

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ФЕНОМЕНА СЕЛФИ КАК МОДНОГО УВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Веревоchkina Наталья Андреевна
студент

Бочанцева Людмила Ивановна
кандидат психологических наук

Тюменский государственный университет, Ишим

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме селфи как модного увлечения среди молодежи. Данную проблему авторы рассматривают в психологическом аспекте.

Ключевые слова: селфи, самопрезентация, самовыражение, внешний облик, молодежь, виртуальное пространство.

PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF STUDYING SELFIE PHENOMENON AS TRENDY HOBBY AMONG YOUNG PEOPLE

Verevchikina Natalia Andreevna
student

Bochantseva Lyudmila Ivanovna
candidate of psychology

Tyumen State University, Ishim

Abstract. This article deals with the problem of selfie as trendy hobby among young people. The problem, the authors consider the psychological aspect.

Keywords: selfie, self-presentation, self-expression, appearance, youth, virtual space.

В настоящее время практически отсутствуют научные публикации, посвященные психологическому аспекту изучения проблемы селфи как модного увлечения среди молодежи. Интерес к данной проблеме возрастает в связи с широкой популярностью социальных сетей и мобильных телефонов среди молодежи. Невозможно представить современную молодежь, которая не фотографируется сама, не фотографирует своих друзей, а также и не публикуют информацию о своей личной жизни на своих страницах и пабликах.

Что же такое селфи? Селфи (от англ. self – сам, себя, лично) представляет собой разновидность автопортрета, когда человек фотографирует сам себя с расстояния вытянутой руки, чаще всего, на мобильный телефон.

Явление селфи в кругозор психологов попал не так давно. Ученые установили, что избыточное увлечение молодежи селфи приводит трудностям адаптации, а также свидетельствует о наличии неадекватной самооценки. У лиц, увлекающихся селфи, был выявлен очень низкий уровень самооценки или, наоборот, наличие завышенной самооценки – признаков нарциссизма. При этом они очень часто сравнивают себя с другими, что в свою очередь негативно сказывается на их психологическом благополучии, способствует формированию невротических расстройств личности.

Тем не менее интерес ученых психологов к данной проблеме не угасает, что обуславливает актуальность изучения проблемы селфи как модного увлечения молодежи и наш интерес к ней.

Если говорить об истории данного явления, то нужно отметить, что сотрудники Оксфордского университета в 2013 г. слово «selfie» назвали - словом года, в связи с ростом его употребления в речи. В русском варианте его используют как «автопортрет» или «самощелк». Особенность данного феномена заключается в том, что чаще всего он выполняется через зеркало или с расстояния вытянутой руки, и является спо-

собом самопрезентации себя в интернет пространстве и таких социальных сетях как vk, facebook, instagram.

Как отмечают В.А. Лабунская и О.А. Герасимова «конструирование внешнего образа, которое трактуется как конструирование облика для других или переконструирование образа у самого себя о себе и о себе у других, является всегда связанным с определенными моментами в жизни» [1]. Авторы указывают на то, что внешний облик не только раскрывает его гендерную, возрастную идентичность другим социально-психологический образ личности, указывает на стратификационные характеристики, но отраженный самим субъектом, интерпретируемый и оцениваемый им, внешний облик раскрывает «Я» личности для нее самой, а отношение к своему внешнему облику, его оценка становятся показателями отношения к себе личности, показателями ожидаемых отношений со стороны [1]. Е.В. Белугина отмечает что, сам облик формирует образ гендерной идентичности партнера по общению, выступает регулятором гендерных отношений в общении, конструирует гендерную идентичность субъекта вовне, является репрезентацией социальных конструктов фемининности - маскулинности. По словам В.А. Лабунской «внешний облик становится важным средством построения выделения и распознавания определенных социальных групп, типологий, страт, описания стилей жизни. Способом визуальной коммуникации и стратификации становится внешний облик человека» [3].

Таким образом, одним из способов визуальной коммуникации является самопрезентация в форме авто-фотопортрета, способом рассказа о себе, а также регуляции взаимодействия с другими членами виртуального сообщества. Нужно сказать, что составляющая «фотовизуализации жизненных событий», дает возможность создания «визуальной социально-психологической» истории каждого человека [5].

В зависимости от того, где и как сделан селфи, выделяют его новые формы и названия. Считаем необходимым рассмотреть некоторые разновидности данного увлечения:

- релфи – фото с молодым человеком;
- лифтлук – кадр в зеркале лифта;
- дакфейс – «утиное лицо» (с вытянутыми губами, что очень свойственно для девушек);
- белфи – фото своих ягодич;
- шуфиз – на различном фоне фотографии ног в обуви;
- экстрим-селфи – при занятии экстремальными видами спорта, таких людей называют «руферы».

В работе Е.А. Гриньковой [2] представлены 6 основных типов селфи: селфи со знаменитостью; «здоровое селфи» (в тренажерном зале или с иными атрибутами фитнеса и спорта); селфи с едой; селфи в примерочной (сюда также относятся фотографии сделанные дома в момент примерки разных нарядов); селфи на пляже (или другом месте отдыха) и селфи-уточки (с характерно вытянутыми губами). Как мы видим, в приведенных классификациях селфи есть общие схожие виды.

Современная молодежь использует каждый из вышеперечисленных видов селфи. Если раньше на улице странно было встретить человека, который фотографирует себя сам, то в настоящее время данная ситуация кажется вполне нормальной. Причем люди не видят границ, они делают селфи, где им хочется, и мысль, что подумают о них другие, стала не актуальной, ведь и «другие» делают то же самое.

Феномен selfie объясняется пониманием функционирования моды, которое с первых дней было вплетено в развитие массовой коммуникации и массовой культуры. Мода – не только средство общения между людьми, но и средство демонстрации социального статуса. Считаем, что свободное функционирование моды на селфи стало возможным из-за высокого развития телеканалов. Селфи создает ложное впечатление о

себе, но ложным оно становится под давлением, а не сознательно. Люди осознают, что такими, какие они есть, их не всегда примут, поэтому выгоднее сделать себя таким, каким необходимо быть для той группы лиц, с которыми есть желание получить контакт. Вышеизложенное дает возможность утверждать, что в психологическом аспекте селфи – это стремление человека показать окружающим свои индивидуальные и личные особенности, с целью осознания определенных представлений о себе, как о личности.

Данный феномен селфи является примером взаимного подражания. Под подражанием, психологи, понимают воздействие через демонстрацию наглядных, конкретных образов поведения и подразумевают их воспроизведение и принятие. Подражание – это система неких приемов, которые стимулируют некритическое воспроизведение доступных образцов поведения.

Красивые селфи, и их множество «лайков» выделяет человека на общем фоне, а также дает возможность сравняться с тем, кто выше статусом. Следовательно, селфи способствует самоутверждению людей, что приобретает высокий статус в юношеском, подростковом возрасте.

Одним из высоких показателей современного образа жизни является мода на селфи. Крайне важно отличать инфантильность человека от удачной саморекламы себя. К тому же такой способ самовыражения является простым, так как сделать удачную фотографию, с современным «навороченным» телефоном, не так уж и трудно. После фотошопа и занесения фотографии в социальную сеть, люди ожидают положительной реакции, что в принципе подтверждает ожидаемый результат, так как оценивание фото у молодежи уже перешло в условный рефлекс. Критика и оценка, позволяет себя ощутить компетентным в различных областях, защитить себя.

Таким образом, феномен селфи является распространённым среди молодежи в интернет пространстве. Увлечением селфи занимаются в

основном молодые люди, для которых оно является одним из путей самовыражения и неким «диалогом» с внешним миром.

Анализ научных публикаций на данную тематику показал, что данный феномен только начал активно изучаться в различных науках – философии, психологии, социологии и др. В настоящее время практически отсутствуют научные публикации, посвященные психологическому аспекту изучения проблемы селфи как модного увлечения среди молодежи. В некоторых из них представлены лишь отдельные аспекты данного феномена, и потому не представляют целостный образ данной характеристики. Мы убеждены, что данный феномен находится на начальной стадии своего развития и потому незаслуженно остается за пределами научных исследований. Феномен селфи, как модное увлечение молодежи, требует более глубокого психологического изучения.

Список использованных источников

1. Герасимова О.А., Лабунская В.А. Влияние выраженности феминности-маскулинности на самооценки компонентов внешнего облика на различных этапах жизненного пути //Северокавказский психологический вестник. 2004. № 2. С. 131-137.
2. Гринькова Е.А. Селфи – взгляд на историю культурного феномена // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2015/01/40930>
3. Лабунская В.А. «Видимый человек» как социально-психологический феномен // Социальная психология и общество. 2010. № 1. С. 26-39.
4. Погонцева Д.В. Презентация в социальной сети как создание виртуальной татуировки // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2013. № 1. С. 92-98.
5. Погонцева Д.В. Самопрезентация в киберпространстве // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2012. № 2 (4). С. 66-72.
6. Погонцева Д.В. Формирование впечатления средством виртуального общения // Концепт. 2013. № 1 (январь). С. 86-90. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2013/13018.htm>

ISSN 2415-3044

Актуальные вопросы психологии
Вкл. в РИНЦ (Лицензионный договор № 241-04/2015 от 17.04.15)