

УДК: 159.955:004.738.5

## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОТОБРАЖЕНИЯ ПРОЦЕССОВ МЫШЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Пирог Анна Владимировна  
кандидат философских наук, доцент кафедры теоретической и практической психологии,  
Житомирский государственный университет имени Ивана Франко, ул. Большая Бердичевская, 40,  
г. Житомир, Украина

*В статье проведен анализ взаимосвязи между мышлением и формами отображения мыслей в новейшей коммуникативной среде социальных сетей. На основе развития идей культурно-исторической концепции определены новые письменные формы передачи мыслей, присущие современным социальным сетям. Исследована степень влияния конкретных письменных и визуальных форм отражения мыслей на стабилизацию и развитие мышления пользователей социальных сетей.*

**Ключевые слова:** мышление, мыслительные процессы, Net-мышление, сетевое мышление, социальные сети, формы отражения мыслей, стабилизация мышления, развитие мышления, письменная речь.

Трансформации коммуникативного и информационного пространства в наше время актуализируют вопрос об особенностях процессов мышления современного человека. Количество информации, потребляемой современным человеком, все возрастает. Представления о событиях, их оценки и понимание формируются в сознании людей под влиянием виртуальной коммуникации, при этом обдумывание мыслей во многом переносится в виртуально-коммуникативную среду Интернета. В связи с этим научный интерес вызывают проблемы, связанные с развитием новых форм передачи мыслей в новейшей информационной среде, с их влиянием на мыслительные процессы пользователей социальных сетей.

Психологические исследования электронных социальных сетей имеют многоаспектный характер. Рассматриваются как общее воздействие Интернета на психику человека (А. Г. Асмолов, А. Е. Войскунский, О. В. Смыслова), так и отдельные психологические аспекты влияния интернет-сетей на личность (Л. Ш. Крупенникова [1], М. М. Назар, Г. В. Пирог [2] и др.). Важное место занимают исследования особенностей интернет-зависимости (М. И. Дрепа, Л. П. Журавлева [3], Т. С. Спиркина и др.) и проблемы психологической защиты в информационном пространстве (С. Ф. Сергеев, А. А. Сусская).

Ряд исследователей обращает внимание на влияние информационных технологий на сферу мышления современного человека, в том числе развитие интеллекта в условиях виртуального образовательного пространства (М. Л. Смутьсон, Ю. М. Лотоцкая). Однако, мышление, которое формируется в интернет-среде, не сводится только к интеллекту человека, оно предстает новым способом мыслительных операций и имеет специфические черты (А. Г. Егорова, М. В. Загидуллина, Е. Е. Пронина). Такое мышление называют «сетевым», или «Net-мышлением», и оно не имеет четкого определения в научной мысли и не относится к общепринятым понятиям [4]. Эмпирические исследования особенностей

мышления в электронных сетях показывают изменения умственных процессов под влиянием новых форм коммуникации [1; 5].

В данной статье будут рассмотрены психологические особенности отображения процессов мышления в социальных сетях, а именно: какие формы передачи мыслей используются в социальных сетях и каким образом виртуальные формы передачи мыслей влияют на умственные процессы пользователей.

Современная психология рассматривает мышление как вариативный и довольно разнородный процесс, который характеризуется двумя основными признаками: обобщенностью и опосредованностью [6]. Мышление отражает действительность с помощью системы средств, в первую очередь, языка и речи, также знаний, мыслительных операций и т. п.

Теоретико-психологический анализ научной литературы показал, что в качестве методологических основ изучения процессов мышления в социальных сетях можно использовать идеи, высказанные Л. С. Выготским и получившие развитие в психолингвистике [7]. Развитие положений культурно-исторической концепции относительно связи мышления и речи, мышления и общения, отражения мышления во внешних письменных формах дает возможности для психологического исследования Нет-мышления. При этом формами отражения мыслительных процессов, в том числе в современном коммуникативном пространстве, являются письменные средства передачи информации.

Электронные социальные сети представляют собой новую специфическую коммуникативную среду, которая влияет на умственную деятельность человека. Сетевое мышление тесно связано с общением, благодаря интерактивности и текстуальности оно имеет знаково-символический характер, оперирует словами и образами. Формы передачи мыслей в сетевых текстах имеют визуальный характер и могут быть разделены на те, что отражаются средствами языка, и неречевые, визуально-образные [5].

Мыслительные процессы пользователей сети направлены как на формулировку собственных идей и мнений, подготовку сообщений, так и на анализ, понимание, осмысление и интерпретацию сетевых сообщений. Сетевые тексты можно рассматривать как «следы», формы отражения мыслительных процессов их авторов. Информация, поступающая к блоггерам (сетевым авторам), осмысливается и интерпретируется ими. Формирующаяся мысль стабилизируется и отображается в конкретных письменных (языковых и визуально-образных) формах интернет-сообщений. Впоследствии происходят процессы их восприятия аудиторией и осмысления, что может приводить к принятию (одобрению, упрочению) этих мыслей в сознании читателей или рождению новых мыслей. По реакции аудитории на сетевые тексты можно проследить связь между письменными формами отображения мыслительных процессов блоггеров и их влиянием на мыслительные процессы читателей.

Для получения эмпирических данных с целью выяснить, какие конкретные формы передачи мыслей используются в социальных сетях и каким образом они влияют на умственные процессы читателей, использовался метод анализа продуктов деятельности, в данном исследовании – сетевых сообщений. Выборку исследования составили сообщения в электронных социальных сетях. Однородность выборки обеспечивалась принципом отбора сообщений «по одинаковому информационному поводу». Под «информационным поводом» мы понимаем реальное или виртуальное событие (ситуацию, проблему, нетрадиционный взгляд на факты), которое своей значимостью или экстравагантностью заинтересовало пользователей СМИ, стала предметом обсуждения.

Первый этап эмпирического исследования был направлен на выяснение того, какие языковые и визуально-образные способы используют блоггеры, чтобы передать свои мысли читателям.

Анализ постов в социальных сетях показал, что в виртуальной коммуникации используется широкий диапазон различных форм отражения мышления. Одним из

традиционных средств оформления мыслей, которое входит в арсенал блоггеров, является структурирование информации. Чаще всего применяются: списки (часто пронумерованные); заголовки и преамбулы, чтобы заинтересовать читателя информацией; выделения (подчеркивания, обводки, использование фона и т. п.) основных мыслей; абзацы, отсутствие которых встречается редко и приводит к значительному усложнению восприятия информации.

Продолжением и модернизацией средств структурирования информации является использование «инфографики» – для краткости в сообщении объединяются языковые и визуальные средства структурирования информации. В инфографике имеет место удобное расположение блоков информации, использование визуальных элементов для привлечения внимания к отдельным блокам, использование «иконок», диаграмм, графиков.

В сетевых сообщениях часто используются «картинки» (фото автора, фото объекта описания, сканированная копия документа и т.п.) – визуально-образные средства, которые не только привлекают внимание, но и несут определенную смысловую нагрузку и уменьшают размер сообщения.

В связи с отсутствием мимики, жестикологии, интонации письменная речь, по сравнению с устной, в значительной мере теряет свою информативность по репрезентации чувств автора. Поэтому в социальных сетях применяются специальные формы передачи эмоций и чувств авторов. Например, печать большими буквами в посте интерпретируется как повышение тона, такая форма позволяет приблизиться по эмоциональности к устной речи. Использование в сетевых текстах стихотворных, песенных, аудио-визуальных («клипов») форм дает возможность отображения сложных чувств, а также приводит к легкости в запоминании и дальнейшем воспроизведении информации.

Для передачи настроения в социальных сетях активно применяются знаково-символьные формы. В Интернете разработана достаточно большая коллекция нефонемных знаков и их сочетаний – так называемых «смайликов», которые предназначены для отображения, в первую очередь, настроения. Их применение значительно сокращает размер текста при отображении чувств автора и не требует значительных литературных способностей.

Развитием этого направления являются «интернет-мемы» – короткие высказывания, как правило, с картинками, которые легко и быстро распространяются в Интернете. Они являются продолжением культуры «комиксов» и включают визуальное сопровождение (представляющее чувства, настроение, жестикологию автора), разговорную ситуацию и текст, близкий к устной речи. Такая форма отображения позволяет значительно сократить текст автора и концентрирует внимание читателя на основных смысловых моментах.

Одним из способов представления автором дискуссионного характера собственных мыслей является обращение к читателю или к конкретному лицу, коммуникативная адресованность сообщения неконкретному читателю, постановка вопросов в посте. Также существуют и специфические виды стимулирования дискуссии с помощью специальных возможностей социальных сетей: непосредственное обращение к определенному лицу и отправки к нему сообщения, упоминание кого-то в посте («тегнуть» кого-то), активное комментирование своих комментаторов с автоматической отправкой сообщений об ответе.

Все перечисленные формы широко применяются блоггерами для того, чтобы эффективно донести свою мысль до читателей. Можно выделить некоторые общие тенденции в употреблении различных форм отражения мышления в социальных сетях. Первая – это активное использование, наряду с традиционными языковыми, новых современных средств передачи мыслей, имеющих визуально-образный характер, например, «смайликов». Вторая – взаимопроникновение в сетевых текстах языковых и визуальных форм и их смешивания, например, «инфографика», «интернет-мемы».

С помощью рассмотренных выше форм передачи мыслей в интернет-сообщениях блоггеры пытаются привлечь внимание читателей и вызвать определенную реакцию: поддержку, одобрение, осмысление проблемы и т.п. Использование различных форм

отражения мыслей в разной степени влияет на мышление читателей. Реакция интернет-пользователей может выражаться в «лайках» (проявление одобрения изложенному контенту) и «репостах» (повторных публикациях сообщения), которые указывают на согласие с мнением автора. Наличие таких реакций может говорить о том, что языковые и визуальные формы представления мыслей, избранные автором, привели к упрочению этих мыслей в сознании читателей. Реакция читателей может проявиться в «комментариях» к посту, в этом случае прослеживается рекурсивный процесс рождения новых мыслей. Количество комментариев может говорить о том, насколько подбор автором конкретных языковых и визуальных форм влияет на процесс открытия новых мыслей его читателями.

На втором этапе эмпирического исследования с целью определения эффективности различных форм выражения мыслей в коммуникативной среде социальных сетей были проанализированы реакции аудитории на посты блоггеров. Выяснилось, как использование в сообщениях различных языковых и визуальных форм отражения мыслей (заголовков, абзацев, «картинок», видео, стихов, «инфографики», «интернет-мемов», вопросов, комментирования) влияет на реакции читателей («лайки» и комментарии).

Исследование показало, что блоггеры для формулирования собственного мнения и воздействия на аудиторию используют определенные комбинации форм. Согласно полученным данным, чаще всего авторами используется набор форм, включающий абзацы, заголовки и картинки. Средний процент «лайкнувших» для него составил 0,343% от общего количества читателей конкретного автора. В случае отсутствия в посте заголовков и картинок средний процент «лайкнувших» значительно снижается (в 13 раз) и составляет 0,026%, процент «лайкнувших» без использования абзацев еще меньше – 0,018%. Использование в типичном наборе вместо картинок видео практически не меняет результат (0,335%). Несколько увеличивает часть «лайкнувших» добавление к стандартному набору форм стихов (0,482%), значительно увеличивает – добавление «инфографики» (0,62%), «интернет-мемов» (0,76%).

Таким образом, использование заголовков, картинок и видео, стихов, «инфографики», «интернет-мемов» положительно влияет на упрочение мыслей в сознании читателей, что подтверждается увеличением количества «лайков». Видимо, это происходит благодаря концентрации внимания читателя на сообщении, сокращению письменного текста без потери информативности, структурированию информации, акцентированию внимания на главных идеях в сообщении, передаче сложных чувств и легкости в запоминании. Наиболее значимыми факторами, которые приводят к принятию мысли автора аудиторией, является применение именно визуально-образных средств в сообщениях: «картинок» (фото и видео), «инфографики», «интернет-мемов».

Анализ форм передачи мыслей, которые вызывают комментарии читателей, показал иные результаты. Наибольшее количество комментариев вызывает комбинация «заголовок, абзацы, картинка, комментирование» (0,539%), значительно меньше – «заголовок, абзацы, картинка, вопрос» (0,169%). Все остальные формы вызывают минимальное количество комментариев – от 0,011% до 0,086%. То есть значительное влияние на рождение новых мыслей оказывают такие формы, которые непосредственно стимулируют читателей к комментированию при помощи обращений к читателям, постановки конкретных вопросов в посте, активного дискутирования. При этом применение абзацев, заголовков, картинок, видео, стихов, «инфографики», «интернет-мемов» имеет меньшее значение; такие формы могут только усиливать дискуссионный характер самого поста благодаря привлечению внимания к основным мыслям в сообщении. Значительное влияние на массовость комментирования имеет вовлеченность аудитории автора в дискуссию. Если вокруг него уже сформировался «пул комментаторов», генерирующих новые мысли, то и дискуссия возникает с большей вероятностью. В случае создания комфортных условий для комментирования, демонстрации важности мысли корреспондента для автора и / или других участников дискуссии появляется соответствующее комьюнити – группа людей со схожими интересами, которая с интересом обсуждает все новые сообщения.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать некоторые выводы. Сетевые тексты можно рассматривать как формы отражения мыслительных процессов их авторов, которые могут вести к стабилизации или развитию мышления читателей. В социальных сетях используются как языковые, традиционные формы отражения мыслей, так и современные, визуально-образные, которые активно совершенствуются и интегрируются, «сливаются» с языковыми. На стабилизацию мнения читателей блогов наибольшее влияние оказывает использование, наряду с языковыми, визуально-образных форм отражения (текст с картинками или видео, «инфографика», «интернет-мемы»), что подтверждается большим количеством «лайков». Методы прямого взаимодействия блоггера с аудиторией, такие как комментирование и вопросы, способствуют появлению у читателей новых мыслей, что проявляется в повышенном количестве комментариев к посту.

Дальнейшие исследования предполагаются в направлении изучения особенностей процесса мышления разных категорий пользователей социальных сетей (возрастных, гендерных, социальных).

### Література:

1. Крупеникова Л. Ш., Курбатов В. И. Виртуальная личность: Net-мышление, сетевой психотип и Интернет-фобии. Инженерный вестник Дона, 2014, №3. URL : <http://ivdon.ru/ru/magazine/archive/n3y2014/2537>.
2. Пирог Г., Мельник О. Особливості смисложиттєвих орієнтацій користувачів соціальних мереж раннього дорослого віку. «Прикладні аспекти психології особистісного зростання» : II збірник наукових праць. Житомир: Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2017, с. 30-35.
3. Журавльова Л. П., Камінська О. В. Чинники та механізми інтернет-залежності від онлайн-ігор. Наука і освіта, 2013, №7, с. 44-48.
4. Загидуллина М. В. Информационное общество в контексте Net-мышления. Вестник Челябинского государственного университета, вып. 63. Филология. Искусствоведение, 2012, № 5 (259), с. 48-51.
5. Пирог Г. В., Пирог О. В. Психологічний аналіз форм відображення процесу мислення в соціальних мережах. Наука і освіта, 2017, №7, с. 50-57.
6. Тихомиров О. К. Психология мышления. Москва: Издательский центр «Академия», 2008. – 288 с.
7. Пирог Г. В., Пирог О. В. Теоретико-психологічний аналіз проблеми зв'язку мислення і письма. «Пріоритетні напрями розвитку сучасних педагогічних та психологічних наук» : збірник наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції. Одеса: ГО «Південна фундація педагогіки», 2017, с. 26-29.

**Ganna Pyrog,**

*PhD (Candidate of Philosophical Sciences),*

*associate professor, Department of Theoretical and Practical Psychology,*

*Zhytomyr Ivan Franko State University,*

*40, Velyka Berdychivska str., Zhytomyr, Ukraine*

### PSYCHOLOGICAL FEATURES 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. 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. 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

research 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, polls) provoke the formation of the readers' thoughts, which is manifested in a great number of comments to the post.