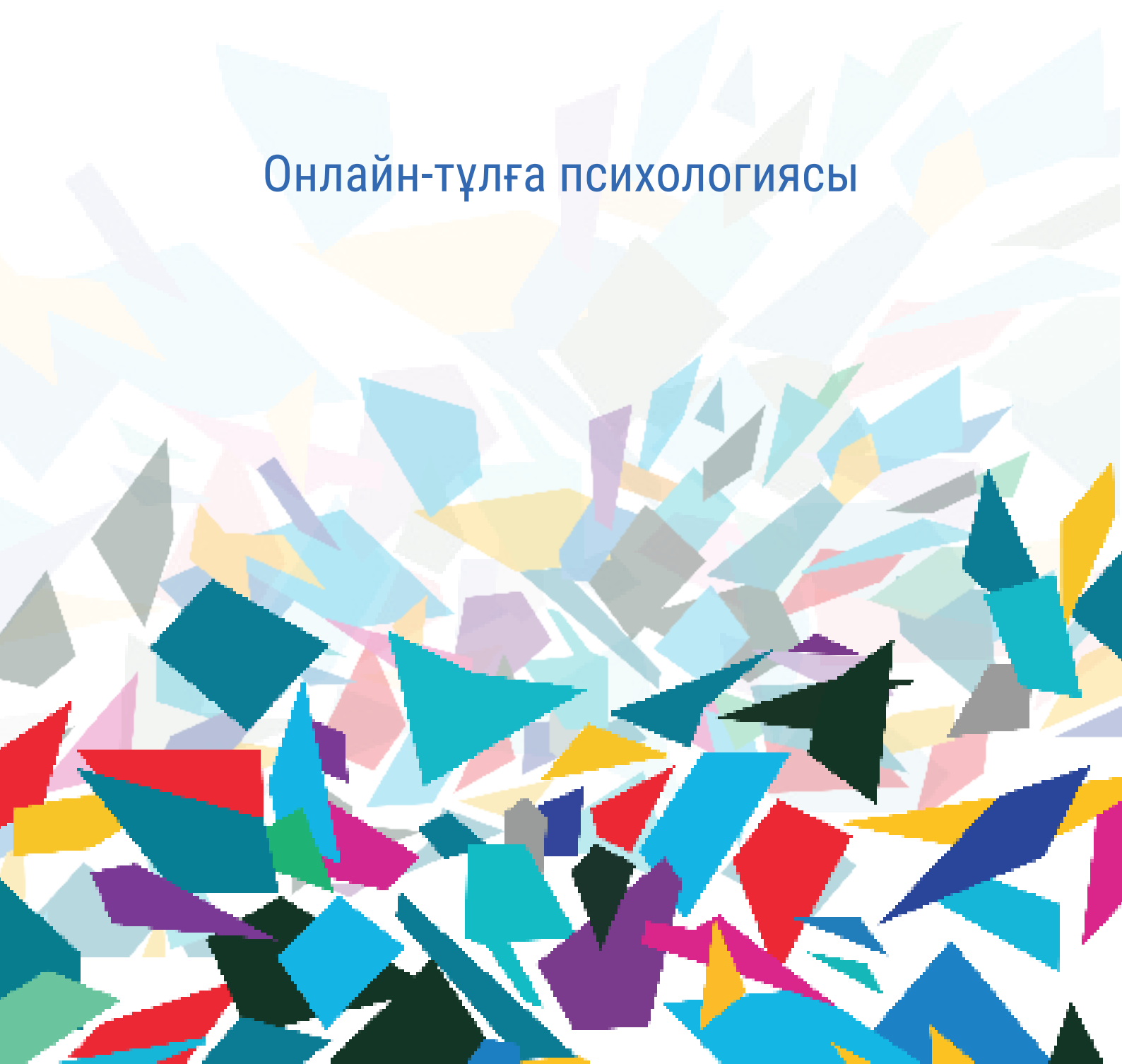




# ИНТЕРНЕТ ПСИХОЛОГИЯСЫ

## Онлайн-тұлға психологиясы





Біз өзіміз құруға үміттенетін әсерді жеткізетіндей қаншалықты жолымыз болғыш? Біз басқа адамдардың электронды хаттарын оқығанда немесе олардың әлеуметтік желідегі профильдерін қараған кезде басқа адамдардан алатын әсерді қалыптастыру үшін қандай көмектерді пайдаланамыз?

Қазіргі таңда біздің әлемге әкелгіміз келетін бейнені құрудың көптеген кеңесшілері бар. Жұмыс берушіге әсер қалдыру, мемлекеттік құрылымда қызметке орналасу, телефон бойынша сауда жасау немесе кездесу жайлы келісу үшін белгілі бір бейне керек.

Жеке кездесу кезінде кеңесшілер, мысалы, «сенімділікті қолды қатты қысу арқылы білдіру» немесе «қызығушылық таныту үшін көз байланысын ұстау» сияқты кеңестер береді.

Зерттеушілер адамдардың өздерін қалай елестететіндігі мен аталған стратегиялардың олардың әртүрлі аудиторияларға тигізетін әсерлеріне қалай әсер ететіндігі жайлы көптеген зерттеу жұмыстарын жүргізді.

Әлеуметтік желілердегі, соның ішінде электронды поштадағы интерактивтік өзара байланыс бір-бірімен өзара таныс адамдарға қатысты. Сондықтан олардың онлайн-тұлғасы біздегі бар әсерді арттырады. Бірақ онлайн-тұлға алғашқы әсерде маңызды орын алады. Себебі адамдар электронды пошта немесе әлеуметтік желілерде қатынас орнатуға негізделсе, жұмыс берушілер үміткерлердің профильдерін тексереді. Кей адамдар үшін интернет-қатынастар арта түседі де, онлайн-кейіпкерлер басқа қарым-қатынас ортасына ауысады. Ал басқалары үшін барлық қарым-қатынас желінің шегінен шықпайды, тіпті, телефон қоңырауы да болмауы мүмкін. Сондықтан онлайн-тұлға – бұл тұтас бір тарих.

Қазіргі таңда әлеуметтік қауымдастықтың онлайн әлемін келесідей елестетуге болады: бұл – алдыңғы пландағы басты рөлді ойнайтын адамдары бар театр. Адамдарды өз халқын жақсы білетін әртістермен салыстыруға болады. Бұл жерде олар белгілі бір әсер қалдыруға тырысады. Олар дұрыс әлеуметтік қағидаларды сақтауы мүмкін немесе әртіс аудиторияға әдейі шақырту тастауы – оны састыруы немесе таңғалдыруы мүмкін. Халық болмаған кезде ғана адам өзін артқы пландағы әртіс сияқты ұстап, өзімен-өзі бола бастайды.

Кей мағынасында онлайн-тұлғаны қалыптастыру – бұл әмбебап тәжірибе. Себебі адамдар өз профилі немесе жеке парақшасы үшін нақты дұрыс мәтін, сурет немесе бейнежазба алу мақсатында өз уақыттарын жұмсайды. Олар мәтінді бірнеше қайтара түзетіп, суреттерді өңдеп, өзі жайлы нені ашып, нені ашпау керектігі жайлы ақылға салынған шешім қабылдай алады. Басқаша айтатын болсақ, бұл – Сіздің Интернеттегі өз әсеріңізді басқару.

Тек өзіңіз немесе достарыңызбен түскен суреттер мен бейнероликтерді жариялау Сіздің парақшаңызды бай әрі тартымды ете түседі, бірақ адамдарға Сізді танытатын негізгі құрал әдетте пернетақта болады. Косметика, киім-кешек, шаш әрлеуі және барлық басқа құралдармен салыстыратын болсақ, пернетақта әсер құрудың белгісіз және ыңғайсыз құралы болуы мүмкін. Мысалы, электронды пошта – бұл жай ғана мәтін емес, қабылдаушы кез келген қолжетімді арна негізінде жіберуші жайлы алғашқы әсер құра алады.

Facebook, Instagram, Вконтакте және басқа да әлеуметтік желілер бізге суреттермен, бейнежазбалармен, сүйікті сайттарымызға жасалатын сілтемелер және достарымыздың көптеген пікірлері арқылы өзімізді әдемі таныстыруға мүмкіндік беретін көптеген құралдар ұсынууда.

Әдетте интернетте Сізге өзіңізді қалай елестететіндігіңізді көрсету үшін қызықтыратын баптау тәсілдерін ұсынатын жаңа құралдар пайда болып отырады. Адамдар өздерінің тістерін ағарту немесе дақтарды өшіру үшін өз суреттерін жақсарта бастаған кезде Adobe Photoshop бағдарламалық жабдықтамасы өңдеу сөзінің синониміне айналды. Аталған функциялардың кейбірі пайдалануда қиындық тудырады және алғашқы талпыныстар қателіктерге толы болып жатады. Сондықтан Сіз өзіңіз мүлде қаламаған әсерді оңай құра аласыз.

Өзіңізді Интернетте бейнелеу нұсқалары көбею үстінде. Мысалы, Snapchat-та суретті қабылдаушының ұялы телефонына жіберуге болады және сурет бірнеше секундтан кейін жоғалып кетеді. Бумеранг көмегімен Сіз достарыңызбен алмасу үшін смартфонды пайдалана отырып, циклдық алты секундтық бейнежазба құра аласыз. Second Life немесе Sims сияқты 3D виртуалды әлемдерде тұрғындар бір-бірімен араласу үшін шынайы немесе әлем-әлемге толы аватарлар құра алады.



Өзін-өзі таныстыруға арналған онлайн құралдардың ерекшелігі қолданушылар үшін көптеген қызмет түрлері тегін болса да, компанияның жарнама мен басқа бизнес-қызметтерден табыс табуында болып табылады.

Біздің дәлелдеріміздің өзіміз таңдаған өзімізді таныстырудың негізгі факторы болуы мүмкін екендігін айта кеткім келеді. Сіз өз аудиторияңызды жақсы көруіңіз, оны басқаруыңыз, олардың мейіріміне бөленуіңіз немесе Сізден қорқып немесе сыйлауын тудыруыңыз мүмкін. Өзіңіздің ойыңыз бойынша Сіздің мақсатыңызға жететін өзіңізді таныстыру тәсілін Сіз өзіңіз таңдайсыз. Бұл «ақпараттық ойын – тұлғаны жасырудың, ашудың, жалған ашудың немесе қайта ашудың әлеуетті шексіз айналымы» деп аталады.

Психологтар бірнеше онжылдықтар бойы жеке қатынастардағы әсердің қалыптасуын зерттей келе көптеген күтпеген нәтижелерге қол жеткізді. Адамдардың жаңа адам туралы ақпарат сирек болған кезде барлық мүмкін болатын дабылдарды негізге алып және пікірлерді қолдай отырып, қалыптастырған пікірі әрдайым орынды бола бермейді. Мұның орнына біз психология саласындағы классикалық зерттеу көрсеткендей кішігірім дәлелдерге сүйеніп, қорытынды шығарады екенбіз.

Қазіргі таңда әлеуметтік желі қолданушылары мәтіндік ортаның өзінде өз тұлғасын эмоциялық сөйлеммен жеткізу тәсілдерін тауып жатады. Смайликтер, өз түрінің қандай да бір көрінісін көрсетуге арналған тыныс белгілерін ойнақы пайдалану 1980 жылдары пайда бола бастады. Carnegie Mellon-дегі Скотт Фалманға осы жаңалықтың авторлығы 1982 жылы берілді.

Күрделі бағдарламалық жабдықтамалардың арқасында смайликтердің қолжетімділігі артты. Microsoft Word және басқа да бағдарламалар смайликтерді графикаға автоматты түрде айналдырады, ал көптеген қосымшалар мәтіндік байланысқа күштірек графикалық эмоционалды мағына қосуға арналған құралдар ұсынады. Мысалы, Emoji – әртүрлі эмоциялар – олар Жапонияда пайда болған және кешірім сұраудың белгісі ретінде басты қатты иію сияқты жапон мәдениетімен байланысты кейбір эмоцияларды қамтиды. Мысалы, келесі қысқа хабарламаға назар аударыңыз: Сәлем, маған оқуыма көмектесе алатын оқытушының аты мен байланыс телефонын жібере аласыз ба? Рақмет. :)

Басқару курсының студенттері осы және смайликсіз болған басқа хатты бағалаған болатын. Олар шын мәнінде смайлик қосқан адамды жылышырайлы деп қабылдаған. Бұл смайлик сұранысты жұмсартып, оның қатаңдығын азайтады.

Смайликтер хабарламаның сөздік мазмұнын күшейте алады, сондықтан Сіз смайлигі бар вербальды қошемет жіберген адам жайлы жақсы әсер аласыз. Керісінше де орынды болады. Егер жіберуші :- ( тұнжыраған көзқарас қосса, онда сын одан сайын өткірлене түседі.

Осындай жаңалықтарды көрсететін тәжірибеде оқушылар оқушыны сыныпқа таныстыру жайлы пікірлер болатын бірнеше хатты оқыған. Олардың бірқатарында оң баға болса, кейбірі теріс пікірде немесе бейтарап болған. Бұл санаттардағы хабарламалар тұнжырап тұрған немесе көзін қысып тұрған смайликтерді қамтыған.

Ақырында, хабарламалар оқушының жақсы досынан немесе бейтаныс адамнан келгендей әсер қалдырған, студенттер әрбір электрондық хатты олардың мазмұнды қалай түсіндіретіндігін көрсететін бірнеше белгі бойынша бағалаған.

Символдар хабарламалардың қарқынын эмоциялар, эмпатия және мәтіндік мазмұн тек бір ғана – оң немесе теріс бағытта болған кезде ғана күшейткен. Аралас хабарламаларды қамтитын, яғни смайликтер мен мәтіндік мазмұны сәйкес келмейтін хаттарды көпшілігі мысқыл деп қабылдаған. Басқаша айтатын болсақ, жөнелтуші келекені өткір жеткізгісі келгендей әсер пайда болған.

Біз әлеуметтік желілерге өз профильдерімізді тапсыра отырып, оларды басқаша қалай қолдана аламыз және оның қандай салдарлары болуы мүмкін?

Әлеуметтік желілердің маңызды функцияларының бірі жұмыс іздеу болып табылады. Кейбір әлеуметтік желілерде қолданушыға өзіне жұмыс іздеуге мүмкіндік берілсе, кейбірінде қолданушыны қызығушы адамдардың өздері тауып жатады.

Мұны қызметкер таңдаушы мамандар белсенді түрде қолданып жатады. Қазіргі таңда желіде МойКруг белсенді қолданылуда. Ережеге сай HR-мамандар алдымен өздеріне қызықты адамдарды табады, содан кейін олардың профильдерін қарайды, оларға дос болуға ұсыныс



жасайды, ресми қарым-қатынас бастайды да, кездейсоқ болып көрінетіндей жұмыс орнын ауыстыру мүмкіндігі жайлы сұрай бастайды. Оң жауап алған жағдайда адамның өзіне жеке қоңырау шалып, сұхбаттасуға шақырады.

Мұның теріс жағы да бар. Әдетте мұндай әлеуметтік желілерде қол астындағыларда не болып жатқандығын білгісі келетін компания басшылары да тіркеледі. Әртүрлі қызықты нақтылықтардың көптеп анықталатындығын айта кету керек. Батыс елдерінде мамандарды таңдайтын компаниялар әлеуметтік желіде жеке басыңызға қатысты ақпарат қалдырмауға кеңес береді. Себебі ол жұмыс іздеушіге қарсы қолданылуы мүмкін.

Құқық қорғау органдары да өз кезегінде әлеуметтік желілерді әртүрлі мақсаттар үшін пайдаланады. Оларды алғаш рет батыстық органдар пайдалана бастады, себебі интернет пен әлеуметтік желілер ол жақта ерте дамыған болатын. Мұндай қызмет түрлері шын мәнінде әртүрлі ақпараттың үлкен мәліметтер қоры болып табылады. Бұл құқық қорғау органдарының назарын аудармауы мүмкін емес еді.

Әлеуметтік желілерді қылмысты ашумен айналысатын құқық қорғау органдарымен қатар, басқа да маңызды органдар, мысалы, арнайы қызметтер де қолданады. Көп қолданушылар өздеріне құжаттама құрастырады деп айтуға болады. Ресми дәлелі болмаса да, көптеген әлеуметтік желілер арнайы қызметтермен тығыз байланыста деген қауесет бар.

Кез келген әлеуметтік желінің мәліметтері бойынша оның пікірлері, өмір сүру жолы, жеке суреттері, достары мен жеке өмірі жайлы ақпаратты, оның қандай қауымдастықтарға мүше екендігін негізге ала отырып, тұлғаның психологиялық портретін құруға болады.

Қылмысты ашудағы көшбасшы ретінде сенімді түрде YouTube әлеуметтік желісін атауға болады. Қылмыскерлерді ашу мен табудың, ал кей жағдайларда қылмыстың алдын алудың көптеген жайттары белгілі.

Аталған мәселелер әлеуметтік желілерде көп таныстарымен араласуға құштарлық негізінде туындайды. Бастапқыда адам бұл тәуелділікті сезбейді, кем дегенде уақытша өзі тәуелдісін алады, бірақ ол әлеуметтік желіден қол үзсе болды, тәуелділік белгілері бірден пайда болады. Психология саласындағы мамандар мұндай тәуелділіктердің ұйқысыздыққа әкелуі, үрей мен қорқыныш сезімін, көңіл күйдің өзгермелілігін, тіпті, сексуалдық жабырқаушылықтар тудыруы мүмкін екендігін айтады.

Мұндай тәуелділіктен құтылу қиын. Бірақ мүмкін нәрсе. Мұндай жағдайда адамға емделуге көмектесетін достармен шынайы қарым-қатынасқа ауысу тиімді болады. Әлеуметтік желілерге деген тәуелділіктің көріністері айқын: біраз уақытқа, мысалы, бір айға өзіңізге әлеуметтік желілерге кіруге тыйым салыңыз. Егер бұл қиындық тудырмаса, тәуелділік жоқ, ал егер желіге бір секундқа болса да кіруге деген сіз жеңе алмайтын ықылас болса, онда тәуелділік әрине бар.

Өздерінің шынайы өмірлерін әлеуметтік желілерде керемет етіп көрсету арқылы адамдар тұлғаның екіжүзділігіне ұшырауға тәуекел етеді.

Интернет-қатынастар жайлы заманауи зерттеулерге сүйене отырып, «Одноклассники» желісіне белсенді кірушілердің 70%-ы қатынасты сақтап қалу үшін өз өмірлерін жақсартып көрсетіп, оқиғалар қосады деп сенімді түрде айтуға болады.

Әлеуметтік желілер мәселесінің тереңге кетуі «псевдосана» деңгейінде тұлғаның екіжүзділікке ұшырауына алып келеді. Бұл термин виртуалды қарым-қатынасқа қатысты қолданылады: адамның нағыз санасы шынайы өмірде, ал «псевдосанасы» әлеуметтік желілердің аккаунттары шеңберінде әрекет етеді. Басқа тұлғаға еліктеп, әлеуметтік желідегі өз шынайылығын әрлей отырып, адам өзінің «псевдосенімін» белсенді түрде дамытады. Егер мұндай іспен шамадан тыс айналысса, нағыз сана мен нақтылықты қабылдау «бұлыңғырланады» да, адамның әрекетін «псевдосана» басшылыққа алады.

Әдетте мұндай жағдайларда әлеуметтік желілерде бір тұлға жеткіліксіз болады да, жаңалары қосылады: олардың жасы, жынысы, әлеуметтік тобы және т.с.с. басқа болады. Дәл осы жайт ақырында нақты тірі тұлғаның екіжүзділікке ұшырауына алып келеді.

Мені әлеуметтік желі қолданушыларының бірнеше түрі болатындығы бұрыннан толғандыратын. Олардың нақты қандай екендігін Винчестер университетінің зерттеушілері анықтады. Олар әлеуметтік желілерге тәуелділіктің қаншалықты маңызды екендігін анықтап, қолданушылардың бірнеше түрін ажыратты. Сынақ нәтижелері «The Telegraph»-та жарық көрді.



Сонымен, әлеуметтік желі қолданушыларының тұлғасы келесідей болады:

### 1. Шырғаланған

Шырғаланған немесе өте тәуелді қолданушылар. Олар әлеуметтік желілерді отбасымен және достарымен негізгі байланыс арнасы деп қарастырады. Әлеуметтік желі парақшаларына кіру мүмкін болмаған жағдайда негативті жауап қайтарады. Ал кіруге күштеп рұқсат етпеу олардың өздерін оқшауланған күйде сезінуіне алып келеді.

Кейбіреулері әлеуметтік желіден бас тартудың алғашқы бірнеше күнінде мазасыздық пен тастанды күй кешеді. Бас тарту кезінде маңызды ақпарат немесе әңгімені жіберіп алудан қатты қорқады.

### 2. Теріске шығарушылар

Теріске шығарушылар – бұл әлеуметтік желілер олардың өмірін бақыламайды деп есептейтін қолданушылар. Олардың ойы өздері қалаған кез келген уақытта қоя алатындықтарына сенімді болатын қарапайым маскүнемдер мен нашақорлардың ойына ұқсайды.

Теріске шығарушылар әлеуметтік желілерсіз оңай өмір сүре аламыз деп те ойлайды. Бірақ шынайы өмірде өздерінің сүйікті блогтарына ұзақ уақыт бойы қол жеткізе алмаған жағдайда олар бас тарту синдромын бастан кешіреді – ашулы, агрессивті күйге түсіп, өздерін басқа әлемнен бөліп тастағандай сезімде болады.

### 3. Тұрақсыздар

Қолданушылардың тұрақсыз түрі өзінің парақшасын сирек, бірнеше күнде немесе тіпті аптада бір рет қарайды. Хабарламаны да сирек жазады, қабырғаға жазбаларды тіпті, сирек салады.

### 4. Күнәсіз бикештер

Әлеуметтік желілерге күн сайын көптеген адамдар тіркеледі. Олар қандай да бір әлеуметтік желіні игеру барысында қиындықтарға да жиі тап болады. Оларда жаңа достар желісі пайда болғанша оларды «маған осы шын мәнінде керек пе?» деген сұрақ жиі мазалайды.

Алғашқы айлар олардың әлеуметтік желіде қалуы үшін: мүлдем кете ме, тұрақсыз бола ма немесе уақыт өте келе шығырланғандарға айналатындығын шешуші болады.

### 5. Бақылаушылар

Бақылаушылар өмірдегі сияқты қандай да бір істерге сирек қатысады. Олар оффлайндағы достары мен туыстарына әлеуметтік желіде қандай бос сөздер жазылатындығы жайлы шағымданады. Бірақ жүрегінің түбінде қызықты ештеңе айта алмай, қолынан басқалардың өмірін бақылау ғана келетіндіктері үшін алаңдайды.

### 6. Тауыстар

Бұл әлеуметтік желілерге басқалардың алдында мақтанып, барлығына (ең алдымен өздеріне) өздерінің қаншалықты сүйікті және танымал екендіктерін көрсету мүмкіндігі ретінде қарайтын өзін-өзі сүйетін, нәркес және демонстрациялық тұлғалар. Ережеге сай олар өзін-өзі бастан сипауға, яғни өздеріне лайк басуға бейім келеді.

Олар өздерінің әлеуметтік жағдайын виртуалды достары мен лайктар санына байланысты пайымдайды, ал олардың әр хабарламасының мақсаты қасындағылардан ең көп құрмет жинау болып табылады.

### 7. Елестер

Әлеуметтік желілердегі кей қолданушылар бейтаныс адамдарға өздерінің жеке бастарына қатысты ақпаратты ашуға қорқады. Сол себепті олар оларға анонимді болып қалуға мүмкіндік беретін ойдан шығарылған аттарды құрастырады.

### 8. Бүркенушілер

Кей адамдар үшін желіде анонимді болу жеткіліксіз. Олар өздеріне әртүрлі бірнеше виртуалды тұлғалар құрады және олардың шын тұлғасын ешкімнің білмейтіндігіне сенімді болады. Әлеуметтік медиа-платформалар оларға теңдік алуға және басқалардың оларға қалай жауап беретіндігіне алаңдамастан, өздерінің сыни ойларын айтуға мүмкіндік береді.

Ережеге сай, мұндай адамдарда ұқсастықтың диссциативтік бұзылуы, яғни көптік тұлғаның бұзылуы немесе тұлғаның екіжүзділенуі тіпті, ажырауы байқалады. Ал кей жағдайлар әлеуметтік желілерде құрылған виртуалды тұлғалар негізінде бірнеше тұлғаның дамуына (эго-күйлер) алып келуі мүмкін.



Өмірдің белгілі бір сәттерінде мұндай қолданушыларда бір тұлға басқасын алмастыратын қайта қосылулар болып тұрады.

#### **9. Сұраушылар**

Квизерлер — әлеуметтік желілерде жауапты білгілері келгендіктен емес, бұл оларға әңгіме құрып, талқылауға қосылуға мүмкіндік беретіндіктен әрдайым сұрақ қойып отырады. Бәлкім, оларды өз ойларын білдіргендіктері үшін күлкіге қалу қорқытуы мүмкін. Сондықтан сұрақ қою оларға талқылауға еш қиындықсыз қатысуға мүмкіндік береді.

#### **10. Ақпарат таратушылар**

Ақпарат — бұл әлеуметтік медиалардың валютасы. Егер Сіз қызықты нәрсені бірінші болып көрсеңіз және оны жіберсеңіз — бұл Сіздің мәртебеңізге қызмет етіп, Сізге виртуалды достар мен жазылушылар қосады. Ақпарат таратушылар жаңа тарихтар, қызықты бейнежазба және т.с.с. іздеуде әлеуметтік медиалар мен жаңалық сайттарын сканерлеуді жақсы көреді және олармен өз аудиториясымен бірінші болып бөлісуге асығады.

#### **11. Қолдау күтушілер**

Бұл топ өз хабарламаларына қанша лайк, пікір және репост алатындықтарына қатты алаңдайды, себебі бұл қолдау мен танымалдылықты білдіреді. Олар хабарлама жіберген соң кері байланысты қайта-қайта тексеріп, адамдар жауап қайтарғанша тыным таппайды.