

**Полешко Н.С.,**

студентка 4 курсу факультету педагогіки та психології Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського;

Науковий керівник: Опанасенко Л.А.

Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського, м. Миколаїв

## **ХЕЙТЕРИ ВІРТУАЛЬНОГО ПРОСТОРУ: СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ КУЛЬТУРИ ПОВЕДІНКИ**

XXI століття – період комп’ютерних та інформаційних технологій, що позначається майже на усіх сферах діяльності людини. Наразі Інтернет постає важливим компонентом сучасного соціального життя і культури. Беззеперечним є факт його користі, доступності, зручності, проте віртуальний простір містить багато неприємних речей, які часто призводять до негативних явищ стосовно споживача Інтернет-продукту [1].

Сьогодні усе більшої уваги фахівців соціономічних професій та медіа експертів привертає феномен, який у мережі називається «кіберненавистю», «віртуальною ненавистю» чи «тролінгом». Представником даного феномену є хейтер.

*Хейтер* (від англ. «hate» – ненавидіти) – недоброзичливець, недруг, той, хто відчуває ненависть та злість відносно інших людей. Ця людина систематично засуджує дії сторонніх, знецінює їх творчість, постійно проявляє зневагу до інших. Він багато часу проводить на сторінках Інтернет-простору та негативно / агресивно реагує на будь-яку інформацію, з якою ознайомлюється. Такий користувач мережі – активізатор віртуальних дискусій і чвар, провокатор конфліктних ситуацій.

Соціально-психологічні особливості поведінки хейтера – актуальна наукова проблема, до вивчення якої звертається низка сучасних науковців, зокрема: А. Бочавер, Р. Внєбрачних, М. Загідуліна, О. Ключко, Н. Єгоров, К. Хломов, Дж. Сулер т. ін., проте культурологічний аспект даного питання практично не відображений у наукових виданнях, присвячених даній проблематиці.

Дослідники зауважують на той факт, що спочатку хейтери «запанували» в музичному світі, проте надалі віяння поширилося на спортивне середовище (особливо футбол). Зараз вагома кількість хейтерів активно продукують негативні коментарі до матеріалів сучасних блогерів і влогерів.

Поширеною точкою зору є те, що хейтери «забруднюють» Інтернет-простір хамством, агресією, візуальними негативними зображеннями, чим часом травмують психіку користувачів, особливо вразливими щодо впливу хейтерів є діти та підлітки [2].

Діяльність хейтерів можна порівняти із флеймом (від англ. flame – вогонь, полум'я) – «суперечка заради суперечки», обмін повідомленнями у місцях, розрахованих на значну кількість користувачів мережевого спілкування, що представляє собою «словесну війну», яка часто не має відношення до первісної причини сварки. Повідомлення хейтерів містять особисті образи і часто спрямовані на подальше розпалювання ворожнечі.

Зазвичай хейтерами є молоді люди віком від 15 до 25 років, які відзначаються «юнацьким максималізмом». Як правило, це підлітки, молоді матері та чоловіки, які ще не досягли успіху у власному житті. Вони вважають, що заслужили мати те, що вже є в інших. Своєю агресією такі особистості намагаються компенсувати власні невдачі та підвищити самооцінку. Дж. Карл, в одному із своїх інтерв'ю, заявила, що хейтери – це не люди, а вже діагноз, який спричинений заздрістю [3].

Цікавим фактом є те, що хейтери діють доволі замасковано: дуже рідко називають свої справжні імена, можуть використовувати незрозумілі нікнейми. У процесі формування хейтера умовно можна виділити декілька *стадій*: вироблення власної ідеології, символів, цінностей; визначення суб'єкта, на який будуть спрямовані агресивні дії; застосування словесної зброї; руйнування обраного суб'єкта.

Вчені-психологи зауважують: у мережі людина поводить себе інакше, ніж в офлайн-часі, не тільки через відсутність правил / норм культури поведінки, а й тому, що вона знімає психологічні бар'єри, що обмежують вираз емоцій. Американський психолог Дж. Сулер назвав це явище «ефектом розторможування у мережі», зауваживши, що Інтернет сприяє втраті ідентичності та набуттю відчуття невидимості (коли користувач «надягає» маску анонімності, він тимчасово втрачає ідентичність з усім її морально-етичним вантажем). Цей феномен допомагає на якийсь час забути про соціальний етикет і спробувати приміряти на себе більш радикальні позиції. Надає свободи дії і «невидимість»: користувач не бере участі у вербальному контакті зі своїм опонентом, що сприяє ослабленню співпереживання [4].

З точки зору психології, коментарі хейтерів – це породження їх негативних проєкцій на об'єкт ненависті. Хейтер приписує йому власні особливості, якості та бажання, які йому не подобаються в собі, і які він не визнає на свідомому рівні.

Хейтера розпізнати доволі просто: в його коментарях будуть переважати емоції, а в словах приховуватиметься підступ; він дає відповіді, які не несуть сенсу та логіки; мовні звороти щедро розбавлені нецензурними виразами, трикрапками, у тексті наявна купа зайвих розділових знаків, спостерігається безграмотність, неправильне тлумачення слів, гнівні емоджі (смайли) або жорстокі картинки. Варто зауважити на те, що хейтер – це не критик, він повна його протилежність, адже критик, як правило, є освіченою людиною, із грамотною мовою, широким кругозором, активним словниковим запасом; він не пише того чого не знає стовідсотково, не терпить анонімність і скритність,

пишається своїм ім'ям та репутацією; свої висловлювання, на відміну від хейтерів, критики підтверджують аргументами, фактами, виявляють компетентність у широкому колі питань.

Сучасних хейтерів можна поділити на 3 категорії:

1. **Неадекватні особистості.** Є найчисельнішою категорією. Вони заходять на форуми, пабліки та хейтять, залучаючи інших учасників до суперечки. Вони дорікають гендерними відмінностями, рівнем фінансового доходу, сім'єю, наявними фізіологічними недоліками тощо.

2. **Хейтери – інстаграмери.** Це заздрісники, які пишуть невтішні коментарі та висловлювання під постами користувачів. Часто сторінки таких хейтерів є фальшивими або вони із закритими налаштуваннями конфіденційності.

3. **Звичайні хейтери.** Діють виключно у соціальних мережах, залишають короткі негативні коментарі, а засудження – це їх ключова зброя. Вони не реагують на аргументи, заклики до розуму, докази та факти, повністю відкидають відповідь свого противника. Слабким місцем є жартівливі відповіді. В такому випадку вони не знають як заперечити та відповісти, щоб показати власну неперевершеність, і згодом «розчиняються» [5].

Психологи-практики зазначають, що з хейтерами бажано не вступати у суперечки, оскільки в будь-якій дії опонента вони будуть шукати підступ, прихований сенс. Науково доведено, що чим довше продовжується суперечка, ти більше задоволення отримує хейтер.

Таким чином, хейтери відзначаються своїми специфічними поведінковими особливостями, які пов'язані з провокаціями, розпалюванням, посиленням конфліктів у середовищі Інтернет-спілкування. Їх культура відзначається віртуальною свободою комунікативних дій і відсутністю мовної цензури.

### Список використаних джерел:

1. Егоров. Н. С. Троллинг в виртуальном пространстве современного социума. *Современные научные исследования и разработки.* №4(21). 2018. С. 195-196.

2. Внебрачных Р. А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах. *Вестник Удмуртского университета.* Серия «Философия. Психология. Педагогика». №1. 2012. С. 48-51.

3. Carl G. (2014). Livejournal. Режим доступу: <https://rinadavis.livejournal.com/195883.html>

4. Suler J. (2004). The Online Disinhibition. *CyberPsychology and Behavior.* 7, P. 321-326.

5. Бочавер А. А., Хломов К. Д. Кибербуллинг: травля в пространстве современных технологий. *Психология. Журнал ВШЭ.* 2014. №3. С. 177-191.