

Ганна Володимирівна Пирог,

кандидат філософських наук,
доцент кафедри теоретичної психології та психології розвитку,
Житомирський державний університет ім. І. Франка,
вул. Велика Бердичівська, 40, м. Житомир, Україна

Олександр Вікторович Пірог,

кандидат технічних наук, провідний спеціаліст (експерт),
Український науково-дослідний інститут спеціальної техніки та судових експертиз СБУ,
вул. Василенка, 3, м. Київ, Україна

ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ФОРМ ВІДОБРАЖЕННЯ ПРОЦЕСУ МИСЛЕННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Інтернет-технології та віртуальна комунікація стали невід'ємною частиною життя сучасної людини, вони все більше і більше впливають на процеси мислення користувачів. У сучасних дослідженнях констатується специфічність процесу мислення в мережі Інтернет, визначаються його особливості, але емпіричних досліджень з net-мислення недостатньо. Метою статті є вивчення форм відображення мислення в електронних соціальних мережах, а саме – які форми передачі думок використовуються блогерами, і в який спосіб ці форми впливають на розумові процеси аудиторії. Аналіз мережових текстів дозволив виділити деякі тенденції: перша – активне використання широкого діапазону візуально-образних форм відображення мислення; друга – взаємопроникнення мовних і візуальних форм, їх змішування. В соціальних мережах має місце циклічність процесу мислення. Мережові тексти як зовнішнє відображення розумових процесів авторів у залежності від обраних мовних і візуально-образних форм можуть вести до стабілізації або розвитку мислення користувачів соціальних мереж. Реакція інтернет-користувачів на конкретні повідомлення в мережі залежить від форм відображення думок, які вибрав автор. Різні форми відображення думок мають неоднакову ефективність впливу на аудиторію. На стабілізацію мислення аудиторії найбільшою мірою впливає спільне використання мовних і візуально-образних форм, на розвиток мислення – форми, пов'язані з прямим зверненням блогерів до аудиторії.

Ключові слова: мислення, розумові процеси, net-мислення, мережове мислення, соціальні мережі, форми відображення думок, стабілізація мислення, усталення думок, розвиток мислення, письмове мовлення.

Постановка проблеми

Інтернет-технології стали невід'ємною частиною життя сучасної людини. Вони набувають все більшого впливу як на суспільні процеси, так і на особистість. У наш час уявлення про події, їх оцінки та розуміння формуються в свідомості людей під впливом віртуальної комунікації. Аналіз інформації та процес народження нових думок все частіше переноситься у віртуально-комунікативне середовище соціальних мереж. Розуміння інтернет-користувачами того, що відбувається, великою мірою залежить від висловленого в мережі ставлення до нього й відповідної реакції інтернет-спільноти. Зважаючи на вищезазначене, психологічне вивчення різних форм відображення розумових процесів у комунікативному середовищі соціальних мереж з метою пояснення процесу формування думок і уявлень сучасної людини, становлення її світогляду є актуальним.

Психологічні дослідження електронних соціальних мереж мають багатоаспектний характер. Розглядаються як загальний вплив Інтернету на психіку людини (О. Г. Асмолов, О. Є. Войскунський, О. В. Смилова), так і окремі психологічні аспекти впливу інтернет-мереж на особистість (М. М. Назар [8], Л. Ш. Крупенникова [6], Г. В. Пирог [9]). Важливе місце посідають дослідження особливостей інтернет-залежності (Л. П. Журавльова [2], Л. О. Котлова [5]) та проблеми психологічного захисту в інформаційному просторі (С. Ф. Сергєєв, О. О. Суська [11]).

Низка дослідників звертає увагу на вплив інформаційних технологій на сферу мислення сучасної людини, зокрема розвиток інтелекту в умовах віртуального освітнього простору (М. Л. Смульсон, Ю. М. Лотоцька [4]). Проте, мислення, яке формується в інтернет-середовищі, не зводиться лише до інтелекту людини, воно постає новим засобом розумових операцій і має специфічні риси (А. Г. Єгорова, В. І. Курбатов [6], Є. Є. Проніна [10]). Таке мислення називають «мережовим», або «net-мисленням», і воно не має чіткого визначення в науковій думці й не відноситься до загальноприйнятих понять (М. В. Загідулліна [3]).

Принципи теоретико-методологічного аналізу мислення в різних комунікаційних середовищах, зокрема соціальних мережах, запропоновано в психолінгвістиці, представники якої розглядають мовні засоби передачі інформації як форми відображення розумових процесів (Т. Бедорф [13], К. Еліх [14], С. Зурд-Бухле [15], А. Верані [16]).

Отже, у сучасних дослідженнях констатується специфічність процесу мислення в мережі Інтернет, визначаються його особливості, проте методів емпіричного дослідження його конкретних особливостей недостатньо. З іншого боку, значні досягнення у методологічних розробках у психолінгвістиці можна

використовувати для нових сфер застосування, зокрема, дослідження особливостей мислення в сучасних соціальних мережах.

Метою статті є вивчення форм відображення мислення в електронних соціальних мережах. Відповідно до мети визначено завдання дослідження: проаналізувати наукові публікації для визначення підходів щодо вивчення процесів мислення та форм їх відображення в соціальних мережах; з'ясувати, які форми передачі думок використовуються у соціальних мережах; визначити, у який спосіб віртуальні форми передачі думок впливають на розумові процеси користувачів.

Методи дослідження

У теоретичній частині дослідження було використано методи аналізу і синтезу психологічної, психолінгвістичної, соціологічної, філософської, культурологічної літератури з проблеми. Також застосовувалися загальнонаукові методи – порівняння, систематизація, узагальнення, побудова аналогій, інтерпретація.

Для отримання емпіричних даних, з метою з'ясувати, які конкретні форми передачі думок використовуються у соціальних мережах і в який спосіб вони впливають на розумові процеси читачів, використовувався метод аналізу продуктів діяльності (в даному дослідженні – мережевих повідомлень). Цей метод виходить з передумови про зв'язок внутрішніх психічних процесів і зовнішніх форм поведінки та діяльності: «Вивчення продуктів діяльності стосовно до мислення означає аналіз ... словесно-мовної продукції в усній або письмовій (щоденники, листи) формі, образно-мовної продукції (замальовки, схеми)...» [12, с. 21].

Вибірку дослідження склали повідомлення в електронних соціальних мережах, зокрема «Facebook». Однорідність вибірки забезпечувалася принципом відбору повідомлень за одним «інформаційним приводом». Під «інформаційним приводом» ми розуміємо реальну чи віртуальну подію (ситуацію, проблему, нетрадиційний погляд на факти), яка своєю значущістю або екстравагантністю зацікавила користувачів ЗМІ, стала предметом обговорення. Впродовж грудня 2016 року було обрано 10 інформаційних приводів суспільно-політичної тематики та в кожному проаналізовано по 50 повідомлень («постів») різних блогерів.

На першому етапі емпіричного дослідження в повідомленнях аналізувалося, в який спосіб автори передавали свої думки до читачів. На другому етапі було поставлено за мету визначити ефективність різних форм відображення думок в комунікативному середовищі соціальних мереж, що найбільше впливають на розумові процеси користувачів. З цією метою на цьому ж матеріалі (500 постів за 10 інформаційними приводами) було проаналізовано реакцію аудиторії на ці пости в залежності від використання в них різних мовних та візуальних форм відображення думок.

Для обробки отриманих результатів було застосовано методи кількісного та якісного аналізу, зокрема регресійний аналіз. Ураховуючи, що просте порівняння результатів не дозволяє визначити внесок окремих чинників, отримані дані було розглянуто як змінні у множинному регресійному аналізі. Лінійна регресія дозволяє побачити індивідуальний вплив кожної змінної (у нашому дослідженні – окремої форми передачі думки) на кінцевий результат (кількість реакцій читачів).

Для достовірного порівняння реакцій відмінних за розміром аудиторій різних блогерів вимірювалася не абсолютна кількість реакцій, а відсоток користувачів, що проявили реакцію на повідомлення, від загальної кількості читачів конкретного автора.

Виклад основного матеріалу

Сучасна психологія розглядає мислення як варіативний і досить різномірний процес, конкретні форми перебігу якого залежать від багатьох чинників. У визначеннях мислення зазвичай фіксують дві ознаки: узагальненість і опосередкованість [7; 12]. Мислення відображає дійсність за допомогою системи засобів, у першу чергу, мови й мовлення, також знань, мисленнєвих операцій тощо. При цьому під мисленнєвими операціями розуміють дії з об'єктами, що відображені в образах, уявленнях та поняттях, які віддзеркалюються «в думці» за допомогою мовлення [7, с. 221].

Розуміння діалектичного зв'язку між словом і думкою як основи наукового дослідження мислення було закладено культурно-історичною концепцією Л. С. Виготського [1]. Він вважав, що розумові процеси нерозривно пов'язані з мовленням, значення слова – явище мовленнєве й мисленнєве водночас, тобто належить як до сфери мовлення, так і до сфери мислення. Разом з тим значення слова, за Л. С. Виготським, – єдність не тільки мислення й мовлення, в ньому міститься єдність мислення й комунікації, тому що спілкування завжди передбачає узагальнення.

В своїй теорії мислення О. К. Тихомиров розвиває цю ідею Л. С. Виготського та розглядає мислення в контексті комунікації. Мислення як компонент спілкування між людьми може набувати наступних проявів: інтерпретація реакцій іншої людини; розуміння (пояснення) людини та її вчинків; розуміння мовної (усної і письмової) продукції [12, с. 142]. Мислення є частиною як процесу пізнання іншої людини, так і підготовки (обміркування) певних впливів на неї. Впливи на психіку іншої людини можуть бути адресовані мисленню або емоційно-вольовій сфері, від якої залежить мислення. Мислення задіяне також в процесі спілкування, коли повідомлення співрозмовника осмислюються.

Методологічні підходи для вивчення процесів мислення також були обґрунтовані Л. С. Виготським [1]. Мислення як «внутрішнє мовлення» можливо досліджувати за допомогою аналізу його відображення в «зовнішньому» (письмовому й усному) мовленні. Вчений вказує на складність передачі думок за допомогою письмового мовлення й, описуючи процес вербалізації розумових процесів, визнає, що засоби мовлення не ідентичні думкам, а є лише одним з їх відображень. Форма відображення мислення обмежена рамками мови, її

правилами, її стандартизованими формами. Водночас Л. С. Виготський підкреслює рекурсивний вплив письма на розумову діяльність, те, що знак стає засобом психологічного впливу на поведінку. Вчений вважає, що взаємозв'язок між думками й словами – процес, який має не лінійний характер, а рекурсивний, і може бути навіть спіральним. Думки розвиваються в процесі вербалізації і можуть бути переосмислені.

Письмове мовлення, як вважає К. Еліх, є адекватним засобом збереження думок, тому що матеріальна природа продуктів письма (письмових текстів) значно полегшує усталення думок, передачу цих думок в часі й просторі [14]. Абстрагування від реальної мовної ситуації під час передачі письмових текстів дозволяє переносити тексти (першоджерела) з однієї мовної ситуації в іншу неушкодженими суб'єктивним сприйманням оповідача, і хоча реакція читача може бути різною, фізична основа тексту залишається незмінною. Завдяки цій фізичній матеріальній природі письмо може бути використано задля усталення розумових процесів.

Основною перешкодою для емпіричного дослідження мислення є недоступність його для безпосереднього дослідження. А. Верані пропонує досліджувати розумові процеси, пов'язані з письмовим мовленням, за допомогою аналізу продуктів письма (письмових текстів). Дослідниця обґрунтовує взаємозв'язок між «внутрішнім» і «зовнішнім» мовленням, а «письмове мовлення» й «усне мовлення» вважає формами прояву «зовнішнього мовлення» [16]. Підхід для дослідження мислення через вивчення його зовнішніх проявів у письмовому мовленні обґрунтовує у своїй концепції «сліду» Т. Бедорф [13]. Він пропонує «читати сліди» як покажчики на невідомі, однак пов'язані з ними сутності. Таке розуміння «сліду» дозволяє вивчати об'єкти і процеси, які неможливо безпосередньо спостерігати, за допомогою їх «слідів».

Модель взаємозв'язку між мисленням і письмом розробила С. Зурд-Бухле [15]. Відповідно до неї, розумові процеси на письмі мають циклічний характер. Основними розумовими процесами, пов'язаними з відображенням думок в письмовому мовленні, є стабілізація та розвиток. Початковою точкою є усталення мовлення, сформульоване в письмовій формі. Ця стадія може бути і кінцевою точкою процесу, однак вона може бути і поштовхом для народження нових думок. Проте, залишається відкритим питання ефективності різних форм відображення думок, які призводять до усталення останніх у свідомості читачів чи до активного відкриття нових думок. У різних комунікаційних середовищах ці форми і зв'язки можуть мати свої особливості.

Новим комунікативним середовищем, що формується під впливом глобальних інформаційних процесів, є електронні соціальні мережі – інтерактивні web-сайти з великою кількістю користувачів, які обмінюються в них інформацією, новинами, створюють групи, наповнюють їх контентом. Віртуальне середовище соціальних мереж містить окремі елементи комунікації в образах, і це призводить до певних змін у мисленні їхніх користувачів [7, с. 223]. Якщо у дорослої людини переважаючим є словесно-логічне мислення, яке втілюється в поняттях, судженнях, умовиводах і характеризується застосуванням мовних засобів, то розумова діяльність користувачів соціальних мереж набуває нових властивостей, пов'язаних з частковим відображенням мислення в образах.

Нове мережеве мислення, за Л. Ш. Крупенніковою і В. І. Курбатовим, має віртуальний і текстуальний характер, в ньому текст виступає системою символів, знаків і образів з клішованими смислами [6, с. 6]. Net-мислення тісно пов'язане з інтернет-комунікацією, в якій відбувається обмін символами і образами, але не смислами. Найбільш поширеним засобом передачі інформації через інформаційний канал є комунікаційне повідомлення (message), тому віртуальне мислення має «меседжевий», ситуаційний, мозаїчний характер.

За Є. Є. Проніною [10], мислення у соціальних мережах є іншою парадигмою відносно більш ранньої форми раціоналістичного мислення, це зразок нового засобу розумових операцій. Net-мислення відображається у мережевому тексті й має наступні ознаки: гіперпосилання (одночасно дають можливість більш глибокого проникнення в суть досліджуваної проблеми і повного відходу від неї); асорті-композиція (думка кристалізується з хаотичного набору різноманітних даних і відомостей); специфічний темпо-ритм (все зайве відсікається, лексика максимально лаконічна, дискретна); і, нарешті, особлива стилістика інтерактивності, публічної суб'єктивності (обслуговується потреба особистості в самовираженні та самоствердженні за допомогою масової комунікації).

Отже, соціальні мережі являють собою нове специфічне комунікативне середовище, що впливає на розумову діяльність людини. Мережеве мислення тісно пов'язане зі спілкуванням, завдяки інтерактивності та текстуальності воно має знаково-символічний характер, оперує словами й образами. Форми передачі думок в мережевих текстах мають візуальний характер та можуть бути розділені на ті, що відображаються засобами мови, та немовні, візуально-образні. Мережеве мислення спрямоване як на формулювання власної думки, підготовку повідомлень, так і на аналіз, розуміння, осмислення й інтерпретацію мережевих повідомлень. Мережеві тексти можна розглядати як «сліди», форми відображення розумових процесів їхніх авторів. Інформація, що надходить до блогерів (мережевих авторів), осмислюється й інтерпретується ними. Думка стабілізується та відображається в конкретних письмових (мовних та візуально-образних) формах інтернет-повідомлень. Згодом відбуваються процеси їх сприймання аудиторією та осмислення, що може призводити до прийняття (схвалення, усталення) цих думок у свідомості читачів чи народження нових думок. За реакцією аудиторії на мережеві тексти можна простежити зв'язок між письмовими формами відображення розумових процесів блогерів та їх впливом на розумові процеси читачів.

На першому етапі емпіричного дослідження аналізувалися повідомлення в електронних соціальних мережах та з'ясовувалося, в який спосіб автори передавали свої думки до читачів, а саме письмові (мовні та візуально-образні) форми. Аналіз постів в соціальних мережах показав, що у віртуальній комунікації використовується широкий діапазон різноманітних форм відображення мислення.

Одним із традиційних засобів оформлення думок, що входить в арсенал блогерів, є структурування інформації. Його характерною формою є застосування списків, часто пронумерованих. При цьому читачі блогу можуть звертатися для дискусії до конкретного номеру списку, без цитування слів автора. Якщо неможливо скоротити сам пост, то вживаються заголовки і преамбули, щоб зацікавити читача як до самого посту, так і до окремих частин оповідання. Виділення (підкреслення, обведення, використання фону тощо) основних думок також привертає увагу до фабули повідомлення для тих читачів, які не будуть читати весь текст повідомлення. Друкування великими літерами інтерпретується як підвищення тону, така форма дозволяє наблизитися за емоційністю до усного мовлення. Однією з обов'язкових форм структурування інформації є використання абзаців. Відсутність абзаців зустрічається рідко й призводить до значного ускладнення сприйняття інформації.

Продовженням і модернізацією засобів структурування інформації є використання так званої «інфографіки». В даному випадку застосовується об'єднання мовних і візуальних засобів структурування інформації (зручне розташування блоків інформації один відносно одного, використання візуальних елементів для привертання уваги до окремих блоків, використання «іконок», діаграм, графіків) задля стиснення інформації в повідомленні.

В мережових повідомленнях часто використовуються «картинки» (фото автора, фото об'єкта опису, сканована копія документа тощо) – візуально-образні засоби, які не тільки привертають увагу, але й несуть певне смислове навантаження та зменшують розмір повідомлення.

У зв'язку з відсутністю міміки, жестикуляції, інтонації письмове мовлення, в порівнянні з усним, значною мірою втрачає свою інформативність щодо репрезентації почуттів автора. Використання в мережових текстах віршованих, піснених, аудіо-візуальних («кліпів») форм призводить до можливості відображення складних почуттів, легкості в подальшому запам'ятовуванні й відтворенні інформації.

Для передачі настрою в соціальних мережах також активно застосовуються знаково-символьні форми. В Інтернеті розроблено досить велику колекцію нефонемних знаків та їх поєднань – так званих «смайликів», які призначені для відображення, в першу чергу, настрою. Їх вживання значно скорочує розмір тексту при відображенні почуттів автора і не вимагає значних літературних здібностей.

Розвитком цього напрямку є так звані «інтернет-меми» – короткі висловлювання, як правило з картинками, які легко і швидко поширюються в Інтернеті. Вони є продовженням культури «коміксів» і складаються з візуального супроводу, що репрезентує почуття, настрої, жестикуляцію автора, розмовну ситуацію, та текстової складової для подання мовлення автора, наближеного до усного. Така форма відображення дозволяє значно скоротити текст автора і концентрує увагу читача на основних смислових моментах.

Одним зі способів подання автором дискусійного характеру власних думок є відповідна форма звернення до читача або до конкретної особи, комунікативна адресованість повідомлення неконкретному читачеві, постановка запитань в пості. Також існують і специфічні види стимулювання дискусії за допомогою спеціальних можливостей соціальних мереж: безпосереднє звертання до певної особи та надсилання до неї повідомлення, пригадування когось в пості («тегнути» когось), активне коментування своїх коментарів з автоматичною відправкою повідомлень про відповіді.

Усі перелічені форми широко застосовуються блогерами для того, щоб найефективніше донести свою думку до читачів. Можна виокремити деякі тенденції у вживанні різних форм відображення мислення в соціальних мережах. Перша – це активне використання, поряд з традиційними мовними, нових сучасних засобів передачі думок, що мають візуально-образний характер, наприклад, «смайликів». Друга – взаємопроникнення в мережових текстах мовних і візуальних форм та їх змішування, наприклад, «інфографіка», «інтернет-меми».

За допомогою розглянутих вище форм передачі думок в інтернет-повідомленнях блогери намагаються привернути увагу читачів та викликати певну реакцію: підтримку, схвалення, осмислення проблеми тощо. Використання різних форм відображення думок різною мірою впливає на мислення читачів. Реакція інтернет-користувачів може виражатися в «лайках» (засобах, що допомагають висловити своє схвалення до викладеного контенту) і «репостах» (повторних публікаціях будь-якого повідомлення), які вказують на згоду з думкою автора. Кількість таких реакцій може говорити про те, що мовні й візуальні форми подання думок, обрані автором, призвели до усталення цих думок в свідомості читачів. Реакція читачів може відобразитися в «коментарях» до посту, в цьому випадку простежується рекурсивний процес народження нових думок. Кількість коментарів може говорити про те, наскільки підбір автором конкретних мовних і візуальних форм впливає на процес відкриття нових думок його читачами.

На другому етапі емпіричного дослідження з метою визначення ефективності різних форм відображення думок в комунікативному середовищі соціальних мереж було проаналізовано реакцію аудиторії на пости блогерів. З'ясувався вплив використання в повідомленнях різних мовних та візуальних форм відображення думок (заголовків, абзаців, «картинок», відео, віршів, «інфографіки», «інтернет-мемів», запитань, коментування) на кількість реакцій читачів («лайків» і коментарів). При цьому вимірювався відсоток користувачів, які проявили реакцію на повідомлення, від загальної кількості читачів конкретного автора.

Дослідження показало, що блогери для формулювання власної думки та впливу на аудиторію використовують певні комбінації форм. Згідно з отриманими даними, найчастіше авторами використовується набір форм, що включає абзаци, заголовки та картинки. Середній відсоток користувачів, що «лайкнули», для нього склав 0,343% (див. Рис. 1). У випадку відсутності в пості заголовків і картинок середній відсоток «лайкаючих» значно знижується (в 13 разів) і складає 0,026%, відсоток «лайкаючих» без використання абзаців

ще менший – 0,018%. Використання в типовому наборі замість картинок відео практично не змінює результат (0,335%). Дещо збільшує частину «лайкаючих» додавання до стандартного набору форм віршів (0,482%), значно збільшує – додавання «інфографіки» (0,62%), «інтернет-мемів» (0,76%).

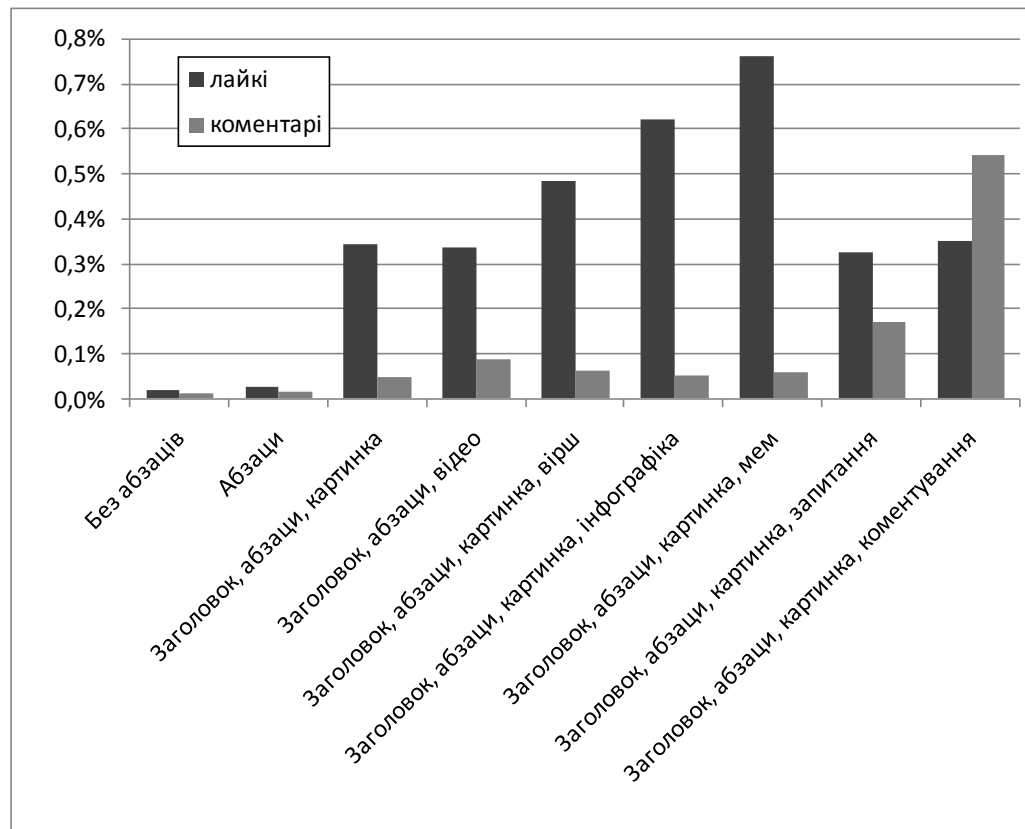


Рис. 1. Реакція користувачів соціальних мереж на повідомлення в залежності від форм відображення думок.

Отже, використання заголовків, картинок і відео, віршів, «інфографіки», «інтернет-мемів» позитивно впливає на усталення думок в свідомості читачів, що підтверджується збільшенням кількості «лайків». Це трапляється завдяки концентрації уваги читача на повідомленні, скороченню писемного тексту без втрати інформативності, структуруванню інформації, акцентуванню уваги на головних думках в повідомленні, передачі складних почуттів і легкості в запам'ятовуванні. Найбільш значущими факторами, що призводять до схвалення думки автора аудиторією, є застосування саме візуально-образних засобів в повідомленнях: «картинок» (фото й відео), «інфографіки», «інтернет-мемів».

Однак, аналіз форм, які викликають коментарі читачів, показав дещо інші результати. Найбільшу кількість коментарів викликає комбінація «заголовок, абзаци, картинка, коментування» (0,539%), значно менше – «заголовок, абзаци, картинка, запитання» (0,169%) (див. Рис. 1). Усі інші форми викликають мінімальну кількість коментарів – від 0,011% до 0,086%. Тобто значний вплив на народження нових думок надають такі форми, які безпосередньо стимулюють читачів до коментування за допомогою звернень до читачів, постановки конкретних питань в пості, активної дискусії. При цьому застосування абзаців, заголовків, картинок, відео, віршів, «інфографіки», «інтернет-мемів» має менше значення, такі форми можуть лише посилювати дискусійний характер самого поста завдяки привертанню уваги до основних думок у повідомленні. Значний вплив на масовість коментування має залученість аудиторії автора до дискусії. Якщо навколо нього вже сформувався так званий «пул коментаторів», що генерують нові думки, то й дискусія виникає з більшою ймовірністю. На їх залучення впливає ставлення автора. У разі створення комфортних умов коментування, важливості думки дописувача для автора та/або інших учасників дискусії з'являється відповідне ком'юніті – група людей з подібними інтересами, яка з цікавістю обговорює всі нові повідомлення.

Висновки

Отже, проведення дослідження дозволяє зробити деякі висновки. Розвиток ідей культурно-історичної концепції щодо зв'язку мислення і мовлення, мислення і спілкування, відображення мислення у зовнішніх письмових формах дає можливості для теоретичного та емпіричного дослідження процесів мислення у сучасному комунікативному середовищі соціальних мереж. Мережеві тексти можна розглядати як форми відображення розумових процесів їхніх авторів, які мають циклічний характер і ведуть до стабілізації чи розвитку мислення користувачів. У соціальних мережах використовуються як мовні, традиційні форми відображення думок, так і сучасні, візуально-образні, які активно вдосконалюються та інтегруються, «зливаються» з мовними. На стабілізацію думки читачів блогів найбільш впливає використання, поряд з

мовними, візуально-образних форм відображення (текст з картинками або відео, «інфографіка», «інтернет-меми»), що підтверджується великою кількістю «лайків». Думка, добре усталена автором в письмовій (мовній і візуальній) формі може породжувати у читачів нові думки, що проявляється в підвищеній кількості коментарів до поста, чому сприяють методи прямої взаємодії блогера з аудиторією (коментування, запитання).

Перспективою подальших досліджень є вивчення форм відображення процесу мислення різних категорій користувачів соціальних мереж, зокрема вікових, статевих, професійних тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Выготский Л.С. Мышление и речь / Л.С. Выготский // Психология развития человека. – М. : Изд-во Смысл; Изд-во Эксмо, 2005. – 1136 с.
2. Журавльова Л. П. Чинники та механізми інтернет-залежності від онлайн-ігор [Електронний ресурс] / Л. П. Журавльова, О. В. Камінська // Наука і освіта. – 2013. – №7. – С. 44-48. – Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/NiO_2013_7_11.pdf
3. Загидуллина М. В. Информационное общество в контексте Net-мышления / М. В. Загидуллина // Вестник Челябинского государственного университета. Вып. 63. Филология. Искусствоведение. – 2012. – № 5 (259). – С. 48-51.
4. Інтелектуальний розвиток дорослих у віртуальному освітньому просторі: монографія [Електронний ресурс] / М. Л. Смульсон, Ю. М. Лотоцька, М. М. Назар, П. П. Дітюк, І. Г. Коваленко-Кобилянська [та ін.] ; за ред. М. Л. Смульсон. – К.: Педагогічна думка, 2015. – 221 с. – Режим доступу : <http://lib.iitta.gov.ua/10064/>
5. Котлова Л. О. Зв'язок рівня комунікативності та інтернет-залежності в юнацькому віці [Електронний ресурс] / Л. Котлова, В. Дідківська // Прикладні аспекти психології особистісного зростання. Збірник наукових праць студентів та викладачів. Випуск 1. / За ред. Л. П. Журавльової, Н. Ф. Портницької, Ю. Ю. Дем'янчук. – Житомир : Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2015. – С. 49-50. – Режим доступу : <http://eprints.zu.edu.ua/19952/>.
6. Крупенникова Л. Ш. Виртуальная личность: Net-мышление, сетевой психотип и Интернет-фобии [Електронний ресурс] / Л. Ш. Крупенникова, В. И. Курбатов // Инженерный вестник Дона. – 2014. – №3. – Режим доступу : <http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n3y2014/2537>.
7. Мислення та інтелект / Ю.Л. Трофімов, В.В. Рибалка, П.А. Гончарук // Психологія. – К. : Либідь, 2003. – 560 с.
8. Назар М. М. Психологічний вплив спілкування у мережі Інтернет на формування певних особистісних особливостей її користувачів / М. М. Назар // Проблеми сучасної психології. – 2009. – №. 4. – С. 239-248.
9. Пирог Г. Особливості смисложиттєвих орієнтацій користувачів соціальних мереж раннього дорослого віку / Г. Пирог, О. Мельник // «Прикладні аспекти психології особистісного зростання» : П збірник наукових праць. – Житомир : Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2017. – С. 40-45.
10. Пронина Е. Е. «Живой текст»: четыре стилевых признака net-мышления [Електронний ресурс] / Е. Е. Пронина // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2001. – № 6. – Режим доступу : <http://www.twirpx.com/file/131422/>.
11. Суська О.О. Інформаційний імунітет: Проблеми психологічного захисту в інформаційному просторі : монографія / О. О. Суська. – К. : [Б. в.], 2008. – 107 с.
12. Тихомиров О. К. Психология мышления : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / О. К.Тихомиров. – 4-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 288 с.
13. Bedorf T. Spur / T. Bedorf // In Konersmann, R. (Ed.), Worterbuch der philosophischen Metaphern. – Darmstadt : Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 2007. – P. 401-420.
14. Ehlich K. Text und sprachliches Handeln. Die Entstehung von Texten aus dem Bedürfnis nach Überlieferung / K. Ehlich. In S. Kammer & R. Ludeke (Eds.). Texte zur Theorie des Textes. – Stuttgart : Reclam, 1983/2005. – P. 228-245.
15. Surd-Büchle S. On the relations between writing and thinking [Електронний ресурс] / S. Surd-Büchle. – Tatigkeitstheorie. – 2011. – №5. – P. 121-141. – Режим доступу : <http://psyjournals.ru/tatigkeitstheorie/2011/n5/52902.shtml>.
16. Werani A. Inneres Sprechen – Ergebnisse einer Indiziensuche / A. Werani. [Inner speech – empirical evidence based on speech profiles]. – Berlin : Lehmanns, 2011.

REFERENCES

1. Vygotskiy, L. S. (2005). Myshlenie i rech [Thinking and speech]. *Psikhologiya razvitiya cheloveka – Psychology of human development*. Moscow: Izd-vo Smysl; Izd-vo Eksmo [in Russian].
2. Zhuravlova, L. P., Kaminska, O. V. (2013). Chynnyky ta mekhanizmy internet-zalezhnosti vid onlain-ihor [Factors and mechanisms that cause online-game addiction]. *Nauka i osvita – Science and education*, 7, 44-48. Retrieved from: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/NiO_2013_7_11.pdf

3. Zagidullina, M. V. (2012). Informatsionnoe obshchestvo v kontekste Net-myshleniia [Information society in the context of net-thinking]. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Cheliabinsk state university*, 63, 5 (259), 48-51.
4. Smulson, M. L., Lototska, Yu. M., Nazar, M. M., Ditiuk, P. P., Kovalenko-Kobylianska, I. H. (2015). *Intelektualnyi rozvytok doroslykh u virtualnomu osvithnomu prostori: monohrafiia [Intellectual development of adults in the virtual educational environment: monograph]*. M. L. Smulson (Ed.). Kyiv: Pedahohichna dumk. Retrieved from: <http://lib.iitta.gov.ua/10064>.
5. Kotlova L. O., Didkivska, V. (2015). Zviazok rivnia komunikatyvnosti ta internet-zalezhnosti v yunatskomu vitsi [The relationship between the communication level and internet-addiction in youth]. *Prykladni aspekty psykholohii osobystisnoho zrostannia. Zbirnyk naukovykh prats studentiv ta vykladachiv – Applied aspects of psychology of personal growth. Collection of scientific works for students and teachers*, 1, 49-50. L. P. Zhuravlova, N. F. Portnytska, Yu. Yu. Demianchuk (Ed.). Zhytomyr: Vyd-vo ZhDU imeni Ivana Franka. Retrieved from: <http://eprints.zu.edu.ua/19952/>.
6. Krupennikova, L. Sh. (2014). Virtualnaya lichnost: Net-myshlenie, setevoi psikhotip i Internet-fobii [Virtual personality: net-thinking, net psychotype and internet phobia]. *Inzhenernyi vestnik Dona – Engineering bulletin of Done*, 3. Retrieved from: <http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n3y2014/2537>.
7. Trofimov, Yu. L., Rybalka, V. V., Honcharuk, P. A. (2003). Myslennia ta intelekt [Thinking and intelligence]. *Psykholohiia – Psychology*. Kyiv: Lybid.
8. Nazar, M. M. (2009). Psykholohichniy vplyv spilkuвання u merezhi Internet na formuvannya pevnnykh osobystisnykh osoblyvostei yii korystuvachiv [Psychological impact of communication in the internet on the formation of certain personal characteristics of its users]. *Problemy suchasnoi psykholohii – Problems of modern psychology*, 4, 239-248.
9. Pyroh, H., Melnyk, O. (2017). Osoblyvosti smyslozhyttievykh oriantatsii korystuvachiv sotsialnykh merezh rannoho dorosloho viku [Peculiarities of sense-value orientations of social nets users of different age]. *Prykladni aspekty psykholohii osobystisnoho zrostannia: II zbirnyk naukovykh prats – Applied aspects of psychology of personal growth. 2nd collection of scientific works*. Zhytomyr: Vyd-vo ZhDU imeni Ivana Franka [in Ukrainian].
10. Pronina, E. E. (2001). «Zhivoi tekst»: chetyre stilevykh pryznaka net-myshleniia [Alive text: four style characteristics of net-thinking]. *Vestn. Mosk. Un-ta. Ser. 10. Zhurnalistika – Bulletin of Moscow university. Journalism*, 6. Retrieved from: <http://www.twirpx.com/file/131422> [in Russian].
11. Susska, O. O. (2008). *Informatsiyni imunitet: Problemy psykholohichnoho zakhystu v informatsiinomu prostori : monohrafiia [Information immunity: problems of psychological defense in information environment: monograph]*. Kyiv: [B. v.] [in Ukrainian].
12. Tikhomirov, O. K. (2008). *Psikhologiya myshleniia: ucheb. posobie dlia stud. vyssh. ucheb. zavedenii [Psychology of thinking: textbook for students]*. 4th ed. rev. Moscow: Izdatelskii tsentr «Akademiia» [in Russian].
13. Bedorf, T. (2007). Spur [Trace]. In Konersmann, R. (Ed.), *Worterbuch der philosophischen Metaphern – Vocabulary of philosophic metaphors* (pp. 401-420). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft [in German].
14. Ehlich, K. (1983/2005). Text und sprachliches Handeln. Die Entstehung von Texten aus dem Bedürfnis nach Überlieferung [Text and linguistic action. The development of texts from the need of tradition]. In S. Kammer & R. Ludeke (Eds.). *Texte zur Theorie des Textes – Texts in theory of texts* (pp. 228-245). Stuttgart: Reclam [in German].
15. Surd-Büchle, S. (2011). On the relations between writing and thinking. *Tatigkeitstheorie – Theory of activity*, 5, 121-141. Retrieved from: <http://psyjournals.ru/tatigkeitstheorie/2011/n5/52902.shtml> [in English].
16. Werani, A. (2011). *Inneres Sprechen – Ergebnisse einer Indizienstudie [Inner speech – empirical evidence based on speech profiles]*. Berlin: Lehmanns [in German].

Hanna Pyroh,

PhD (Candidate of Philosophical Sciences),
associate professor, Department of Theoretical Psychology and Psychology of Development,
Zhytomyr Ivan Franko State University,
40, Velyka Berdychivska str., Zhytomyr, Ukraine,

Oleksandr Piroh,

PhD (Candidate of Technical Sciences), leading specialist,
Ukrainian research institute for special techniques and forensic enquiry of the Security Service of Ukraine,
3, Vasylenska Str., Kyiv, Ukraine

PSYCHOLOGICAL ANALYSIS OF THE REFLECTION OF THINKING IN SOCIAL NETWORKING WEBSITES

Internet technologies and virtual communication have become the integral part of modern life, and they keep influencing the users' thinking. Modern research studies deal with the process of thinking in the Internet, as well as its peculiarities, but though there are a few empirical studies in this field. The paper aims to examine the reflection of thinking in social networking websites, in particular – to detect the forms of thought transfer the bloggers use in their posts, as well as the ways they affect the cognitive processes of the audience. The study is based on the following research methods: theoretical review of scientific literature, analysis of network messages, quantitative and qualitative methods (regressive analysis). According to the ideas of L. Vygotsky's cultural and historical concept, cognitive

processes are interrelated with language and communication, thinking is reflected via “inner speech” into “external” in a written form. Thinking and written speech are modified and get new characteristics in the Internet. The study sample consisted of the messages taken from the posts on the website “vk.com”, which is considered to be very popular in Ukraine. The homogeneity of the sample was provided by the selection of the messages in one topic (real or imaginary event). In December, 2016, 10 topics in socio-political field were chosen and 50 posts of different bloggers were analysed. The research results have shown some peculiarities: active use of a wide variety of visual and imaginary forms of thoughts reflection; convergence of linguistic and visual forms, their mixture. The audience’s reaction to certain messages depends on the forms of the author’s thoughts reflection. The combined application of linguistic and visual forms (a text together with pictures or videos, internet-memes, etc.) has significant impact on the audience’s thinking stabilization. The forms using direct appeal to the audience influence the development of their thinking. The methods of direct interaction of the author with the audience (comments, questions, pools) provoke the formation of the readers’ thoughts, which is manifested in a great number of comments to the post.

Keywords: thinking, cognitive processes, net-thinking, social networks, forms of thoughts reflection, thinking stabilization, development of thinking, written communication.