



УДК 159.9 : 316.4

[https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-11\(41\)-1178-1187](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-11(41)-1178-1187)

Волошин Світлана Миколаївна кандидат педагогічних наук, доцент кафедри психології, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, вул. І.Франка, 24, м. Дрогобич, 82100, тел.: (03-244)338-77, <https://orcid.org/0000-0002-2962-3100>

Чопик Леся Іванівна кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри психології, Комунальний заклад вищої освіти «Вінницька академія безперервної освіти», вул. Грушевського, 13, м. Вінниця, 21050, тел.: (0432) 55-65-60, <https://orcid.org/0000-0001-7538-4684>

ПСИХОЛОГІЯ ВІРТУАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МІЖОСОБИСТІСНИХ СТОСУНКІВ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

Анотація. Розвиток технологій наприкінці ХХ початку ХХІ століть актуалізував усвідомлення проблем, пов'язаних із глобалізацією та з самим інформаційним суспільством, дискусії про які ведуться протягом останніх десятиліть. Складність і незвичайність нової епохи вимагає швидкого і глибокого осмислення змін, що відбуваються, прогнозування поточних і кризових явищ у духовному житті та культурі суспільства. Актуальність теми дослідження полягає в тому, що особлива роль у цьому процесі формування суспільства належить глобальній мережі Інтернет, яка є не лише засобом масової комунікації, а й утворює принципово нову сферу соціальної взаємодії, що тягне за собою зміни в реальних сферах життя людини. Як будь-яке великомасштабне соціальне явище, Інтернет несе у собі як користь суспільству, й серйозну загрозу щодо його існування та розвитку у разі безконтрольного чи негативно спрямованого використання його можливостей.

Інтернет як засіб соціальної масової комунікації знаходиться на початковому шляху свого розвитку є актуальним і дуже затребуваним й виступає в різних ролях: ЗМІ, засобу комунікації, що диктується умовами інформаційного суспільства та вимогами професійної та соціокультурної діяльності спеціалістів різних сфер та звичайних користувачів у особистих цілях; приваблює своєю інтерактивністю, що характеризується діалогічною моделлю взаємовідносин, яка сприяє індивідуалізації соціального середовища. При цьому віртуальній комунікації притаманні такі позитивні та негативні характеристики, як глобальний кроскультурний характер, широкі можливості



для конструювання особистісної та соціальної ідентичності, відсутність статусної ієрархії, опосередкованість, дистантність, позаінституційність, нерозвиненість та невизначеність соціальних норм (у тому числі правових і моральних), маргіналізація та карнавалізація комунікаційних процесів.

Неформальне структурування Інтернет-користувачів за взаємними інтересами, соціокультурними орієнтаціями, устремліннями, спільно розв'язуваними завданнями та іншими не передбаченими актами соціального статусу критеріями, попри етнічні, соціально-політичні, гендерні та інші відмінності, нерідко анонімне та асинхронне спілкування призводить до виникнення неофіційної паралельної комунікаційної структури, невидимої мережі міжособистісних відносин, яка виконує функції спільної інформаційно-пізнавальної і комунікативної діяльності, й стає розповсюджувачем особливих специфічних для Інтернет-комунікації норм, правил, заборон і цінностей.

Ключові слова: комунікація, Інтернет, міжособистісне спілкування, віртуальний простір, віртуальне спілкування.

Voloshyn Svitlana Mykolaivna PhD Pedagogy, Associate Professor of the Department of Psychology, Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, I.Franka St., 24, Drohobych, 82100, tel.: (03-244)338-77, <https://orcid.org/0000-0002-2962-3100>

Chopyk Lesia Ivanivna Philosophy Doctor in Pedagogics, senior lecturer of the Department of Psychology, Municipal Higher Education Institution "Vinnytsia Academy of Continuing Education", Hrushevsky St.,13, Vinnytsia, 21050, tel.: (0432) 55-65-60, <https://orcid.org/0000-0001-7538-4684>

PSYCHOLOGY OF VIRTUAL COMMUNICATION: FEATURES OF FORMING INTERPERSONAL RELATIONS IN VIRTUAL SPACE

Abstract. The development of technologies at the end of the 20th and the beginning of the 21st centuries actualized the awareness of the problems associated with globalization and with the information society itself, which have been discussed for the past decades. The complexity and unusualness of the new era requires a quick and deep understanding of the changes taking place, forecasting current and crisis phenomena in the spiritual life and culture of society. The relevance of the research topic lies in the fact that a special role in this process of society formation belongs to the global Internet, which is not only a means of mass communication, but also forms a fundamentally new sphere of social interaction, which entails changes in real spheres of human life. Like any large-scale social phenomenon, the Internet



carries both a benefit to society and a serious threat to its existence and development in case of uncontrolled or negatively directed use of its capabilities.

The Internet as a means of social mass communication is on the initial path of its development, it is relevant and in great demand and acts in various roles: the mass media, a means of communication dictated by the conditions of the information society and the requirements of the professional and socio-cultural activities of specialists in various fields and ordinary users for personal purposes; attracts with its interactivity, which is characterized by a dialogic model of relationships, which contributes to the individualization of the social environment. At the same time, virtual communication has such positive and negative characteristics as global cross-cultural character, wide opportunities for constructing personal and social identity, lack of status hierarchy, indirectness, remoteness, extra-institutionality, underdevelopment and uncertainty of social norms (including legal and moral), marginalization and carnivalization of communication processes.

Informal structuring of Internet users according to mutual interests, socio-cultural orientations, aspirations, jointly solved tasks and other criteria not provided for by acts of social status, despite ethnic, socio-political, gender and other differences, often anonymous and asynchronous communication leads to the emergence of unofficial a parallel communication structure, an invisible network of interpersonal relations, which performs the functions of joint informational, cognitive and communicative activities, and becomes a distributor of special norms, rules, prohibitions and values specific to Internet communication.

Keywords: communication, Internet, interpersonal communication, virtual space, virtual communication.

Постановка проблеми. Віртуальний характер інтернет-комунікацій змінює міжособистісні відносини між людьми, що, своєю чергою, відбивається на процесах їх розуміння та витлумачення. Виникнення таких неологізмів як френдінг (віртуальна дружба), флірт (віртуальна любов-флірт, вірт), хейтерство та тролінг (віртуальна) ворожнеча), лайкінг (віртуальна симпатія), фолловінг (віртуальне слідування за будь-ким), яскраво відображає процес зміни режимів міжособистісної комунікації в електронному просторі під впливом нових можливостей і обмежень, що надаються соціальними медіа. Нині комп'ютерно-опосередковані системи комунікації в найрізноманітніших формах стають невід'ємною частиною ініціації, розвитку та підтримки міжособистісних відносин. Вони беруть участь у тонкому формуванні комунікації практично у кожному реляційному контексті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дав змогу резюмувати інтерес науковців до психологічних аспектів інтернет-комунікації. Так, Ф. Власенко вивчав віртуальну реальність як простір соціалізації індивіда [1]. О. Вернік



встановив кореляцію в системі: соціальні мережі і самовідчуження особистості [2]. О. Камінська дослідила вплив інтернет-залежності на формування ціннісних орієнтацій молоді [3]. О. Немеш вивчав віртуальну діяльність особистості крізь призму конкретизації структури та динаміки психологічного змісту цієї діяльності [5] в Інтернет-просторі [6]. М. Снітко зреалізував компонентнісний підхід до діяльності підлітків у Інтернет-мережі [7]. О. Стуліка та О. Катрич вивчали віртуальний простір як чинник формування ціннісної сфери підлітків за умов сучасного стану України [8]. В напрацюваннях В. Штанько знаходимо відомості про віртуальний комунікативний простір і проблеми самоідентифікації особистості [9]. Тоді як О. Янович виокремив особливості міжособистісного спілкування в мережі Інтернет [10]. Крім того, результати досліджень в області міжособистісного спілкування в рамках соціальних мереж широко висвітлені в роботах науковців, таких як С. Дука, В. Іноземцев, а також в інших відомих працях за кордоном, представлених Й. Бенклером, С. Блеком, П. Гілленом, П. Дойльом. Проблема спілкування в Інтернеті є актуальною як для науковців, так і для журналістів та митців. Активно досліджуються аспекти, пов'язані з спілкуванням у умовах анонімності (йдеться про напрацювання Ю. Бабаєвої, А. Войсунського, А. Жичкіної та ін.), самопрезентацією та формуванням ідентичності в Інтернеті (А. Жичкіна), кіберагресією (Л. Найдьонова), питанням довіри в Інтернеті (М. Яворський), адаптивністю соціально-психологічної поведінки та емоційними аспектами віртуального спілкування користувачів Інтернету [4; 11 та ін.]. Різноманітні аспекти впливу віртуального простору на особистість активно досліджують М. Назар, Т. Карабін, В. Фатурова, А. Лучінкіна, О. Немеш, О. Зінченко, Г. Чайка, О. Вернік та інші вчені.

Однак цілеспрямованих досліджень, присвячених проблемі міжособистісного віртуального спілкування нами не знайдено.

Мета статті – виявити особливості формування міжособистісних стосунків у віртуальному просторі.

Виклад основного матеріалу. Науково-технічна революція перетворила світове співтовариство на один величезний Всесвіт завдяки мережі Інтернет. Інтернет поступово став відігравати все більшу роль у житті людини. Зараз неможливо уявити людину, яка не чула б такі поняття як пошукова система, вебсторінка, сайт. Користувачів Інтернету з кожним роком стає дедалі більше. Число пропонованих інтернет-послуг зростає. Все більшою популярністю користуються сайти, де відвідувач може взаємодіяти з іншими відвідувачами за допомогою цього сайту.

В таких умовах мережева віртуальна реальність стала природним середовищем – простором індивідуального та групового спілкування, в якому



людина проводить все більше часу. Виникає потреба розгляду та аналізу проблем, пов'язаних із новими формами спілкування, зокрема у віртуальному світі. Інтернет, як явище загальнолюдського охоплення, можна представити у вигляді ланцюжка: аудиторія Інтернет вступаючи в мережеву взаємодію один з одним знаходить реальний спільний предмет докладання зусиль, утворюючи реально-віртуальне співтовариство. Створюється особливий простір (віртуальна реальність) із специфічним видом спілкування. Внаслідок цього спілкування виникають нові зв'язки та норми в середовищі міжособистісних відносин. Можна сміливо сказати, що віртуальне спілкування – засіб комунікації, у якому спілкування для людей здійснюється у вигляді комп'ютерних технологій і всі взаємодії здійснюються у просторі віртуальної реальності.

Поняття «кіберпростір» вперше з'явилося після виходу книги письменника-фантаста Вільяма Гібсона «Новороманіст», однак у сучасному розумінні воно з'явилося лише зі створенням Всесвітньої мережі. Зараз кіберпростір – це важлива платформа людської активності, і популярні у ХХІ ст. елементи віртуальної дійсності: інтернет-робота, дистанційна освіта, інтернет-покупки все частіше стають альтернативою традиційним видам освіти, послуг, розваг. Вже не плід фантазії письменника, а реальні люди стали обживати новостворене середовище, справжню віртуальність Інтернету. Ключовими засобами організації віртуального міжособистісного спілкування нині є соціальні мережі.

Можна з упевненістю сказати, що соціальна мережа – це безліч людей, які раніше не були ніяк не пов'язані один з одним, а нині поєднані персональною комунікацією. Головне у соціальній мережі – *рівноправність спілкування*. Відносини людей у такому суспільстві можуть бути лише координаційними, а не субординаційними.

Соціальні платформи надають цілий ряд можливостей позначення своєї ідентичності в просторі мережного спілкування, починаючи з аватара, статусу, що часто змінюється, як відображення динаміки подій та ідентичності, через заповнення персонального профілю текстовим, аудіо-, відео- та графічним контентом, закінчуючи публікацією постів і стіни, лайками та «розшаруваннями» як маркуванням інтересів та уподобань. Ніколи раніше жодна комунікаційна платформа не надавала таких інфраструктурних можливостей для асинхронної, комплексної, технологічно різноманітної та економічної, в плані комунікаційних витрат передавальної та приймаючої сторін, самопрезентації та перманентного драматургічного перформансу партеру з комунікації. Соціальні платформи – це ідеальний сценічний майданчик із досконалим «сценічним оснащенням» для самоподання та самоподачі особистості в рамках напівпублічних комунікацій.



Соціальні мережі дозволяють тонко *регулювати рівень персонального доступу до комунікації*, починаючи з моніторингу маркерів присутності на платформі через номінацію френдів більш відкритих для комунікацій, і закінчуючи можливістю непрямой пропозиції контакту через проставлення позначки «мені подобається», розшарування матеріалів партнера, «підморгування» або обміну емотиконами. Регуляція своєї власної доступності/недоступності та моніторинг доступності/недоступності передбачуваних партнерів з інтернет-комунікації дозволяють *здійснювати планування та логістику вибудовування близьких міжособистісних відносин та відносин у форматі слабких зв'язків*. Офлайн-комунікації, де моніторинг доступності/недоступності інших для спілкування вкрай утруднений, а зустрічі часто мають ненавмисний і непередбачуваний характер, набагато менш сприятливі для свідомого та спланованого налагодження відносин, особливо у форматі слабких зв'язків.

Однонаправлена віртуальна міжособистісна комунікація сама собою приймає безліч форм, які різняться за зусиллями і змістом. Соціальна мережа забезпечує взаємодію "в один клік", наприклад, "Like" на Facebook, або кнопка "+1" у Google, щоб вказати на позитивний відгук або відправити смайлик на онлайн-сайті знайомств. Такі дії можуть знизити витрати, пов'язані з підтримкою соціального капіталу, оскільки вони вимагають невеликих розумових зусиль і дозволяють користувачам швидко та ефективно «пінгувати» (обмінюватися короткими «м'ячками» повідомлень, як у пінг-понгу) багато комунікативних зв'язків. Однак оскільки на них витрачається мало зусиль, вони можуть не сигналізувати про рівень залучення користувача у відносини так чітко, як індивідуальне повідомлення (особисте повідомлення), на складання якого потрібно більше часу. Простіше кажучи, складене самим користувачем повідомлення більш імовірно, ніж дія «в один клік», сприяє саморозкриттю і мові, яка підтримує, є характеристиками близьких відносин і соціальної підтримки.

Тепер звернемося до тих умов досягнення атмосфери довіри та відкритості, чи психологічного «кріплення», які забезпечують соціальні платформи. Сайти соціальних мереж, такі як Facebook, Google+ і MySpace, відіграють іншу роль, ніж соціальні мережі, які були до них. Вони являють собою мікрокосми інтернету і всі їхні послуги вбудовані в мережу взаємної довіри та зобов'язань. Користувачі сайтів соціальних мереж можуть надсилати приватні повідомлення (наприклад, електронною поштою), спілкуватися в чаті синхронно (наприклад, використовуючи обмін миттєвими повідомленнями), ділитися фотографіями (наприклад, Flickr, Instagram, Pinterest), публікувати новини (наприклад, Twitter), зустрічатися з людьми зі схожими характеристиками (наприклад, кола в Google), читати соціальні новини



(наприклад, блоги та сайти новин) і грати в онлайн-ігри. Однак, на відміну від Мережі в цілому, всі ці взаємодії відбуваються в межах шару відносин, в якому друзі користувача виступають як мовчазні гаранті доброї поведінки та чесності.

Наприклад, на відміну від чатів та форумів, де люди із спільними інтересами взаємодіють під псевдонімами або авторизовані через адресу електронної пошти, на сайтах соціальних мереж користувач та його інтеракції певною мірою «видні» іншим людям, присутнім у Мережі, і ці люди можуть знати учасників у контексті офлайн-спілкування. Так, Facebook, Google+ та інші соціальні мережі потребують справжніх імен в облікових записих користувачів, тому профілі пов'язані з справжніми особистісними ідентичностями. Як показує досвід віртуальної взаємодії, анонімність та псевдонімія пов'язані з соціальним розгальмовуванням, таким як тролінг та флеймінг. Хоча політика збігу реальної та віртуальної ідентичності спочатку викликала суперечки серед користувачів, які часто воліли дистанціювати свої онлайн-персоналії від їхнього офлайн-життя. Підсумовуючи, розглянемо особливості віртуального міжособистісного спілкування:

1. Обмеження сенсорного досвіду. Під час спілкування в Інтернеті основна інформація про співрозмовника надходить у вигляді текстових повідомлень. У кіберпросторі людина рідко може спостерігати вираз обличчя свого співрозмовника, руху його тіла, не чує голос співрозмовника, його інтонації, тобто. візуальна та слухова складові комунікації у ньому обмежені.

2. Невизначеність ідентичності користувачів. Оскільки взаємодія віч-на-віч у віртуальній комунікації обмежена і уявлення про партнерів по взаємодії відбувається переважно в текстовій формі, користувач Інтернету отримує практично необмежені можливості щодо подання себе та управління враженням про себе. Людина сама вибирає, ким вона хоче бути, приймаючи різні образи або залишаючись повністю анонімною. У віртуальному просторі можна вибрати собі будь-яке ім'я, а в більшості розрахованих на багато користувачів середовищ – аватар (втілення, графічний образ, призначений для позначення учасника віртуального співтовариства).

3. Анонімність користувача. Описана вище особливість конструювання віртуальної особистості, часто не за образом і реальною подобою, стає можливою шляхом анонімності користувачів. Але ця особливість має різнобічний ефект. По-перше, анонімність може бути використана з метою образи інших людей або для вираження негативних емоцій. З іншого боку, вона дозволяє бути чесними і відкритими при обговоренні проблеми, яку не можна обговорювати в комунікації віч-на-віч. Нині, з розвитком таких форм самопрезентації в мережі, як віртуальні щоденники та домашні сторінки, в яких, окрім текстової інформації про користувача, міститься і деяка візуальна



інформація (наприклад, у вигляді фотографій та відеофрагментів), параметр анонімності виступає швидше не для того, щоб приховати якнайбільше інформації про себе, а для того, щоб надати найбільш повну інформацію, в тому числі і про свої погляди та переконання. Крім того, ніхто не хоче бути повністю анонімним, і в результаті повністю непоміченим, тому анонімність не варто розуміти як тотальну.

4. Зрівняння користувачів у статусі. У більшості випадків в Інтернеті будь-який користувач має рівні можливості для висловлювання своєї точки зору, висловлювання своїх думок та почуттів. Хоча той соціальний статус, який має людина в реальному світі, зрештою, матиме вплив на життя в кіберпросторі, спочатку всім користувачам надаються рівні можливості.

5. Розтяжність просторових кордонів. Географічна відстань між учасниками віртуальної комунікації не має значення. Це стає важливим для користувачів, місце проживання яких відрізняється від місця проживання актуальних співрозмовників.

6. Розтяжність часових кордонів. Кіберпростір створює можливість «розтягування» часу діалогу. У порівнянні з взаємодіями віч-на-віч, учасники віртуальної комунікації мають більше часу для надання відповіді.

7. Соціальна різноманітність. У кіберпросторі людина може зв'язатися з людьми практично всіх верств суспільства, в тому числі і з тими, з ким не має можливості спілкуватися у фізичному світі, а також інтернет надає можливість спілкуватися з сотнями, тисячами людей, що зазвичай перевищує розміри аудиторії партнерів по взаємодії реальне життя.

Висновки. Комунікативні опції і сама комунікативна інфраструктура різних мережевих платформ націлені на: спрощення і, одночасно, розширення можливостей для особистісного перформансу та самопрезентації користувачів у рамках слабких відносин (або зав'язування сильних відносин на початковому етапі) у віртуальній напівпублічній комунікації з допомогою відповідного технологічного «сценічного оснащення» (аватара, статусу, оформлення облікового запису, публічної стіни, коментів, лайків, розшарівань та ін); максимальне залучення та активізацію партнерів зі спілкування за рахунок використання різних технологічно-комунікативних та ігрових драйверів напівпублічної та приватної комунікації, а також нових можливостей моніторингу відносин, подій та інших оновлень, що відбуваються з «френдами»; отримання користувачами можливості регулювання рівня своєї залученості та рівня доступності/недоступності для партнерів зі спілкування шляхом налаштувань приватності та вибору форматів комунікації – емоційно-символічного (емотикони), текстового, аудіального чи аудіовізуального; легкість відносин та економію тимчасових, просторових та емоційних витрат приватної міжособистісної та напівпублічної комунікації; психологічне



«кріплення» партнерів з комунікації за рахунок аутентифікації особистості в акаунті та «гарантування» репутації учасників спілкування всією їхньою архівованою історією відносин та комунікації. Комунікативно-технологічні інструменти та комунікативна інфраструктура соціальних платформ безпрецедентно розширили і спростили можливості як організації міжособистісного приватного спілкування, так і, особливо, напівпублічної комунікації з знайомими/френдами у віртуальному просторі.

Саме в цьому, криється причина розквіту формату напівпублічної комунікації, що перетворився з маргінального виду комунікацій на офлайн на домінуючий вигляд у віртуальному просторі та здійснює інтервенцію своїх «фреймів» та патернів у сферу професійно-ділового спілкування. Нова комунікативна інфраструктура спілкування, що надається соціальними платформами, призвела до зміни балансу та конвергенції режимів комунікації та типів комунікаційних відносин.

Література:

1. Власенко Ф. П. Віртуальна реальність як простір соціалізації індивіда. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2014. № 56. С. 208–217.
2. Вернік О.Л. Соціальні мережі і самовідчуження особистості. *Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць* 2015. Т.7. Вип. 40. С. 21-32.
3. Камінська О. Вплив інтернет-залежності на формування ціннісних орієнтацій молоді. *Нова пед. думка : наук.-метод. журн.* 2014. № 1. С. 178-182.
4. Лук'яненко В. В., Вадаська С. В., Корбут О. Г., Свиридова Л. Г. Психологічні та педагогічні бар'єри дистанційного навчання під час пандемії COVID-19 (міжнародний досвід). *Інноваційна педагогіка*. 2021. № 32 (2). С. 189–193.
5. Немеш О.М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: Монографія. Київ: Слово, 2017. 391 с.
6. Немеш О.М. Психологія комунікативної діяльності в Інтернет просторі: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.01. Ін-т психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Київ, 2017. 402 с.
7. Снітко М. А. Компонентнісний підхід до діяльності підлітків у Інтернет-мережі. *Вісник Чернігівського державного педагогічного університету*. 2011. № 4. С. 35–39.
8. Стуліка О.Б., Катрич О.Р. Віртуальний простір як чинник формування ціннісної сфери підлітків за умов сучасного стану України. *Молодий вчений*. 2022. № 12 (112). С. 56–59.
9. Штанько В.І. Віртуальний комунікативний простір і проблеми самоідентифікації особистості. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Теорія культури і філософія науки»*. 2012. № 1029 (1). Вип. 47. С. 5–12.
10. Янович О.О. Особливості міжособистісного спілкування в мережі Інтернет. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Психологічні науки*. 2014. Вип. 121(2). С. 218-221.
11. Dmitrenko N., Voloshyna O., Budas I., Davydiuk M., Oliinyk N. Formation of Teenagers' Value Orientations through Creolized Texts. *Postmodern Openings*. Editura Lumen, Department of Economics. 2022. № 13 (1). P. 47–65.

References:

1. Vlasenko F. P. (2014) Virtualna realnist yak prostir sotsializatsii indyvida [Virtual reality as a space of individual socialization]. *Humanitarnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii – Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy*, 56, 208–217. [in Ukrainian].



2. Vernik, O. L. (2015). Sotsialni merezhi i samovidchuzhennia osobystosti [Social networks and personal alienation]. *Aktualni problemy psykholohii: Zbirnyk naukovykh prats – Actual problems of psychology: Collection of scientific papers*, 7, 40, 21-32. [in Ukrainian].
3. Kaminska, O. (2014). Vplyv internet-zalezhnosti na formuvannia tsinnisnykh oriientsii molodi [The influence of Internet addiction on the formation of value orientations of youth]. *Nova ped. dumka : nauk.-metod. Zhurn – New ped. opinion: science and method. journal*, 1, 178-182. [in Ukrainian].
4. Lukianenko, V. V., Vadaska, S. V., Korbut, O. H., Svyrydova, L. H. Psykholohichni ta pedahohichni bariery dystantsiinoho navchannia pid chas pandemii COVID-19 (mizhnarodnyi dosvid) [Psychological and pedagogical barriers to distance learning during the COVID-19 pandemic (international experience)]. *Innovatsiina pedahohika – Innovative pedagogy*, 32 (2), 189–193. [in Ukrainian].
5. Nemesh, O. M. (2017). *Virtualna diialnist osobystosti: struktura ta dynamika psykholohichnoho zmistu [Virtual personality activity: structure and dynamics of psychological content]*: Monohrafiia. Kyiv: Slovo, 391. [in Ukrainian].
6. Nemesh, O. M. (2017). *Psykholohiia komunikatyvnoi diialnosti v Internet prostori [Psychology of communicative activity in the Internet space]*: dys. ... d-ra psykhol. nauk: 19.00.01. In-t psykholohii imeni. H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy. Kyiv, 402. [in Ukrainian].
7. Snitko, M. A. (2011). Komponentnisnyi pidkhid do diialnosti pidlitkiv u Internet-merezhi [Component approach to the activity of teenagers in the Internet network]. *Visnyk Chernihivskoho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu – Bulletin of the Chernihiv State Pedagogical University*, 4, 35–39. [in Ukrainian].
8. Stulika, O. B., Katrych, O. R. (2022). Virtualnyi prostir yak chynnyk formuvannia tsinnisnoi sfery pidlitkiv za umov suchasnoho stanu Ukrainy [Virtual space as a factor in the formation of the value sphere of teenagers under the conditions of the modern state of Ukraine]. *Molodyi vchenyi – Young scientist*, 12 (112), 56–59. [in Ukrainian].
9. Shtanko, V. I. (2012). Virtualnyi komunikatyvnyi prostir i problemy samoidentyfikatsii osobystosti [Virtual communicative space and problems of self-identification of the individual]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina. Seriia «Teoriia kultury i filosofii nauky» – Bulletin of Kharkiv National University named after V.N. Karazin. Series "Theory of Culture and Philosophy of Science"*, 1029 (1), 47, 5–12. [in Ukrainian].
10. Ianovych, O. O. (2014). Osoblyvosti mizhosobystisnoho spilkuvannia v merezhi Internet [Peculiarities of interpersonal communication on the Internet]. *Visnyk Chernihivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu. Seriia: Psykholohichni nauk y – Bulletin of the Chernihiv National Pedagogical University. Series: Psychological sciences*, 121(2), 218-221. [in Ukrainian].
11. Dnitrenko N., Voloshyna O., Budas I., Davydiuk M., Oliinyk N. (2022) Formation of Teenagers' Value Orientations through Creolized Texts. *Postmodern Openings, Editura Lumen, Department of Economics*, 13(1), 47–65. [in English].