

**Пирог Г.В. Форми відображення процесу мислення в соціальних мережах / Г.В. Пирог, О.В. Пірог // Психологія та педагогіка: методика та проблеми практичного застосування : збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції. – Львів : ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2016. – С. 169-171.**

**Пирог Г. В.**

*доцент, кандидат філософських наук,  
доцент кафедри теоретичної психології та психології розвитку*

Житомирський державний університет ім. І. Франка

м. Житомир, Україна

**Пірог О. В.**

*кандидат технічних наук,  
провідний спеціаліст (експерт)*

Український науково-дослідний інститут

спеціальної техніки та судових експертиз СБУ

м. Київ, Україна

## **ФОРМИ ВІДОБРАЖЕННЯ ПРОЦЕСУ МИСЛЕННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

Розвиток сучасних інтернет-технологій призводить до того, що в наш час уявлення про деякі події, їх оцінки та розуміння формуються в свідомості людей під впливом віртуальної комунікації. Процес обмірковування думок у великій мірі переноситься у віртуально-комунікативне середовище соціальних мереж, адже розуміння інтернет-користувачами того, що відбувається, в значній мірі залежить від висловленого блогерами, яким вони довіряють, відношення до цього й реакції інтернет-спільноти. Вивчення форм відображення розумових процесів в різних комунікаційних середовищах,

зокрема соціальних мережах, є важливим для пояснення того, як відбувається формування думок і уявлень сучасної людини, її світогляду.

В німецькій школі психолінгвістики запропоновано підхід для аналізу взаємозв'язку мислення й письма, який можна використовувати для дослідження розумових процесів в різних комунікаційних середовищах. Згідно поглядів К. Еліка [2], писемне мовлення є адекватними засобом збереження думок, саме матеріальна природа продуктів письма (писемних текстів) значно полегшує усталення думок. В філософській концепції «сліду» Т. Бедорфа [1] вказується, що в писемному мовленні відображаються відбитки розумових процесів. С. Зурд-Бухле пропонує модель взаємозв'язку між письмом і мисленням; відповідно до неї, процес мислення має циклічний характер: початковою точкою є стабілізація мовлення – сформульована в писемній формі думка, ця стадія може бути і кінцевою точкою процесу, і поштовхом для розвитку мислення [3]. При цьому різні вищі психічні функції (запам'ятовування, побудова форм, сприйняття і рефлексія) можуть надавати як стабілізуючий вплив, так і призводити до народження нових думок.

Таким чином, мовні та візуальні засоби передачі інформації можна розглядати як «сліди», як форми відображення розумових процесів, і за реакцією на них можна простежити їхній вплив на розумові процеси споживачів інформації. Метою даного дослідження стало вивчення найбільш ефективних мовних і візуальних форм відображення процесу мислення, що пов'язані зі стабілізацією і розвитком думок, в соціальних мережах.

В якості показників розумових процесів стабілізації і розвитку думок у користувачів соціальних мереж розглядаються «лайки», «репости» і коментарі. «Лайки» (засоби, що допомагають висловити своє схвалення до викладеного контенту) і «репости» (повторні публікації будь-якого повідомлення) вказують на згоду читача з думкою автора. Дані реакції можуть свідчити про те, що форми представлення автором своїх думок в повідомленні призвели до усталення цих думок в свідомості читачів. У випадку коментарів до посту простежується рекурсивний процес народження нових думок, підбір

конкретних мовних і візуальних форм повідомлення автором впливає на процеси відкриття нових думок його читачами. Значним витком в спіралі обмірковування є реакція автора поста на конкретний коментар, наприклад винос його в новий пост, відповідь автору коментаря в новому пості.

Аналіз повідомлень в соціальних мережах («постів») показав, що в віртуальній комунікації використовується широкий діапазон мовних і візуальних форм відображення мислення, серед них є як традиційні, так і суто нові, сучасні засоби передачі думок автора:

- структурування інформації: абзаци, списки, заголовки й преамбули, виділення основних думок, друкування великими літерами;
- візуальні засоби: картинки, фото тощо;
- віршовані, пісенні, аудіо-візуальні («кліпи») форми;
- «інфографіка» – зручне розташування блоків інформації разом;
- «смайлики» – нефонемні знаки та їх поєднання для передачі настрою;
- «інтернет-меми» – короткі висловлювання, як правило з картинками, які легко і швидко поширюються в Інтернеті;
- звернення до читача або до конкретної особи, тощо.

Всі перераховані форми широко застосовуються блогерами для того, щоб найефективніше донести свою думку до читачів. Простежується тенденція взаємопроникнення писемних і візуальних форм одна в одну та їх змішення: за допомогою знакових елементів в писемних текстах використовуються візуальні форми («смайлики»), в той же час у візуальні форми додаються елементи писемного мовлення («інфографіка», «інтернет-меми»).

В соціальній мережі Вконтакті було проведено аналіз постів, спровокованих одним інформаційним приводом; таких інформаційних приводів було обрано 10 і в кожному відібрано по 50 постів. Вивчалось використання авторами постів мовних та візуальних форм відображення думок (заголовків, абзців, фото, відео, віршів, «інфографіки», «інтернет-мемів», опитування, коментування) та реакція аудиторії на ці пости (кількість «лайків» і коментарів). У зв'язку з тим, що реакція на пост значно залежить від розміру

аудиторії конкретного автора, то вимірювалася не абсолютна кількість реакцій, а процентне співвідношення реакцій до розміру аудиторії конкретного автора.

Дослідження показало, що блогери використовують певні комбінації форм для формулювання своєї думки та впливу на думки аудиторії. Найчастіше авторами використовується набір форм, що включає абзаци, заголовки та картинки, середній процент «лайкнувших» для нього склав 0,343%. У випадку відсутності в пості заголовків і картинок середній процент «лайкнувших» значно знижується (в 13 разів) і складає 0,026%, процент «лайкнувших» без використання абзаців ще менший – 0,018%. Використання в типовому наборі замість картинок відео практично не змінює результат (0,335%). Дещо збільшує процент «лайкнувших» додавання до стандартного набору форм віршів (0,482%), значно збільшує – додавання «інфографіки» (0,62%), «інтенет-мемів» (0,76%). Отже, позитивно впливають на усталення думок в мисленні читачів використання абзаців, заголовків, картинок і відео, «інфографіки», «інтернет-мемів», віршів, що експериментально підтверджується збільшенням кількості «лайків».

Однак при аналізі форм, які викликають коментарі читачів, картина інша. Найбільшу кількість коментарів викликає комбінація «Заголовок, абзаци, картинка, коментування» (0,539), значно менше – «Заголовок, абзаци, фото, опитування» (0,169), все 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 постановки конкретних питань в пості, активною дискусією. При цьому застосування абзаців, заголовків, картинок, відео, віршів, «інфографіки», «інтернет-мемів» практично не має значення, такі форми можуть лише посилювати дискусійний характер самого поста завдяки привертанню уваги до основних думок у повідомленні.

Таким чином, в соціальних мережах має місце циклічність процесу мислення, його стабілізація та розвиток. Розумові процеси відображаються в мовних і візуальних формах подачі інформації блогером, які мають різну

ефективність щодо впливу на думки аудиторії. Якщо пост не викликає дискусію, то в ньому має місце думка, добре стабілізована автором в писемній (мовній і візуальній) формі та усталена в свідомості читачів, що виражається у великій кількості «лайків» при практичній відсутності коментарів. На стабілізацію думки в мисленні сучасної аудиторії найбільш впливають такі форми відображення процесу мислення як картинки і відео, «інфографіка», «інтернет-меми». Якщо пост викликає активне коментування, то думка автора не усталена і вона породжує нові думки у читачів. Цьому сприяють методи прямого звернення блогера до аудиторії – коментарі виникають там, де для них створюються комфортні умови, де підкреслюється важливість думки коментаторів.

#### **Література:**

1. Bedorf, T. Spur. [Trace] In Konersmann, R. (Ed.), *Worterbuch der philosophischen Metaphern*. – Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 2007. – P. 401-420.
2. Ehlich, K. 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*. – Stuttgart: Reclam, 1983/2005. – P. 228-245.
3. Surd-Büchele, S. On the relations between writing and thinking. – *Tätigkeitstheorie*. – 2011. – №5. – P. 121-141. Режим доступа: <http://psyjournals.ru/tatigkeitstheorie/2011/n5/52902.shtml>