

Розмирська Ю.А.

*кандидат психологічних наук, старший викладач,
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

ПСИХОЛОГІЯ БЛОГІНГУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ

В період тотального переходу людства у сферу інтернет інтерактиву, виникає потреба глибше дослідити вплив різних форм онлайн активностей особистості на її психіку. Поширеним, і дедалі популярнішим, видом діяльності стає блогінг – ведення блогу.

Блог – це веб-сайт, основний зміст якого – записи, статті або інші форми даних, що регулярно додаються (характеризується короткими записами тимчасового значення; мережевий журнал подій [1].

Вітчизняні (Гудінова І. Л., Міщенко М. М., Пірог О. В., Пірог Г. В.) та зарубіжні вчені (Барак А., Боніел-Ніссім М., Кеатінг Д., Рейнс С., Стейдж К.) в основному погоджуються, що при переході в площину інтернет простору, людство змінюється в першу чергу в когнітивній сфері, відповідно відбуваються зміни і у всьому психічному апараті особистості.

Розглянемо детальніше деякі українські дослідження. Так Міщенко М. М. розглядає блог як прояв особистості автора, його наративних та дискурсивних здібностей. Віртуальний вимір блогерства, на думку дослідниці, сприяє роздвоєнню «Я-реального» та образу «Я» в інтернеті, через який задовольняються потреби бути почутим і схваленим, та задоволення від створення конфліктних дискусій [4].

У працях Гудінової І. Л. розмежовуються поняття блог, блогер, блогосфера, аналізуються функціональні особливості блогів: функціональна, самопрезентаційна, розважальна, утворююча мемуари, саморозвивальна, психотерапевтична і функція встановлення та утримання соціальних зв'язків. Блогосфера – це щоденник епох, а блоги – його сторінки [2; 3].

Окремої уваги заслуговує дослідження Пірог Г. В. та Пірога О. В. про форми відображення процесу мислення в соціальних мережах. Автори визначають які форми передачі думок використовуються блогерами, і в який спосіб ці форми впливають на розумові процеси аудиторії. Найбільш значущими факторами, які приводять до схвалення думки автора аудиторією, є застосування візуально-образних засобів. До того ж, значний вплив на масовість зворотнього зв'язку має залученість аудиторії до дискусії [5].

Хоча в Україні психологічні характеристики феномену інтернет-блогінгу є слабо вивченим, в зарубіжній літературі активні дослідження зустрічаються вже з початку 2000-х років. Зокрема Гурак Л. та

Антоневич С. у своїх працях стверджують, що блоги ілюструють злиття ключових людських бажань – виразити свою ідентичність, створити спільноту, структурувати свій попередній і теперішній досвід за допомогою основних технологічних можливостей 21-шого століття – електронної комунікації. На перспективу, блоги можуть трансформувати деякі традиційні культурні норми, до прикладу розмити, або ж і зовсім стерти розрізнення понять приватне-публічне [7].

Про терапевтичний ефект ведення публічного блогу говорять Боніел-Ніссім М. та Барак А. досліджуючи представників юнацького віку з соціально-емоційними труднощами. Вчені стверджують, що ведення особистого щоденника покращує самопочуття, знижує рівень стресу, дозволяє легше освоїти виклики дорослішання. Причому онлайн формат дозволяє досягти більших змін, ніж непублічний щоденник, навіть в електронному форматі. Дослідження показали, що сьогодні люди схильні ділитися і залучати інших у свої приватні думки і переживання [6].

Психологію емоційного (афективного) блогінгу через призму психології натовпу Лебона Г. досліджував Стейдж К. і визначив особливий вид онлайн-натовпу – афективне об'єднання та відносну синхронізацію публіки щодо конкретного онлайн-сайту [9].

Такий вид онлайн-натовпу, згрупованого навколо теми здоров'я, вивчали Рейнс С. і Кеатінг Д. За результатами дослідження підтримка читачів блогу була негативно пов'язана із самотністю і позитивно з особистісним зростанням [8].

Отже, має блогінг терапевтичний чи деструктивний ефект на особистість є питанням відкритим і потребує детального вивчення, враховуючи стрімкі зміни викликів суспільства. Проте, онлайн комунікація змінює спосіб мислення, тому завданням подальших досліджень вбачаємо розширене емпіричне вивчення когнітивної та емоційної сфер особистості як авторів блогів, так і їх читачів.

Список використаних джерел:

1. Великий тлумачний словник сучасної мови. URL: <https://slovnnyk.me/dict/vts/%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%B3> (дата звернення: 24.11.2021).
2. Гудінова І. Л. Блог-блогер-блогосфера в психологічних дослідженнях *Актуальні проблеми психології. Т. 2. Психологічна герменевтика*. Київ, 2001. Вип. 7. С. 235–249.
3. Гудінова І. Л. Деякі результати дослідження психологічних особливостей відображення життєвого досвіду у блогах. *Актуальні проблеми психології. Т. 12. Психологія творчості* : зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. Київ, 2012. Вип. 15. Ч. I. С. 109–118.
4. Міщенко М. М. Інформаційне суспільство: соціологія та психологія блогерства. *Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-*

технічної еліти : зб. наук. пр. за матеріалами Міжнар. наук.-практ. конф. «Духовно-моральнісні основи та відповідальність особистості у долі людської цивілізації» (16 листопада 2017 р.). Харків, 2018. Вип. 48(52). С. 204–207.

5. Пирог Г. В. Психологічний аналіз форм відображення процесу мислення в соціальних мережах / Пирог Г. В, Пирог О В. *Наука і освіта*. 2017. № 7. С. 50–57.

6. Boniel-Nissim, M., & Barak, A. (2013). The therapeutic value of adolescents' blogging about social-emotional difficulties. *Psychological Services*. 2013. № 10(3). P. 333–341. URL: <https://doi.org/10.1037/a0026664> (дата звернення: 19.11.2021).

7. Gurak, Laura J, and Smiljana Antonijevic. «The psychology of blogging: You, me, and everyone in between». *American Behavioral Scientist*. 2008. № 52(1). P. 60–68.

8. Rains, S. A., & Keating, D. M. The social dimension of blogging about health: Health blogging, social support, and well-being. *Communication Monographs*. 2011. № 78(4). P. 511–534. URL: <https://doi.org/10.1080/03637751.2011.618142> (дата звернення: 10.11.2021).

9. Stage, C. (2013). The online crowd: a contradiction in terms? On the potentials of Gustave Le Bon's crowd psychology in an analysis of affective blogging. *Distinktion: Journal of Social Theory*, no. 14(2), pp. 211–226.