

Борюшкін Антон Олександрович
Науковий керівник – канд. соц. наук, доц. Борюшкіна О.В.
Державний біотехнологічний університет

ОСОБЛИВОСТІ МІЖОСОБИСТІСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У МЕРЕЖЕВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Сучасне суспільство все більше стає залежним від інформаційних технологій та онлайн-середовищ. Соціальні мережі, месенджери, форуми та інші мережеві платформи здатні суттєво змінювати спосіб, яким люди спілкуються та взаємодіють один з одним. Віртуальна комунікація заміняє традиційну пряму міжособистісну взаємодію. Вивчення цих змін є важливим для оцінки впливу на міжособистісні стосунки та розуміння нових форм взаємодії.

Міжособистісна взаємодія в мережевому суспільстві має особливу значимість, оскільки вона відіграє важливу роль у формуванні спільного менталітету, цінностей та культури. Індивіди можуть використовувати соціальні мережі, електронну пошту, чати та інші засоби мережевої комунікації для спілкування з друзями, родиною, колегами та новими знайомими.

Важливо також зазначити, що у мережевому середовищі з'являються нові форми комунікації, такі як соціальні мережі, форуми, чати, відеоконференції тощо. Ці інструменти дозволяють взаємодіяти за допомогою різних медіа, спілкуватися у реальному часі або на віддаленій основі, візуально передавати інформацію тощо. Вони розширюють можливості спілкування та надають нові інструменти для вираження ідей та почуттів.

Соціальні мережі мають значний вплив на формування та підтримку міжособистісних відносин. Ось деякі способи, якими соціальні мережі впливають на міжособистісні відносини:

1. Зв'язок та спілкування: Соціальні мережі надають можливість людям знаходити та зв'язуватися зі своїми родичами, друзями, колегами та іншими людьми з усього світу. Вони забезпечують зручний спосіб комунікації, обміну повідомленнями, фотографіями, відео та іншими медіа.

2. Доступ до інформації про інших: Соціальні мережі надають можливість дізнаватися більше про інших людей. Користувачі можуть переглядати профілі, фотографії та дописи інших, що дозволяє отримати більше інформації про їхні інтереси, життя та думки. Це може допомогти утворити спільні зв'язки та знайти спільну мову.

3. Підтримка та співпереживання: Соціальні мережі створюють платформу, де люди можуть ділитися своїми думками, почуттями та досвідом зі своїми друзями та контактами. Вони можуть отримувати підтримку, поради та співпереживання від інших людей, що допомагає зміцнювати міжособистісні зв'язки та підтримувати емоційний стан.

4. Засіб спільної діяльності та співпраці: Соціальні мережі дозволяють людям об'єднуватися навколо спільних цілей, інтересів та проєктів. Вони надають платформи для спільної діяльності, колаборації та обміну ідеями. Це

сприяє формуванню та підтримці міжособистісних відносин на основі спільної діяльності [2, с. 64].

Ризики та виклики, пов'язані зі зміною міжособистісної взаємодії в мережевому суспільстві, включають:

1. Віртуальна ізоляція: Часте використання мережевих платформ може призводити до відчуття ізоляції та віддаленості від реального світу. Люди можуть витратити багато часу на взаємодію в онлайн-середовищі, замість взаємодії та спілкування в реальному житті.

2. Втрата непосредності: Комунікація в мережевому середовищі відбувається через письмові повідомлення, які можуть бути приречені на недорозуміння та втрату непосредності. Відсутність невербальної комунікації, такої як міміка обличчя та жестів, може призвести до неправильного сприйняття повідомлень та конфліктів.

3. Приватність та безпека: Збільшена відкритість та доступність особистої інформації в мережевому середовищі може ставити під загрозу приватність та безпеку користувачів. Використання мережевих платформ може призводити до збереження, обробки та передачі особистої інформації, що може бути використаною без дозволу або викритою під час кібератак, порушення конфіденційності та нелегального збирання даних.

4. Формування стереотипів та предубежень: Використання мережевих платформ може підкріплювати та поширювати стереотипи та негатив.

5. Розуміння та симпатія: У мережевому середовищі може відбуватися спрощена комунікація, що призводить до недостатнього розуміння та сприйняття інших людей. Відсутність невербальних сигналів та тону голосу може ускладнювати сприйняття емоцій та намірів співрозмовника.

6. Технологічні перешкоди: Нерівномірний доступ до технологій та цифрової грамотності можуть створювати бар'єри для міжособистісної взаємодії в мережевому суспільстві. Це може призводити до соціальної відокремленості та нерівності.

Урахування цих ризиків та викликів є важливим для створення балансу між мережевою взаємодією та збереженням якості та натуральності міжособистісних стосунків. Подальше вивчення цих аспектів може допомогти розробити стратегії та рекомендації для ефективної та здорової міжособистісної взаємодії [1, с. 182].

Отже, міжособистісна комунікація в онлайн-середовищі відрізняється від традиційної, безпосередньої комунікації в офлайн-середовищі. Відсутність невербальної комунікації та асинхронний характер спілкування впливають на спосіб спілкування та сприйняття інформації. Соціальні мережі мають значний вплив на формування та підтримку міжособистісних відносин.

ЛІТЕРАТУРА

1. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки. 2012. С. 179-184.

2. Мироненко Г.В. Час віртуального життя : монографія. Київ : Імпекс ЛТД, 2015. 134 с.

Воронянський Юрій Олександрович
Науковий керівник – канд. соц. наук, доц. Борюшкіна О.В.
Державний біотехнологічний університет

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СПОЖИВАННЯ ЧЕРЕЗ МЕРЕЖУ ІНТЕРНЕТ

В умовах розвитку інформаційного суспільства, мережа Інтернет стає невід'ємною частиною економічних процесів суб'єктів ринкових відносин. Мережа Інтернет трансформується з каналу комунікацій в середовище взаємодії учасників ринку, що характеризується власними особливостями та інфраструктурою. Споживачі отримали доступ до значної кількості інформації щодо товарів та послуг, мають змогу обмінюватися власним споживчим досвідом та здійснювати вибір постачальників товару спираючись на різноманітність технічних умов покупки. Під впливом даних факторів змінюється поведінка споживачів в мережі Інтернет загалом, та в процесі прийняття рішень про покупку зокрема.

У цифровій екосистемі, де компанії повинні розуміти своїх користувачів і споживачів в Інтернеті, фундаментальна основа бізнесмоделей, які працюють в Інтернеті, повинна включати такі стратегії, як досвід користувача, маркетинг впливових осіб, контент, створений користувачами або цифрова передача «з вуст в уста». Дані, згенеровано користувачами в результаті їхньої діяльності в своїх профілях у соціальних мережах, на веб-сайтах, цифрових платформах або взаємодії з мультимедійними елементами, які належать до цифрових маркетингових стратегій компаній, створюють точки даних, які містять важливу інформацію про демографічні, географічні дані, інтереси або звички способу життя користувачів.

Усі ці дані повинні бути проаналізовані компаніями, щоб належним чином сегментувати рекламу та запропонувати стратегії цифрової сегментації, які можуть адаптуватися до поведінки користувачів у цій цифровій екосистемі. На основі аналізу таких даних і поведінки користувачів Інтернету компанії все більше намагаються зрозуміти фактори, які впливають на прийняття рішень користувачами в Інтернеті.

Ці фактори можуть бути визначені впливом користувачів в Інтернеті, відгуками чи думками, особистим досвідом близьких друзів, а також безліччю інших факторів і взаємодій, які можуть відбуватися в цифрових середовищах, таких як соціальні мережі. Крім того, є докази того, що шляхи клієнтів змінюються з часом, оскільки на поведінку клієнтів все більше впливає цифрова реклама та легкість здійснення покупок у цифровому середовищі.

Простота використання веб-сайтів електронної комерції різко змінилася за останнє десятиліття. У цьому контексті стає обов'язковим знати, як ці зміни