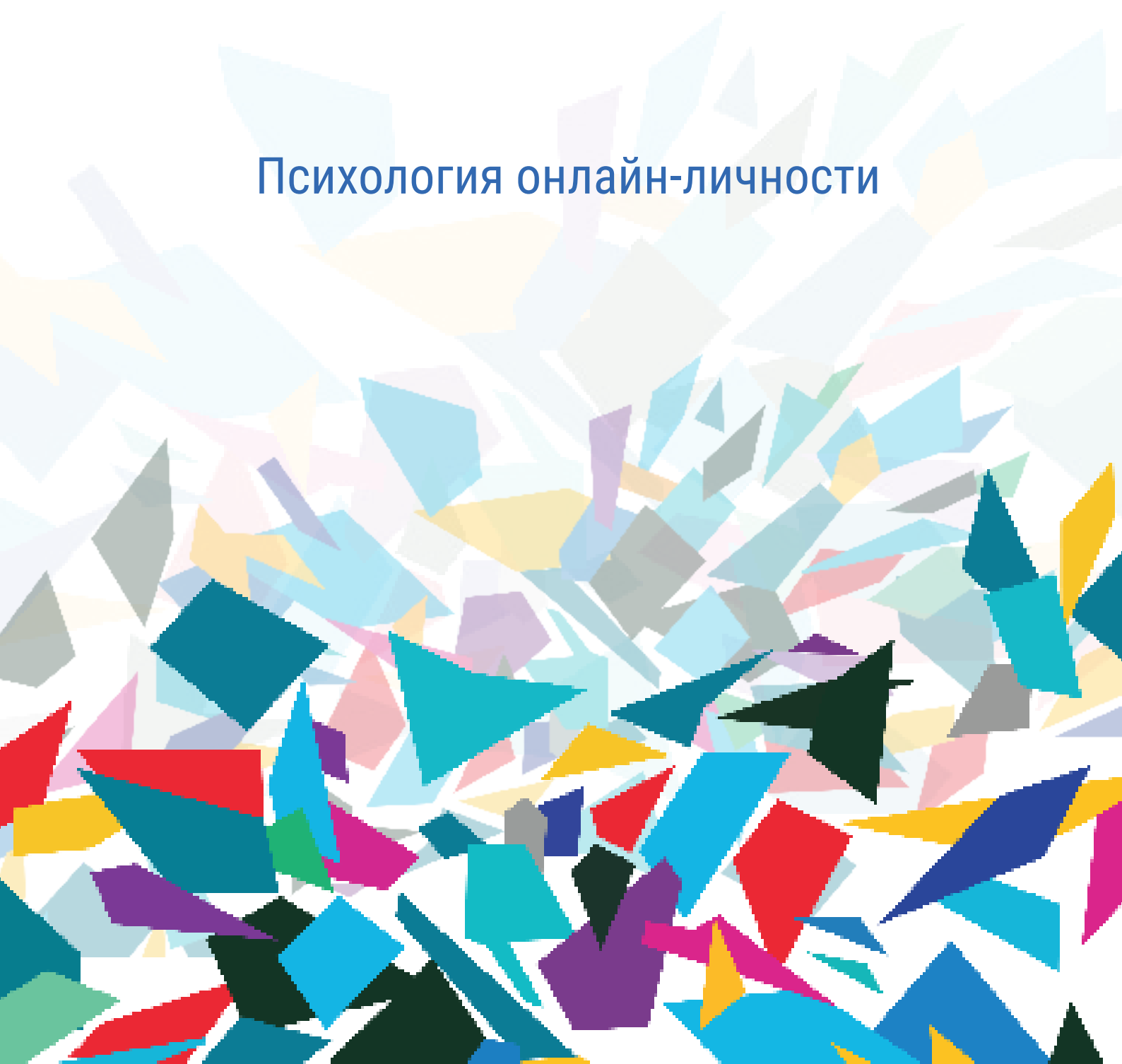


ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

Психология онлайн-личности





Насколько мы успешны, чтобы передать впечатление, которое надеемся создать? И какие подсказки мы используем для формирования впечатлений от других людей, когда читаем их электронные письма или просматриваем профили социальных сетей?

Сегодня есть множество консультантов по созданию образа, который мы хотим нести в мир. Определенный образ нужен, чтобы произвести впечатление на предполагаемого работодателя, получить должность в государственных структурах, совершить продажу по телефону или договориться о свидании. При личной встрече консультанты дают такие советы, как, например, «продемонстрировать уверенность сильным рукопожатием» или «поддерживать зрительный контакт, чтобы проявить интерес».

Исследователи прикладывали значительные усилия для изучения того, как люди представляют себя лично и как эти стратегии влияют на впечатления, которые они оказывают на разную аудиторию. Интерактивное взаимодействие в социальных сетях, и в частности, по электронной почте, относится к людям, которые уже знакомы друг с другом лично, поэтому их онлайн-личность усиливает впечатление, которое мы имеем. Но онлайн-личность играет важную роль при первом впечатлении, поскольку люди больше полагаются на ведение общения по электронной почте или в социальных сетях, а работодатели проверяют профили претендентов. Для некоторых интернет-отношения перерастают в нечто большее, и онлайн-персонажи переходят в другую среду общения. Для других же все отношения никогда не выходят из сети, даже обходятся без телефонного звонка, поэтому онлайн-персона – это целая история.

На сегодняшний день онлайн-мир социального сообщества можно представить так: это театр с людьми, играющими главную роль на переднем плане. Людей можно сравнить с актерами, которые хорошо знают свою публику. И тут они пытаются создать определенное впечатление. Они могут соблюдать корректные социальные нормы или же актер может преднамеренно бросить вызов аудитории – шокировать либо удивить ее. И только когда нет публики, человек начинает вести себя, как актер на заднем плане – быть собой.

В некотором смысле, создание онлайн-персоны – это уникальный опыт, потому что люди тратят свое время, чтобы получить четкий правильный текст, фотографию или видео для своего профиля или личной страницы. Они могут редактировать и редактировать текст, ретушировать фотографии и принимать взвешенные решения о том, что следует раскрывать о себе, а что нет. Другими словами – это управление вашим собственным впечатлением в интернете.

Публикация фотографий и видеороликов с самим собой и друзьями делает вашу страницу более богатой и притягательной, но часто основным инструментом, с помощью которого люди узнают о вас больше, выступает клавиатура. По сравнению с косметикой, одеждой, прическами и всеми другими инструментами, клавиатура может быть незнакомым и неудобным устройством для создания впечатления. Например, электронная почта – это не просто текст, получатель может быстро сформировать первое впечатление об отправителе на основе любых доступных каналов.

Facebook, Instagram, Вконтакте и другие социальные сети предлагают нам все больше и больше инструментов, которые дают нам возможность красиво себя презентовать с изображениями, видео, ссылками на любимые сайты и многими комментариями от друзей. Часто в интернете появляются новые инструменты, предлагающие заманчивые способы настройки, чтобы показать себя так, как вы сами представляете себя. Программное обеспечение Adobe Photoshop стало синонимом слова «обработка», когда люди начали улучшать свои изображения, чтобы отбелить зубы или стереть пятна. Некоторые из этих функций сложны в использовании, и первые попытки подвергаются ошибкам, так что можно легко создать впечатление, которое вы и не хотели вовсе.

Варианты представления себя в интернете продолжают размножаться. Например, в Snapchat можно отправить изображение на мобильный телефон получателя, и изображение исчезнет через несколько секунд. С помощью Boomerang вы можете создавать циклическое шестисекундное видео, используя смартфон для обмена с друзьями. В 3D-виртуальных мирах, таких как Second Life или Sims, жители могут создавать реалистичные или причудливые аватары для взаимодействия друг с другом.



Особенность онлайн-инструментов для самопрезентации в том, что многие услуги бесплатны для пользователей, но компания получает прибыль от рекламы и других бизнес-услуг. Могу подчеркнуть, что наши мотивы могут стать ключевым фактором самопрезентации, которую мы выбираем. Вы можете любить свою аудиторию, доминировать над ней, бросать себя на их милость или заставить опасаться либо уважать вас. Вы сами выберете тактику самопрезентации, которая, как вы надеетесь, достигнет вашей цели. Это называется «информационной игрой – потенциально бесконечным циклом сокрытия, открытия, ложного откровения и повторного открытия личности».

Психологи в течение десятилетий изучали формирование впечатления в личных отношениях и получили множество неожиданных результатов. Люди не всегда рациональны, когда формируют мнение о новичке, тщательно опираясь на все доступные сигналы и поддерживая осуждения, когда информация разрежена. Вместо этого мы делаем выводы на небольших доказательствах, как показывает классическое исследование в области психологии.

Сегодня, пользователи социальных сетей даже в текстовой среде находят способы формирования своей персоны с более эмоциональным выражением.

Смайлики, те игривые комбинации знаков препинания, призванные показать какое-либо выражение лица, начали появляться в 80-х годах XX в. Скотту Фалману в широко приписывают авторство этого новшества в 1982 г.

С более сложным программным обеспечением смайлики стали доступнее. Microsoft Word и другие программы автоматически конвертирует смайлики в графику, а многие приложения предлагают инструменты для добавления графического эмоционального выражения в текстовую связь. Например, Емоji – чрезвычайно разнообразные эмоции, которые берут начало в Японии и включают в себя эмоции, связанные с японской культурой, такие как глубокое поклонение как способ извинения.

Например, взгляните на это краткое сообщение:

«Привет, можете ли вы выслать мне имя и контактную информацию преподавателя, который может помочь мне в учебе? Благодарю».

Студенты по курсу управления оценивали как это письмо, так и другое, без смайликов. Они действительно воспринимали человека, добавившего смайлик, как более дружелюбного. Смайлик смягчает запрос и делает его менее резким.

Смайлики могут усилить словесное содержание сообщения, так что у нас будет более благоприятное впечатление от человека, который отправляет вербальный комплимент с прикрепленным смайлом. Обратное также верно. Критика считается еще более резкой, если отправитель добавляет хмурый взгляд.

В эксперименте, иллюстрирующем нюансы такого рода, ученики прочитали серию писем, которые предоставили отзывы о презентации классу ученика. Некоторые из них содержали положительную оценку, в то время как другие были более отрицательными или нейтральными. В этих категориях сообщения содержали смайлики: хмурились либо подмигивали.

Наконец, сообщения, казалось, исходили от хорошего друга ученика или от незнакомца. Студенты оценивали каждое электронное письмо по нескольким критериям.

Символы усиливали интенсивность сообщения, но только до тех пор, пока эмоции, эмотивы и словесное содержание были в одном направлении – положительном или отрицательном. Те письма, которые содержали смешанные сообщения, то есть смайлики и словесные сообщения не совпадали, многие посчитали саркастическими, то есть создавалось ощущение, что отправитель хотел тонко передать сарказм.

Как еще мы можем использовать социальные сети, представив в них свой профиль, и к каким последствиям это может привести?

Одной из важных функций социальных сетей является поиск работы. В некоторых соцсетях пользователю даётся возможность самому искать работу, в других – пользователя находят заинтересованные люди. Этим активно пользуются специалисты по подбору персонала. В настоящее время это практикуется в сети «МойКруг». Как правило, HR-специалисты сначала находят интересных им людей, затем просматривают их профили, приглашают добавить в друзья, начинают формальное общение и как бы случайно начинают интересоваться о



возможной смене места работы. При положительном ответе звонят лично человеку и приглашают на собеседование.

Есть и обратная сторона медали. Часто в подобных социальных сетях регистрируется и руководство компаний, которое иногда может захотеть узнать, что происходит у подчиненных. Надо отметить, что нередко обнаруживаются разные интересные подробности. В западных странах компании по подбору персонала категорически не советуют оставлять личную информацию в социальных сетях, так как она может быть использована против соискателя.

Правоохранительные органы, в свою очередь, также довольно давно применяют социальные сети для разных целей. Первыми начали их использовать западные органы в силу более раннего развития как интернета, так и конкретно социальных сетей. Подобные сервисы фактически представляют огромную базу данных различной информации, что, естественно, не могло не привлечь внимание правоохранителей.

Кроме правоохранительных органов, которые занимаются раскрытием преступлений, социальными сетями пользуются и более серьезные органы, к примеру, спецслужбы. Можно сказать, что огромное количество пользователей добровольно составляет досье на самих себя. Официальных подтверждений этому практически нет, однако есть слухи, что многие социальные сети тесно сотрудничают со спецслужбами. Ведь по данным любой социальной сети можно составить психологический портрет личности на основе ее комментариев, образа жизни, личных фотографий, информации о друзьях, частной жизни и о том, в каких сообществах они состоят.

Лидером по раскрытию преступлений с уверенностью можно назвать социальную сеть YouTube. Уже известно огромное количество случаев раскрытия преступлений и нахождения преступников.

Вызваны данное явление желанием общаться с большим количеством знакомых в социальных сетях. По началу эту зависимость человек не чувствует, по крайней мере пока получает то, от чего зависит, но стоит ему лишиться доступа к социальной сети, как сразу возникают симптомы зависимости. Специалисты в области психологии полагают, что подобная зависимость может привести к проблемам со сном, вызывает чувство тревоги или страха, перепады настроения или даже сексуальные расстройства.

Избавиться от такой зависимости довольно сложно. Но возможно. В этом случае эффективнее всего переключиться на реальное общение с друзьями, которые в свою очередь должны помогать человеку вылечиться.

Выявляется зависимость от социальных сетей довольно просто: нужно на некоторое время, например на месяц, запретить себе заходить в социальные сети. И если с этим проблем не возникнет, зависимости нет, если же появится непреодолимое желание заглянуть хоть на секунду в сеть – зависимость однозначно есть. Приукрашивая свою реальную жизнь в социальных сетях, люди рискуют заработать раздвоение личности.

Опираясь на современные исследования в области интернет-общения, можно с твердостью сказать, что 70% активных посетителей сети «Одноклассники» приукрашивают свою жизнь и добавляют события для поддержания общения. Проблема социальных сетей в особо запущенных случаях ведет к получению раздвоения личности на уровне псевдосознания. Этот термин иногда применяется по отношению к виртуальному общению: настоящее сознание человека находится в реальном мире, а псевдосознание действует в пределах аккаунтов социальных сетей. Имитируя другую личность, приукрашивая свою реальность в социальных сетях, человек активно его развивает. Если чересчур увлекаться подобной деятельностью, настоящее сознание и восприятие реальности «размываются», и действия человека начинают диктовать псевдосознание.

Обычно в таких ситуациях одной личности в социальных сетях становится мало и появляются новые: другого возраста, пола, социальной принадлежности и так далее. Вот именно это и приводит в конечном счете к раздвоению реальной живой личности.

Я давно задавался вопросом о том, что существует несколько типов пользователей социальных сетей. Какие именно – выявили исследователи Винчестерского университета. Они выяснили, насколько серьезна зависимость от социальных сетей, обозначили несколько типов пользователей. Результаты эксперимента были опубликованы в The Telegraph.



Итак, типы личности пользователей соцсетей бывают такими:

1. Зацикленные, или сильно зависимые пользователи. Они рассматривают социальные сети как основной канал связи с семьей и друзьями. Очень негативно реагируют на невозможность зайти на страницу социальной сети. А насильственное лишение приводит к тому, что они начинают чувствовать себя изолированными.

Некоторые испытывают чувство беспокойства и покинутости в первые несколько дней воздержания от социальных сетей. Появляется навязчивый страх упустить важную информацию или разговор во время воздержания.

2. Отрицатели — это те пользователи, которые считают, что социальные сети не контролируют их жизнь. Их мышление похоже на мышление типичных алкоголиков и наркоманов, уверенных, что могут завязать в любой момент, стоит им только этого захотеть.

Отрицатели также считают, что могут легко прожить без социальных сетей. Но в реальности всякий раз, когда не могут получить доступ к любимым блогам в течение длительного времени, они испытывают синдром отмены — становятся взволнованными, агрессивными и чувствуют себя отрезанными от остального мира.

3. Нерегулярные. Этот тип пользователей просматривает свою страницу редко, раз в несколько дней или даже недель. Сообщения пишут тоже редко и еще реже размещают записи на стене.

4. Невинные девы. В социальных сетях каждый день регистрируется большое количество новых людей. И нередко они испытывают трудности в освоении той или иной социальной сети. Пока у них не появится сеть своих друзей, они часто задаются вопросом: а нужно ли мне это на самом деле?

Первые несколько месяцев являются для них решающими, останутся ли они в социальных сетях: уйдут совсем, станут нерегулярными или со временем превратятся в зацикленных.

5. Наблюдатели. Как и в жизни, они редко принимают участие в каких-либо действиях. Друзьям и родственникам в офф-лайне они жалуются на то, какую чушь пишут и размещают в социальных сетях. Но в глубине души переживают, что не способны сказать что-то интересное, а могут лишь следить за чужой жизнью.

6. Павлины. Это самовлюбленные, нарциссические и демонстративные личности, видящие в социальной сети возможность покрасоваться перед другими и показать всем (и в первую очередь себе), насколько они любимы и популярны. Как правило, у них есть выраженность в самопоглаживании, то есть в самолайкании.

О своем социальном положении они судят по количеству виртуальных друзей и лайков, а целью их каждого сообщения является получение максимального количества обожания от окружающих.

7. Призраки. Некоторые пользователи в социальных сетях боятся открывать свою личную информацию незнакомым людям. Так они создают вымышленные имена, которые позволяют им оставаться анонимными.

8. Маскировщики. Для некоторых людей просто быть анонимным в сети недостаточно. Они создают себе несколько разных виртуальных личностей и уверены в том, что никто не узнает их реальной. Социальные медиа-платформы позволяют им раскрепоститься и высказывать свои категоричные мнения, не беспокоясь о том, как другие будут реагировать на них.

Как правило, у таких людей есть выраженность в диссоциативном расстройстве идентичности, то есть расстройстве множественной личности или раздвоении либо даже расщепление личности. А в некоторых случаях социальные сети могут спровоцировать развитие нескольких личностей (эго-состояний) на основании созданных виртуальных персон.

В определенные жизненные моменты у таких пользователей происходит переключение, когда одна личность сменяет другую.

9. Спрашиватели. Квиззеры постоянно задают вопросы в социальных сетях, но не потому, что они действительно хотят знать ответы, а потому, что это позволяет им вступить в разговор и подключиться к обсуждению. Возможно, их пугает быть осмеянными в ответ на высказывание своего собственного мнения, поэтому задавание вопросов дает им возможность безболезненно участвовать в дискуссии.



10. Информаторы. Информация — это валюта социальных медиа. Если вы первым заметили что-то интересное и передали его — это работает на ваш престиж и добавляет вам виртуальных друзей и подписчиков. Информаторы любят сканировать социальные медиа и новостные сайты в поисках новых историй, интересного видео и спешат первыми поделиться ими со своей аудиторией.

11. Искатели одобрения. Эти люди сильно беспокоятся о том, сколько лайков, комментариев и репостов они получают в ответ на свои сообщения, так как это указывает на одобрение и популярность. После отправки сообщения они постоянно проверяют обратную связь и не успокаиваются, пока другие пользователи не начнут реагировать.