Феномен селфи: Селфи-кретинизм/Селфи-скромность/Добро пожаловать в селфи!

Псиблог.рф

Современному поколению трудно представить свою жизнь без селфи. Статистика Google показывает, что в 2014 году ежедневно синхронизировалось около 93 миллиона селфи в день. Понятно, что это только те фото, которые были сняты при помощи устройств, работающих на операционной системе Android. Если добавить Windows и Apple, то эта цифра утроится. Появились в продаже и стали популярными специальные устройства, при помощи которых делать селфи проще. Это всевозможные компьютерные аксессуары, среди которых селфи-палки и селфи-камеры и т.д. Наконец, само слово «селфи» («selfie» – фото самого себя) занесено теперь в Оксфордский словарь английского языка. В общем, Добро пожаловать в селфи-индустрию!

Не остались в стороне и психологи, желающие объяснить селфи-пристрастие и изучить его различные стороны. В журнале Frontiers in Psychology опубликовано исследование, в котором рассматривается феномен селфи и мнение общества на этот счет. Вывод: у селфи не один повод! Кто-то относится к ним как к креативному способу самовыражения и взаимодействия с людьми, а кто-то считает их проявлением нарциссизма и саморекламы. Есть мнение, что селфи не может олицетворять аутентичный взгляд на чью-то жизнь, потому что это постановочное фото, а фотограф поглощён собой.

Так или иначе, это явление интересует психологов как феномен современной культуры. Они задаются вопросом, что люди чувствуют и думают, когда публикуют и рассматривают их собственные и чужие селфи.

Сара Дифенбах, профессор Мюнхенского Университета Людвига-Максимилиана, провела онлайн-опрос, чтобы узнать мотивы и мысли людей во время размещения и просмотра таких изображений. В опросе приняли участие 238 человек из Австрии, Германии и Швейцарии. Анализ ответов показал, что 77% участников регулярно делают селфи.

«*Причиной может быть увлечённость* ***культом саморазоблачения****, который сейчас очень распространён*», - говорит Дифенбах.

«*Две основные стратегии селфи: самореклама с целью демонстрации аудитории положительных характеристик человека и саморазоблачение с целью приглашения аудитории в частную жизнь и получения симпатии*».

Ещё один мотив самопрезентации – преуменьшение: изображение своих способностей и достижений как незначительных.

Среди участников исследования были приверженцы всех трёх стратегий, но опрос показал интересную закономерность: участники, которые руководствовались стратегиями саморекламы и саморазоблачения, были позитивно настроены к селфи, а приверженцы стратегии преуменьшения высказывались по поводу селфи негативно.

Несмотря на то, что 77% участников регулярно делают селфи, 62-67% признают, что у этой привычки могут быть негативные последствия, например, отрицательное влияние на самооценку.

82% участников отметили, что вместо селфи предпочли бы видеть в соцсетях другие виды фото. Учитывая такие цифры, популярность селфи остаётся загадкой: люди их не любят, но регулярно делают. Дифенбах дала этому феномену отдельное название – «парадокс селфи» (selfie paradox). Парадокс может заключаться в том, что участники оценивают свои и чужие селфи по-разному.

Участники разглядели мотив саморекламы в селфи других людей, тогда как свои собственные селфи они считают самоироничными и более самобытными.

Дифенбах: «*Это объясняет, почему люди делают селфи, не думая о собственном нарциссизме. Если это так, - неудивительно, что мир заполнен селфи*».

Другой опрос, в котором приняли участие 2000 женщин, показал, что самые рьяные селфи-активистки – это женщины в возрасте от 16 до 25 лет: они тратят в среднем 5 часов в неделю на селфи-фотосессии, каждая из которых занимает около 16 минут и проходит три раза в день. Больше половины признались, что делают селфи «постоянно»: их средний «результат» - три удачных фото в день. С учётом времени на нанесение макияжа, выбор освещения и правильного угла съёмки, это время увеличивается до 48 минут в день, а в неделю выходит 5 часов 36 минут, посвящённых фотографированию себя. Эта естественная флуктуация показывает пределы нормы психологического здоровья: если селфи-привычка сохраняется после 25 лет, то она требует внимания психотерапевтов и психологов-клиницистов. Не граничит ли это с эксгибиционизмом?

Учёные говорят о проблеме «селфи-самооценки», которая распространена у молодых людей: они уверены в себе и своей внешности ровно настолько, сколько

«лайков» набирают их фото в соцсетях. 22% женщин, участвовавших в опросе, признались, что «лайки» поднимают их самооценку, и это основная причина, по которой они делают селфи. Кроме того, 27% участников признались, что удаляют селфи со своей страницы, если не получают достаточное количество «лайков».

Псиблог.рф

Статья создана по материалам:

1) Rick Nauert, Researchers determine the reason why we take selfies. Psych Central, February 10, 2017.

2) Stacy Liberatore, The 'selfie paradox': Study finds people hate looking at them on other people's feeds - but still post their own. Daily Mail, February 11, 2017.

Ключевые слова: селфи, самореклама, самопрезентация, нарциссизм

Переводчик: Кропалева Ирина Евгеньевна

Редактор: Симонов Вячеслав Михайлович