

ФЕНОМЕН СЕЛФІ ЯК СПОСІБ ПРЕЗЕНТАЦІЇ «Я» У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

Надано інформацію про актуальний феномен у сучасному суспільстві – селфі, що стрімко набуває популярності серед користувачів соціальних мереж. Вивчено основні психологічні детермінанти та причини селфі. Описано основні підходи в трактуванні селфі як засобу презентації власного «Я» у віртуальному просторі. Зауважено, що спроба втечі від реального образу «Я» за допомогою селфі є однією з причин формування неадекватної самооцінки особистості, відсутності позитивного сприйняття себе особистістю.

Ключові слова: Я-концепція, самосвідомість, самопрезентація, Я-реальне, Я-ідеальне, Я-віртуальне, Я-образ, селфі.

Постановка проблеми. Уявлення про власне «Я» впливає на формування та розвитку гармонійної особистості загалом. Формування та утвердження позитивної Я-концепції стає запорукою повноцінного сприйняття себе та навколишнього світу. Становлення Я-концепції як вияву самосвідомості особистості тісно пов'язане із формуванням її Я-образу.

На сучасному етапі комп'ютеризації і «віртуалізації» світу виникають нові форми презентації власного «Я», що фокусуються у площину віртуальності і значно впливають на формування Я-концепції особистості.

Оскільки Я-образ – це системне самоуявлення, що ґрунтується на когнітивних та емоційних компонентах соціальної взаємодії, відповідно соціальні мережі (Вконтакте, Однокласники, Facebook, Twitter) та різноманітні додатки, такі як Instagram, стають джерелом і можливістю презентації власного «Я».

Віртуалізуючи свій Я-образ, реальна особистість роз'єднує своє «Я» на багато віртуальних похідних, які пов'язані з демонструванням тієї сторони, до якої вона прагне привернути увагу.

Дедалі частіше люди обмінюються не тільки інформацією, фотографіями, спілкуються, а презентують себе за допомогою автофотографування, більш відомого як селфі. Надмірний потяг до такого виду фотографування і відповідно демонстрування цього в мережі стає предметом досліджень не тільки зарубіжних учених, а й вітчизняних психологів.

Невербальний спосіб передавання інформації через фотографування власного емоційного стану, внутрішнього світу, особливостей самосприйняття, прагнень, уподобань дає змогу проникнути у тонкощі та лабіринти особистості, оскільки, як правило, неусвідомлено чи свідомо, за допомогою селфі презентується достатньо особиста інформація, яка впливає на створення віртуального образу особистості.

Тому з'ясування основних мотивів захоплення селфі, вивчення причин, що спонукають до постійного самофотографування, залишається на вістрі наукових зацікавлень численної кількості дослідників.

Стан дослідження. Чимало психологічних підходів намагаються висвітлювати цей феномен у соціальному контексті. Так, розглядаючи соціальний аспект селфі, П. Рутлед стверджує, що в особистості працює механізм потурання своїм слабкостям, пошуку уваги і залежності від соціуму, що призводить до нарцисизму, або до вкрай низької самооцінки [7]. Тому прояви нарцисизму в Інтернеті можуть бути лише стратегією презентації себе, яка компенсує дуже низьку і слабку самооцінку. Це призводить до спотворення реальності й нарцисичного самообману.

Цифровий нарцисизм дуже швидко заповнює особу, вона стає заручником свого віртуального Я-образу, постійно дбаючи про його вдосконалення. К. Ліберман, психолог у сфері електронних комунікацій, зазначає, що неабиякого поширення в сучасному світі набуває тенденція до самозамилування, оскільки за допомогою самофотографування особистість надсилає у віртуальний простір месидж про невгамовне бажання привернути увагу [6]. Італійський психоаналітик М. Рекалькаті констатує, що люди припинили фотографувати світ, який слугує їм лише декорацією. Відчуваючи себе нікчемними, вони більше одержимі самозамилуванням [5].

Наукові співробітники Л. Буффарді і К. Кемпбелл у дослідженні, опублікованому в «Personality and Social Psychology Bulletin», указують на те, що схильні до нарцисизму люди використовують соціальні мережі для того, щоб заявити про себе, а селфі використовують як інструмент для досягнення цих цілей [6]. Англійський психолог Д. Паркінсон підтверджує думку про те, що люди активно демонструють селфі в соціальних мережах, оскільки це є сучасним і доступним способом «роздмухування» власної значущості [6].

Дослідники цього феномена зауважили, що такі особи виявляють тенденцію бути осторонь від інших людей і змагатися з ними за допомогою фотографій.

Постійне відстежування кількості «лайків» власних фото, їх накопичення можуть бути ознаками проблем психологічного характеру,

а саме – формують спотворення почуття впевненості в собі і призводять до нав'язливої поведінки. Особистість акцентує на своєму «Я», презентує його за допомогою фото, але втрачається основне – безпосередній розвиток власної особистості. Недарма селфізм (надмірне захоплення селфі) окреслюють як соціомедійний нарцисизм і віртуальний мережевий екзгібіціонізм, де проявляються дитячі риси у поведінці – егоцентризм і самолюбівання [4].

Психотерапевт М. Сандомирський вважає, що небезпека селфізму перебільшена і він не виступає залежністю, а тим паче психологічною проблемою.

На протипагу згаданим дослідникам наявні думки, що в час комп'ютеризації та віртуалізації селфі можна розглядати як новий та сучасний тип і форму спілкування. Е. С. Хуан вважає, що споживачі цифрової інформації читати не люблять, а лише сприймають образи, тому не розповідають, а демонструють фото. Він пояснює, що користувач, нарешті, сам може формувати свій образ, що викликає певну ейфорію, внаслідок чого навколо людини утворюється міні-простір слави. За допомогою селфі людина має змогу створити власний публічний образ і підтримувати його. Певною мірою за допомогою автопортретів людина формує свою репутацію [8].

Експерти підкреслюють, що соціальні мережі можуть підвищити самооцінку, поліпшити сприйняття зовнішнього вигляду інших людей і сприяти зміцненню відносин, особливо у випадку позитивних оцінок. Тому селфі слід розглядати не як статичний автопортрет, а як запрошення до більш тісного спілкування. Воно є формою спілкування, що стимулює соціальний діалог і виступає інструментом активної соціальної взаємодії.

Чимало дослідників, зокрема Маріано Чоліс, викладач психології в університеті Валенсії, вважають, що селфі виникло у результаті прагнення до змагання і самореклами [6]. Андреа Летаменді, психолог і дослідник із Каліфорнійського університету, стверджує, що селфі є нормальним і сучасним шляхом самопізнання. Автопортрети дозволяють поділитися своїми переживаннями, настроєм і зрозуміти їх, оскільки селфі стають частиною соціальної культури, то воно навіть є корисним. Автофотографування є сучасною можливістю побачити себе, дізнатися та ідентифікувати себе.

Психолог Дж. Вебер вважає, що селфі показують не те, ким ми є, а те, ким ми здаємося, оскільки користувач вирішує, яким буде автопортрет, публікувати його чи ні. Р. Аркін, викладач педагогіки в університеті Огайо (США), стверджує, що селфі є способом контролю за образом, який формується в інших. П. Рутледж аргументує, що

селфі є сучасною соціальною потребою, оскільки за допомогою нього маємо змогу експериментувати з різними ролями, «приміряти» на себе нові образи.

Доктор А. Белік, психотерапевт, пояснює потяг до селфі через призму мережевої ідентичності, зосереджуючись на двох її видах – «активній» і «пасивній». Пасивна мережева ідентичність містить інформацію, яку ми не здатні контролювати, оскільки вона надходить від інших осіб або з пошукового сервера. Натомість активна мережева ідентичність пов'язана з активністю користувача, де автопортрет є її яскравим проявом.

Автор книги «Me, Myself and Why: Searching for the Science of Self» Дж. Оуллетт заявляє, що сторінка в «Фейсбуці» є одним із гігантських заяв про самоідентичність, тобто особистісний перформанс, а селфі – це спосіб сказати, яким я є і яким хочу показати себе іншим [6].

Мета статті – на підставі наукових емпіричних досліджень визначити основні мотиви та причини захоплення селфі серед молоді.

Виклад основних положень. Я-концепція як структура самосвідомості тісно взаємопов'язана із підструктурами «Я-реальне», «Я-ідеальне» та «Я-дзеркальне».

Віртуальний простір особистості, тобто простір, створений через використання сучасних інформаційних технологій, дає змогу особистості демонструвати особливості згаданих підструктур «Я-концепції». Тому формується ще одна підструктура «Я», що виникає в процесі «віртуалізації» особистості – «Я-віртуальне».

Сконструйоване віртуальне «Я» часто є свідченням нереалізованих бажань, незадоволених потреб; вираженням пригнічених у реальності агресивних тенденцій і задоволенням заборонених у соціумі потягів [2], а також задоволенням певного кола особистісних потреб у віртуальній реальності. Тому селфі можна розглядати як один із сучасних способів конструювання власного віртуального «Я» особистістю.

Селфі (Selfie) (від слова self – сам себе) – фотографія себе, зроблена на смартфон чи планшет і розміщена в соціальній мережі [3].

Андрій Росохін, доктор психологічних наук, психоаналітик, вивчаючи особливу пристрась до селфі в сучасних людей, виокремив такі основні причини цього явища:

– *формування хибного «Я».* Особи, що захоплюються селфі, не завжди мають потребу поділитися своїми фото. Дуже часто це гра в самого себе. З одного боку, – це розширення меж образів власного «Я», а з іншого – формування хибного «Я», шляхом пригнічення істинного «Я»;

- підтвердження власного існування. Шляхом презентації власних фото в мережі особа заявляє про себе;
- брак реальних переживань. Через викладання фото в мережі людина компенсує брак спілкування з іншими. У людини виникають позитивні емоції після схвалення її фото, які часто допомагають подолати негативне емоційне тло реальності;
- інструмент привертання уваги. В цьому випадку фото виступає засобом створення власного образу, тобто є одним із способів самопіару [7].

Також слід звернути увагу на те, що селфі допомагає виразити свою ідентичність, тобто дає змогу особі декларувати приналежність до певної спільноти, професії, ділитися своїми вподобаннями. Селфі розвиває творчість особистості, оскільки пошук теми, ракурсу, вислову є творчим зусиллям і особа, що фотографує, створюючи свій новий образ, мимоволі творить.

Ф. Гонсалес, засновник Instagram, звертає увагу на ігровий аспект селфі. Він описує селфі як розвагу, щоб подивитися на себе. Суть селфі полягає не в тому, щоб зобразити себе ідеальними, а навпаки, «погратися» із власним образом «Я». Важливо показати не себе, а місце, в якому перебуваєш, і емоції, що переживаєш [6]. Цінність селфі полягає в тому, що воно виконує роль візуального щоденника, де особи активно фіксують місця, події та емоції та презентують їх соціуму в такий спосіб.

Е. Сен Хуан переконливо заявляє, що споживачі цифрової інформації читати не люблять, вони сприймають образи, тому люди не схильні розповідати, а демонструють через фото інформацію про себе. І справді, мозок людини опрацьовує зорові образи швидше, і людина більш включена, коли бачить обличчя, а селфі демонструє це найкраще. А. Летаменді вважає, що селфі є одним із елементів соціальної культури і ефективний шлях самопізнання, що поширюється в сучасному світі з огляду на розвиток технологій.

Проте часто психологи вбачають у селфі негативний та деструктивний боки для розвитку особистості, а саме: визначають його obsесивно-компульсивний розлад, що характеризується постійним непереможним бажанням фотографувати себе, викладаючи світлини в соціальні мережі. Основною причиною є бажання компенсувати відсутність самоповаги.

Психологи виділяють три стадії цього захворювання. *Перша* – епізодична: особа фотографує себе щонайменше тричі на день, однак зроблені фото не виставляє на загальний огляд, їх може побачити тільки обмежене коло людей. *Друга стадія* – гостра. Людина робить фото

себе тричі на день, світлини викладає у соціальній мережі. *Третя стадія* – хронічна. У такої людини спостерігається неконтрольоване бажання фотографувати себе цілодобово, розміщуючи світлини в Інтернеті не менше шести разів на день.

Відповідно до цих стадій виокремлюють:

- *пограничне селфі*, що полягає у фотографуванні себе 2–3 рази на день, проте без загостреного бажання демонструвати фото в мережі;
- *гостре селфі* – фотографування себе мінімум 3 рази на день і розміщення фото у соцмережах;
- *хронічне селфі* пов'язано із фотографуванням себе в будь-який зручний момент з активним розміщенням світлин у соціальних мережах.

Якщо ж розглядати селфі не в психопатологічному контексті, а суто в соціальному, то воно основному орієнтовано на сприймання інших людей. Тому особи, для яких важлива думка інших, активно виставляють фото у соціальних мережах, обмінюються один із одним інформацією, збирають відгуки друзів. Таким чином, селфі перетворюється в щоденний ритуал, пов'язаний із вимірюванням коефіцієнту власної унікальності та захоплення собою іншими.

Дотримуючись дзеркальної Я-концепції («looking-glass self»), людина формує уявлення про себе, зважаючи не на те, якою є насправді, а на те, якою вона бажає, щоб її бачили інші. Селфі стає важливою частиною самопрезентації особистості і внаслідок цього – відразу ж корекції «Я» середовищем. Завдяки селфі людина задовольняє дві важливі потреби: в соціалізації і в самовираженні, промовляючи соціуму: «Я хочу, щоб ви бачили мене», «Я хочу, щоб ви бачили мене саме таким» [5].

Отож, виставляння автопортретів перетворюється у тотальний збір «лайків», через які людина почувається впевненіше, формується її позитивна Я-концепція. Проте психолог Д. Серебряков вважає, що внаслідок такого спілкування порушується нормальний процес комунікації, оскільки спосіб контакту з людьми через соцмережі є перерваним на ранньому етапі, бо зводиться тільки до обміну лайками та інформацією без справжніх емоцій.

Також селфі виконує важливу роль у формуванні іміджу особистості, оскільки людина, демонструючи світлини різноманітної тематики та провокаційного змісту, ризикує отримати різні враження та ставлення від інших. Оглядаючи такі фото, осіб сприймають менш серйозно та не довіряють їм.

Велика кількість працедавців перед прийомом претендента на роботу ознайомлюються зі змістом їхніх сторінок у соцмережах, розглядають розміщені на них світлини і відповідно створюють своє уявлення про кандидата. Тому сміливе демонстрування селфі в мережі може мати неоднозначний вплив на сприймання особистості та її «реального Я».

Висновки. Людина як соціальна істота прагне до активних контактів та отримання задоволення від них. Останнім десятиліттям задоволення від особистого спілкування стрімко заміщує віртуальна комунікація. Це спілкування на нетривалий час «втамовує голод», але насправді потреба контакту незадоволена. Незважаючи на це, молоді люди активно захоплюються взаємодією з іншими через селфі, за допомогою якого активно формується власне віртуальне «Я», що суттєво відрізняється від реального «Я» і, відповідно, створює хибне уявлення та труднощі у реальному спілкуванні.

Надмірне формування власного віртуального іміджу за допомогою селфі створює чимало проблем у формуванні успішних стосунків та адекватного сприймання власного образу. Спроба втечі від реального образу «Я» за допомогою селфі є однією з причин формування неадекватної самооцінки особистості, відсутності позитивного самосприйняття особистістю і реальної небезпеки загубити себе справжнього.

Тому перспективою подальшого дослідження є емпіричне вивчення причин та особливостей ставлення до селфі у студентської молоді.

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. 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.

4. Гаспарян А. Синдром селфи. Селфи – дурная привычка или психическое заболевание / А. Гаспарян [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eltuicia.ru/sindrom-selfi-selfi-durnaya-privychka-ili-psichicheskoe-zabolevanie.html>

5. Журенков К. Со всеми на «Я» / К. Журенков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2785887>. .
6. Лэнг Р. Д. Расколотое «Я» / Р. Д. Лэнг. – СПб.: Белый Кролик, 1995. – 352 с.
7. Увлечение селфи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pda.inosmi.ru/world/20140312/218461586.html?all>
8. Погонцева Д. В. Selfie – как способ самопрезентации музыкантов и не музыкантов / Д. В. Погонцева, Е. А. Гринькова // Психология, социология и педагогика. – 2014. – № 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psychology.snauka.ru/2014/04/2974>
9. Шильтштейн Е. С. Особенности презентации Я в подростковом возрасте / Е. С. Шильтштейн // Вопросы психологии. – 2000. – № 2. – С. 69–78.

Калька Н. Н. Феномен селфи как способ презентации «Я» в виртуальном мире

Подано інформацію об актуальному феномені в сучасному суспільстві – селфі, яке швидко набирає популярності серед користувачів соціальних мереж. Вивчено основні психологічні детермінанти та причини селфі.

Описані основні підходи в трактуванні селфі як засобу презентації власного «Я» в віртуальному просторі. Зазначено, що спроба втекти від реального образу «Я» за допомогою селфі є однією з причин формування неадекватної самооцінки особистості, відсутності позитивного самовосприяття себе особою.

Ключові слова: Я-концепція, самосвідомість, самопрезентація, Я-реальне, Я-ідеальне, Я-віртуальне Я-образ, селфі.

Kalka N. N. Selfie phenomenon as a method of presentation «I» in cyberspace

This article deals with the current phenomenon in modern society – selfie, which is rapidly gaining popularity among users of social networks. The article is devoted to the study of basic psychological determinants and causes of selfie. The author describes the main approaches to the treatment as a means of self- presentation of its own «I» in virtual space. The main causes of the passions of people to selfie entail forming false «I», confirmation own existence, lack of real experiences tool to attract attention, compensation absence of self-esteem.

However, selfie helps to express their identity, allow you to experiment with your own image «I», which helps to develop creativity.

Psychologists often describe a negative and destructive role of the selfie in the personality development and determine his obsessive-compulsive disorder. This disorder has three stages.

The first stage of the disease is associated with episodic photographing themselves about three times a day, but a demonstration of all photos. The second stage of the disease is acute phase. Person makes photos herself three times a day, and taught all pictures in social networks. The third stage – chronic and uncontrol-

lable desire characterized photograph themselves round the clock, putting photos on the Internet at least six times a day.

Generally, people using selfie are satisfied with two important needs: the need for socialization and the need for self-expression.

After exhibiting portraits people feel confident and positive respectively formed its «self-concept».

Selfie also plays an important role in shaping the image of the individual as a person, showing photographs of various subjects and provocative content runs the risk of a variety of experiences and attitudes of others.

Key words: I-concept, self-consciousness, self-presentation, I-real, I-perfect, I-virtual, I-image, selfie.

Стаття надійшла 5 листопада 2015 р.

УДК 340.12(075.8)

З. Р. Кісіль

ОСОБИСТІСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ ДЕФОРМАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІВ ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ

Комплексно досліджено професійну деформацію працівників ОВС України. Встановлено, що ознаки професійної деформації розпочинають проявлятися в особистості правоохоронця, згодом через поведінку відображаються на службовій діяльності та спілкуванні з найближчими. Здійснено теоретичний і практичний аналіз проявів професійної деформації працівників ОВС України, синтезовано та обґрунтовано юридико-психологічні, методологічні та прагматичні підходи до вивчення терміно-понять, що характеризують сутнісний зміст особистісних детермінант розвитку професійної деформації працівників ОВС.

Ключові слова: професійна деформація працівників ОВС, особистісні детермінанти професійної деформації працівників органів внутрішніх справ України, професійний ризик, професійний стрес, конценція, корупція.

Постановка проблеми. У правоохоронній діяльності працівники ОВС реалізують основне своє завдання – забезпечують захист життя, здоров'я, прав і свобод громадян, безпосередньо взаємодіючи з населенням.

Одним із способів вираження цієї взаємодії є право, в нормах якого виявляється політика протидії злочинності, кримінальна політика як її складова, визначення особливостей правоохоронної і судової практики, компетенції та сфери діяльності правоохоронних органів,