноти інформації про нього. Можливість бути анонімним начебто психологічно звільняє користувача від необхідності презентувати самого себе в процесі комунікації, тобто відповідати своєму реальному «Я», і тим самим відкриває можливості для конструювання альтернативних самопрезентацій. Відзначимо, що реалізуються такі можливості не стільки в діловій, скільки в неформальній і розважальній комунікації, під час яких нерідко відбувається приховування дійсної інформації або презентація помилкової.

3. *Своєрідність перебігу процесів міжособистісного сприйняття* в умовах відсутності невербальної інформації. «Як правило, сильний вплив на уявлення про співрозмовника мають механізми стереотипізації та ідентифікації, а також настановлення на очікування бажаних якостей у партнера» [17].

4. *Зниження психологічного і соціального ризику* в процесі спілкування. Ця особливість з'являється внаслідок анонімності і безкарності. «Виявляється

у вигляді афективного розкріпачення, ненормативності і деякої безвідповідальності учасників спілкування. Людина в мережі може проявляти і проявляє велику свободу висловів і вчинків (аж до образ, нецензурних виразів, сексуальних домагань), оскільки ризик викриття й особистої негативної оцінки оточуючими мінімальний» [17].

У наведеній цитаті йдеться про неформальне спілкування, коли ця особливість мережевої комунікації виявляється особливо помітною і сприймається багатьма учасниками спілкування негативно. Тим часом ця ж особливість у психологічному online-консультуванні відіграє позитивну роль, тому що багатьом людям психологічно легше зважитися саме на віртуальний контакт із психотерапевтом, особливо вперше.

5. *Нерегламентованість поведінки.* Полягає у відсутності чітких правил, етикету online-комунікації, особливо неформальної, що виявляється в повній свободі самовизначення щодо зав'язування і розриву контактів, стилю комунікації і т.п. Деякі користувачі презентують себе з іншого боку, ніж в умовах реальної соціальної норми, програють ролі і сценарії ненормативної поведінки, які неможливо реалізовувати в діяльності поза мережею [17].

6. *Компенсаторна віртуальна емоційність.* Так називають феномен, який виражається в тому, що утрудненість емоційного компонента спілкування компенсується активним використанням спеціальних позначок для позначення емоцій (смайликів) або описуванням емоцій словами.

7. *Використання різноманітних способів мережевої комунікації* (ICQ, e-mail, чат, форум та ін.) і всіляких способів самопрезентації (самоописування, анкети, COPi (Cell Of Personal Information), власні інтернет-сторінки тощо).

З метою вивчення психологічних особливостей мережевої комунікації розглянемо далі окремо ділову, розважальну або неформальну комунікацію і психологічне online-консультування. Необхідність такого поділу зумовлена зручністю розгляду, оскільки наш досвід показує, що між цими видами мережевого спілкування спостерігаються суттєві психологічні відмінності одночасно з їх технологічною ідентичністю. Тобто в технічному плані жодних відмінностей між цими видами комунікації немає, однак психологічні феномени кожного з цих видів інтернет-спілкування є різними.

Крім того, можна відзначити, що одні й ті ж базові особливості мережевої комунікації, перелічені вище, зумовлюють різні психологічні наслідки в різних видах online-комунікації. Наприклад, той факт, що спілкування обмежується текстом, у діловій комунікації призводить до більш уважного формулювання своїх думок. У розважально-неформальному спілкуванні - дає простір для розвитку фантазії співрозмовників. У той же час відсутність невербальної інформації про клієнта істотно ускладнює психологічне консультування.

*Психологічні особливості ділової комунікації за допомогою Інтернету.* Ділову online-комунікацію диференціюють за її спрямованістю на вирішення конкретних професійних завдань, коли предметом обговорення (наприклад, в ICQ або форумі) є проблема, що лежить у сфері професійної діяльності співрозмовників.

Комунікативний процес, повністю опосередкований інтернет-технологіями, фактично включає ті ж елементи, що й звичайні переговори: повідомлення інформації, висунення аргументів і контраргументів, вираження згоди, незгоди і т.д. Проте ділова online-комунікація має свої особливості:

1. *Письмова форма спілкування.* У звичайних переговорах основним способом передачі інформації є усне мовлення. Спілкування ж у Мережі поки що в більшості випадків відбувається у письмовій формі, тож вимагає конкретнішого вираження думок, точних формулювань, лаконічного висловлювання. Це також сприяє не емоційному, а раціональному стилю переговорів, що буває особливо корисно під час розв'язання складних, потенційно конфліктогенних ситуацій.

2. *Цитування співрозмовника.* Зручним і тому поширеним способом відповідати на питання, задані в електронному листі, є копіювання питання і друкування відповіді безпосередньо вслід за ним. Розуміння того, що написано тобою відтворюватиметься дослівно і неможливо буде звинуватити співрозмовника в спотворенні сказаного, підсилює увагу буквально до кожного написаного слова.

3. *Деформалізація спілкування.* Стиль ділового online-спілкування має тенденцію змінюватися з часом від більш до менш формального. Цю властивість називають *скороченням психологічної дистанції*. Відмітимо, що особисте знайомство може також прискорити скорочення психологічної дистанції. При листуванні по e-mail зовнішніми маркерами такої динаміки є: скорочення інформації в підписі, з якої поступово забираються повні реквізити, формальні мовні звороти і залишається лише ім'я й прізвище автора, або навіть тільки ім'я; зміна форми звернення до адресата на початку листа; використання зі зростаючою частотою менш формальних виразів; поява в тексті ділового листа спеціальних символів, «смайликів», які позначають емоції й інтонації; перехід на «ти».

4. *Поява в ділових повідомленнях інформації особистого характеру.* В разі ділового online-спілкування первинна інформація про себе, яку надають один одному співрозмовники, є мінімальною за обсягом, але, як правило, достовірною. Надалі кількість інформації особистого характеру, що повідомляється, інколи збільшується: окрім відомостей в тілі листа, діловий партнер може отримати гіперпосилання на особисту інтернет-сторінку або персональний сайт.

5. *Збільшення кількості каналів комунікації.* Співрозмовникові повідомляється номер не лише робочого, але й мобільного та домашнього телефонів, а також номер ICQ, адреса особистої поштової скриньки, Skype-адреса.

Можна сказати, що людина в Інтернеті стає, в буквальному розумінні, доступнішою. Зазначимо, що кожен із названих видів спілкування має свою специфіку: за стилем і характером листування по e-mail відрізняється від «розмови» за допомогою ICQ. Отже, суб'єкт дістає можливість вибору технічного способу комунікації з іншим суб'єктом. Вибір може залежати від безлічі чинників: суті ділового питання, його терміновості, індивідуальних переваг, особових взаємин і т. д.

У колективному діловому спілкуванні в так званих форумах, крім перелічених вище базових особливостей опііпе-комунікацд двох співрозмовників, є й свої феномени. Цікаве спостереження, пов'язане із цим видом інтернет-комунікації, полягає в тому, що спілкування в опііпе-форумах інтенсифікується в умовах невизначеності. Наприклад, Д. Сатін на прикладі учасників ринку цінних паперів відзначає, що спілкування інтенсифікується тоді, коли на ринку виникає невизначеність. Ціни можуть шквально зрости, але більшість учасників ринку не встигатимуть усвідомити причин цього. І тоді спілкування зі своїми колегами з інших компаній стає засобом відновлення зрозумілої картини того, що відбувається [13]. Другий приклад - спілкування в блогах або політичних форумах. Нами помічено, що чим складніша політична ситуація в суспільстві (наприклад, під час виборчого процесу), чим більше в Інтернеті запущено провокаційної інформації і дезінформації, тим численніші форуми спостерігаються і тим інтенсивнішим є обговорення актуальних проблем.

Висновок, що напрашується з викладеного вище, містить важливий психологічний зміст - спілкування прямо пов'язане зі ступенем необізнаності в тому, що відбувається.

**Психологічні особливості неформальної інтернет-комунікації.** Причини звернення людей до Інтернету для неформального або розважального спілкування можуть бути наступними:

- недостатнє насичення спілкуванням в реальному соціумі;
- можливість за допомогою мережевого спілкування досягти того, що виявилось неможливим в реальному житті: задовольнити фрустровані потреби, реалізувати не затребувані або не схвалювані соціумом якості особистості, випробувати емоції, недосяжні з тих чи інших причин.

Саме в останньому випадку нерідко спостерігається такий специфічно «ішернетівський» психологічний феномен, як створення мережевої ідентичності, що відрізняється від реальної, тобто презентація себе з включенням довільно відібраних, нетотожних або навіть вигаданих якостей. Подібна можливість обумовлена базовими особливостями спілкування в Мережі: анонімністю, фізичною непередставленістю, нерегламентованістю поведінки тощо.

Створення альтернативного віртуального «Я» можливе лише у рамках неформального спілкування. У діловій опііпе-комунікації ані анонімність, ані нерегламентованість поведінки в повній мірі неможливі, тому в користувача фактично немає простору для конструювання альтернативного «Я», не говорячи вже про необхідність враховувати вірогідність зустрічі в реальному житті.

Отже, віртуальне «Я» учасників неформальної інтернет-комунікації часто відрізняється від реального «Я». Відрізнятись може що завгодно: ім'я, вік, стать, описувана зовнішність, будь-яка біографічна інформація. Цю відмінність називають *ідентифікаційним зрушенням* [15].

Феномен створення віртуального «Я» в процесі опііпе-спілкування вивчало багато дослідників. На природне питання: кому і навіщо потрібно створювати віртуальне «Я», відповідь можна знайти в дослідженні Н.Чудової. На

її думку, що збігається з думкою інших дослідників, існує коло особистісних проблем і фрустрованих потреб, задоволення яких в інтернет-реальності полегшене порівняно з нормальним життям [16]. Створення віртуального «Я» здійснюється якраз для того, щоб користуючись ним у віртуальній реальності, вирішити проблеми, які не можна розв'язати в реальному соціумі й задовольнити потреби, фрустровані в реальній дійсності.

Систематизація результатів численних досліджень і точок зору про мотиви мережевої самопрезентації, що відрізняється від реальної, призвела до наступного переліку мотивацій:

1. *Незадоволення реальною соціальною ідентичністю.* В цьому випадку віртуальна самопрезентація є здійсненням мрій, нездійснених в соціальній реальності, нереалізованих бажань, незадоволених потреб. Може бути створене якесь «ідеальне Я», а може бути виражена, навпаки, «тіньова», пригнічена частина особистості. «Ідеальне Я» наділяється красою, могутністю, великодушністю і т. д. Від імені віртуального «поганого Я», наприклад, «Я - терорист», стає можливим вираження пригнічених у реальності агресивних намірів, задоволення заборонених в соціумі спонук.

2. *Незадоволення окремими сторонами реальної соціальної ідентичності.* Створення мережевої ідентичності, яка відрізняється від реальної, може пояснюватись і тим, що люди не мають можливості виразити всі сторони свого багатогранного «Я» в реальній комунікації, тоді як інтернет-комунікація їм таку можливість надає [7].

3. *Відхід від «нормативності» соціальної дійсності.* Якщо для суб'єкта реальна соціальна дійсність виявляється надто нормативною, то виникає бажання цю нормативність обійти. Створивши віртуальне «Я», людина отримує можливість поводитися так, як хоче вона, а не наслідувати стереотипи, нав'язані ззовні. Як сказано в опіше-ігублікації" одного з відвідувачів Інтернету: «Дійсно, яка може бути свобода у "білого комірця", котрий по вісім годин сидить в костюмі і в краватці на роботі. У віртуальному просторі він може зіграти в образ вічного мандрівника або героя і в такий спосіб отримати можливість відчувати себе іншою людиною».

4. *Випробування нового досвіду.* Віртуальна самопрезентація, що відрізняється від реальної ідентичності, може створюватись також для того, щоб випробувати нові відчуття, отримати новий досвід. «Тобто мережева ідентичність, що відрізняється від реальної ідентичності, не лише виражає щось, уже наявне в особистості, але може бути і прагненням випробувати щось раніше не випробуване» [7].

5. *Самоверифікація (самовизначення).* Конструювання віртуальних особистостей може носити віковий характер і бути пов'язаним із самовизначенням. Як відомо, віртуальні особистості створюються переважно користувачами підліткового віку. «Багато авторів відзначають існування кризи ідентичності в підлітковому віці, коли власне "Я" видається підліткові розмитим. При цьому віртуальні особистості можуть виконувати функцію самоверифікації» [8].



Зазначимо, що одні й ті самі дії різних користувачів Інтернету можуть бути спричинені різними мотивами. Наприклад, конструювання віртуальних особистостей іншої статі може бути обумовлене будь-яким із перелічених мотивів.

У разі звернення до Мережі через нестачу спілкування користувачі швидко втрачають інтерес до інтернет-комунікації, коли в реальному житті з'являється достатньо можливостей. Якщо ж причиною використання Інтернету для спілкування є задоволення потреб, фрустрованих у реальному соціальному житті, то така ситуація згодом може призвести до інтернет-адикції - залежності від Інтернету. Це не дивно: адже якщо єдиним місцем, де людина може відчувати себе комфортно чи реалізовувати себе якнайповніше, є Інтернет, то зрозуміла поява бажання (або навіть потреби) перебувати в його віртуальній реальності якомога довше. Тоді online-спілкування стає не доповненням до спілкування в реальності, а носить компенсаторний характер. Віртуальна реальність Інтернету створює цю ситуацію, оскільки в Мережі задоволення деяких фрустрованих потреб полегшене порівняно з реальною дійсністю.

**Особливості психологічного консультування і психотерапіїв Інтернеті.** Інформація на психологічну тематику в Інтернеті досить різноманітна: інформаційні сайти, що містять тексти популярного характеру, діагностичні тести, сайти організацій, що надають психологічні і психотерапевтичні послуги, персональні сайти психологів і психотерапевтів, а також усілякі тематичні електронні розсилки.

Більшість психологічних інтернет-ресурсів існують завдяки інвестиціям їх власників. Проте, оскільки в цій сфері ми йдемо вже проторованим на Заході шляхом, то можна впевнено прогнозувати, що згодом психологічне консультування за допомогою інтернет-технологій і в нашій країні стане комерційною послугою. У США, наприклад, вартість однієї консультації по e-mail складає 30-50 доларів. На сьогодні у світі більше 1000 психотерапевтів надають такі послуги.

Насамперед слід відзначити, що завдяки інформаційним технологіям кожен користувач Мережі може сам собі надати психологічну допомогу. До способів *психологічної самопомоги online* можна віднести види діяльності:

- відвідування сайтів із приємним або цікавим для даного користувача контентом: анекдотами, фотографіями, віршами й іншими мистецькими творами; при цьому досягається переключення уваги і відволікання;
- гра в комп'ютерні ігри;
- пошук інформації; можна зануритись в пошук інформації, потрібної для вирішення якоїсь проблеми: наприклад, шукати вакансії, сайти знайомств, умови туристичних поїздок і т.п.;
- розважальне спілкування (у чаті або ICQ);
- написання віршів чи прози, створення фото, колажів і винесення їх на аудиторію шляхом розміщення на сайтах відповідної тематики.

Для психологів, що мають на меті фахову діяльність в Інтернеті, важливо знайти відповіді на питання:

- які психотерапевтичні завдання можуть ефективно розв'язуватися за допомогою online-консультування?
- які властивості інтернет-комунікації можуть позитивно позначатися на ефективності психологічного консультування?
- якими засобами можна підсилювати переваги online-консультації або згладжувати її незручності і запобігати вірогідним ускладненням?

Відповідаючи на ці питання, необхідно враховувати різні види мережевої комунікації (клієнта і консультанта): листування по e-mail, спілкування у форумі, спілкування в чаті, по ICQ чи Skype.

Діяльність психолога в Інтернеті, в комунікативній її частині, можна розглядати як синтез ділового, оскільки вона є науково-практичною, і неформального спілкування, оскільки клієнтами зазвичай є відвідувачі Інтернету, носії всіх можливих особистісних особливостей, що виявляються в online-комунікації. Тому психологічне консультування і психотерапевтична робота включають особливості, притаманні розглянутим вище видам діяльності - діловій і неформальній, але мають деякі специфічні риси.

При зіставленні традиційного психологічного консультування та online-консультування (головною перевагою першого над другим є, як відомо, наявність невербальної комунікації між консультантом і клієнтом) можна виявити, що консультування в Інтернеті має певні позитивні сторони і навіть переваги. До позитивних особливостей online-консультування можна віднести такі:

- можливість посилати й одержувати повідомлення у будь-який час доби;
- спілкування з психологом-консультантом напряму, тобто без будь-яких посередників (помічників, родичів, співробітників, колег і т.д.);
- можливість письмової форми викладу, яка спонукає використовувати більше вербально-логічної інформації, дозволяє осмислювати ситуацію ще на стадії формулювання проблем;
- можливість обмірковувати і складати своє повідомлення стільки часу, скільки буде потрібно;
- автоматичне збереження запису змісту спілкування (у теках із відправленими листами, в розділах «history» і т.д.), що відкриває можливість як для клієнта (звернутися до них пізніше для самостійного аналізу або аналізу спільно з консультантом), так і для психолога (наукові дослідження, спостереження за динамікою результатів роботи з клієнтом);
- відчуття себе менш затиснутим і скутим, більш розкріпаченим, ніж під час безпосереднього спілкування із психологом;
- конфіденційність;
- розширення кола спілкування (особливо в форумах);
- здобуття досвіду комунікації.

*Психологічне online-консультування* є особливим видом інтернет-комунікації. У цьому спілкуванні в центрі уваги (на відміну від ділової і розважальної комунікації) перебувають клієнт і його проблема. Відсутність невербальної інформації про клієнта є в даній ситуації не простором для

фантазій (як при розважальному спілкуванні), а чинником, який істотно ускладнює консультування. Психолог-консультант вимушений спиратися лише на текст, що пред'являється йому, тобто на усвідомлену вербалізовану інформацію, а в цьому є свої як позитивні, так і негативні сторони. Так, психотерапевт Н.Наріцин, автор інтернет-проекту «Дистанційна програма консультативно-дидактичної психотерапії», оцінює письмову форму викладу як методичну перевагу у зв'язку з тим, що «письмова форма викладу спонукає використовувати більше вербально-логічної інформації, а не емоційної, враховуючи, що при аналізі багатьох особистісних проблем виникають складнощі з використанням саме логіки» [11].

У той же час міра повноти і відповідності письмового тексту реальній ситуації може спричиняти обґрунтовані сумніви, враховуючи відсутність досвіду подібного виду. Ця обставина, на думку багатьох дослідників, також ускладнює завдання психолога-консультанта.

Ефективно можна розв'язувати за допомогою online-консультування такі проблеми:

- надання психологічної інформації, що безпосередньо стосується заявленої клієнтом проблеми;
- подолання страху перед зверненням до психолога або психотерапевта особисто (online-консультування нерідко стає проміжним етапом перед очною консультацією);
  - отримання емоційної підтримки;
  - адекватні емоційні реакції і раціональне осмислення проблемної ситуації;
  - розширення картини світу і зміна погляду на свою проблему, завдяки знайомству з проблемами інших людей, описаними на тому ж сайті;
  - отримання зворотного зв'язку, передовсім, від психолога, а також від учасників форуму;
  - отримання непсихологічної інформації, корисної для вирішення проблеми «на рівні дії» (адреси установ, порядок вирішення якихось питань, рекомендації і т.п.);
  - розширення кола спілкування: спочатку в Мережі, а потім, в окремих випадках, у реальному житті.

Наведені вище аспекти online-консультування є актуальними для будь-яких видів мережевої комунікації (e-mail, чат, ICQ, форум, конференція, Skype).

Великий практичний і методологічний інтерес становить питання: чи можна проводити в Інтернеті психологічні тренінги? Цьому дослідженню присвячено статтю А.Львової та І.Рязанцевої [10]. Аналізуючи виконану роботу й отримані в ході інтернет-тренінгів результати, автори роблять висновок: у Мережі цілком можливо проводити психологічні тренінги. Для цього потрібна технічна підтримка і певний рівень комп'ютерної грамотності в учасників інтернет-тренінга та його ведучого. Автори цієї цікавої і методологічно цінної роботи роблять оптимістичні прогнози розвитку групової психологічної роботи в Інтернеті. Вони вважають, що «перед психологами виникає проблема теоретичного осмислення інтеграції різних напрям-

ків психології і нових технічних рішень для розвитку дистанційних форм психологічної допомоги в Інтернеті, таких як інтернет-консультування й інтернет-тренінги» [10].

Дійсно, на сьогодні у сфері мережевого психологічного консультування залишаються відкритими багато питань, як-то:

- чи можна за допомогою інтернет-тренінгу формувати навички ефективного спілкування в реальному житті?
- чи можна запропонувати рекомендації, в яких випадках слід віддавати перевагу способу online-консультування?
- яким чином і якою мірою загальнопоширені психотерапевтичні методи можуть бути «перенесені» у Мережу?

Відсутність відповідей на ці питання пояснюється тим, що нині, на наш погляд, інтернет-технології недостатньо використовуються для психотерапевтичної практики і становлення дистанційних форм психологічної роботи в Мережі перебуває на самому початку.

**Висновки.** Інтернет можна розглядати і вивчати під різними кутами зору. Психолог зі своєї професійної позиції звертає увагу на безліч психологічних феноменів і процесів, що існують в системі «Людина - Інтернет - Людина». Серед них: «інтернетизація» як проникнення Мережі в наше повсякденне життя, інтернет-адикція, інтернет-комунікація, e-business, e-therapy - скрізь йдеться, зрозуміло, не стільки про технічний, скільки про психологічний бік справи. Для психолога-консультанта Інтернет може стати новим робочим середовищем, яке має свої особливості, сильні і слабкі сторони.

Як наукові психологічні дослідження Інтернету, так і практика online-консультування сьогодні перебувають в нашій країні лише на стадії становлення. Питань поки що більше, ніж відповідей. Натомість психологам надається практично неозорий простір для цікавої плідної творчої діяльності - дослідницької і практичної.

#### Література

1. Арестова О. Психологическое исследование мотивации пользователей Интернета / О.Арестова, Л.Бабанин, А.Войскунский // Материалы 2-ой Российской конференции по экологической психологии (Москва, 12-14 апреля 2000 г.). - М. : Экспосцентр РОСС, 2000. - С. 245-246.
2. Белинская Е. К проблеме групповой динамики сетевого сообщества / Е.Белинская // Материалы 2-ой Российской конференции по экологической психологии (Москва, 12-14 апреля 2000 г.). - М. : Экспосцентр РОСС, 2000. - С. 249-251.
3. Васюков И. Общение - золото и главное полезное ископаемое Интернет [Электронный ресурс] / И.Васюков. - Режим доступа: <http://logiston.ru/articles/netpsy/vasukov2>
4. Войскунский А. Интернет - новая область исследований в психологической науке / А.Войскунский // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. - Вып. 1. - М. : Смысл, 2002. - С. 82-101.
5. Герасимюк Т. Интернет как среда и инструмент реализации Паблик Рилейшнз / Т.Герасимюк, Т.Соломович // Маркетинг в России и за рубежом. - 2002. - № 5.
6. Грязнова Е. В. Компьютерное общение как социальный феномен : автореф. дисс. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Грязнова Елена Владимировна ; Нижегородский гос. архитектур.-строит. ун-т. - Нижний Новгород, 2001.

7. Жичкина А. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / А.Жичкина, Е.Белинская. - Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>
8. Жичкина А.Е. Взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста : автореф. дисс. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Жичкина Анастасия Евгеньевна. - М. : МГУ, 2001.
9. Жичкина А. Социально-психологические аспекты общения в Интернете [Электронный ресурс] / А.Жичкина. - Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>
10. Львова А. Интернет-тренинг как новая возможность групповой психологической работы [Электронный ресурс] / А.Львова, И.Рязанцева. - Режим доступа: [http://flogiston.ru/articles/netpsy/inet\\_training](http://flogiston.ru/articles/netpsy/inet_training)
11. Наричын Н. Дистанционная программа консультативно-дидактической психотерапии : мастер-класс докт. Наричына : реферат по проекту для конкурса «Золотая Психея» [Электронный ресурс] / Н.Н.Наричын. - Режим доступа: [http://www.naritsyn.ru /master/org/refer.htm](http://www.naritsyn.ru/master/org/refer.htm)
12. Нестеров В. К вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете [Электронный ресурс] / В.Нестеров. - Режим доступа: [http://flogiston.ru/articles/netpsy/inet\\_training](http://flogiston.ru/articles/netpsy/inet_training)
13. Сатин Д. Системные исследования профессиональных сообществ в сети Интернет (на примере участников рынка ценных бумаг РТС) / Д.Сатин // Информационное общество : экономика, социология, психология, политика и развитие Интернет-коммуникаций : материалы Междисциплинарного семинара, организованного «Российской сетью информационного общества» (29 сентября 1999 г.). - М., 1999.
14. Смылова О. Психологические последствия применения информационных технологий / О.Смылова. - М. : Изд-во факультета психологии МГУ, 1998.
15. Сосланд А. Фундаментальная структура психотерапевтического метода или Как создать свою школу в психотерапии / А. Сосланд. - М. : Логос, 1999.
16. Чудова Н. Особенности образа Я «жителя» Интернета / Н.Чудова. - Материалы 2-ой Российской конференции по экологической психологии (Москва, 12-14 апреля 2000 г.). - М. : Экспонент РОСС, 2000. - С. 269-270.
17. Шевченко И. Некоторые психологические особенности общения посредством Internet [Электронный ресурс] / И.Шевченко ; Кафедра психологии факультета журналистики, социологии и психологии Казанского гос. ун-та. - Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/shevchenko>

*В статье описывается широкий спектр психологических феноменов, возникающих в процессе общения через Интернет. Формулируются базовые особенности online-общения и рассматривается их проявление в неформальной и деловой коммуникации, а также в психологическом консультировании в Интернете.*

**Ключевые слова:** интернет-коммуникация, деловая интернет-коммуникация, виртуальное пространство, неформальное общение в Интернете, психологическое консультирование в Интернете.

*The article describes a wide spectrum of the psychological phenomena arising in the course of a dialogue in the Internet is described. Basic features of online-dialogue are formulated and their display in informal and business communications as well as in the psychological consultation in a network is considered.*

**Keywords:** internet-communication, business internet-communication, virtual space, informal communication on the Internet, psychological counseling in the Internet.