

UOT 316.45

<https://doi.org/10.59849/2710-0820.2024.2.223>

Ариф Али-заде

Докторант Института Философии и Социологии

Азербайджан

positivism93@outlook.com

ФЕНОМЕН ОНЛАЙН ГРУПП: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД

Ключевые слова: *Онлайн-группы, социальная динамика, цифровое общение, групповая идентичность, социальная психология, виртуальное взаимодействие, виртуальное взаимодействие, психологическое благополучие, социальная сеть.*

Введение

Долгое время внимание исследователей социальных наук было сосредоточено на изучении динамики традиционных, офлайн групп, охватывая их формирование, взаимодействие и влияние на индивидов. Однако в эпоху цифровизации и интернет-коммуникаций возникла необходимость осмысления нового феномена - онлайн групп. Эти группы, характеризующиеся уникальными способами общения и социального взаимодействия, отличаются от традиционных форм группового взаимодействия. Настоящее исследование направлено на анализ и понимание особенностей онлайн групп, их влияния на психологическое благополучие и социальное поведение индивидов, а также на рассмотрение проблем и перспектив, связанных с этой новой сферой социальных отношений.

Цель: Основная цель заключается в анализе особенностей онлайн-групп и их воздействия на психологическое благополучие и социальное поведение индивидов, так же их исследования их отличий от реальный групп.

Методология: Исследование опирается на анализ литературы, кейс-стади (метод конкретных ситуаций) и на результаты зарубежных опросов, выявляющие влияние онлайн-групп на индивидов.

Научная новизна: Статья вносит значительный вклад в изучение феномена онлайн-групп, особенно подчеркивая его непроработанность в контексте Азербай-

джана, где такие исследования не проводились ранее.

Феномен онлайн групп

Вопрос онлайн групп является актуальным и сложным. Некоторые ключевые вопросы, которые может быть интересно поставить при рассмотрении этой темы о группах в Интернете, могут включать в себя: каким бывает психологическое воздействие членства в онлайн-группе, такой как группа Facebook, группа Twitter или членство в LinkedIn, по сравнению с членством в офлайн-группе - например, на физической работе или в спортивном клубе? С большей ли вероятностью люди будут вступать в группы в Интернете, чем в аналогичные группы в оффлайне? Являются ли онлайн-группы более или менее однородными - то есть имеют ли люди в онлайн-группах больше общих характеристик с другими членами группы, по сравнению с аналогичными офлайн-группами? Действительно ли застенчивые люди "смелее" или "храбрее" в сети? И что отличает реальные группы от виртуальных групп? Чтобы ответить на эти вопросы, нужно сначала понять, что такое группа, как она формируется и почему такие группы образуются.

Группа - это любое собрание людей в определенном месте или обстановке. Большинство людей считаются членами многих групп в течение своей жизни, таких как их учебная группа, рабочая группа или, что более распространено в сегодняшнюю цифровую эпоху, членом онлайн-группы, например, группы в социальной сети . Вопрос о

том, как и почему формируются группы, исследуется уже десятилетиями, возможно, наиболее часто социальными психологами, такими как Маслоу, который в своей книге "Мотивация и личность" описал человеческие "потребности", которые приоритетны, причем физические потребности и потребности в безопасности расположены на нижних уровнях гипотетической пирамиды, которую он предложил, за которыми следуют потребности в любви и принадлежности [10]. Эти потребности в любви и принадлежности относятся к человеческой "потребности" заботиться, формировать социальные связи и искать контакт с другими людьми. Такие потребности считаются фундаментальными для того, что значит быть человеком. Таким образом, человеческие существа считаются социальными существами с потребностью "принадлежать", быть принятыми своими сверстниками, быть ценными, но в то же время уникальными индивидуумами, с общими целями и интересами по сравнению с другими членами группы. [4] [3, с. 47-85] Эта социальная потребность "принадлежать" кажется сильным мотивирующим фактором для того, почему многие люди вступают в группы, включая группы в онлайн-мире.

Основными свойствами групп можно считать:

- **Общие цели и интересы:** Члены группы обычно объединены общими целями или интересами, которые определяют их взаимодействие и совместную деятельность.
- **Структура и роли:** В группе формируется определенная структура, включающая распределение ролей и статусов среди членов группы. Это может включать лидеров, следователей, медиаторов и другие роли.
- **Нормы и правила:** Группы развивают набор норм и правил, которые регулируют поведение членов группы и помогают поддерживать порядок и согласие.
- **Когезия и солидарность:** Когезия относится к уровню привязанности и приверженности членов группы друг к другу и к группе в целом. Высокая когезия часто свя-

зана с улучшением групповой работы и солидарности.

- **Взаимодействие и коммуникация:** Группы характеризуются постоянным взаимодействием и обменом информацией между членами.

- **Межгрупповые отношения:** Группы часто взаимодействуют и сравнивают себя с другими группами, что может приводить к конкуренции, сотрудничеству или межгрупповым конфликтам.

- **Социальная идентичность:** Членство в группе влияет на социальную идентичность индивидов, формируя их самооценку и восприятие себя в социальном контексте.

Есть множество типов групп по различным классификациям. В рамках данного исследования будут приведены лаконичные данные:

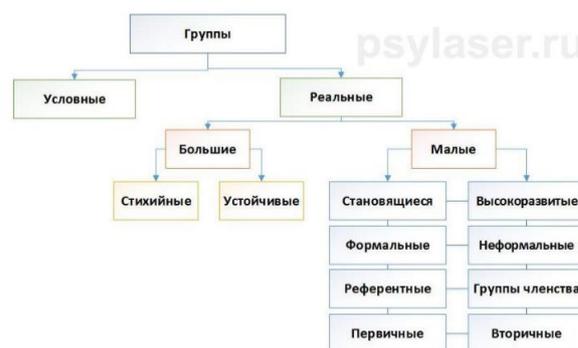


Диаграмма 1. Типология групп¹².

Итак, рассмотрев некоторые вопросы о том, что такое группы, что побуждает людей вступать в них и какие типы групп бывают, будут обсуждены причины, по которым люди вступают в онлайн-группы, а также групповое поведение в Интернете.

К сожалению, большинство учебников не выделяют виртуальные группы в отдельный тип, потому что основные принципы групповой динамики, такие как роли, нормы, системы статусов и процессы общения, присутствуют в обоих типах. Однако очевидно, что виртуальные группы имеют уникальные характеристики из-за их онлайн-природы.

¹² Диаграмма составлена по [1, с 129-158].

По мнению таких исследователей считают, что среди наиболее распространенных причин вступления в онлайн-группы можно назвать, во-первых, необходимость облегчить одиночество [20] (временное, например, при переезде в новый город, или хроническое, например, при длительном нахождении дома из-за болезни), а во-вторых, привлекательность относительной анонимности, которую обеспечивают такие онлайн-группы, что может быть особенно привлекательным для застенчивых людей, например, страдающих социальными тревожными расстройствами [6], или тех, кто хочет контролировать количество и тип самораскрытия, которое они предоставляют другим членам своих социальных групп. Например, люди с социальными тревожными расстройствами, которым трудно взаимодействовать в группах в повседневной реальной жизни, могут счесть онлайн-сообщество более привлекательным вариантом для взаимодействия с другими людьми, поскольку они могут чувствовать себя в большей безопасности и более спокойно выражать себя в сети, поскольку для такого взаимодействия им не требуется физическое присутствие. Аналогичным образом, беспокойство людей по поводу реакции окружающих в их оффлайн-мире на их "другие" или "особые" интересы может привести к тому, что такие люди будут подвергаться остракизму и изолироваться от своих групп сверстников в оффлайн-мире, что, возможно, объясняет их и третью мотивацию - искать единомышленников в сети, чтобы общаться с ними. [19]



Диаграмма 2. Типология групп-2¹³.

Четвертая привлекательность вступления в онлайн-группы заключается в том, что они позволяют людям удаленно общаться с другими членами группы, с которыми у них, возможно, общие трудности или проблемы, или когда личная встреча невозможна из-за нехватки времени, работы/семейных обязательств или трудностей с местоположением - например, если вы живете в отдаленном месте, где нет общественного транспорта. Это особенно удобно, если речь идет про рабочие онлайн группы, когда работа производится по интернету в связке с коллегами. [16] В таких ситуациях нет необходимости находиться в том же месте или лицом к лицу с членами группы, чтобы общаться онлайн.

Однако многие визуальные сигналы - например, язык тела - часто теряются при таком онлайн-взаимодействии (т. е. при общении с помощью печатных форм, электронной почты или доски объявлений). Такие невербальные сигналы при общении лицом к лицу добавляют богатство дискурса, происходящего между членами группы. Утрата визуального контакта между членами онлайн-группы может означать потерю понимания дискурса, его смысла и контекста людьми, у которых есть только письменные слова и, возможно, смайлики, на которых они могут основывать свои интерпретации того, что сообщается. [17] Однако такие напечатанные ответы также позволяют членам группы перечитывать свои ответы перед тем, как отправить их другим членам группы, а это значит, что такие ответы могут быть "смягчены" или перефразированы таким образом, что не будут действительно отражать то, что было бы сказано, если бы члены группы участвовали в обмене мнениями лицом к лицу.

Пятая привлекательность членства в онлайн-группах заключается в том, что Интернет дает возможность отдельным людям представить "версию" себя для своей группы или в рамках индивидуальных знакомств. Поэтому идентичность в сети иногда описывается как "текущая" или динамичная по своей природе - то есть она может меняться в зависимости от потребно-

¹³ Диаграмма составлена по [2, с 151-249].

стей человека вступающего в онлайн связь индивидуальную или групповую [8, с 415–441]. Действительно, как люди часто присоединяются к онлайн-группам, потому что это дает им возможность экспериментировать и развивать свою идентичность в своих онлайн-группах. Подобное "управление впечатлением" продолжает активно изучаться киберпсихологами

Шестой привлекательной стороной членства в онлайн-группах, возможно, является возможность создания многонациональных групп, поскольку, как уже говорилось выше, для формирования таких онлайн-отношений не требуется физический контакт. Возможность общаться с людьми из других стран и культур открывает мир интересных обменов между членами онлайн-групп. Однако часто бывает так, что члены группы менее спонтанны и более осторожны в общении в таких мультикультурных группах онлайн, поскольку, возможно, существует большая неуверенность в том, как может быть интерпретирован обмен мнениями в такой среде [9].

Онлайновая среда также исключает из взаимодействия переменные окружающей среды, такие как температура в помещении, типы и расположение сидений, уровень шума, то есть физическое личное пространство, что может быть благоприятной особенностью групповых онлайн-взаимодействий для людей, которые любят контролировать такие переменные настолько, насколько это возможно. В оффлайновом мире часто уделяется большое внимание внешнему виду людей, что не учитывается при взаимодействии во многих онлайн-средах. Это может привести к тому, что люди будут формировать связи с другими людьми, с которыми они разделяют общие взгляды и цели, а не связаны, например, с физической привлекательностью. Такие отношения могут иметь больше возможностей для развития в онлайн-мире, что может значительно улучшить социальные связи соответствующих людей. Действительно, в одном из первых исследований Паркс и Флойд [22] сообщили, что люди считают личные отношения, которые они устанавливают через Интернет,

близкими, значимыми и полезными. И действительно, если опросить людей то можно часто получить ответ, что их отношения в Интернете для них столь же важны и "реальны", как и отношения вне Интернета.

Однако есть последствия для членов группы, которые проявляют чрезмерную зависимость от своих социальных групп в Интернете, например, от своих "друзей" на сайтах социальных сетей, таких как Facebook, или от своих "последователей" в Twitter, либо просто от прокрастинации в социальных сетях. Опираясь на ряд исследований можно утверждать, что люди могут страдать от симптомов депрессии, если они проводят много времени общаясь в социальных сетях [13]. В этом случае такие люди рискуют отстраниться от своих онлайн-групп, подобно тому, как это может произойти с членами групп в их офлайн-мире. Кроме того, чем дольше такие люди проводят время в своих онлайн-группах в онлайн-мире, тем ниже оказывается уровень их самооценки в оффлайне. Однако Ким Дж., ЛаРоуз Р., и Пэн В. Сообщили, что люди, получившие низкие баллы за способность функционировать в оффлайн-социальной среде, заявили о пользе онлайн-социальных групп для удовлетворения своих неудовлетворенных социальных потребностей в оффлайн-группах. Члены этих групп считали, что их онлайн-группы существуют в более "безопасной" для них среде. Однако Ким и др. также отметили, что трудности, которые, по их словам, люди испытывали в оффлайн-социальном взаимодействии, и то, как они к ним относились, не были усилены или решены участием в онлайн-социальных группах. Таким образом, зависимость от онлайн-мира в плане социальной поддержки может привести к тому, что люди станут более социально замкнутыми в оффлайновом мире, что в большей степени будет способствовать развитию их социальной тревоги. [14]

Некоторые исследователи специально проверяли психологическое воздействие лишения людей времени на общение в социальных сетях. Например, в своем исследовании Шелдон, Кеннон и Абад лишил студен-

тов доступа к их аккаунтам в Facebook на 48 часов. Эти студенты действительно продемонстрировали более низкий уровень агрессии и промедления, а также сообщили о более высоком уровне удовлетворенности жизнью в течение того периода, когда они были лишены доступа к своим аккаунтам в Facebook. Однако после 48-часового отсутствия на сайте они продемонстрировали эффект отскока в использовании Facebook, чтобы, по всей видимости, "компенсировать" свои ощущения "оторванности" от этого онлайн-мира в течение 48-часового периода воздержания, наложенного в ходе исследования. [24]

Гентцлер также сообщил, что члены групп, которые проводили больше времени, общаясь со своими родителями через группы в социальных сетях, демонстрировали более высокий уровень одиночества и тревожной привязанности к своим родителям по сравнению с теми, кто больше общался со своими родителями в офлайн-среде. Люди, которые сообщили, что проводили больше времени с родителями в офлайн-среде, заявили, что их отношения с родителями были более близкими, поддерживающими и удовлетворяющими их, по сравнению с теми, кто больше общался с родителями онлайн. [15]

Как уже говорилось ранее, Интернет и онлайн-социальные сети могут предоставить застенчивым людям комфортную среду для общения с другими людьми, избегая при этом личных встреч. Однако правда ли, что такие люди более уверены в себе и менее стеснительны в сети? Брюне и Шмидт (2008) попытались ответить на этот вопрос. Они сообщили, что поведение и уверенность застенчивых людей, которые, по их словам, больше стесняются себя в социальной обстановке, зависят от контекста, в котором они общаются в Интернете. Например, когда работала веб-камера, застенчивые люди предоставляли меньше информации о себе, чем их менее застенчивые коллеги. [21]

После рассмотрения некоторых причин, побуждающих людей вступать в онлайн-группы, а также основных преимуществ и недостатков членства в таких группах для

отдельных людей, теперь будут рассмотрены вопросы поведения людей в группах онлайн, по сравнению с офлайн, и то, как такие онлайн-группы поддерживают численность своих членов, с учетом таких вопросов, как групповая идентичность, роли, нормы и социальное безделье в онлайн-группах.

Как люди ведут себя в онлайн-группах?

Чем же отличается поведение группы в сети от поведения группы в оффлайне, если вообще существуют какие-либо различия? Для того чтобы ответить на этот вопрос, необходимо сначала объяснить термин "групповая динамика".

Групповая динамика - это термин, используемый для описания того, как люди действуют в группах, факторов, влияющих на групповое поведение, и процессов, способных изменить групповое поведение. Но прежде всего, что представляют собой примеры онлайн-групп? В онлайн-мире к группам относятся такие социальные сети, как Facebook, Twitter и Instagram, чаты, списки электронной почты, дискуссионные доски, доски объявлений, новостные и дискуссионные группы, серверы списков, а также массовые ролевые онлайн-игры. Основная цель таких малых онлайн-групп - предоставить их членам общее киберпространство, в котором они могут делиться своим опытом, обращаться за советом и общаться с другими людьми. [12] Между такими онлайн-группами и их офлайн-аналогами (например, клубами, обществами, тренажерными залами, политическими группами) есть много общего, например, потребность членов в социальных связях и социальной поддержке, о чем говорилось ранее в этой статье. Однако есть и некоторые ключевые различия между такими группами в сети по сравнению с аналогичными группами в оффлайне. Итак, служат ли онлайн-группы иным целям в жизни человека по сравнению с его офлайн-группами? Выполняют ли люди разные роли в онлайн-группах по сравнению с их ролями в реальной жизни? Общение в Интернете действительно отличается от тех, которые демонстрируются в традиционных ситуациях лицом к лицу. Поэтому

сейчас мы обсудим влияние сплоченности, ролей и норм на функционирование онлайн-групп, типы лидерских структур, существующих в сети, и некоторые негативные черты поведения онлайн-групп.

Сплоченность группы в режиме онлайн

Подобно концепции сплоченности команды в спорте и на работе [7], выживание группы в онлайн-мире зависит от того, насколько группа сплочена в плане выполнения задач и социальной сплоченности. Это означает, что группа должна помогать человеку выполнять некоторые задачи или цели (т. е. задачи), одновременно удовлетворяя некоторые межличностные (или социальные) потребности человека, если он хочет оставаться членом группы. Степень важности задачи или социального элемента этой "связи" между группой и ее членами остается предметом интереса исследователей, и, как и в литературе по спортивной и организационной психологии, в литературе по киберпсихологии можно предположить, что потребности в задаче несколько более важны для поддержания среды онлайн-группы, чем социальные потребности. Например, Харпер Франклин и Рен Югинг специально изучали влияние усиления привязанности членов к своим онлайн-сообществам, манипулируя уровнями групповой идентичности или межличностных связей.

Результаты исследования показали, что повышение групповой идентичности было более эффективным способом усиления привязанности членов к своим онлайн-сообществам по сравнению с повышением уровня межличностных связей между членами. Это означает, что члены групп, по-видимому, испытывают более сильную привязанность к группам, с которыми они могут больше соотноситься в плане целей и характеристик группы, а не к тем, в которых они имеют тесные социальные связи или связи, основанные на влечении, с другими членами группы. Таким образом, групповая идентич-

ность в онлайн-группах, по-видимому, выполняет важную функцию в процессе роста и развития онлайн-групп. [23]

Групповая и коллективная идентичность, роли и нормы

Термин "групповая идентичность" используется для описания общих характеристик и общих целей, схожих убеждений и стандартов, которые часто существуют между членами группы. Коллективная идентичность - это родственный термин, обозначающий сходство людей друг с другом в группе, когда рассматривается психологическая связь между индивидуальным "я" и социальной группой. Как и во многих других группах, в онлайн-группах возникают роли и нормы, позволяющие им эффективно функционировать. Роль в любой группе означает "позицию", которую человек может занимать в этой группе, например, роль "лидера", аналогичную "роли капитана" в команде. Поэтому роли в группах могут быть формальными или неформальными.

Примером формальной роли может быть роль менеджера или капитана. Такие роли четко сформулированы и ясно определены. Неформальная роль может включать в себя роль "шутника" или, более того, роль "миротворца" в группе. Нормы отличаются от ролей в группах, поскольку они обычно относятся к правилам, которые группа устанавливает, чтобы регулировать поведение членов группы. Группы часто вырабатывают свои нормы, наблюдая за "нормальным" или "принятым" поведением других групп. Например, нормой в рабочей среде может быть то, что все сотрудники должны приходить на работу вовремя, и только особые исключения из этого правила допускаются. Штрафы часто применяются для наказания членов группы, когда они "нарушают" правила, чтобы мотивировать членов группы соответствовать групповым нормам и чтобы группа могла существовать гармонично. [26, с 311–324], [25, с 174-180]

Деиндивидуализация - это специальный термин в рамках групповой динамики, используемый для описания феномена, когда

люди соответствуют групповому прототипу и ведут себя в соответствии с групповыми нормами. Иногда в таких группах люди отказываются от своих индивидуальных взглядов, убеждений или потребностей, чтобы принять взгляды группы. Когда люди обнаруживают, что на них таким образом влияют мнения других членов группы, для описания этого явления может использоваться термин "групповое мышление". [27]

Как уже говорилось выше, иногда в группах может возникать своего рода "групповое мышление". Под групповым мышлением понимаются изменения в когнитивной сфере индивидов в группах, особенно когда они находятся в контакте или взаимодействуют с другими членами группы. Причины возникновения группового мышления были подробно изучены многими социальными психологами. Среди молодых людей, которые, скорее всего, присоединятся к онлайн-группам, давление сверстников может быть одной из причин возникновения группового мышления. В 2008 году Бойд провел качественное исследование американских подростков, которые присоединились к онлайн-социальным сетям. Бойд сообщил, что на американских подростков оказывалось сильное и прямое давление со стороны сверстников, чтобы они присоединились к онлайн-социальным сетям, таким как Facebook и Bebo. Подростки, опрошенные в ходе исследования Бойда, сообщили, что, помимо давления со стороны сверстников с целью заставить их присоединиться к этим группам, они также испытывали чувство изоляции и "покинутости", если не присоединялись к таким онлайн-сообществам. [18]

Возможно ли, что разные типы онлайн-групп в большей или меньшей степени подвержены таким чертам, как групповое мышление? Исследователи пытались охарактеризовать и обобщить топографию онлайн-групп. В этом исследовании возникло ограничение, а именно: являются ли различные онлайн-группы взаимодействующими схожими способами, что делает их сопоставимыми, или они значительно отличаются по способу функционирования? Ховард попы-

тался устранить это ограничение некоторых предыдущих исследований, посвященных формированию и функционированию онлайн-групп, в которых, в целом, не удалось изучить обобщенность выявленных особенностей онлайн-групп, таких как групповая идентичность и вопросы социальной поддержки. Ховард специально изучил некоторые пересекающиеся качества онлайн-групп, ранее выявленные такими исследователями, как Маккенна и коллеги - такие качества, как групповая идентичность, социальная поддержка, самопрезентация и благополучие. Ховард сравнил три типа онлайн-групп, а именно: группу поддержки больных раком (представляющую собой онлайн-группу "поддержки"), группу фанатов Гарри Поттера (представляющую собой онлайн-группу "увлечений") и группу третья группа. Все три выбранные группы представляли только форумные онлайн-группы. Решение включить только такие группы было принято в попытке сохранить последовательность в сравнениях, проведенных между тремя типами исследуемых онлайн-групп. Результаты Ховарда показали, что онлайн-группы действительно различаются по своим свойствам, особенно в отношении групповой идентичности, социальной поддержки и благополучия членов группы. Ховард предположил, что в будущих исследованиях можно попытаться выяснить, почему члены групп различаются по своим характеристикам в разных типах онлайн-групп. Возможно, такие исследования также прольют свет на причины, по которым такие черты, как групповое мышление, проявляются в одних онлайн-группах чаще, чем в других. Конечно, на формирование и функционирование групп влияет множество других факторов. Одним из таких факторов может быть структура лидерства в группах, которая сейчас будет обсуждаться применительно к онлайн-группам. [5]

Так же следует рассмотреть лидерство в контексте онлайн групп. Формальные лидерские роли часто изучаются в офлайн-мире. Согласно теории лидерства на основе социальной идентичности, в качестве лидеров группы обычно выступают люди, обла-

дающие более типичными для группы характеристиками. Такие люди часто демонстрируют высокую степень совпадения своих собственных характеристик с характеристиками других членов группы (особенно в том, что касается их целей, ценностей и установок). Хотя подобные случаи имеют место и в офлайн-мире, они могут быть более значимыми в Интернете, где другие факторы, влияющие на лидерство, не столь очевидны, например внешность и степень межличностного доминирования потенциальных лидеров над другими членами группы. Что касается конкретных исследований лидерства в онлайн-группах, то, например, изучался вопрос о том, кто управляет онлайн-чатами. Однако в целом эта область, как представляется, не подвергалась глубоким исследованиям в течение последних десяти лет, и сейчас можно считать, что она нуждается в изучении современными исследователями. [11]

Завершая исследование следует отметить еще один аспект - социальное безделье. В онлайн-группах существуют и некоторые негативные групповые взаимодействия, такие же, как и в офлайн-группах, например, социальное безделье. Под этим термином понимается снижение усилий индивидов при совместной работе в составе группы, по сравнению с работой в одиночку над заданием. В офлайн-мире такое поведение может оказывать значительное негативное влияние на производительность, особенно в спортивных и рабочих группах. В онлайн-социальное безделье в группах связано с такими переменными, как увеличение размера группы, что также отмечается при увеличении размера групп в офлайн-среде.

Заключение

В заключении исследования "Феномен онлайн групп: Социально-психологический взгляд" делается акцент на важности и сложности этого явления в современном цифровом мире. Онлайн-группы представляют собой уникальные социальные структуры, способные удовлетворять потребности людей в общении и принадлежности, однако они также имеют свои ограничения и специфические характеристики, включая

отсутствие физического взаимодействия и невербальной коммуникации. Работа подчеркивает как положительные, так и отрицательные стороны участия в онлайн-группах, включая их роль в формировании идентичности, потенциальную анонимность, а также риски, связанные с чрезмерной зависимостью от виртуального общения и отчуждения от реального мира.

В дальнейшем, исследователям предстоит изучить более глубоко вопросы, связанные с динамикой онлайн-групп, включая их влияние на психологическое благополучие участников, механизмы развития и поддержания групповой.

Литература

1. Bayramov Ə.S., Əlizadə Ə.Ə. Sosial psixologiya. Bakı: Qapp-Poliqraf, 2003, с 129-158
2. Андреева Г.М. Социальная психология. Москва: Аспект Пресс, 2001, 2, с 151-249
3. Буайе П. Анатомия человеческих сообществ. Москва: Альпина Нон-фикшн, 2019.
4. Allen K.A., Gray D.L., Baumeister R.F., et al. The Need to Belong: A Deep Dive into the Origins, Implications, and Future of a Foundational Construct. *Educational Psychology Review*, 2022, vol. 34, pp. 1133–1156.
5. Bargh J.A., McKenna K.Y.A. The Internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 2004, vol. 55, pp. 573–590.
6. Bardi C.A., Brad M.F. Why shy people use instant messaging: Loneliness and other motives. *Computers in Human Behavior*, 2010, vol. 26, no. 6, pp. 1722–1726.
7. Bochaver K.A., Savinkina A. On the Phenomenon of Group Cohesion in Sports: An Analysis of Methodological Approaches. *Sociology of Power*, 2018. Retrieved from:
8. Ellison N., Heino R., Gibbs J. Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2006, vol. 11, no. 2, pp. 415–441.

9. Ganji Ketab S.M., Sharif S.P., Mehrabi D., Abdul Rahman N.A.B. Effects of ethnocentrism and online interethnic interactions on interethnic bridging social capital among university students: The moderating role of ethnicity. *International Journal of Intercultural Relations*, 2019, vol. 71, pp. 80–90.
10. Gitman L.J., McDaniel C.D. Maslow's Hierarchy of Needs. In: *The Future of Business: The Essentials*. Boston: Cengage Learning, 2018.
11. Hogg M.A., Reid S.A. Social Identity, Self-Categorization, and the Communication of Group Norms. *Communication Theory*, 2006, vol. 16, no. 1, pp. 7–30.
12. Hwang S., Foote J. Why do People Participate in Small Online Communities? *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2021, vol. 5, no. CSCW2, article 462.
13. Karim F., Oyewande A.A., Abdalla L.F., Chaudhry Ehsanullah R., Khan S. Social Media Use and Its Connection to Mental Health: A Systematic Review. *Cureus*, 2020, vol. 12, no. 6, e8627.
14. Kim J., LaRose R., Peng W. Loneliness as the cause and the effect of problematic Internet use: the relationship between Internet use and psychological well-being. *CyberPsychology & Behavior*, 2009, vol. 12, no. 4, pp. 451–455.
15. Kubb C., Foran H.M. Online Health Information Seeking by Parents for Their Children: Systematic Review and Agenda for Further Research. *Journal of Medical Internet Research*, 2020, vol. 22, no. 9, e19985.
16. Lal B., Dwivedi Y., Haag M. Working from Home During Covid-19: Doing and Managing Technology-enabled Social Interaction With Colleagues at a Distance. *Information Systems Frontiers*, 2021, vol. 25, pp. 1–18.
17. Lieberman A., Schroeder J. Two social lives: How differences between online and offline interaction influence social outcomes. *Current Opinion in Psychology*, 2020, vol. 31, pp. 16–21.
18. Livingstone S. Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 2018, vol. 10, no. 3, pp. 393–411.
19. McMahon C. (Ed.). *Psychological Insights for Understanding COVID-19 and Media and Technology*. London: Routledge, 2020.
20. Nowland R., Necka E.A., Cacioppo J.T. Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World? *Perspectives on Psychological Science*, 2018, vol. 13, no. 1, pp. 70–87.
21. Orr E.S., Susic M., Ross C., Simmering M.G., Arseneault J.M., Orr R.R. The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *CyberPsychology & Behavior*, 2009, vol. 12, no. 3, pp. 337–340.
22. Parks M.R., Floyd K. Making Friends in Cyberspace. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1996, vol. 1, no. 4.
23. Ren Y., Harper F.M., Drenner S., Terveen L., Kiesler S., Riedl J., Kraut R. Increasing Attachment to Online Communities: Evidence-based Design. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2012, pp. 3431–3440.
24. Sheldon K.M., Abad N., Hinsch C. A Two-Process View of Facebook Use and Relatedness Need-Satisfaction: Disconnection Drives Use, and Connection Rewards It. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2011, vol. 100, no. 4, pp. 766–775.
25. Snow D.A., Corrigall-Brown C. Collective Identity. In: *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*. Oxford: Elsevier, 2015, pp. 174–180.
26. Verkuyten M. Group Identity and Ingroup Bias: The Social Identity Approach. *Human Development*, 2021, vol. 65, no. 5–6, pp. 311–324.
27. Vilanova F., Beria F.M., Costa Â.B., Koller S.H., Hackett J. Deindividuation: From Le Bon to the social identity model of deindividuation effects. *Cogent Psychology*, 2017, vol. 4, no. 1, 1308104.

Xülasə

Arif Əli-zadə

Onlayn qrupların fenomeni: sosial-psixoloji baxış

Bu məqalədə onlayn qrupların xüsusiyyətləri araşdırılır, müasir rəqəmsal dünyada onların əhəmiyyəti və mürəkkəbliyi vurğulanır. İş, onlayn və oflayn qruplar arasındakı fərqlərə, onların formalaşmasına, qrup dinamikasına, fərdi kognitiv proseslərə və sosial qarşılıqlı əlaqənin təsirinə fokuslanır. Onlayn qruplarda iştirakın həm müsbət, həm də mənfi cəhətləri, şəxsiyyət məsələləri, anonimlik və sosial qarşılıqlı təsir daxil olmaqla işıqlandırılır. Onlayn qrupların dinamikasını və onların iştirakçıların psixoloji rifahına təsirini dərinlən anlamaq üçün əlavə araşdırmaların vacibliyi qeyd edilir.

Açar sözlər: Onlayn qruplar, sosial dinamika, rəqəmsal kommunikasiya, qrup identikliyi, sosial psixologiya, virtual qarşılıqlı təsir, psixoloji rifah, sosial şəbəkə.

Summary

Arif Ali-zade

The phenomenon of online groups: a social-psychological view

This article investigates the uniqueness of online groups, emphasizing their importance and complexity in the modern digital world. The work focuses on the differences between online and offline groups, their formation, group dynamics, and their impact on individual cognitive processes and social interaction. Both positive and negative aspects of participation in online groups are discussed, including issues of identity, anonymity, and social interaction. The importance of further research for a deep understanding of online group dynamics and their influence on participants' psychological well-being is highlighted.

Keywords: Online groups, social dynamics, digital communication, group identity, social psychology, virtual interaction, virtual interaction, psychological well-being, social network.