

УДК 159.922.27+165.242.1

К 17

Наталія КАЛЬКА

Лідія ОРИЩИН

ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕТЕРМІНАНТ СЕЛФІ У СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

У статті проаналізовано причини зростання популярності селфі серед студентів. Представлено результати емпіричного дослідження розповсюдженості цього феномену серед молоді. Описано основні причини захоплення автофотографуванням, серед яких зростання нарцисизму, прагнення до самопізнання, засіб самоідентичності, а також один із сучасних шляхів комунікації.

***Ключові слова:** Я-концепція, ідентичність, самопізнання, самопрезентація, самореклама, віртуальне «Я», нарцисизм, імідж, візуальна комунікація, селфі.*

***Постановка проблеми.** За останні роки у зв'язку зі стрімким зростанням популярності соціальних мереж та файлообмінників з елементами соціальних мереж особливого захоплення серед молодих людей набуває мобільне автофотографування, відоме як селфі.*

Бум селфі підтверджує унікальний феномен, що пов'язаний із бажанням майже кожного інтернет-користувача транслювати свою приватну інформацію через мережі. Беззаперечно, реальність для багатьох стає засобом формування віртуального «Я» особистості. Візуальний зміст повідомлень, що стосуються особистого життя, побуту, емоцій, проведення часу, а інколи і повсякденних та дріб'язкових справ, які користувачі демонструють за допомогою селфі, підтверджують факт

інтернет-активності, що відповідно відображає їхню соціальну активність. Проте більшість користувачів не живуть реальним життям, а нібито працюють на власні контенті в мережі. Основною проблемою в цьому випадку є свідоме зосередження більшості молодих осіб на активності в мережі, що призводить до відриву від суспільного життя. Нестримне бажання публікувати власні фотографії у мережі, оцінювати світлинами інших успішно замістила потребу в суспільній рефлексії, у бажанні живого спілкування, наповнення власного життя справжніми непідробними емоціями, а не тисячами смайликів.

Активне розповсюдження селфі серед молоді детермінувало потребу наукового обґрунтування психологічних причин його виникнення, адже це новий факт психічної реальності сучасних юнаків і дівчат.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У дослідників феномен селфі викликає все більше зацікавлення. Науковці акцентують увагу на певних особливостях цього феномену, особистісних чи соціальних, що впливають на зростання популярності селфі як масового соціального явища. Так, на думку К. Томсона, селфі слід розглядати з точки зору еволюції нарцисизму особистості, який реалізується засобами селфі в силу розвитку цифрових каналів поширення інформації. Селфі стає швидким та доступним способом заявити про себе та своє місце у суспільстві. Проте зловживання частотою та кількістю зроблених фотознімків є ризиком розвитку селфізму вже як певного виду залежності особистості [3].

Трактування селфі в зрізі тільки еволюції нарцисизму заперечує Н. Карр. Він вважає, що сучасна людина створює стрічку новин про себе та конструює власний імідж за допомогою селфі, відповідно людина стає частиною медіа. Селфі розглядається ним як функціональний нарцисизм, який необхідний середньостатистичному користувачеві, щоб про нього почули і дізналися. Селфі є найзручнішою формою, що дає змогу швидко вмонтувати себе в світовий потік даних [4].

Ще один із варіантів потреби у селфі є прагнення до самопізнання і самовдосконалення вважає Дж. Кілнер. Селфі, на його думку, є інструментом внутрішнього дослідження власного «Я». Також селфі

успішно допомагає людині «сфальсифікувати себе», редагувати свій образ таким чином, щоб відповідати власному уявленню про себе.

У концепції Дж. Оуллет селфі розглядається як віртуальний аналог матеріальних тотемів (сувенірів, постерів, іграшок), завдання яких поєднати зовнішній світ із внутрішнім, одна із форм особистого перфоменсу, у якому реалізується самоідентичність особистості та можливість представити себе у «привабливому світлі» для навколишніх. З точки зору цієї концепції, селфі можна розглядати як рекламу, за допомогою якої особистість прагне «продати» себе соціуму. Селфі є найкращим варіантом реалізації внутрішньоособистісної стратегії «здаватися, а не бути» [цит. за : 3].

Б. Худ у книзі «The Self Illusion: How the Social Brain Creates Identity» пояснює селфі як процес нової суб'єктивності, який є неминучим в силу розквіту технологій [9]. Зважаючи на те, що сучасна людина максимально прив'язана до них, вони є її штучним продовженням. Тому комфортний режим співіснування з технологіями якраз і відображається через селфі. Селфі, на його думку, – один із найдоступніших і оперативних варіантів гуманізації технологій.

А П. Рутледж розглядає феномен селфі не як ідентифікацію, а як комунікацію, де селфі є повідомленням, запрошенням до діалогу, прагненням до схвалення чи обговорення дій. Селфі – засіб візуальної комунікації, де фото є інколи потужнішим стимулом, ніж слово. У цьому випадку селфі стає зручним та ефективним способом швидкого спілкування, який дає змогу підкреслювати індивідуальність [цит. за : 5].

Метою статті є представлення результатів емпіричного дослідження основних мотивів і детермінант селфі серед сучасної студентської молоді.

З метою апробації та підтвердження припущень про значення селфі у житті сучасної молоді, було опитано 50 студентів четвертого курсу факультету психології Львівського державного університету внутрішніх справ віком від 20 до 22 років різної статі.

Більша частина досліджуваних – особи жіночої статі (84,4 %), представники чоловічої статі склали 15,6 % опитаних. Досліджуваним було запропонована анкета, що містила запитання, які стосу-

валися ставлення до селфі та основну мотивацію захоплення ним серед молоді.

На запитання «Яке значення має селфі у житті» були отримані такі відповіді: 44,1 % студентів в такий спосіб розповідають про себе; для 38,1 % – це спосіб самовираження; 11,8 % вважають селфі можливістю заявити про себе в Інтернеті а для 5,9 % – спосіб стати популярним (див. табл. 1). Отже, можна твердити, що більшість студентів вибирають селфі як можливість заявити про себе іншим.

Таблиця 1

Значення селфі у житті досліджуваних

Селфі для мене, це	%
спосіб виразити себе	38.1
я так розповідаю про себе	44.1
спосіб стати популярним	5.9
спосіб «засвітитися» в Інтернеті	11.8

Також, розміщуючи селфі в Інтернеті, більшість досліджуваних розраховують на зацікавлення представників протилежної статі (45,2 %), четверта частина досліджуваних не тривожиться з приводу коментарів під фото (25,8 %), п'ята – кількістю уподобань власної світлини (19,4 %). Детальний аналіз цих даних представлено у таблиці 2.

Таблиця 2

Мотивація розміщення селфі у мережі

Розміщуючи селфі мене найбільше цікавить	%
кількість «лайків»	19.4
кількість «коментів»	3.2
що саме пишуть у коментах	25.8
зацікавлення представників протилежної статі	45.2
зацікавлення представників моєї статі	6.5

При розміщенні селфі значній частині опитаних (53,7 %) важливо показати та акцентувати увагу на обличчі (див. табл. 3).

Таблиця 3

Важливість обличчя на селфі

Роблячи селфі для мене важливо показати обличчя	%
ні	46.3
так	53.7

При цьому досліджувані студенти вважали, що демонстрація тіла на селфі немає значення (95,1 % опитаних) (див. табл. 4), важливіше на селфі проілюструвати власні емоції для третини опитаних студентів (29,3 %), тобто для студентів важливо через селфі продемонструвати стани та переживання, які їм властиві.

Таблиця 4

Важливість емоцій на селфі

Роблячи селфі для мене важливо показати емоції	%
ні	70.7
так	29.3

Для опитаних маловажливими для демонстрації на селфі є інші люди, тобто їхня увага зосереджена на власній персоні (92,7 %) (див. табл. 5). Зосередженість на собі та своїх переживаннях забезпечує відчуття суб'єктивного благополуччя і бажання поділитися цим з іншими. При цьому інші лише спостерігачі, а не активні учасники селфі. Важливість для незначної частини досліджуваних наявність навколишніх відображає ситуацію соціальної спрямованості молоді.

Важливість оточення та інших осіб на селфі

Роблячи селфі для мене важливо показати оточення, інших людей	%
ні	92.7
так	7.3

Переважаюча більшість опитаних осіб при виконанні селфі не концентруються на демонстрації докільця (70,7 % опитаних студентів), що ще раз підтверджує факт важливості зобразити себе. При цьому більша половина студентів-психологів із зацікавленням ставляться до селфі інших (62,5 %). Інколи такі селфі викликають захоплення (12,5 %), часом бажання позитивно прокоментувати (12,5 %) або ж прокоментувати негативно (12,5 %) (див. табл. 6).

Ставлення до селфі інших осіб

Селфі інших людей	%
Цікавлять	62.5
викликають захоплення	12.5
викликають бажання прокоментувати позитивно	12.5
викликають бажання прокоментувати негативно	12.5

При перегляді селфі інших осіб передовсім опитані студенти звертають увагу на загальний образ (36,4 %) та на обличчя і його деталі (34,1 %), потім на деталі та естетику (20,5 %) і зовсім мало уваги приділяють оточенню (9,1 %) (див. табл. 7).

Таблиця 7

Аналіз селфі інших осіб

Коли я переглядаю селфі інших людей, перш за все звертаю увагу	%
на загальний образ	36.4
на деталі і естетику	20.5
на оточення	9.1
на обличчя і його деталі	34.1

При завантаженні селфі у соціальні мережі 47,3 % студентів робить їх доступними для перегляду тільки для групи «друзі» у цій мережі, проте 39,5 % дозволяє публічний доступ до власних фото, 7,9 % студентів роблять селфі доступними тільки для себе та 5,3 % для обмеженого кола друзів у мережі (див. табл. 8).

Таблиця 8

Доступ до власного селфі

Коли виставляю селфі, роблю їх видимими	%
Публічно	39.5
тільки для друзів	47.3
тільки для обмеженого кола друзів	5.3
тільки для себе	7.9

Тому можемо переконливо стверджувати, що селфі є можливістю презентації себе у зручний спосіб для інших, зокрема для друзів.

Для 55,3 % досліджуваних психологів важливо викласти у Мережу тільки найкращі фото та значна частина студентів (39,5 %) викладають тільки деякі вибіркові фото, залежно від настрою. 5,3 % демонструють тільки ті фото, які тематично пасують до мережі (див. табл. 9).

Преференції у виборі селфі для демонстрації

Роблячи селфі стараюся виставити у мережу	%
тільки найкращі фото	55.3
тільки фото, що тематично пасують в даний час, до мережі	5.3
деякі, вибірково, залежно від настрою	39.5

Ці результати свідчать про бажання презентувати себе з кращого боку, а також формування власної позитивної «Я-концепції» чи корекції негативної «Я-концепції».

Серед усіх фото, викладених у соціальні мережі, у 34,2 % досліджуваних переважають винятково особисті фото. Для 26,3 % не суттєво чи на селфі представлені тільки вони чи разом із іншими людьми. 13,2 % студентів селфі з іншими людьми виставляють частіше, ніж власні. Така сама кількість досліджуваних розміщують винятково селфі з іншими людьми. Найменший показник має орієнтація тільки на своє селфі – 5,3 % (див. табл. 10).

Преференції у виборі селфі для демонстрації

Роблю селфі з іншими людьми	%
частіше за своє	13.2
однаково часто як і своє	7.9
розміщую селфі виключно з іншими людьми	13.2
своє селфі переважає	34.2
для мене не суттєво чи на селфі тільки я чи разом з іншими людьми;	26.3
роблю тільки своє селфі	5.3

При виконанні селфі для 40 % студентів від загальної вибірки важливо показати усі деталі, для 35 % – найбільш вагомою є тільки центральна фігура та для 25 % – деталі не такі суттєві, важливим є сам факт фото.

Цікавим видається ставлення опитаних студентів-психологів до негативних коментарів під розміщеними фото, оскільки саме вони є соціальним аспектом у селфі і забезпечують механізм зворотного зв'язку. Для значної частини студентів не мають жодного значення, іншу частину – негативні коментарі до їхніх фото засмучують (32,5 %), відчувають злість при наявності таких коментарів тільки 5 % опитаних. 15 % майбутніх психологів мають звичку відписувати на негативні коментарі під їхніми селфі, навпаки, 5 % опитаних ніколи не відписують у такій ситуації (див. табл. 11).

Таблиця 11

Ставлення до негативних коментарів

Негативні коментарі під фото	%
засмучують	32.5
викликають злість	7.5
мені байдужі	40.0
завжди відписую в такій ситуації	15.0
завжди не відписую в такій ситуації;	5.0

Тому кожне із селфі дає можливість через коментарі (позитивні чи негативні) «отримати оцінку» для власного фото, а таким способом і оцінку своєї індивідуальності.

Висновки. За результатами емпіричного дослідження селфі серед студентів очевидно, що воно є засобом презентації власного «Я» для інших, оскільки вже сам факт розміщення фото в соціальних мережах передбачає демонстрацію та популяризацію себе для навколишніх.

Для більшості студентів у селфі важливим є не стільки показати свою зовнішність, скільки емоції, які вони переживають. Хоча при

розміщенні селфі акцентувати увагу на обличчі, а все інше вважають другорядним.

Переважає більшість студентів намагаються виставити у мережах тільки фото, де вони самі, і звісно, відбирають з них найкращі, щоб якомога позитивніше презентувати себе для інших.

Більшість студентів настільки задоволені презентованими фото у мережах, що жодним чином не реагують на негативні коментарі стосовно фотографій. Проте всі студенти використовують селфі як можливість заявити про себе іншим саме в такий спосіб, який дає їм змогу учергове поглянути на себе і показати іншим себе у зручному ракурсі, аби забезпечити якомога краще сприймання власного «Я».

Перспектива дослідження полягає у з'ясуванні емпіричним шляхом впливу основних складових Я-концепції, таких як самоствавлення, самоповага і самооцінка на рівень захоплення селфі.

Література

1. Абдулин А.Г. Образ «Я» как предмет исследования в зарубежной и отечественной психологии / А.Г. Абдулин, Е.Р. Тумбасова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия Психология. – 2012. – № 6. – С. 4 – 10.
2. Агапов В.С. Возрастная репрезентация Я-концепции личности / В.С. Агапов // Вестник РУДН. Серия «Психология и педагогика». – 2003. – № 1. – С. 90 – 97.
3. Биргер П. Пользователи становятся идиотами. Главные теории селфи [Электронный ресурс] / П. Биргер. – Режим доступа : <http://slon.ru/biz/1100720/>. – Назва з екрана.
4. Голубь О.В. Я-концепция как экзистенциальное ядро личности, обеспечивающее ее внутреннюю самоорганизацию и саморегуляцию / О.В. Голубь // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 11 : Естественные науки. – 2012. – № 3. – С. 94 – 100.
5. Гаспарян А. Синдром селфи. Селфи – дурная привычка или психическое заболевание [Электронный ресурс] / А. Гаспарян. – Режим доступа : <http://www.eltuicia.ru/sindrom-selfi-selfi-durnaya-privychka-ili-psixicheskoe-zabolevanie.html>. – Назва з екрана.
6. Дудкина А. Почему мы делаем селфи? [Электронный ресурс] / А. Дудкина. – Режим доступа : <https://drive.google.com/file/d/0B04m2iSS67hBTWIOdnZHUKRXOWc/view?pli=1>. – Назва з екрана.
7. Журенков К. Со всеми на «Я» [Электронный ресурс] / К. Журенков. – Режим доступа : <http://www.kommersant.ru/doc/2785887>. – Назва з екрана.

8. Филипенко Л.В. Увлеченность селфи – признак психического заболевания [Электронный ресурс] / Л.В. Филипенко. – 2014. – Медголос. – Режим доступа : <http://www.infoniac.ru/news/Uvlechennost-selfi-priznak-psihicheskogo-rasstroistva.html>. – Назва з екрана.

9. Худ Б. Иллюзи «Я», или игры, в которые играет с нами мозг / Б. Худ. – М. : Эксмо, 2015. – 384 с.

10. Штольц А. Посміхайтесь – вас знімає власна камера [Електронний ресурс] / А. Штольц, Д. Білик. – Режим доступу : <http://www.dw.de>. – Назва з екрана.

Калька Наталья, Орыщин Лидия. Исследование детерминант селфи у студенческой молодежи. В статье проанализированы причины роста популярности селфи среди студентов. Представлены результаты эмпирического исследования распространенности этого феномена среди молодежи. Описаны основные причины увлечения автофотографированием, среди которых рост нарциссизма, стремление к самопознанию, средство самоидентичности, а также один из современных путей коммуникации.

Ключевые слова: Я-концепция, идентичность, самопознание, самопрезентация, виртуальное «Я», нарциссизм, самореклама, имидж, визуальная коммуникация, селфи.

Kalka Nataliya, Oryshchyn Lidiya. The Research on Students' Selfie Determinants. The authors of the article analyze the causes of self growing popularity among students. The basic reason self-portraiting, including the growth of narcissism, the desire for self-identity and self-knowledge, modern way of communication.

Some researchers believe that the self is a successful means of self-promotion in the modern world, helping to successfully «sell» his own individuality.

The research's results prove the main reasons for the popularity selfie among students is demonstrate itself by others.

For most students in selfie important demonstrate their emotions, not their mien. When placing self prefer to show the face, and in fact, it is the most «informative» in the analysis of personality.

When students downloading selfie in social networks almost half of the students making them available for viewing only group «friends», but

much of allowing public access to your photos, very few students make self available only for themselves and for a limited circle of friends online.

Students accommodate only the best photos in the networks, and mostly where they share the photo.

All students don't interest in negative comments on photos and does not react to them.

As for the self of others, respondents most students pay attention to the overall image, the face and its parts, and later at the detail and esthetics and pay very little attention to environment.

All students use selfie as an opportunity to express themselves to others in such a way that allows them to look again at themselves and show themselves in other convenient angle to provide the best possible perception of his own «I».

Key words: I-concept, identity, self-knowledge, self-presentation, self-advertisement, virtual «I», narcissism, prestige, visual communication, selfie.