

УДК 114+141++316.28
DOI <https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2022.4.12>

Пальчинська Мар'яна Вікторівна
доктор філософських наук, професор,
завідувачка кафедри психології, педагогіки та лінгводидактики
Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку
вул. Кузнечна, 1, Одеса, Україна
orcid.org/0000-0001-5860-9546

ВІРТУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ФЕНОМЕН

У статті розглядається комунікація як один із системоутворюючих елементів віртуального простору, який є невід'ємною складовою сучасного соціокультурного простору. Нині у світовому співтоваристві відбувається формування нового типу соціальної системи – інформаційної, яка базується на обміні інформацією за допомогою технологій, що створюють специфічну соціокультурну реальність. Становлення інформаційного суспільства призвело до зміни вже сформованих у суспільстві механізмів комунікаційної взаємодії. Віртуальне спілкування стало одним із чинників соціокультурних трансформацій сучасного суспільства, тому важливим інструментом концептуалізації змін у світі є аналіз специфіки цього аспекту суспільних відносин, розуміння інформаційно-комунікаційних взаємодій як частини соціальної реальності. Віртуальний простір, будучи умовою багатовекторної комунікації або полілогу, постійно перебуває у транзитивному полі взаємодії та надає можливість конструювання власної віртуальної ідентичності та відповідно, віртуальних комунікативних стратегій. Особливу увагу приділено інтерактивним аспектам віртуальної комунікації та трансформації комунікативних патернів внаслідок відсутності жорстких імперативів мережного спілкування, що сприяє високій варіабельності особистісної самопрезентації. У віртуальному просторі, що продукується глобальною комп'ютерною мережею, розвивається специфічна мова, знаково-символьна система, засвоєння яких забезпечує ефективність віртуального комунікативного процесу.

Віртуальне спілкування стало одним із чинників соціокультурних трансформацій сучасного суспільства, тому важливим інструментом концептуального осмислення змін у світі є аналіз специфіки цього аспекту суспільних відносин.

Ключові слова: інформаційне суспільство, особистість, соціокультурна реальність, віртуальний простір, віртуальна комунікація.

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що у глобальному просторі сучасного суспільства відбувається становлення нового типу соціального устрою – інформаційного, основа якого базується на прискореному обміні інформацією за допомогою інфокомунікаційних технологій. Це призводить до утворення специфічної соціокультурної реальності – віртуального простору. Цей простір є особливим середовищем, поява якого обумовила зміни механізмів комунікаційної взаємодії, що вже були наявні у суспільстві. Віртуальна комунікація стала одним із факторів соціокультурних перетворень сучасного суспільства, тому важливим інструментом концептуального осмислення змін, що відбуваються у світі, є аналіз специфіки даного аспекту соціальних відносин, тобто розуміння інформаційно-комунікаційних взаємодій як складової частини соціальної реальності.

Ступінь наукової розробки проблеми. Віртуальна комунікація як наукова проблема частково розглядалася вченими, які досліджували різні аспекти становлення інформаційного суспільства, невід'ємним елементом якого є комунікації між користувачами комп'ютерних мереж. У даному контексті слід виокремити роботи Бела Д., Кастельса М., Лема С., Й. Масуди, Е. Тофлера, В. Тейлора, Хасана І., Винера Н., А. Дж. Кима, Копієвської О. та ін. Проблеми

комунікації, зокрема й віртуальної, аналізували Ю. Хабермас, В. Беньямин, И. Валлерстайн, Ж. Бодрийяр, Н. Луман, М. Маклюэн, А. Крокер, М. Крокер, Ю. Лотман, Дзьобань О., Жданенко С., Боровко М., Лугуценко Т. та ін.

При цьому слід зазначити, що інтенсивна інтеграція віртуального простору до соціального простору сучасного суспільства та існуючої системи комунікативних відносин зокрема вказує на необхідність подальшого наукового аналізу його комунікаційної складової у рамках соціально-філософського дискурсу.

Мета роботи – аналіз особливостей комунікативної складової віртуального простору у соціально-філософському аспекті.

Викладення основного матеріалу

Комунікація завжди була найважливішим елементом системи соціальної взаємодії, забезпечуючи упродовж розвитку цивілізації збереження спадкоємності між поколіннями, ретрансляцію культурних цінностей, норм та правил тощо. Вона є соціально-детермінованим процесом, що реалізує одну з його фундаментальних соціальних потреб – потребу в інформаційному обміні: «У сучасному світі спостерігається глобальна тенденція розширення форм і способів соціокультурної комунікації. Інформаційна революція, одним з досягнень якої стала поява Інтернету, вплинула на всі комунікативні процеси, призвела до появи глобального комунікаційного простору, в який залучаються все більше й більше мешканців Землі» [2, с. 9]. Соціальні процеси органічно вміщують у собі комунікаційну складову, тому соціальна інформація служить базисом ефективного функціонування соціальних систем, наприклад зазначимо, що у сучасному світі констатуємо «занепад «суспільства споживання», яке змінюється «суспільством досвіду»» [17, с. 745]. Соціальний простір життя впорядковано та організовано через систему інтеракцій, соціальних зв'язків та соціальних інститутів. Саме тому, відповідно до думки М. Вебера, соціальна дія пов'язана із поведінкою інших та бере до уваги «факт взаємодії (інтеракції), що є першою передумовою будь-якого комунікативного акту» [15, с. 113].

Комунікація включає інфокомунікаційний обмін в рамках локальних і глобальних соціальних систем, міжособистісне спілкування, способи поширення та прийому інформації, певні комунікативні стратегії та ін. Виникнення теорії комунікації стало однією із значущих подій в осмисленні тих соціокультурних трансформацій, яким підпорядковувалася сучасна цивілізація. Протягом першої, і, особливо, другої половини минулого століття відбувалося «... інтенсивне прояснення сенсу тих процесів, функцій та завдань, які пов'язані із становленням інформаційного суспільства та розвитком комунікаційних технологій» [18, с. 11]. також слід акцентувати увагу на тому, що комунікативний простір знаходить для індивіда ще одну суб'єктивну реальність: «Засоби масової інформації - газети, журнали, кіно і телебачення, часто асоціюються з розвагами і тому розглядаються як щось другорядне в житті більшості людей. Подібний погляд зовсім не вірний. Масова комунікація торкається багатьох аспектів нашого життя. Навіть ті засоби інформації, які спрямовані на заповнення вільного часу, мають величезний вплив на наше світосприйняття. Це відбувається не тільки завдяки специфічному впливу на наші позиції, як тому, що вони стають засобами доступу до знань, від яких залежить суспільне життя» [13, с. 414].

У сучасному світі значна роль у комунікаційних процесах відведена віртуальному простору, що має підвищену інтерактивність, що зумовлює його унікальність як спосіб комунікаційної взаємодії, оскільки інформаційна та комунікаційна активність людства масово переноситься на взаємодію у віртуальному середовищі завдяки інформатизації як глобальному світовому процесу. Інформатизація як глобальний процес, що є одним із найпотужніших факторів соціокультурних трансформацій у глобальному масштабі, містить у собі як гуманістичні можливості, що спроможні призвести до зміцнення культурного потенціалу суспільства, так і може надавати деструктивний вплив на особистість і суспільство загалом. Будучи потужним інструментом розуміння світу і засобом створення умов для творчої діяльності, інформаційні технології водночас замінюють спосіб розуміння світу кліковим пізнанням та фрагментарним світосприйняттям, що створює ілюзію занурення в штучний віртуальний світ, світ чистої уяви. Ми

погоджуємося із думкою Копієвської О., яка зазначає, що «глобалізаційні процеси пов'язані насамперед зі становленням інформаційного суспільства, що впливає на всі структуроутворювальні компоненти культури. Його основними характеристиками є новизна, широке охоплення аудиторії, інтенсивність інформаційних потоків, інноваційність, орієнтація на висококваліфіковану й інтелектуально розвинену особистість» [3, с. 7]. Отже, маємо таких результат глобальної інформатизації як віртуальну комунікацію, яка є складовою частиною соціокультурного простору сучасного суспільства. Цей тип комунікації залучений у реальні соціальні, у тому числі комунікативні процеси, що утворює, за висловом М. Хайдегера, «... часовий простір, що зазвичай розуміється в сенсі вимірних проміжків між двома моментами часу» [7, с. 92].

Віртуальна комунікація виступає не окремим, а додатковим каналом соціальної комунікації, у той час як соціальна комунікація дедалі більше віртуалізується. До особливостей цього типу комунікації слід віднести часткову втрату індивідуальності внаслідок знеособленості, шаблонність вираження емоцій та індивідуального стилю, використання віртуального сленгу. Цьому типу комунікації також притаманна т. зв. «гіпертекстовість». Тобто поряд із формами комунікаційної взаємодії, які наявні у суспільстві, застосовуються нові форми комунікації задля відтворення суспільства як соціальної системи, а інтерактивні діалоги лише «переддень» справжнього комунікативного процесу. Діалог або полілог, притаманний віртуальній комунікації, виступає сполучною ланкою інтерсуб'єктивності в людському суспільстві, навіть у віртуальному середовищі. Таким чином, комунікативне народжується з інтеракцій, через реальне та віртуальне доповнюють один одного. Однак, на думку С. Баумана, це призводить до «відчуження, втрати реального статусу» [9, с. 212].

У суспільстві соціальна комунікація дедалі більше переміщається у віртуальний світ, що продукується глобальною комп'ютерною мережею Інтернет. Одночасно з традиційними формами комунікації – соціальною організацією та інтеракцією, віртуальна комунікативна взаємодія відіграє помітну роль у створенні соціальності. Зміни суспільства розглядаються як структурна диференціація системи, поштовхом для якої послужили віртуальні аналоги традиційних комунікацій: «Теза про перманентну структурну диференціацію займає настільки важливе місце у системній теорії, як уявлення про постійне зростання продуктивних сил в марксистському історичному матеріалізмі. Це дає дослідникам даної проблеми підстави для аналізу феномена віртуалізації як нового системного ефекту» [2, с. 14]. Віртуальний простір відображає процеси посилення віртуалізації соціальної комунікації, що надає можливості одночасного контакту чи полілогу у глобальних масштабах, а також нові можливості самопрезентації особистості.

М. Кастельс закріплює значення знакової комунікації у вигляді реальної віртуальності. Згідно із Кастельсом, сучасні засоби масової інформації із застосуванням мультимедійних та інтерактивних технологій утворюють комунікативну систему, в якій «реальність, тобто матеріальне та символічне існування людей, повністю занурена у віртуальні образи, у вигаданий світ, у якому образи стають вже не засобом передачі досвіду, а власне досвідом, здатним посилювати свій вплив на соціальну реальність» [11, с. 320]. Він вказує на властиву телебаченню і радіо односпрямованість комунікації як ключову проблему мас-медіа: «реального процесу комунікації як взаємодії сторони, що передає та отримує, при інтерпретації повідомлень немає» [11, с. 321]. Розглядаючи культуру реальної віртуальності, він посилається на ідеї представників постмодернізму та структуралізму, які в даному аспекті зводяться до положення, що культури створюються з комунікаційних процесів, а всі форми комунікацій базуються на виробництві та споживанні знаків та смислів. Аналізуючи сутність комунікаційної системи, що продукує реальну віртуальність, він визначає її так: «Це система, у якій сама реальність, тобто матеріально-символічне існування людей, повністю схоплена, занурена у віртуальні образи, а вигаданий світ, у якому зовнішні відображення перебувають не просто на екрані, через який передається досвід, але стають досвідом» [11, с. 351–352].

З погляду Юргена Хабермаса, стан і форма соціальної комунікації розглядається як найважливіший показник рівня технологічного розвитку суспільства та його соціокультурних

особливостей: «Поняття комунікативної дії відноситься в кінцевому рахунку до інтеракцій як мінімум двох здатних до мовлення та дії суб'єктів, які – вербальними чи екстравербальними засобами – вступають в інтерсуб'єктивні відносини» [6, с. 128].

На думку Жана Бодрійяра, основою всіх форм комунікаційного впливу є споживання символів. Відповідно реальна комунікація будується виключно на оперуванні ідеальними об'єктами. Однією з найважливіших характеристик засобів масової комунікації є їхня «нетранзитивність» [8, с. 186]. Він наголошує на порушенні комунікативного процесу внаслідок цієї нетранзитивності: «Людина перетворюється на пасивного споживача, тим самим встановлюється узагальнений порядок споживання, у якому не можна давати, повертати чи обмінювати, а дозволено лише брати і використовувати» [8, с. 187]. Також Ж. Бодрійяр, у свою чергу, вважає, що в умовах суспільства постмодерна комунікація перестала бути розмовою, оскільки вона перетворилася на процес обміну знаками, процес гри зі знаками. А виробництво знання чи інформації перетворилося на виробництво симулякрів – знаків без змісту, тобто віртуальне виробництво.

Дослідники А. Бард та Я. Зодерквіст наполягають на тому, що одним із факторів, які впливають на соціалізацію особистості в сучасному суспільстві, є встановлення комунікативних зв'язків між користувачами глобальної комп'ютерної мережі, оскільки «різні групи населення у боротьбі за право мати більшу свободу самовизначення вступають у взаємодію з подібними до них групами в рамках всесвітньої електронної мережі» [1, с. 108]. Також деякі дослідники підкреслюють, що у віртуальному просторі формується якісно нове за своїми концептуальними параметрами спілкування: «Про втрату змісту спілкування із настанням фази його шаблонності, однорідності та гіпертекстовості говорить гіперактивність спілкування: підвищена частота застосування засобів телекомунікацій, блогова форма ведення щоденників, гіпертекстовість інформації. Гіперактивність спілкування, а, по суті, спроби заповнити дефіцит діалогічності спілкування, пов'язані з наростаючим пріоритетом інформаційно-комунікативної та регулятивної функції спілкування над афективно-комунікативною функцією, що пов'язана з емоційною сферою людини» [16, с. 22].

Віртуальна комунікація значно меншою мірою порівняно з комунікацією соціальної піддається ритуалізації. Віртуальний простір дозволяє особистості конструювати власний образ, презентація якого відбувається в процесі спілкування, причому цей образ має дуже високу динамічність. Мережева комунікація завдяки анонімності, невидимості, безпеці дає можливість створити мережеву ідентичність, досягаючи віртуального управління враженнями про себе. Однією з характерних рис віртуальної комунікації є невідповідність реальної особистості і створюваного їй віртуального образу. Комунікаційна взаємодія у віртуальному просторі сприяє конструюванню віртуальної особистості, яка певною мірою дистанціюється від реального статусу. В даному аспекті віртуальний простір виступає як інструмент трансформації індивідуальних особистісних характеристик: «Технічний прогрес призводить до нав'язування людині нової мобілістичної ідентичності. Індивід, людина цілісна, йде геть, прикута до своєї одноманітності, як до важкого рюкзака, на його місце приходять індивід, людина багатоліка» [1, с. 127].

Спілкування у віртуальній реальності є привабливим знеособленістю, можливістю конструювати та трансформувати віртуальну особистість, а також анонімністю, яка дозволяє уникнути відповідальності за порушення рольових очікувань, зумовлених статусом індивіда. Комунікація у віртуальному просторі дає свободу ідентифікації, цим конструює віртуальну особистість із віртуальним статусом: «дуже часто зустрічається обман чи множення ідентичності – коли мережева ідентичність користувача відповідає його реальної ідентичності» [12, с. 354]

Віртуальний простір, що продукується глобальною комп'ютерною мережею, є основою багатовекторної комунікації та полілогу як для окремої особистості, так і для різних соціальних груп внаслідок розширення міжособистісних контактів за рахунок усунення географічних та тимчасових бар'єрів. Дослідження віртуальної комунікації дозволяють констатувати наявність специфічних особливостей мови, соціальної ієрархії, індикаторів соціального статусу

та соціальних норм. У якості специфічних рис віртуальної комунікації виділяють поліідентичність суб'єктів, які включені у комунікативні процеси в віртуальному просторі та інваріантність способів отримання та продукування інформації [12, с. 357].

Становлення інформаційного суспільства та притаманні йому такі процеси, як інформатизація та віртуалізація, усе більше опосередковують соціальні та міжособистісні контакти, однак при цьому можуть значно розширити професійний та соціальний досвід людини: «у будь-якій культурі найбільші досягнення здійснюються зазвичай під час швидких соціальних змін» [10, с. 89]. Складовим елементом віртуальної комунікації є рольова поведінка учасників комунікативного процесу, яку можна охарактеризувати як поліідентичність, оскільки віртуальний простір цілком допускає множинність соціальних самопрезентацій особистості: «Ефект діалогу виникає лише тоді, коли мій партнер, з яким я вступаю в комунікацію, не просто породжує текст, а й доносить до мене свою комунікативну інтенцію, використовуючи всілякі засоби. Тим більше, що крім вербальних існують і невербальні комунікативні засоби – жестикуляція, передача зорових образів тощо. Важливо мати на увазі те, що не мова сама по собі несе людям істину чи нову інформацію, не мовою чи мовою ми спілкуємось, але саме смисловими інтенціями» [15, с. 217]. Також зазначимо, що віртуальний простір нівелює межі реального та віртуального, створюючи тим самим умови для конструювання багатовекторної самопрезентації та самореалізації, у тому числі й у комунікативних процесах.

На завершенні розгляду обраної теми можна зробити наступні **висновки**.

В умовах глобальних змін, властивих сучасному етапу цивілізаційного розвитку, посилення динамічності перебігу соціальних процесів, все більшого значення набуває пошук найефективніших форм комунікації.

Аналіз особливостей комунікаційної складової віртуального простору дозволяє дійти висновку, що віртуальний простір є особливим комунікативним середовищем, функціонування якого призвело до зміни вже сформованих у соціумі комунікативних патернів. Ці зміни базуються насамперед на анонімності, поліідентичності віртуального суб'єкту, опосередкованості віртуального спілкування технічними засобами, відсутністю часових та просторових бар'єрів тощо, що дозволяє самостійно моделювати комунікативний простір як окремим індивідам, так і соціальним групам.

Віртуальна комунікація має амбівалентний характер. До позитивних наслідків слід віднести можливість компенсації нестачі спілкування у соціальній реальності. До негативних наслідків відноситься адитивна поведінка, що призводить до мінімізації реального соціального спілкування, необхідного для ефективної соціальної взаємодії у межах певної соціальної системи.

Комунікації, які здійснюються у віртуальному просторі, практично не регулюються інституційними нормами, які координують соціальну взаємодію. Саме тому віртуальний простір дозволяє уникнути обумовленості залученням індивіда в ту чи іншу інституційну сферу чи належністю до певної соціальної групи. Комунікаційна взаємодія в віртуальному просторі сприяє конструюванню віртуальної особистості, яка в деякій мірі дистанціюється від реального соціального статусу. В даному аспекті віртуальний простір виступає в якості інструменту трансформації індивідуальних особистісних характеристик.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. Спб. 2004. 252 с.
2. Дзьобань О., Жданенко С. Віртуальні комунікації: роль й місце у сучасному світі. *Правова інформатика*. 2015. 2(46). С. 9–16.
3. Копієвська О. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України : монографія. К. : НАКККіМ, 2014. 296 с.
4. Культура в сучасних трансформаційних процесах : монографія / М. Бровко та ін. ; відп. ред. Бровко М. Ніжин : Аспект-Поліграф, 2011. 395 с.

5. Лугуценко Т. Людина в структурі комунікативної реальності як суб'єкт віртуального простору. *Гілея*. 2014. Вип. 81 (2). С. 179–183.
6. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. Пер. с нем. под ред. Д.В. Скляднева. СПб. : Наука, 2001. 380 с.
7. Хайдеггер М. Бытие и время. Харьков : Фолио, 2003. 503 с.
8. Baudrillard J. *Simulacra and Simulation*. University of Michigan Press, 1994. 320 p.
9. Baumann S. *Cybercultures : Cultures in Cyberspace Communities* Oxford : Inter-Disciplinary Press. 2012. 300 p.
10. Beck U. *World Risk Society*. Cambridge: Polity Press, 1999. 184 p.
11. Castells M. *The Rise of the Network Society*. Oxford. 1996. 376 p.
12. *Computerization and controversy: value conflict and social choices*. 2nd ed. / Ed. by R. Kling. N. Y, 1996. 758 p.
13. Giddens, Anthony *Sociology*. Sociology 4th Edition. Cambridge: Polity Press, 2001. 440 c.
14. Hassan I. *The postmodern turn. Essay in postmodern theory zand culture*. Ohio State University Press. 1987. 267 p.
15. Kim A. J. *Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities*. London, 2000. 352 p.
16. Kroker A., Kroker M. *Critical Digital Studies*. Toronto: University of Toronto Press. 2008. 122 p.
17. Tatyana Gumenyuk, Mariana Palchynska, Polina Herchanivska, Yuriy Kozak and Nataliia Kobyzhcha *Overcoming the Modern Socio-Cultural Crisis – from Postmodern to Post-Postmodern: Theoretical Aspects*. *International Journal of Criminology and Sociology*. no.10. pp. 2021. P. 745–752.
18. Taylor W. *The e-Evolution of the i-Society in the Business of e-Governance. UNESCO between two phases of the World Summit on the Information Society*. M.: Institute of the Information Society, 2005. 55 P.

REFERENCES

1. Bard A., Zoderkvyst Ya. (2004). *Netokratyia. Novaia praviashchaia zlyta y zhyzn posle kapytalyzma [Netocracy. New ruling elite and life after capitalism]*. Spb. 252 s.
2. Dzoban O., Zhdanenko S. (2015) *Virtualni komunikatsii: rol y mistse u suchasnomu sviti [Virtual communications: role and place in the modern world]*. *Pravova informatyka*. 2(46). S. 9–16.
3. Kopiiivska O. (2014). *Transformatsiini protsesy v kulturi suchasnoi Ukrainy : monohrafiia [Transformational processes in the culture of modern Ukraine: monograph]*. K. : NAKKKiM, 296 s.
4. *Kultura v suchasnykh transformatsiinykh protsesakh : monohrafiia / M. Brovko ta in. ; vidp. red. Brovko M. [Culture in modern transformational processes: monograph] (2011)*. Nizhyn. Aspekt-Polihraf, 395 s.
5. Luhutsenko T. (2014) *Liudyna v strukturi komunikatyvnoi realnosti yak subiekt virtualnoho prostoru [A person in the structure of communicative reality as a subject of virtual space]*. *Hileia*. Vyp. 81 (2). S. 179–183.
6. Khabermas Yu. (2001) *Moralnoe soznanye y kommunykativnoe deistvye [Moral consciousness and communicative action]*. Per. s nem. pod red. D.V. Skliadneva. SPb. Nauka. 380 s.
7. Khaidehher M. (2003) *Byitye i vremia [Being and time]*. Kharkov. Folyo. 503 s.
8. Baudrillard J. *Simulacra and Simulation / J. Baudrillard*. – University of Michigan Press, 1994. – 320 p.
9. Baumann S. (2012) *Cybercultures : Cultures in Cyberspace Communities / S. Baumann*. – Oxford : Inter-Disciplinary Press. 300 p.
10. Beck U. (1999) *World Risk Society*. Cambridge: Polity Press, 184 p.
11. Castells M. (1996) *The Rise of the Network Society*. Oxford. 376 p.
12. *Computerization and controversy: value conflict and social choices*. 2nd ed. / Ed. by R. Kling. (1996). N. Y. 758 p.
13. Giddens, Anthony (2001) *Sociology*. Sociology 4th Edition. Cambridge: Polity Press. 440 c.
14. Hassan I. (1987) *The postmodern turn. Essay in postmodern theory zand culture*. Ohio State University Press. 267 p.
15. Kim A. J. (2000) *Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities*. London. 352 p.

16. Kroker A., Kroker M. (2008) *Critical Digital Studies*. Toronto: University of Toronto Press. 122 p.
17. Tatyana Gumenyuk, Mariana Palchynska, Polina Herchanivska, Yuriy Kozak and Nataliia Kobyzhcha (2021) *Overcoming the Modern Socio-Cultural Crisis – from Postmodern to Post-Postmodern: Theoretical Aspects*. *International Journal of Criminology and Sociology*. no.10. pp. 745–752.
18. Taylor W. (2005) *The e-Volution of the i-Society in the Business of e-Governance // UNESCO between two phases of the World Summit on the Information Society*. M.: Institute of the Information Society. 55 P.

Palchynska Mariana Viktorivna

Doctor of Philosophical Sciences, Professor,
Head of Department Psychology, Pedagogy and Linguodidacty,
State University Intelligence Technologies and Telecommunications
1, Kuznechna str., Odesa, Ukraine
orcid.org/0000-0001-5860-9546

VIRTUAL COMMUNICATION AS A SOCIAL PHENOMENON

The article deals with communication as one of the backbone elements of the virtual space. currently in the world community there's the formation of a new type of social system – information, which is based on the exchange of information through technologies that create a specific socio-cultural reality. The formation of the information society has led to a change in the mechanisms of communication interaction already formed in society. Virtual communication has become one of the factors of modern society socio-cultural transformations, so an important tool for conceptualization of changes in the world is the analysis of the specifics of this social relations aspect, understanding of information and communication interactions as social reality part. Virtual space, as a condition of multi-vector communication or polylogue, is constantly in the field of interaction and transitive provides the ability to design your own virtual identity. Particular attention is paid to the interactive aspects virtual communication and transformation of communication patterns due to the lack of hard imperatives of social networking that contributes to the high variability of the personal self. Within the virtual space, produced a global computer network, develops specific language, a system of signs, symbols, symbols which set as their assimilation communicants ensures the effectiveness of the communication process.

Virtual communication has become one of the factors of socio-cultural transformations of modern society, so an important tool for conceptual understanding of changes in the world is the analysis of the specifics of this aspect of social relations.

Key words: *information society, personality, socio-cultural reality, virtual space, virtual communication.*