



UOT: 159.923

<https://doi.org/10.59849/2409-4838.2024.2.110>

## SOSIAL MEDIADA “MƏN OBRAZI” VƏ ÖZÜNÜQIYMƏTLƏNDİRMƏNİN TƏHLİLİ (“VİRTUAL MƏN” OBRAZI)

Aytən Sabir qızı Mütəllimzadə

Bakı Dövlət Universiteti, Bakı, Azərbaycan

\*aytanmutallimzada@bsu.edu.az

Müasir dövrümüzdə şəbəkə 2.0 (Web 2.0) texnologiyasının inkişafı sayəsində sosial media platformaları artıq gündəlik həyatımızın bir hissəsinə çevrilmişdir (Instagram, Facebook, X (əvvəlki adı ilə Twitter), YouTube). Təbii ki, sosial medianın sürətli inkişafı sayəsində insanlar arasında əlaqə, məlumatların əldə edilməsi (kitab, qəzet və s.), marketing, satış, məsafədən təhsil və s. məsələlər daha rahat və əlçatan olmuşdur. Lakin texnoloji inkişafın insanlara müsbət təsirlər ilə yanaşı olaraq həm də mənfi təsirlərinin olmasını nəzərə alsaq, daha çox bu istiqamətdə elmi araşdırmaların aparılması və bu mənfi təsirləri azaltmaq üçün yeni üsul və yolların axtarılması zəruridir. Təqdim edilən məqalədə əsasən bu mövzulara diqqət edilmiş, sosial medianın “Mənlik şüuruna” təsiri ətraflı təhlil edilmişdir. Belə ki, hal-hazırda ən çox diqqət çəkən problem sosial media istifadəçilərinin adətən gerçək həyatda olmadıqları biri kimi davranmaqlarıdır. Artıq demək olar ki, sosial media istifadəçilərinin əksəriyyəti öz hesablarını bir növ “sərgi” kimi istifadə edir (restoranlara, səyahətə, əyləncəyə, idmana və s. fəaliyyətlərə surf sosial media hesabında yeni və maraqlı nələrsə paylaşmaq üçün gedirlər) və izləyicilərdə “ideal mənərə” yaratmaq üçün can atırlar. Əsasən də hər hansısa fəaliyyətlə məşğul olanda “burada və indi” prinsipi ilə hərəkət edə bilmirlər, həmin an gördükləri fəaliyyətdən zövq almasalar belə, əsas odur ki, “ideal kadr” yaxalasinlar və surf o kadri sosial media hesablarında paylaşmış izləyiciləri inandıra bilsinlər ki, “maraqlı” və “əyləncəli” gün keçirmiş olublar. Virtual aləmdə “kütəyə oynamaq” zamanla “ideal mən” və “real mən” obrazları arasında boşluq yaradıb, özünüqiymətləndirməyə də əhəmiyyətli səviyyədə təsir etmiş olur. Belə ki, təqdim edilən məqalədə, sosial mediada “Mən obrazı” və özünüqiymətləndirmə ətraflı şəkildə təhlil edilmişdir.

**Açar sözlər:** sosial media, sosial şəbəkə, virtual aləm, mənlik şüuru, “Mən obrazı”, “ideal mən”, “real mən”, “virtual mən”, özünüqiymətləndirmə, bloqer, sosial media influenseri

### GİRİŞ

Müasir dövrümüzdə texnologiyanın sürətli inkişafı şəxsiyyətin inkişaf prosesinə də əhəmiyyətli səviyyədə təsir etmişdir. Hal-hazırda sosial media platformalarından daha çox istifadə edən yaş qrupları yeni nəsillə yeniyetmələr (alfa nəsli) və gənclərdir (Z nəsli). Şəxsiyyətin tam formalaşmadığı yaş dövrlərində sosial medianın təsiri daha güclü olur və mənfi təsirləri daha qabarıq şəkildə özünü göstərir. Xüsusilə də yeniyetmə və gənclərin özünü dərk etməsinə (“Mənlik şüuru”) bloqerlər və influensərlərin təsiri güclüdür. Hal-hazırda sosial mediada bloqerlik fəaliyyətinin biznesə çevrilməsi ilə gənclər artıq bu istiqamətdə qazanc əldə etməyə başlamışdır. Bloqerin şəxsi hesabının ümumi fəaliyyəti nəzərə alınaraq (izləyicilərin sayı, bəyənmə sayı, hesabın aktivliyi (nə qədər insanın maraq göstərərək daxil olması) və s.) sosial media platforması tərəfindən onlara ödəniş olunur (dollar valyutası ilə) və hətta mükafat (qızıl, gümüş, bürünc və s.) göndərilir (məsələn: “YouTube yaradıcılıq mükafatı”). Lakin müxtəlif brendlər, markalar, firmalar, kiçik və böyük biznes sahibləri də ödənişli olaraq, reklam üçün bloqerlər ilə iş birliyi görürlər [6, s. 201]. Belə ki, bloqerlik fəaliyyətinin kommersionlaşması ilə sosial media influensərləri, yəni müəyyən bir izləyici şəbəkəsinə sahib olan və izləyicilərinin qərarlarına, davranışlarına və rəftarlarına təsir edən insanlar da meydana çıxmış oldu. Sosial media influensərləri öz izləyiciləri tərəfindən etibarlı və fikirlərinə dəyər verilməli olan fərdlər kimi qəbul edilir. Təbii ki, bloqer və influensərlərin paylaşımının səhnə arxasını təxmin et-



mək yetkin insanlar üçün çətin olmasa da (reklam xarakterli məhsulların təqdim edilməsi, adətən reklam olaraq müxtəlif məkanlara (restoranlara, idman zallarına dəvət olunmaları və s.), aşağı yaş qrupundan olan şəxslər onlardan örnək alırlar və imkan daxilində onları təkrarlamaq istəyirlər. Sosial mediaya nəzər salanda müşahidə etmiş oluruq ki, sanki bütün bloqerlər və xüsusilə də influenserlər “ideal həyat” yaşayır, hər gün səhər tezdən oyanır, sağlam qidalanır, bahalı məhsullar istifadə edir, idman edir, hər gün yüksək seqmentə məxsus olan məkanlarda vaxt keçirir, hər zaman xoş görünüşdə və yüksək əhval-ruhiyyədə olurlar. Təbii ki, sosial mediada yaradılan bu ideal mənşərə izləyicilərə (xüsusilə də yeniyetmə və gənclərə) mənfi təsir etmiş olur. Yeniyetmə və gənclər gerçək həyatlarında hər hansısa fəaliyyət növü ilə məşğul olub, biliklərini artırıb, bacarıqlarını gücləndirib özlərini real təsdiq etmək əvəzinə, virtual aləmdə olmadıqları biri kimi davranıb saxta özünütəsdiqə cəhd edirlər. Özləri haqqında sosial media hesablarında “real mən” obrazlarına heç bir halda uyğun gəlməyən, daha çox “ideal mən” obrazına uyğunlaşdırılan təqdimat onların “Mən obrazı” təsəvvürlərinə ciddi şəkildə təsir edir.

## ƏSAS HİSSƏ

### “MƏN OBRAZI” VƏ ÖZÜNÜQIYMƏTLƏNDİRMƏ

Şəxsiyyət tarixi inkişaf nəticəsində formalaşır. İctimai və sosial münasibətlərin daşıyıcısı olan konkret şəxsdir [2, s. 408]. Şəxsiyyətin əsas struktur komponenti şüurdur. Şüurun əsas mərkəzi komponenti isə “Mənlik şüuru”dur. “Mənlik şüuru” vasitəsi ilə şüurun bütün xüsusiyyətləri təzahür etmiş olur, bu da şəxsiyyətin davranışını təyin etmiş olur. “Mənlik şüuru”nun daxilində insanın həm digər insanların həm də özünün əsas cəhətləri əks olunur. Şəxsiyyətin formalaşması və özünü dərk etmə prosesində “Mənlik şüuru”nun əhəmiyyətli təsiri vardır. İnsan təkcə bioloji deyil, həm də ictimai varlıqdır [3, s. 98]. “Mənlik şüuru” cəmiyyətdə formalaşır. “Mənlik şüuru”nun əsas üç alt komponentdən ibarətdir:

- “Mən obrazı” (insanın özünəmunasibəti və özü haqqındakı təsəvvürləri)
- Özünüqiymətləndirmə (insanın özü haqqındakı təsəvvürlərini qiymətləndirməsi)
- Potensial davranış reaksiyaları (“Mən obrazı” və özünüqiymətləndirmənin davranışda təzahür etməsi)

“Mənlik şüuru”nun strukturunda insanın özü haqqında olan bilikləri, özünü dərk etməsi dayanır. İnsanın özü haqqında formalaşmış olan təsəvvürləri və özünə qarşı münasibəti də şəxsiyyətin “Mən obrazı”nı təşkil edir. Belə ki, “Mən obrazı”nın özünüməxsus fərqli formaları mövcuddur. Hər bir insanda eyni vaxtda dörd “Mən obrazı” olur [1, s. 224]:

- “Real mən”
- “İdeal mən”
- “Sosial mən”
- “Fiziki mən”

“Mən obrazı”nın yuxarıda qeyd edilən formaları arasında kəskin fərqlərin olması, xüsusilə də “ideal mən” obrazının, iddiaların həddindən artıq yüksək olması özünüqiymətləndirməyə də mənfi təsir etmiş olur.

#### “Real mən” obrazı

İnsanların özləri haqqında olan gerçək təsəvvürləri və fikirləri “real mən” obrazında əks olunur. Bu obraz demək olar ki, insanın güzgüdə olan əksi kimidir. Hər bir şəxs sahib olduğu bütün həqiqi keyfiyyətlərini (biliklərini, bacarıqlarını, davranışını və s.) görür, dərk edir və bu keyfiyyətlərə müvafiq şəkildə özünüqiymətləndirmiş olur [4, s. 188].

#### “İdeal mən” obrazı

Hər bir insanın ideal hesab etdiyi bir sıra xüsusiyyətlər vardır. İnsanlar yüksək qiymətləndirmiş olduqları xüsusiyyətləri özlərində formalaşdırmağa çalışırlar. Şəxsi keyfiyyətlərini ideal təsəvvürlərinə yaxınlaşdırmaq üçün daima səy göstərirlər. Hər bir şəxs öz ideal təsəvvürlərinə əsasən necə biri olacağını müəyyənləşdirməyə çalışır, daima buna səy göstərirlər.



### “Sosial mən” obrazı

Hər bir insan hər zaman özünə digər insanların gözü ilə baxmağa, yanaşmağa çalışır (“refleksiya”), özünü digər insanların gözündə təhlil edir, dəyərləndirib, qiymətləndirir. Başqalarının onu necə gördüyünü, necə görmək istədiklərini, hər hansısa bir vəziyyətdə necə davranmalı olmasını ətraflı şəkildə düşünür. “Sosial mən” insanların bir növ sosial siması, maskasıdır. İnsanlar adətən “sosial mən” ilə öz “real mən”lərini gizlətməyə çalışırlar.

### “Fiziki mən” obrazı

Bədən quruluşu və fiziki görünüş ilə əlaqəli olan təsəvvürlər bu mən obrazına aid edilir. Ümumi olaraq “Mən obrazı”nın formalaşması və inkişafında “fiziki mən”in də əhəmiyyətli təsiri vardır. Xüsusən də cinsi identifikasiya prosesinin əsasında “fiziki mən” obrazına daxil olan təsəvvürlərin təsiri güclüdür. Tanınmış rusiyalı psixoloq İqor Konun fikrincə “Mən”in formalaşmasına insanın özünü olduğu kimi qəbul etməsi (və ya etməməsi), özünü qarşı münasibəti (mənfi və ya müsbət formada) və özünü qiymətləndirməsi (ümumi, xüsusi və ya konkret) təsir göstərmiş olur. Ümumi özünüqiymətləndirmə vəhdət halında xüsusi və konkret özünüqiymətləndirmədən törəmiş olur. Beləliklə “Mən obrazı” insanın özünüqiymətləndirməsinə təsir edir. “Mən obrazı” və özünüqiymətləndirmə ümumi olaraq mənlik şüurunun struktur komponentlərini təşkil edir və həmçinin bir-biri ilə vəhdət şəklində, sistemli olaraq fəaliyyət göstərmiş olurlar. Belə ki, “ideal mən” və “real mən” obrazları arasında kəskin fərqin olması, zamanla özünüqiymətləndirməyə mənfi təsir göstərmiş olur. İddia səviyyəsi “ideal mən” obrazına çatmaq üçün yüksəlir, lakin gözləntilərə uyğun nəticə əldə edilməyəndə frustrasiya baş verir. Qarşıya yüksək məqsədlər qoyan şəxslər, əldə etdikləri kiçik nailiyyətləri önəmsəmir, imkanları daxilində deyil daha yüksək məqsədlər qoyaraq özlərini qiymətləndirməyə çalışırlar. Belə kəskin ziddiyyət isə “Mən obrazı”na zərər vurur və ümumi özünüqiymətləndirmənin adekvatlığına mənfi təsir göstərmiş olur.

## SOSIAL MEDIADA “MƏN OBRAZI” VƏ ÖZÜNÜQIYMƏTLƏNDİRMƏ

Sosial media platformalarında istifadəçilər paylaşım edərkən bəyənmə sayına əsasən virtual özünü təsdiq etməyə can atırlar. Virtual sözünün mahiyyəti böyük əhəmiyyət kəsb edir. Virtual aləm sadəcə rəqəmsal sistem deyil. Virtual sözü “mümkün olan” mənasını verir (latınca: “virtus”). Virtual aləm insanın beynində formalaşmış olan ideyaların məcmusudur. Şüurda olan gerçəklik virtualdır, əslində olan gerçəklik naturaldır. İnternet isə natural gerçəkliyə deyil, virtual gerçəkliyə daxildir. Yəni internet real mövcudluq deyildir, o xəyali mövcudluqdur. Belə ki, müasir dövrimizdə bu xəyali mövcudluqda gənclər özlərini təsdiq etmək üçün sosial mediada bloqerlik fəaliyyətinə istiqamətlənirlər. Virtual olan gerçəklik ideal olan obrazın yaradılması üçün əlverişli mühit hesab olunur. Sosial media platformalarında özlərini istədikləri kimi təqdim edib, istənilən obrazı yarada bilərlər. Hətta istənilən yeni ad və ya ləqəb (“nickname”) ilə fərqli “virtual şəxsiyyət” yaratmaq mümkündür. İnternetin vasitəsilə yaradılan “virtual mən” obrazı fərdin mənlik şüurunun strukturunun ayrıca müstəqil komponentdir [9, s. 42]. Rus psixoloqları Y.M.Kuznetsova və N.V.Çudovanın tədqiqatlarının nəticələrinə görə, “virtual mən” əsasən “real mən” və “ideal mən” arasında bir mövqe tutur [7, s. 13]. “Mən” bir-birini əvəz edən, növbə ilə özünüdərkə ön plana çıxan, sonra isə müəyyən sosial şəraitdə öz aktuallığını itirən çoxsaylı mən obrazlarından ibarətdir. Sosial mediadan istifadə edən bir şəxsi xarakterizə etmək üçün “virtual mən” terminindən istifadə olunur. Bu konsepsiya, simulyasiya edilmiş virtual dünya şəraitində fəaliyyət göstərən insanın psixi vəziyyətindəki dəyişikliklər kompleksini, psixi reallığın sərhədlərini təsvir etmək üçün çox əlverişli görünür. “Virtual mən” obrazı insanın özü haqqında təsəvvürüdür, hansı ki, virtual məkanda təqdim olunur. N.N.Butrova və O.P.Tsaritsentsev qeyd edirlər ki, virtual obrazın psixoloji xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərdən biri də real dünyada təmin olmayan sosial ehtiyacları yerinə yetirmək istəyidir: ünsiyyət ehtiyacı, tanınma, özünü təqdim etmək və s. Əlverişsiz reallığı ideal virtual dünya ilə əvəz etmək imkanı reallığın insan üçün qəbul edilməz olan tərəflərini görməzdən gəlməyə və müxtəlif cəlbedici sosial rolları oynamağa imkan verir. Belə bir vəziyyət insanda “virtual mən” obrazını daha aktiv şəkildə formalaşdırmağa təkan verə bilər. Onu da qeyd etmək olar ki, “virtual mən”in əsası ikilidir.



Bir tərəfdən, “Mən obrazı”nın strukturunda bu element “ideal mən” əsasında qurulur. Lakin eyni zamanda, o, insanın yalnız virtual məkanda formalaşdırıb, reallaşdırmış olduğu müəyyən xarakter əlamətlərini özündə birləşdirən, özünüdərkin xüsusi konstrukt kimi çıxış edərək real dünyada da özünü göstərir. Xüsusilə də “virtual mən” elementlərini özündə ehtiva edən virtual obrazın qurulması “Mən obrazı”nın üç komponenti əsasında həyata keçirilir: koqnitiv, emosional və davranış (Robert Berns) [8, s. 277].

*Koqnitiv komponent.* Sosial mediada fəaliyyətin koqnitiv komponentinə şəxsiyyətin bir sıra psixi prosesləri aiddir- duyğu, qavrayış, hafizə, diqqət, təxəyyül, təfəkkür və s. Virtual qarşılıqlı əlaqə sosial media istifadəçilərinin bir-birini qavramasının psixoloji xüsusiyyətləri əsasında formalaşır, mərkəzi isə identifikasiya və adekvatlıqdır. İdentifikasiya sosial media istifadəçiləri tərəfindən bir-birindən fərqli və oxşarlıqların axtarışı prosesi kimi təzahür edir ki. Adekvatlıq qarşılıqlı əlaqə prosesində şəxslərin bir-biri haqqında formalaşdırdıqları fikirlərə uyğunluq dərəcəsi kimi başa düşülür. “Virtual mən” obrazında bu koqnitiv komponent özünəməxsus xüsusiyyətlərini saxlayır və fərdin ünsiyyətdə olduğu virtual mühitə, onun virtual sosiallaşma prosesində qarşılıqlı əlaqədə olduğu digər iştirakçılara münasibətini, düşüncələrini müəyyən edir.

*Emosional komponent.* Sosial mediada fəaliyyətin emosional komponenti mənfi və ya müsbət affektiv təcrübələri müəyyən edir. Onlar qarşılıqlı əlaqə prosesində sosial mediada istifadəçilərin fərdi psixoloji xüsusiyyətlərinin təsiri altında yaranır və özünü bəyənmə, bəyənməmə, özündən və həmsöhbətlərdən məmnunluq və ya narazılıq kimi təzahür edə bilər. Bu komponentə empatiya ilə müşayiət olunan emosional identifikasiya da daxildir- başqa bir insanın təcrübələrinə həssas reaksiya, simpatiya, iştirakçılıq. “Virtual mən” obrazında bu komponent müəyyən bir şəxsiyyətdaxili təcrübələrə meyl kimi də ifadə edilə bilər.

*Davranış komponenti.* Verbal olmayan vasitələrdən səmərəli istifadə bacarıqlarının məcmusu kimi təzahür edir. “Virtual mən” obrazında davranış komponenti müxtəlif situasiyalarda davranış variyasiyalarının seçimi və ətrafdakı virtual şəxsiyyətlərlə qarşılıqlı əlaqə kimi özünü göstərir.

Koqnitiv, emosional və davranış komponentlərinin təzahürünün psixoloji xüsusiyyətləri virtual “Mən obrazı”nın strukturunda “real mən” və “ideal mən” xassələrinin formalaşmasını müəyyən edir. “Real mən” insanın özü haqqında təsəvvürüdür, onu real fəaliyyətə sövq edir, onun həyat məqsədlərini müəyyənləşdirir, iddialar sistemini formalaşdırır. O, həmçinin digər insanlarla ünsiyyətin psixoloji xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirir, müxtəlif vəziyyətlərə uyğunlaşma strategiyalarının seçimini təyin edib, həyata keçirilməsini təmin edir. “İdeal mən” insanın özünü olmaq istədiyi, potensialını və imkanlarını reallaşdıran bir standart kimi təsəvvür etməsidir. Özünə inamın qorunması və insan fəaliyyətinin motivasiyasının saxlanması üçün vacib şərtidir. “İdeal mən” sosial rolların seçimini müəyyən edir, qarşısına uzunmüddətli məqsədlər qoyur, onlara nail olmaq üçün vasitələrin seçimini müəyyənləşdirir. Həm real həm də virtual aləmdə demək olar ki, “real mən” və “ideal mən” çox vaxt üst-üstə düşür. Sosial mediada xüsusilə bloqerlərdə isə bu iki mən obrazı (real və ideal) bir-birindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir ki, bu da müxtəlif mənfi və müsbət nəticələrə səbəb ola bilər. Məsələn, belə uyğunsuzluq bir tərəfdən ciddi şəxsiyyətdaxili konfliktlərə səbəb ola bilər, digər tərəfdən də özünü təkmilləşdirmə və şəxsi inkişaf üçün motivator rolunu oynaya bilər. Bu cür proseslərin təbiəti çox vaxt yaranmış dissonansın şərh zamanı şəxsiyyətin özü tərəfindən müəyyən edilir. Eyni zamanda, onu da qeyd etmək lazımdır ki, “real mən” “ideal mən” obrazına yaxınlaşmış olur. Bu proses zamanı ideal və real olan mən arasında qalan sahədə “virtual mən” formalaşmış olur ki, onun yaranması cəmiyyətin qlobal informasiyalaşması və internetin sosial qarşılıqlı əlaqə vasitəsi kimi meydana çıxması sayəsində mümkün olmuşdur.

“Virtual mən” insanın özü haqqında real təsəvvürləri ilə onun can atdığı yol arasında vasitəçi rolunu oynayan “real mən” və “ideal mən” obrazları arasında ara əlaqədir [10, s. 980]. Bu, real insana xas olan keyfiyyətləri və onun sahib olmaq istədiyi keyfiyyətləri özündə birləşdirən “ideal mən”ə nail olmaq üçün bir vasitədir. Sosial mediada istifadəçilər adətən arzuladıqları, olmaq istədikləri ideal (xəyali) obrazı qısa müddətdə çox asanlıqla yarada bilirlər. Belə ki, özlərini fərqli bir sosial





statusda, fərqli yaşda, fərqli görünüşdə təqdim edə bilirlər. Bu xəyali virtual obraz ilə çoxlu sayda izləyici qazanıb, bəyənmə sayını artırıb diqqət mərkəzində olmağa çalışırlar. Bu xüsusiyyətləri sosial mediada sadə istifadəçilərdən fərqli olaraq daha çox bloqerlərdə müşahidə etmək olur. Sosial media platformasında bloqerlərin yaratmış olduqları virtual obraz (“virtual mən” obrazı) ideala, arzu olunana daha çox yaxınlaşır. Belə bir vəziyyətdə onlar öz gerçək kimliklərindən uzaqlaşır, öz yaratmış olduqları virtual obrazın rolunu yaxşı mənimsəyirlər. Bu virtual obraz ilə virtual cəmiyyətdə müəyyən bir statusa sahib olurlar. Ən əsası isə yaradılan bu virtual obraz onların real həyatlarına əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir. Yaradılmış olan virtual obraz sonradan isə psixoloji problemlərin yaranmasına da səbəb ola bilər (depressiya, yalnızlıq, şəxsiyyətin deqradasiyası və s.). Çünki, “virtual mən” obrazı yalnız virtual dünya üçün yaradılmış olur və adətən gerçəkdə əksini tapmır. Bir sıra hallarda isə bu virtual obrazı real həyatda da davam etmək məcburiyyətində olurlar. Əsas şəxsiyyət daxili ziddiyyət burada baş qaldırmış olur. Onlar əvvəlki həyat tərzlərindən çıxaraq özlərinə xas olmayan yeni xüsusiyyətləri (fiziki, psixoloji) mənimsəmək məcburiyyətində qalırlar. Bloqerlər şəxsi sosial media hesablarında “ideal” bir mənzərə yaradaraq özlərinin “ən yaxşı” xüsusiyyətlərə sahib olduqlarını izləyicilərinə nümayiş edirlər. Bir müddət sonra özlərini də bu ideal obraza uyğunlaşdırmağa çalışırlar. Məsələn, introvert olan bir şəxs virtual aləmdə özünü ekstrovert kimi təqdim edir. Zamanla o gerçək həyatda da öz psixoloji rahatlığını pozaraq izləyicilərin gözləntilərinə uyğun davranmaq məcburiyyətində olur. Adətən şəkil redaktə proqramlarından (Photoshop, FaceApp, Picsart, VSCO və s.) istifadə edərək şəkillərdə ideal gözəlliyə sahib olduqlarını göstərən bloqerlər gerçək həyatda kompleks yaşamış olurlar. Onlar artıq özlərini olduğu kimi qəbul edə bilmirlər. Hətta bunun nəticəsi olaraq müəyyən estetik proseslərə əl atıb, əməliyyatlar keçirib, müvafiq prosedurlar edərək öz xarici görünüşlərini dəyişmək məcburiyyətində olduqlarını düşünürlər (çünki onlar virtual aləmdə yaratmış olduqları “ideal” obraza uyğunlaşmadıqda izləyici kütləsi tərəfindən tənqidlərə məruz qalırlar) və s. (müşahidələr göstərir ki, bir sıra tanınan xarici və həmçinin yerli bloqerlər izləyicilərin tələblərini yerinə yetirmək və virtual obrazlarına real həyatda da uyğunlaşmaq üçün ciddi və riskli əməliyyatlar keçiriblər) [5, s. 74]. Belə ki, “virtual mən” obrazı “fiziki mən” obrazında da dəyişikliyə səbəb ola bilər. Ümumi olaraq isə “virtual mən” iddiaların yüksəlməsinə və özünü qiymətləndirmənin qeyri-adekvat olmasına zəmin yaratmış olur.

## YEKUN NƏTİCƏ

“Virtual mən” obrazı “Mən”in inteqral strukturunda müstəqil modallıq kimi mövcuddur və onun məzmunu digər obrazlardan fərqlidir. Müasir dövrümüzdə müşahidələrdən görmüş oluruq ki, gənclər virtual obrazlarını daxili natamamlıq komplekslərini aradan qaldırmaq üçün asan üsul hesab edirlər. Lakin virtual obraz real obrazdan fərqləndiqcə, bu kompleksi daha da ağırlaşmış olur. Yəni gənclərdə sağlam şəkildə özünüqiymətləndirmə deyil, sadəcə iddia səviyyələri yüksəlmiş olur. Sosial medianın inkişafı gənc nəslin sosiallaşması və virtual şəxsiyyətin formalaşması problemləri ilə müşayiət olunur. “Virtual mən” prinsipinə yeni olan və buna görə də kifayət qədər öyrənilməmiş bir fenomendir. İnternet mühitində sosiallaşmanın xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi zəruridir, çünki o, yaş inkişafının yeni formalarını təyin edir, yeniyetmə və gənclərin sosial münasibətlər haqqında vəzifələrini və fikirlərini dəyişdirir, onların şüurunda sonrakı yaş mərhələlərinin ideal görüntüsünü dəyişdirir, şəxsiyyətin formalaşmasına əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir.

Sosial media platformalarında insanlar asanlıqla özlərinin ideal obrazını yarada bilirlər ki, bu da real obrazla müqayisədə daha az orjinaldır, çünki o, fərdin şəxsi keyfiyyətlərin xəyali, ideallar toplusunu əks etdirir. Əsasən də virtual məkana çıxmaq real həyata marağın itməsi ilə təhlükəli hal alır və şəxsiyyətin hərtərəfli inkişafına təhlükə yaradır. Gənclər sosial media platformalarında çox vaxt keçirərək həyat istiqamətlərini itirə bilər və ümumi standart “qəlibləri” mənimsəyə bilərlər. Çünki, “virtual mən” ideallar toplusudur ki, bu bir çox insanlarda bənzərdir və hətta eynidir. İnternet mühitində sosial disinhibisiya sosial media platformalarında qarşılıqlı əlaqənin mənəvi və etik səviyyəsini əhəmiyyətli dərəcədə azalmasına gətirib çıxarmış olur.



## ƏDƏBİYYAT

1. Bayramov, Ə.S. Psixologiya / Ə.Bayramov, Ə.Əlizadə – Bakı: Çinar, – 2011. – 620 s.
2. İsmayılov, N.V. Psixiatriya dərslisi / N.V.İsmayılov. – Bakı: Maarif, – 2004. – 582 s.
3. İsmayılov, N.V. Tibbi psixologiya və psixoterapiya / N.İsmayılov, F.İsmayılov – Bakı: Maarif, – 2008. – 416 s.
4. Seyidov, S.İ. Psixologiya / S.Seyidov, M.Həmzəyev – Bakı: Nurlan, – 2007. – 551 s.
5. Özdemir, Ş. Sosial medya psikolojisi / Ş.Özdemir, G.Türk – Ankara: Nobel, – 2020. – 100 s.
6. Tarhan, N. Sosial medya psikolojisi / N.Tarhan, A.Ünal – İstanbul: Der, – 2021. – 400 s.
7. Анищенко, Ю. Образ Я-виртуальное в структуре когнитивного компонента Я-концепции // Современные прикладные направления и проблемы психологии: материалы науч. Конф, – 2010. – с. 12-14.
8. Зекерьяев, Р. Психологические особенности компонента «я-виртуальное» в структуре образа «я» подростков в социальных сетях // Проблемы современного педагогического образования, – 2019. №62, – с. 275-278.
9. McCreery, M. Personality, presence, and the virtual self: A five-factor model approach to behavioral analysis within a virtual environment / M.McCreery. – Las Vegas: UNLV, – 2011. – 120 p.
10. McCreery, M., Krach, K., Schrader, P. Defining the virtual self: Personality, behavior, and the psychology of embodiment // Computers in Human Behavior, – 2012, 28, – p. 976-983.

**ANALYSIS OF "SELF-IMAGE" AND SELF-ESTEEM IN SOCIAL MEDIA  
("VIRTUAL SELF")**

**A.S. Mutallimzada**

In our modern era, thanks to the development of the network 2.0 (Web 2.0) technology, social media platforms have already become a part of our daily life (Instagram, Facebook, X (formerly Twitter), YouTube). Of course, thanks to the rapid development of social media, communication between people, obtaining information (books, newspapers, etc.), marketing, sales, distance education, etc. issues have become more convenient and accessible. However, considering that technological development has positive effects on people as well as negative effects, it is necessary to conduct more scientific research in this direction and to search for new methods and ways to reduce these negative effects. The presented article focused mainly on these topics, and the impact of social media on "Self-concept" was analyzed in detail. So, the most noticeable problem nowadays is that social media users usually act like someone they are not in real life. It can already be said that most social media users use their accounts as a kind of "exhibition" (going to restaurants, travel, entertainment, sports, etc. activities just to share something new and interesting on their social media account) and to create an "ideal image" for their followers. they yearn for. Basically, when they are engaged in any activity, they cannot act according to the "here and now" principle, even if they do not enjoy the activity they are doing at that moment, the main thing is to catch the "ideal shot" and just share that shot on their social media accounts and convince their followers that it is "interesting". " and had a "fun" day. "Playing to the crowd" in the virtual world creates a gap between the images of the "ideal self" and the "real self" and has a significant impact on self-esteem. Thus, in the presented article, "self-image" and self-esteem in social media are analyzed in detail.

**Keywords:** *social media, social network, virtual world, self-concept, "self-image", "ideal self", "real self", "virtual self", self-esteem, blogger, social media influencer*



## АНАЛИЗ «ОБРАЗ Я» И САМООЦЕНКИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА («Я-ВИРТУАЛЬНОЕ»)

А.С. Муталлимзада

В современную эпоху, благодаря развитию технологии сети 2.0 (Web 2.0), платформы социальных сетей уже стали частью нашей повседневной жизни (Instagram, Facebook, X (ранее Twitter), YouTube). Конечно, благодаря бурному развитию социальных сетей вопросы общения между людьми, получения информации (книг, газет и т. д.), маркетинга, продаж, дистанционного образования и т. д. стали более удобными и доступными. Однако, учитывая, что технологическое развитие оказывает на людей как положительное, так и отрицательное воздействие, необходимо проводить больше научных исследований в этом направлении и искать новые методы и способы снижения этих негативных последствий. Представленная статья была сосредоточена в основном на этих темах, а влияние социальных сетей на «Я-концепцию» было подробно проанализировано. Итак, наиболее заметная проблема в настоящее время заключается в том, что пользователи социальных сетей обычно ведут себя как те, кем они не являются в реальной жизни. Уже можно сказать, что большинство пользователей социальных сетей используют свои учетные записи как своего рода «выставки» (походы в рестораны, путешествия, развлечения, спорт и т.д. просто для того, чтобы поделиться чем-то новым и интересным в своей учетной записи в социальных сетях) и для создания «идеальный образ» для своих последователей. они жаждут. По сути, когда они занимаются какой-либо деятельностью, они не могут действовать по принципу «здесь и сейчас», даже если они не получают удовольствия от деятельности, которой занимаются в этот момент, главное – поймать «идеальный кадр» и просто поделиться этим снимком в своих аккаунтах в социальных сетях и убедите своих подписчиков, что это «интересно». и провел «веселой» день. «Игра на публику» в виртуальном мире создает разрыв между образами «идеального себя» и «реального себя» и существенно влияет на самооценку. Так, в представленной статье подробно анализируются «образ Я» и самооценка в социальных сетях.

**Ключевые слова:** *социальная медиа, социальная сеть, виртуальный мир, «Я-концепция», «образ Я», «Я-идеальное», «Я-реальное», «Я-виртуальное», самооценка, блоггер, инфлюенсеры в социальных сетях*