

ВПЛИВ ЯВИЩА СЕЛФІ НА ПОВЕДІНКУ ПІДЛІТКІВ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ВПЛИВ ЯВИЩА СЕЛФІ НА ПОВЕДІНКУ ПІДЛІТКІВ	6
1.1. Селфі як спосіб самопрезентації у віртуальному просторі.....	6
1.2. Причини селфіманії у підлітковому віці.....	8
1.3. Позитивні і негативні наслідки селфіманії.....	11
1.4. Селфі та сучасні реальні небезпеки у віртуальному світі мережі Інтернет (небезпечна селфіманія, кібербулінг, лайкінг).....	15
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВПЛИВУ ЯВИЩА СЕЛФІ НА ПОВЕДІНКУ ПІДЛІТКІВ.....	18
2.1. Аналіз результатів дослідження особливостей впливу явища селфі на поведінку підлітка.....	18
2.2. Поради для підлітків щодо створення позитивного віртуального іміджу.....	23
2.3. Рекомендації для підлітків щодо формування позитивної адекватної самооцінки.....	24
ВИСНОВКИ.....	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	27

ВСТУП

Сьогодні у зв'язку зі стрімким зростанням популярності соціальних мереж та файлообмінників з елементами соцмереж особливого захоплення серед молодих людей, а особливо підлітків, набуває автофотографування, відоме як селфі.

Селфі (від англ. self – сам, само) – вид фотографії, автопортрет, зроблений за допомогою камери смартфона, планшета, фотоапарата чи веб-камери і розміщений в соціальній мережі. Вперше поняття «селфі» з'явилося на австралійських інтернет-форумах у 2002 році і отримало широку популярність на початку 2010-х років через поширення мобільних пристроїв з фотокамерами та розвитком мобільних додатків, таких як Instagram [3].

У дослідників феномен селфі викликає все більше зацікавлення, однак вивчений він недостатньо. Науковці акцентують увагу на певних особливостях цього феномену – особистісних, психологічних чи соціальних, що впливають на зростання популярності селфі як масового соціального явища.

Окремі роботи, присвячені різним соціально-психологічним аспектам цієї теми, носять опосередкований або фрагментарний аналіз. Це публікації таких дослідників, як К. Гринькової, яка звертається до проблем самопрезентації людини і вивчає явище селфі як культурний феномен [13; 23]; В. Лабунської, яка досліджує «видиму людину» як соціально-психологічний феномен, зовнішній вигляд і фотовізуалізацію зовнішніх подій, які відбуваються в житті людини [18]; Д. Погонцевої, роботи якої присвячені проблемам самопрезентації людини в Інтернет-просторі та аналізу селфі як соціально-психологічного феномену [22; 23]; Б. Соколова, який розглядає таке філософське поняття новоєвропейської культури як «суб'єкт», відзначаючи його центральним топосом поняття «селфі» [26] та ін. [5].

Існує постійний інтерес до цієї проблематики в західній науці. Н. Карр розглядає селфі як функціональний нарцисизм, який необхідний середньостатистичному користувачеві, щоб про нього почули і дізналися [10]; Дж. Кілнер вважає селфі потребою у прагненні до самопізнання і

самовдосконалення, інструментом внутрішнього дослідження власного «Я»; з точки зору концепції Дж. Оуллета, селфі можна розглядати як рекламу, за допомогою якої особистість прагне «продати» себе соціуму [2]; Б. Худ пояснює селфі як процес нової суб'єктивності, який є неминучим у зв'язку із розквітом технологій [31]; 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 [7]; на думку К. Томсона, селфі слід розглядати з точки зору еволюції нарцисизму особистості, тобто самозамилування, самолюбівання, який реалізується засобами селфі в силу розвитку цифрових каналів поширення інформації [2].

Масове поширення селфі серед учнівської молоді зумовило потребу наукового обґрунтування впливу цього явища на поведінку підлітків, адже цей феномен має як позитивні, так і негативні наслідки для становлення особистості сучасних хлопців і дівчат.

Метою наукової роботи є теоретичне обґрунтування явища селфі як способу самопрезентації у віртуальному просторі, з'ясування причин поширення феномену автофотографування, визначення позитивних і негативних наслідків селфіманії для підлітків, представлення результатів емпіричного дослідження особливостей впливу селфі на поведінку підлітків.

Об'єкт дослідження: явище селфі як спосіб самопрезентації у віртуальному просторі.

Предмет дослідження: вплив явища селфі на поведінку підлітків.

Завдання дослідження:

1. Здійснити огляд наукової літератури щодо появи актуального феномену у сучасному суспільстві – селфі як способу самопрезентації у віртуальному просторі.
2. Дослідити основні причини захоплення селфі серед підлітків.
3. Визначити позитивні і негативні наслідки селфіманії.
4. На основі проведених емпіричних досліджень з'ясувати особливості впливу автофотографування на поведінку підлітків.

5. Розробити рекомендації для підлітків щодо створення позитивного віртуального іміджу та формування позитивної адекватної самооцінки.

Для вирішення поставлених завдань використовувалися різні **методи дослідження:**

- теоретичні:
 - аналіз соціально-психологічної, соціально-педагогічної літератури, науково-термінологічної системи;
 - формування та конкретизація висновків;
- емпіричні:
 - опитування (анкетування);
 - порівняння;
 - вимірювання;
- метод математичної статистики.

Етапи дослідження:

- а) огляд наукової літератури, вивчення науково-термінологічної системи з даної проблеми;
- б) визначення мети, об'єкта, предмета і конкретних завдань дослідження;
- в) обґрунтування актуальності теми;
- г) теоретичне обґрунтування особливостей впливу явища селфі на поведінку підлітків;
- г) емпіричне дослідження;
- д) формування висновків про результати емпіричного дослідження;
- е) вироблення рекомендацій та порад для підлітків;
- є) формування загальних висновків.

Наукова значущість дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні проблеми впливу явища селфі на поведінку підлітків.

Практична значущість наукової роботи полягає в тому, що матеріали емпіричного дослідження можуть слугувати теоретичною і практичною базою для подальшого вивчення даної проблеми.

РОЗДІЛ 1. ВПЛИВ ЯВИЩА СЕЛФІ НА ПОВЕДІНКУ ПІДЛІТКІВ

1.1. Селфі як спосіб самопрезентації у віртуальному просторі

Віртуальну особистість та способи її самопрезентації в різних комунікаційних середовищах соціальних мереж вивчали Д.В. Іванова, С.І. Черних, Є. Горного та ін. Ми спираємось на роботи вчених, які аналізували особливості віртуальної комунікації, види комунікаційних он-лайн середовищ та засобів, які застосовують молоді люди (Д.В. Іванов, Н.В. Гордєєв, Л.Д. Александрова, В. Фріндт, К. Міллер та інші) [1; 8; 11; 12; 29].

Б. Соколов відзначає, що безпосередньо мобільний телефон, як технічний засіб, спочатку взагалі не мав функції використання для самофотографування. Камера, яка вмонтована в телефон, передбачала погляд зовні, а не погляд, що став згодом «націлюватися» й на самого себе. Тобто, суб'єкт зіткнувся з подвоєнням: фотограф і модель зійшлися в одне. Отже, селфі дозволило подивитися на себе зовні та надало змогу контролю над собою. «Я» в дзеркалі – це «Інший» і, водночас, це й «Я» – сам [26]. Зі сторони (у дзеркалі) краще видно й легше можна створити щось наближене до суб'єктивно-ідеального.

Таким чином, селфі представляється нам своєрідною формою демонстрації збирального образу себе навколишньому світу. При цьому, важливим у цій самопрезентації стає бажання відобразити себе «тут і зараз», донести до глядача певний момент свого життя та своє ставлення до нього, оскільки візуальний образ це передає краще за текст, а також отримати позитивний зворотний комунікативний зв'язок («лайк», репост, коментар) як елемент зовнішньої психологічної стимуляції [5, с. 64].

Пошук, побудова адекватної самопрезентації та її збереження, як свого «Я», є важливою основою для становлення та позитивного розвитку як окремої особистості, так і суспільства в цілому. Сьогодні процес самопрезентації ускладнений через пришвидшення росту технологій та створення нових сфер діяльності людини (наприклад таких, як Інтернет-середовище), а тому їхній вплив потребує більшого вивчення [27, с. 1].

Самопрезентація в соціальних мережах – це цілеспрямоване формування власного образу «Я», який можна розглядати через призму власних цілей, мотивів, уявлень про власну зовнішність, а також як відображення особистих цінностей, ідеального бажаного «Я». Процес побудови самопрезентації – це найчастіше самостійна, свідома робота індивіда, на процес чого впливають не тільки певні особистісні якості індивіда, а і соціум (віртуальний соціум), який відображається в існуючих еталонах віртуальних образів, а також в оцінках, віртуальному етикеті, стереотипах, судженнях користувачів соціальних мереж [25, с. 395].

Д.В. Погонцева відзначає що, зовнішній вигляд формує образ гендерної ідентичності партнера по спілкуванню, конструює гендерну ідентичність суб'єкта зовні, виступає регулятором гендерних відносин у спілкуванні, є репрезентацією соціальних конструктів маскуліності-фемінності. Зовнішній вигляд людини стає способом візуальної комунікації. У такий спосіб і презентація себе у формі автофотопортрета є одним зі способів візуальної комунікації, способом розповіді про себе, регуляції взаємодії з іншими членами віртуального співтовариства, а також як складова «фотовізуалізації життєвих подій», яка дає можливість створення «візуальної соціально-психологічної» історії окремої людини [22, с. 66].

У процесі самопрезентації людина управляє враженнями оточуючих людей і таким чином створює певне ставлення до себе. Якщо засоби самопрезентації є виваженими, послідовними та носять постійний характер, то відбувається формування іміджу. Внаслідок створення певного образу особа, яка його створила, отримує зворотній зв'язок від соціуму щодо власної поведінки. Реакція соціального оточення викликає емоційну (негативну або позитивну) реакцію особи. Кількість негативних або позитивних реакцій певною мірою визначає та підтримує самооцінку. Разом з емоційною реакцією на зворотній зв'язок соціуму відбувається формування та корегування власного образу «Я» [27, с. 1-2].

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».

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 [28].

1.2. Причини селфіманії у підлітковому віці

Як відомо однією зі значущих сфер активності особистості у підлітковому віці є міжособистісне спілкування. У цей період змінюється його зміст і загальна спрямованість, воно стає вибіркоким, інтимним, виконує функцію головного, соціального полігону самоствердження і самовираження юнаків і дівчат. У розширенні сфери спілкування реалізується потреба переживати нові враження, набувати новий досвід, відчувати себе у новій ролі, а також потреба у його вибірковості, самовиявленні та розумінні з боку інших. Задоволення цих проблем пов'язане з глибокими особистісними переживаннями підлітків [9, с. 75].

А. Росохін, доктор психологічних наук, психоаналітик, вивчаючи особливу пристрасть 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 [28].

Варто зазначити, 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 [16, с. 160].

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 [19]. Цінність селфі полягає в тому, що воно виконує роль візуального щоденника, де особи активно фіксують місця, події, емоції та презентують їх соціуму в такий спосіб [16, с. 160].

На противагу 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. Певною мірою за допомогою автопортретів людина формує свою репутацію [23].

У соціально-психологічній літературі зустрічаються декілька теорій, що пояснюють причини виникнення та поширення селфі [2]:

1. Нескінченна еволюція нарцисизму (К. Томпсон). За нею вважається, що селфі – лише новий рівень розвитку людського нарцисизму (самозакоханості), який є технологічною еволюцією людської потреби самомилування, що раніше не сприймалася так гостро в силу відсутності для неї широкого відтворення доступних для більшості людей технічних засобів і засобів поширення такої інформації.
2. Людина як медіа (Н. Карр). Такі технічні засоби як Інтернет і смартфон кардинально змінили самовідчуття та мислення людини як фотографа. Людина зі смартфоном стала елементом світового інформаційного ринку, фотографія як явище соціокультурної історії втратила функцію лише збереження пам'яті. Ця потреба змінилася бажанням людини створювати новини про себе, у якій селфі стало найзручнішою формою включення себе у світовий потік даних.
3. Прагнення до саморедагування (Дж. Кілнер). Людина дуже мало знає своє власне обличчя. Селфі допомагає «фальсифікувати», «редагувати» себе, створюючи найбільш привабливий власний образ, який відповідає самосприйняттю.
4. Як продати себе суспільству (Дж. Оулет). Людина починає вважати себе соціальним товаром. Вона «продає» себе суспільству шляхом особистого перформансу, заяви про самоідентичність, обгортаючи себе в «правильну» обкладинку. Селфі стає аналогом віртуальних матеріальних тотемів, метою яких є з'єднання внутрішнього та зовнішнього світу, «віртуальним татуванням» [21].
5. Гуманізація технології (Б. Худ). Людина прив'язана до технологій. Вона живе з гаджетами, які стають штучним продовженням людського тіла. За допомогою селфі технологічний світ гуманізується, олюднюється (наприклад, «оживає» порожній будинок за допомогою фотографій, розвішаних на стінах кімнат, або Інтернет-сторінка користувача «оживає» за допомогою розміщених у ньому фотографій людей і особливо їх облич).

6. Візуальні комунікації (П. Рутледж). Феномен селфі – в комунікації, а не в ідентифікації, бо селфі – це повідомлення, залучення до діалогу, схвалення, обговорення своїх дій. Візуальна комунікація стає визначальною в порівнянні зі словом. Власний портрет з певним виразом обличчя в певному контексті повідомляє більше, ніж два абзаци тексту [5, с. 65].

1.3. Позитивні і негативні наслідки селфіманії

Відомий журнал «Woman's Day» та деякі дослідники явища селфі наводять список найбільш поширених шаблонів селфі або ж основних типів селфі-знімків:

- 1) зі знаменитістю;
- 2) у тренажерному залі чи з іншими (різними) атрибутами фітнесу та спорту (з метою нібито поділитися результатами тренування і культивувати здоровий спосіб життя);
- 3) з їжею;
- 4) у примірювальній (сюди також відносяться фотографії, зроблені взагалі в момент примірювання різноманітного одягу та взуття);
- 5) на пляжі (або в іншому місці відпочинку);
- 6) селфі-качечки (з характерно витягнутими губами) [13].

Виходячи з проаналізованих нами зображень, до цієї класифікації можна додати й такі типові зображення:

- 7) на фоні відомих історичних і географічних пам'яток, архітектурних споруд, у музеях тощо;
- 8) з авторитетними дорослими (вчителями, батьками);
- 9) з птахами та тваринами (з метою показати на фоні своїх улюбленців себе, як гарного господаря та друга);
- 10) під час видатних подій, заходів;
- 11) екстремальне селфі (особливо за допомогою нового засобу китайських виробників – палиці для селфі або моноподу – спеціального штативу для смартфона, який дозволяє знімати самого себе на відстані);

- 12) ненормативне селфі (таке, що викликає естетичний шок, обурення, нерозуміння інших; пов'язане з незвичними місцями або подіями для зйомок – храм, кладовище, смерть людини, катастрофа тощо);
- 13) в машині (або з ременем безпеки);
- 14) «тільки прокинулась (-вся)»;
- 15) класний пейзаж (втілені в життя поїздки або ж дії);
- 16) «замріяне селфі» або філософське селфі (порив світлого смутку, зазвичай з прицілом в далину);
- 17) «музика в моїй голові» (друга назва «я користуюся навушниками»);
- 18) 3-D селфі (показати себе з усіх боків);
- 19) «мирне селфі» (знак «Rease» поруч з примруженим оком);
- 20) ліфтолук [24].

На нашу думку, вище зазначені типи означають, що створення селфі, першочергово, вирішує творчі чи терапевтичні завдання й може бути етапом, після якого людина перейде до творчої фотографії або виходу з життєвої кризи. Якщо така гра поступово переходить у залежність, тоді вона може стати й хворобою.

У науковій літературі зазначаються факти існування спеціальних клінік для таких людей, залежних від селфі. За людиною, яка робить більше 10 знімків на день, може бути встановлено психологічне спостереження. У повсякденній комунікації відомі такі назви цього явища, які виражають негативне ставлення суспільства до такої вади: віртуальне божевілля, соціомедійна потворність і селфі-ідіотизм.

На думку Американської психіатричної асоціації (АПА), селфіманія або селфізм – це психічний розлад. Фахівці схильні вважати це явище самомилюванням у соціальних мережах, яке притаманне людям з низькою самооцінкою та комплексом неповноцінності [5, с. 65].

Американські вчені реальний психічний розлад з віртуальним вираженням поділили на три форми. 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 соціальних мережах;
- 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, в основному, орієнтоване на сприймання інших людей. Тому особи, для яких важлива думка інших, активно виставляють фото у соціальних мережах, обмінюються один з одним інформацією, збирають відгуки друзів. Таким чином, селфі перетворюється в щоденний ритуал, пов'язаний із вимірюванням коефіцієнту власної унікальності та захоплення собою іншими [16, с. 160-161].

Отже, серед основних «плюсів» селфі є:

1. Простота та доступність – не треба когось просити і переживати про якість знімку, все повністю контролюється нами. Досить увімкнути будь-який пристрій з камерою, підняти його на необхідний рівень і натиснути кнопку.
2. Спілкування без меж – пересилаючи фотографії, можна розповісти друзям, які знаходяться далеко від нас, про те, що зараз відбувається в нашому житті.

3. Розвиток творчого потенціалу – адже необхідно вибрати тематику знімка, підібрати світло, фон і загальну обстановку, правильно підібрати ракурс для того, щоб фото було максимально природним.
4. Можливість для самовираження – не всі наважуються в звичайному житті показати іншим свій внутрішній світ у всій повноті. Але іноді зробити це дуже хочеться і селфі дає такий шанс.
5. Пізнання себе – селфі може стати передавачем емоцій і орієнтиром для особистих змін, якщо людина, наприклад, хоче простежити спортивні досягнення або успіхи при виборі особистого стилю.
6. Підвищення самооцінки – селфі є важливою частиною самопрезентації. Розміщуючи в мережі тільки відбірні автопортрети, людина може показувати себе з найбільш вигідного для неї боку.
7. Спосіб познайомитися з цікавими людьми – за вашим фото зацікавлений спостерігач може зробити ряд висновків про вас, як про особистість, адже фотографія – це заява про себе, про свою приналежність до соціальної групи, навчання, роботу, захоплення, хобі.

Але, нажаль, у селфі є і інша сторона медалі, яка може завдати шкоди фізичному або психічному здоров'ю людини. Тож серед основних «мінусів» селфі можна виділити наступне:

1. Заміна реального спілкування віртуальним. Нажаль багатьом підліткам в сучасному житті легше представити себе світу через селфі або пост в соціальних мережах, аніж через реальне спілкування. До того ж, у реальному житті, щоб досягти успіху, треба працювати над собою. А тут – досить вибрати вдалий ракурс, сфотографувати себе, викласти в соціальну мережу на загальний огляд, а потім збирати захоплені відгуки і «лайки». І здається, що життя вдалося. Відбувається підміна понять, яка врешті-решт призводить до занурення у віртуальний світ і відключення від реального.

2. Зниження самооцінки. Перегляд чужих селфі часто негативно впливає на самооцінку. Адже, як правило, люди публікують лише кращі фотографії, які створюють ілюзію прекрасного життя. А друзі або відвідувачі, переглядаючи їх, можуть розчаруватися у власному житті, порівнявши себе та своє життя з ідеалом на чужому зображенні.
3. Фальшиве «Я». Людина представляє світу вже не самого себе, а той образ, який їй хотілося б показати, образ, побудований на основі уявлень людини про те, якою її очікують побачити.
4. Залежність від «лайків». Кожен «лайк», який з'являється під опублікованим селфі, сприймається автором, як похвала і успіх у суспільстві. Згодом ця похвала стає життєво необхідною і не отримавши чергову дозу «лайків», селфіман відчуває своєрідну психологічну ломку.
5. Розвиток селфі-залежності. Надмірне захоплення селфі з часом призводить до розвитку справжнісінької селфіманії (селфізму) – психологічної залежності, що виражається в постійному бажанні себе фотографувати. Людина робить фактично все, не випускаючи фотокамеру з рук.
6. Травматизм та нещасні випадки. Іноді селфі в прямому сенсі калічить або навіть вбиває. Коли підлітки у спробах зробити оригінальний кадр і в гонитві за тисячами «лайків» йдуть на екстремальні вчинки: деруться на високі будівлі або мости, позують перед рухомим поїздом або на даху електрички, на краю обриву або за кермом автомобіля [17].

1.4. Селфі та сучасні реальні небезпеки у віртуальному світі мережі Інтернет (небезпечна селфіманія, кібербулінг, лайкінг)

Сучасні ризики Інтернет-користування виводять на перший план такі деструктивні феномени як небезпечна селфіманія, кібербулінг, лайкінг.

Дедалі частіше люди обмінюються не тільки інформацією, фотографіями, спілкуються, а презентують себе за допомогою селфі. Селфіманія або селфізм, як надмірний, хворобливий потяг до автофотографування, наразі може нести

реальну загрозу для підлітків, оскільки саме вони, в першу чергу, піддаються негативним впливам мережі Інтернет.

Заради гостросюжетних селфі підлітки потрапляють у смертельно небезпечні ситуації. Головна привабливість подібних селфі для підлітків – можливість продемонструвати свою завзятість і відчайдушність мільйонам однолітків і отримати їх визнання та повагу. Саме це бажання змушує їх ризикувати своїм життям заради вдалого кадру. І збудження, яке вони при цьому відчувають, схоже на наркотичне.

Останнім часом у соціальних мережах поширилося вкрай негативне явище – небезпечні спільноти («групи смерті»), які пропонують он-лайн квести. Основна мета цих груп – довести людину до самогубства. Жахливим фактом є те, що учасниками таких груп стають неповнолітні, у більшості випадків – підлітки – вкрай вразлива категорія дітей. Куратори таких спільнот вимагають від учасників он-лайн гри фотозвіти у формі селфі, що призводять до смертельних наслідків.

Кібербулінг (з англ. bullying (від bully – забіяка, задирака, грубіян, гвалтівник) і cyber (приставка, яка зв'язана з комп'ютерними та цифровими технологіями, особливо, зі всесвітньою глобальною мережею Інтернет) – негативне явище, схоже на хуліганство і переслідування в мережі Інтернет з використанням повідомлень, зображень, аудіо- та відеофайлів образливого характеру з метою наклепу, залякування чи погрози. Як і в повсякденному житті, ініціаторами кібербулінгу зазвичай стають невпевнені в собі, закомплексовані особи, які не можуть самоствердитися ніяким іншим способом, окрім як уявної переваги над більш слабким суперником. Це деструктивне явище найбільшого поширення набуло саме у підлітковому середовищі [6, с. 21].

На фоні цих проблем віртуального простору, лайкінг – одна із самих, на перший погляд, незначних. Однак це лише на перший погляд. Варто зазначити, що сам момент «лайка» і звук, що його супроводжує, дослідники виявили як

джерело гедоністичного задоволення для того, хто отримує цей самий «лайк» за самою простою схемою «стимул-реакція».

Лайкінг – це простий спосіб погодитися, зробити комплімент, продемонструвати зацікавленість. У лайкінга є свій, універсальний і гнучкий, етикет. Наприклад, «прийти» і хаотично «залайкати» все підряд на сторінці у кого-небудь вважається поганим тоном, як і ставити «лайки» під негативною інформацією.

Психологічний дискомфорт може викликати, особливо для підлітків, недостатня кількість «лайків»: якби смішно це не було, але написати для когось пост, викласти фотографію чи озвучити свою позицію з якогось приводу і не отримати певної кількості «лайків» може виявитись досить болючим і неприємним для підлітка. Гонитва за схваленнями, бажання отримати будь-що свою порцію «лайків» з психологічної точки зору може свідчити про залежність від «лайків». Тому постійне відстежування кількості «лайків» власних фото, їх накопичення можуть бути ознаками проблем психологічного характеру, а саме формування спотвореного почуття впевненості в собі і нав'язливої поведінки. Особистість акцентує своє «Я», презентує його за допомогою фото, але втрачається основне – безпосередній розвиток власної особистості [7].

Виставляння автопортретів перетворюється у тотальний збір «лайків», через які підліток відчувається впевненіше, формується його позитивна Я-концепція. Проте психолог Д. Серебряков вважає, що внаслідок такого спілкування порушується нормальний процес комунікації, оскільки спосіб контакту з людьми через соціальні мережі є перерваним на ранньому етапі, бо зводиться тільки до обміну «лайками» та інформацією без справжніх емоцій [16, с. 161].

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВПЛИВУ ЯВИЩА СЕЛФІ НА ПОВЕДІНКУ ПІДЛІТКІВ

2.1. Аналіз результатів дослідження особливостей впливу явища селфі на поведінку підлітка

В емпіричному дослідженні ми вивчали вплив явища селфі на поведінку підлітків. Загальна кількість респондентів – 29 учнів 5-9 класів Великомедведівського навчально-виховного комплексу «загальноосвітній навчальний заклад I-III ступенів-дошкільний навчальний заклад» віком від 11 до 15 років різної статі. В групу досліджуваних добровільно увійшли підлітки, які є активним користувачем соціальних мереж таких, як Вконтакте, Однокласники, Instagram, Twitter та Facebook.

Більша частина досліджуваних – особи жіночої статі (61,92 %), представники чоловічої статі склали 37,84 % опитаних. Досліджуваним була запропонована анкета, що містила 12 запитань, які стосувалися ставлення до селфі та визначали мотивацію захоплення ним серед школярів підліткового віку.

На запитання «Яке значення має селфі у вашому житті?» були отримані такі відповіді: для 41,28 % учнів – це спосіб самовираження; 24,08 % підлітків в такий спосіб розповідають про себе; 17,2 % досліджуваних вважають селфі можливістю «засвітитися» в Інтернеті і для 17,2 % опитаних – це спосіб стати популярним (див. табл. 1).

Таблиця 1. Значення селфі у житті досліджуваних

Селфі для мене, це –	%
спосіб виразити себе	41,28
так я розповідаю про себе	24,08
спосіб стати популярним	17,2
спосіб «засвітитися» в Інтернеті	17,2

Отже, можна стверджувати, що більшість підлітків вибирають селфі як спосіб виразити себе.

Розміщуючи селфі в соціальних мережах, більшість досліджуваних розраховують на велику кількість «лайків» – 44,72 %; 27,52 % підлітків тривожиться з приводу коментарів під фото; 17,2 % опитаних за допомогою селфі намагаються зацікавити представників протилежної статі. Детальний аналіз цих даних представлено у таблиці 2.

Таблиця 2. Мотивація розміщення селфі у мережі

Розміщуючи селфі, мене найбільше цікавить	%
кількість «лайків»	44,72
кількість «коментів»	6,88
що саме пишуть у «коментарях»	27,52
зацікавлення представників протилежної статі	17,2
зацікавлення представників своєї статі	3,44

При розміщенні селфі значній частині опитаних (65,36 %) важливо показати та акцентувати увагу на обличчі (див. табл. 3).

Таблиця 3. Важливість обличчя на селфі

Роблячи селфі, для мене важливо показати обличчя	%
так	65,36
ні	34,4

При цьому досліджувані підлітки вважали, що демонстрація тіла на селфі не має значення (див. табл. 4), а важливіше на селфі проілюструвати власні емоції (51,6 % опитаних), тобто для школярів важливо через селфі продемонструвати стани та переживання, які їм властиві.

Таблиця 4. Важливість емоцій на селфі

Роблячи селфі, для мене важливо показати емоції	%
так	51,6
ні	48,16

Для опитаних підлітків мало важливими для демонстрації на селфі є інші люди, тобто їхня увага зосереджена на власній персоні (55,04 %) (див. табл. 5).

Таблиця 5. Важливість оточення та інших осіб на селфі

Роблячи селфі, для мене важливо показати оточення, інших людей	%
так	44,72
ні	55,04

Зосередженість на собі та своїх переживаннях забезпечує відчуття суб'єктивного благополуччя і бажання поділитися цим з іншими. Важливість для незначної частини досліджуваних наявності навколишніх відображає ситуацію соціальної спрямованості [15, с. 251].

Переважає більшість опитаних осіб із зацікавленням ставляться до селфі інших (55,04 %), викликають бажання позитивно прокоментувати такі селфі (24,08 %); інколи такі селфі викликають захоплення (10,32 %), або ж бажання прокоментувати їх негативно (10,32 %) (див. табл. 6).

Таблиця 6. Ставлення до селфі інших осіб

Селфі інших людей	%
цікавлять	55,04
викликають захоплення	10,32
викликають бажання прокоментувати позитивно	24,08
викликають бажання прокоментувати негативно	10,32

При перегляді селфі інших осіб, передусім, опитані підлітки звертають увагу на загальний образ (37,84 %), на обличчя і його деталі (37,84 %), потім на оточення (20,64 %) і зовсім мало уваги приділяють деталям та естетиці (3,44 %) (див. табл. 7).

Таблиця 7. Аналіз селфі інших осіб

Коли я переглядаю селфі інших людей, перш за все, звертаю увагу	%
на загальний образ	37,84
на деталі і естетику	3,44
на оточення	20,64
на обличчя і його деталі	37,84

При завантаженні селфі у соціальні мережі 51,6 % підлітків роблять їх доступними для перегляду усіх користувачів соціальної мережі; тільки для

обмеженого кола друзів у мережі – 20,64 %; 17,2 % опитаних відриває доступ до власних селфі для групи «друзі» у цій мережі; 10,32 % досліджуваних роблять селфі доступними тільки для себе (див. табл. 8).

Таблиця 8. Доступ до власного селфі

Коли виставляю селфі, роблю їх видимими	%
публічно	51,6
тільки для друзів	17,2
тільки для обмеженого кола друзів	20,64
тільки для себе	10,32

Для 72,24 % досліджуваних школярів важливо викласти у мережу тільки найкращі фото, а 13,76 % підлітків викладають тільки деякі фото, вибірково, залежно від настрою і така ж кількість опитаних (13,76 %) демонструють тільки ті фото, які тематично пасують в даний час (див. табл. 9).

Таблиця 9. Преференції у виборі селфі для демонстрації

Роблячи селфі, стараюся виставити у мережу	%
тільки найкращі фото	72,24
тільки фото, що тематично пасують в даний час	13,76
деякі, вибірково, залежно від настрою	13,76

Ці результати свідчать про бажання презентувати себе з кращого боку, а також формування власної позитивної «Я-концепції» чи корекції негативної «Я-концепції» [15, с. 254].

Серед усіх фото, викладених у соціальні мережі, у 34,2 % досліджуваних переважають фото однаково часто як і свої; для 26,3 % підлітків не суттєво чи на селфі представлені тільки вони, чи разом із іншими людьми; у 17,2 % досліджуваних переважають особисті фото. Детальний аналіз цих даних представлено у таблиці 10.

Таблиця 10. Преференції у виборі селфі для демонстрації

Роблю селфі з іншими людьми	%
частіше за своє	10,32

однаково часто як і своє	30,96
розміщую селфі виключно з іншими людьми	10,32
своє селфі переважає	17,2
для мене не суттєво чи на селфі тільки я, чи разом з іншими людьми	20,64
роблю тільки своє селфі	10,32

Цікавим видається ставлення опитаних учнів до негативних коментарів під розміщеними фото, оскільки саме вони є соціальним аспектом у селфі і забезпечують механізм зворотного зв'язку [15, с. 255]. Для значної частини підлітків (37,84 %) коментарі під селфі не мають жодного значення; інших 27,52 % опитаних негативні коментарі до їхніх фото засмучують; однаково відчують злість при наявності таких коментарів і мають звичку відписувати при негативних коментарях під їхніми селфі 13,76 % досліджуваних; тільки 6,88 % підлітків, навпаки, ніколи не відписують у такій ситуації (див. табл. 11).

Таблиця 11. Ставлення до негативних коментарів

Негативні коментарі під фото	%
засмучують	27,52
викликають злість	13,76
мені байдужі	37,84
завжди відписую в такій ситуації	13,76
завжди не відписую в такій ситуації	6,88

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

61,92 % опитаних підлітків витрачають загалом від кількох хвилин до півгодини часу на створення та завантаження селфі до мережі; 24,08 % учнів – годину і більше, що викликає занепокоєння; тільки 13,76 % досліджуваних витрачають при цьому півгодини (див. табл. 12).

Таблиця 12. Загальний час, що витрачається на створення та завантаження селфі до мереж

Витрачаю загальний час на створення та завантаження селфі до мереж	%
від кількох хвилин до півгодини	61,92
півгодини	13,76
година і більше	24,08

2.2. Поради для підлітків щодо створення позитивного віртуального іміджу

Імідж (від англ. Image – образ) – невід’ємна частина самопрезентації особистості в умовах будь-якої реальності. «Будь-який суб’єкт «працює» над своїм іміджем, поставляючи його в інформаційне середовище в якості свого продукту, призначеного для використання іншими суб’єктами. Тому кожен суб’єкт виступає в двох особах – виробника і споживача образів, символів, іміджів» [30].

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 [16, с. 162].

Створення іміджу для адекватної участі в процесі спілкування стійкої віртуальної групи подібне і навіть майже тотожне побудові образу самого себе. Проблема іміджу в просторі соціальних мереж полягає в необмежених можливостях іміджетворчості:

- у спілкуванні ви можете видати себе за кого завгодно, або за кілька суб’єктів одночасно, причому це відноситься до всіх учасників групи, тому реальні зустрічі інтернет-користувачів бувають сповнені подиву і проблем у комунікації;
- повсюдно вдосконалюване мистецтво видавати себе за іншого може стати загрозою цілісності особистості та навіть загрозою персональної ідентичності.

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 [16, с. 162].

Отже, універсальними можуть бути наступні поради для підлітків як учасників віртуального спілкування:

1. Нікому без необхідності не давати своїх справжніх імен, адреси, контактних телефонів тощо.
2. Не давати дані про своїх близьких і друзів.
3. Не домовлятися про зустріч у відокремленому місці.
4. Щоразу стикаючись з чимось, що викликає відчуття дискомфорту, йти в інше місце або просто відключатися [20, с. 450].

2.3. Рекомендації для підлітків щодо формування позитивної адекватної самооцінки

Для формування адекватної самооцінки дуже важливим є критичне ставлення людини до своїх здібностей і можливостей. Самооцінка впливає на формування стилю поведінки і життєдіяльність людини, зумовлює динаміку і спрямованість розвитку особистості.

Поняття «самооцінка» та «самоповага» взаємодоповнювані. Самооцінка показує, як людина оцінює себе щодо окремої властивості, а самоповага – загальна оцінка. У більшості людей виявляється тенденція оцінювати себе вище середнього. Це дозволяє зробити висновок про те, що людині властива потреба в досить високій самооцінці, тобто кожному хочеться поважати себе. Самоповага – одне з джерел психологічної стійкості, гарного настрою [14].

Формуючись в ранньому дитинстві, самооцінка особистості тривалий час залишається пластичною, що дозволяє створити певні умови для її зміни в разі порушення адекватності і позитивності [4, с. 99]. Виміри і характеристики «Я» у формуванні загальної самооцінки визначаються на кожному віковому етапі по-різному і змінюються зі зміною індивідуального статусу розвитку особистості. У підлітковому віці самооцінка формується зі сприймання власної зовнішності та рівня схвалення у колі ровесників.

Належачи до ядра особистості, самооцінка є важливим регулятором її поведінки. Від самооцінки залежать взаємовідносини людини з оточуючими, її критичність, вимогливість до себе, ставлення до успіхів і невдач. Самооцінка впливає на ефективність діяльності людини і подальший розвиток її особистості.

Самооцінка є засобом самовираження, створення в оточуючих приємного враження про себе. Особистість оцінює себе двома шляхами:

- шляхом співставлення рівня своїх домагань з об'єктивними результатами своєї діяльності;
- шляхом порівняння себе з іншими людьми [14].

Для підтримки планки на гідній висоті слід методично займатися формуванням самооцінки. Тому для формування адекватної самооцінки підліткам рекомендується:

- роботу з формування самооцінки необхідно здійснювати у різні режимні моменти і в різних видах діяльності;
- робити те, чим можна пишатися;
- дуже важливо зрозуміти, що помилки дають людині можливість вчитися;
- намагатися концентруватися на позитивному;
- навчитися визнавати свої сильні і слабкі сторони;
- пізнавати свій внутрішній світ;
- поважати і допомагати іншим;
- вчитися давати оцінку собі і порівнювати її з оцінкою оточуючих.

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 [16, с. 158].

ВИСНОВКИ

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 контенту в мережі. Основною проблемою в цьому випадку є свідоме зосередження більшості молодих осіб, а особливо підлітків, на активності в мережі, що призводить до відриву від суспільного життя. Нестримне бажання публікувати власні фотографії у мережі, оцінювати світлина інших успішно замінила потребу в суспільній рефлексії, у бажанні живого спілкування, наповнення власного життя справжніми непідробними емоціями, а не тисячами смайликів і «лайків» [15, с 247-248].

Важливо зазначити, що віртуальна самопрезентація учнівської молоді не завжди є ідеалізованим образом особистості, що перебільшує певні позитивні характеристики, чи показує неіснуючі позитивні якості, і навпаки – вона може мати дещо негативних характер. В першу чергу, це може залежати від ситуацій та конкретних комунікативних задач, які стоять перед особистістю, а тому віртуальна самопрезентація може бути як засобом захисту, так і засобом привабливості. Таким чином, проблема самопрезентації молоді в соціальних мережах є актуальною на даний час [25, с. 431].

За результатами емпіричного дослідження впливу явища селфі на поведінку підлітків очевидним є те, 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. зручному ракурсі, аби забезпечити якомога краще сприймання власного «Я».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Белинская Е. П. Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина // Образование и информационная культура. – Т. 5. – Вып. 7. – М.: РАО, 2000. – С. 395-431.
2. Биргер П. Пользователи становятся идиотами. Главные теории селфи / П. Биргер [Электронный ресурс] // Биргер П. Пользователи становятся идиотами. Главные теории селфи. – Режим доступа: <http://slon.ru/biz/1100720>. – Назва з екрану.
3. Богиня Я. О. Проблема «селфі» в житті сучасної молоді / Я. О. Богиня, К. М. Пасько // Етнічна самосвідомість та міжетнічна взаємодія в сучасному світі : зб. наук. праць / [за ред. : Кузікової С. Б., Щербакової І. М., Пасічник Н. О.]. – Суми : Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка. – 2016. – С. 302-305.
4. Бороздина Л. В. Что такое самооценка? / Л. В. Бороздина // Психол. журнал. – 1992.– Т. 13. – № 4. – С. 99-100.
5. Бриль Н. М. Селфі як соціально-психологічне явище / Н. М Бриль // Актуальні проблеми психології. – Т. 1. – Вип. 44. – 2016. – С. 62-67.
6. Вацлавик О. Селфіманія, кібербулінг, шарентінг: нові виклики кіберпростору / О. Вацлавик // Інформаційна безпека в сучасному суспільстві. – 2016. – С. 21-22.
7. Гаспарян А. Синдром селфи. Селфи – дурная привычка или психическое заболевание / А. Гаспарян [Электронный ресурс] // Гаспарян А. Синдром селфи. Селфи – дурная привычка или психическое заболевание. – Режим доступа: <http://www.eltuicia.ru/sindrom-selfi-selfi-durnaya-privychka-ili-psixicheskoe-zabolevanie.html>. – Назва з екрану.
8. Гинзбург М. Р. Личностное самоопределение как психологическая проблема / М. Р. Гинзбург // Вопросы психологии. – 1998. – № 2. – С.19-27.

9. Головаха Є. І. Психологія людського взаєморозуміння / Є. І. Головаха, Н. В. Паніна. – К.: Україна-Інститут соціології НАН України, 2002. – 223 с.
10. Голубь О. В. Я-концепція як екзистенціальне ядро личности, забезпечуюче її внутрішню самоорганізацію і саморегуляцію / О. В. Голубь // Вестник Волгоградського державного університету. Серія "Естественные науки". – 2012. – № 3. – С. 94-100.
11. Гордеев Н. В. Презентація віртуальної личности в різних комунікаційних середовищах мережі Інтернет / Н. В. Гордеев [Електронний ресурс] / Гордеев Н. В. Презентація віртуальної личности в різних комунікаційних середовищах мережі Інтернет. – Режим доступу: <http://cyberpsy.ru/2011/05/1151>. – Назва з екрану.
12. Гоффман І. Представлення себе другим в повсякденній житті / І. Гоффман. – М.: Канон-Пресс, 2000. – 304 с.
13. Гринькова Е. А. Селфі – погляд на історію культурного феномена / Е. А. Гринькова [Електронний ресурс] // Гринькова Е. А. Селфі – погляд на історію культурного феномена // Електрон., науч.-практич. журн. "Современные научные исследования и инновации". – 2015. – № 1. – Режим доступу: <http://web.snauka.ru/issues/2015/01/40930>. – Назва з екрану.
14. Зінчук І. Особливості формування самооцінки особистості / І. Зінчук [Електронний ресурс] // Зінчук І. Особливості формування самооцінки особистості. – Режим доступу: <http://h.ua/story/285539>. – Назва з екрану.
15. Калька Н. Дослідження детермінант селфі у студентської молоді / Н. Калька, Л. Оришин // Проблеми гуманітарних наук. Серія "Психологія". – 2015. – Вип. 35. – С. 247-258.
16. Калька Н. М. Феномен селфі як спосіб презентації «Я» у віртуальному просторі / Н. М. Калька // Наук. вісник Львівського держ. університету внутрішніх справ. – 2015. – № 2. – С. 156-164.

17. Костенко В. Відкритий позаурочний захід «Популярність селфі: плюси і мінуси» / В. Костенко [Електронний ресурс] // Костенко В. Відкритий позаурочний захід «Популярність селфі: плюси і мінуси». – Режим доступу:
http://www.model.poltava.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1435:---l----r&catid=1:latest-news&Itemid=311. – Назва з екрану.
18. Лабунская В. А. «Видимый человек» как социально-психологический феномен / В. А. Лабунская // Социальная психология и общество. – 2010. – № 1. – С. 26-39.
19. Лэнг Р. Д. Расколотовое «Я» / Р. Д. Лэнг. – СПб.: Белый Кролик, 1995. – 352 с.
20. Немеш О. М. Вплив спілкування в соціальних мережах на розвиток особистості підлітка / О. М. Немиш // Проблеми сучасної психології: зб. наук. праць К-ПНУ ім. І. Огієнка, Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – 2014. – Вип. 26. – С.449-450.
21. Погонцева Д. В. Презентация в социальной сети как создание виртуальной татуировки / Д. В. Погонцева // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. – 2013. – № 1. – С. 92-98.
22. Погонцева Д. В. Самопрезентация в киберпространстве / Д. В. Погонцева // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства – 2012. – № 2 (4). – С. 66-72.
23. Погонцева Д. В. Selfie – как способ самопрезентации музыкантов и не музыкантов / Д. В. Погонцева, Е. А. Гринькова [Електронний ресурс] // Погонцева Д. В. Selfie – как способ самопрезентации музыкантов и не музыкантов // Электрон. науч.-практич. журн. "Психология, социология и педагогика". – 2014. – № 4. – Режим доступу:
<http://psychology.snauka.ru/2014/04/2974>. – Назва з екрану.
24. Радова Д. Селфи, делая которые вы нарушаете психику / Д. Радова [Електронний ресурс] // Радова Д. Селфи, делая которые вы нарушаете

- психику. – Режим доступу:
<http://www.wday.ru/stil-zhizny/vibor-redakcii/selfi-priravnyali-k-psihicheskomu-zabolevaniyu>. – Назва з екрану.
- 25.Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты // Образование и информационная культура: Социологические аспекты. Труды по социологии образования [под ред. Собкина В. С.]. – Т. V. – Вып. VII. – М.: Центр социологии образования РАО, 2000. – С. 395-430.
- 26.Соколов Б. Попытка приручить другого / Б. Соколов // Санкт-Петербургский университет. Селфи-революция: вот он я. – 2015. – № 3. – С. 11-13.
- 27.Тавровецька Н. І. «Селфі» як засіб самопрезентації власного Я у молоді / Н. І. Тавровецька // Психологічні науки Загальна психологія, психологія особистості, історія психології. – 2014. – С. 1-10.
- 28.Увлечение селфи [Электронный ресурс]. – Режим доступу:
<http://pda.inosmi.ru/world/20140312/218461586.html?all>. – Назва з екрану.
- 29.Фриндте В. Публичное конструирование «Я» опосредованном компьютером общении / В. Фриндте, Т. Келер // Гуманитарные исследования Интернета [под ред. Войскунского А. Е.]. – М.: Можайск-Терра, 2000. – С. 40-54.
- 30.Хесле В. Кризис индивидуальной и коллективной идентичности / В. Хесле // Вопросы философии. – 1999. – № 10.
- 31.Худ Б. Иллюзии «Я», или игры, в которые играет с нами мозг / Б. Худ. – М.: Эксмо, 2015. – 384 с.