ПСИХОЛОГІЧНА ПАРАДИГМА СЕЛФІ У ВІРТУАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ПОЗИТИВИ ТА НЕГАТИВИ БЛАГОПОЛУЧЧЯ ОСОБИСТОСТІ

*Наукова доповідь на методологічному семінарі НАПН України
«Актуальні проблеми психологічної протидії негативним інформаційним
впливам на особистість в умовах сучасних викликів» 8 квітня 2021 р.*

<https://doi.org/10.37472/2707-305X-2021-3-1-13-12>

ШЕВЦОВ Андрій Гаррієвич

доктор педагогічних наук, професор, член-кореспондент
НАПН України, головний науковий співробітник Державної
наукової установи «Науково-практичний центр
профілактичної та клінічної медицини» Державного
управління справами; професор кафедри ортопедагогіки,
ортопсихології та реабілітології Національного
педагогічного університету імені М.П. Драгоманова,
м. Київ, Україна

Вікторія Анатоліївна ГУПАЛОВСЬКА

кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри психології Львівського
національного університету імені
Івана Франка, м. Львів, Україна

Анотація. У доповіді проаналізовано феномен селфі як наслідок поступового збільшення соціальної дистанції між людьми, відповідного перенесення реального життя у віртуальний простір і вибуху так званого «кліпового мислення», коли лайки та світлина замінюють глибші форми комунікації, притаманні старим формам епістолярного жанру. Описано також емпіричне дослідження певних особливостей самоставлення та нарцисизму студентської молоді, які проявляються через наявність або відсутність селфі-активності. Виявлено, що серед українського студентства селфіманія не отримала загрозливих розмірів, як це засвідчують зарубіжні дослідження, хоча і має певні негативні наслідки для особистісного стану. З'ясовано, що в цілому певна адаптивна селфі-активність студентів (до 10 світлин на тиждень) з викладенням їх у соціальних мережах не є шкідливою, навпаки, сприяє зниженню соціальної ізоляваності, особливо в умовах переважання віртуальних контактів в часи вимушеного карантину. Проаналізовано позитивні аспекти селфі-активності (можливість самореалізації, покращення матеріального становища, один із засобів досягнути соціального успіху, популярності; можливість для самовираження, пізнання себе, підвищення самооцінки; розвиток творчого потенціалу; спілкування без меж, спосіб познайомитися з іншими) та негативні (селфі-адикція, заохочення духовної ліні, плекання поверховості, удавана само-реалізація, подоба осмисленості, оманливе благополуччя, розвиток селфізму, відмова від реального спілкування, зниження самооцінки, фальшиве «Я», залежність від «лайків», психотравматичні епізоди,

Інтернет-булінг, секстинг, харасмент). Феномен селфі в сучасних умовах усе більше пов'язаний із особистісним та сексуальним благополуччям. Зазвичай сексуальне благополуччя природно розглядати в контексті парних стосунків чи взаємодій. Однак у віртуальному середовищі «парна взаємодія» відбувається з кожним, хто розглядає представлене на всезагальний огляд зображення в соцмережах з метою отримання позитивної реакції.

Ключові слова: селфі-активність; самопрезентація; самоставлення; психологічне благополуччя; сексуальне благополуччя.

У світлі сучасної соціальної ізоляції через глобальний карантин постає реальна можливість, якщо не сказати загроза, віртуалізації усього комунікативного процесу, пов'язаного не лише з особистими стосунками, а й з усіма суспільними сферами — політикою, виробництвом, наукою, освітою. Самопрезентація у віртуальних мережах стає тепер не просто особистою примхою, а виробничою необхідністю, виводячи таким чином самопредставлення в кіберпросторі на цілком інший рівень.

Якщо говорити про специфіку конструювання приватного досвіду в умовах сучасних викликів розвитку віртуальних соціальних мереж у глобальному Інтернеті, то варто підкреслити, що свого часу у зв'язку зі стрімким зростанням популярності мереж молоді люди захопились автофотографуванням і викладенням особистих світлин в Інтернеті, відомим як селфі.

Через деякі причини можемо сміливо віднести явище Інтернет-селфі до питань особистісної інформаційної безпеки та психогігієни в мережах. Цей феномен віртуального людського життя має як позитивні, так і негативні наслідки для особистісного саморозвитку, а також неоднозначно впливає на психологічне благополуччя особистості. Розміщення в мережах свого селфі без адекватного самоконтролю може призводити до маніфестації таких характерологічних рис селфіста, які дають змогу діагностувати синдром селфі-адикції. Крім того, селфі може демонструвати спотворений портрет мешканця Інтернет-мережі, через що той/та стане об'єктом Інтернет-булінгу, що руйнівню впливатиме на особистісне благополуччя людини.

Отже, чому люди, іноді навіть високого соціального статусу або поважного віку, потрапляють в пастку селфі-залежності? І чому наразі ми спостерігаємо вибуховий інтерес до цієї форми спілкування мешканців соціальних мереж зі своїми віртуальними контрагентами і значним підвищенням віку осіб, які застосовують такий зразок демонстрації свого зображення дуже часто в напівоголеному вигляді або в достатньо кумедних мізансценах.

Причини зазначеного вибуху, на наш погляд, зумовлені такими чинниками:

1) поступовим збільшенням соціальної дистанції між людьми та відповідним переносом реального життя у віртуальний простір;

2) вибухом так званого «кліпового мислення», коли лайки та світлини заміняють більш глибокі форми комунікації, притаманні старим формам епістолярного жанру.

Селфі (походить від англ. self — сам, сама, same) — фото себе, фотоавтопортрет, зроблений самотужки за допомогою камери смартфона чи будь-якого іншого пристрою і оприлюднений у соціальній мережі. Із розповсюдженням мобільних пристроїв з фотокамерами, смартфонів та з розвитком соціальних мереж і мобільних додатків, як Facebook та Instagram, стало можливим швидко оприлюднювати селфі, що призвело до розвитку їхньої популярності на Заході у 2010-х роках.

Оскільки науковому інтересові до феномену селфі усього близько 10 років, вчені знаходяться на початку шляху до вивчення цього явища. Імовірно, психологічні контексти селфі видозмінюватимуться з дорослішанням покоління, яке першим його асимілювало, відповідно до психологічних особливостей наступних поколінь, що його використовуватимуть, і згідно із соціальними обставинами ставлення до нього.

Поки що психологічний аналіз селфі носить фрагментарний характер. Вивчення феномену селфі в країнах Західної Європи розпочалося дещо раніше у зв'язку з більш раннім його проявленням. Багато авторів розглядають таке явище позитивно, деякі — негативно, пов'язуючи функціонування селфі з не надто здоровими нарцисичними тенденціями.

Наприклад, М.М. Бриль у своїй статті перелічує теорії П. Рутледж, Дж. Кілнера, Дж. Оуллет, Б. Худа, Н. Карра, К. Томсона, які намагаються пояснити причини популярності селфі (Бриль, 2016).

У 2015 р. тому Памела Рутледж наголошувала, що селфі — це не прояв нарцисизму, а спроба навіть не ідентифікації, а комунікації, запрошення до діалогу, намагання відрефлексувати себе і навіть спрогнозувати майбутні події, прагнення

отримати схвалення чи дискутувати про правильність, доречність своїх дій. Авторка завжди розглядала феномен селфі у позитивному контексті, вважаючи винним у негативних його аспектах людський мозок, який не завжди може оцінити міру ризику (підлітковий вік), недоліки сформованості центру прийняття рішень (підлітковий вік, похилий вік) (Rutledge, 2015). В останніх публікаціях доктор Рутледж розглядає селфі як спосіб конструювання самооцінки. Вона, однак, зазначає, що важливий контекст соціального схвалення людини «лайками». «Ми всі прагнемо соціального прийняття та соціальної перевірки. Це біологічна та психологічна реакція. Те, як ми трактуємо like, визначає, корисні вони для нас чи ні. І це повністю під нашим власним контролем. Якщо ми вважаємо, що «like» — це відображення нашої цінності, а не результатів якоїсь дії чи досягнення, ми не просто робимо собі психологічну шкоду, ми фактично передаємо владу над собою» (Rutledge, 2021). Не можна покладатися лише на соціальне схвалення, самооцінка, як видно навіть із назви, формується самою людиною, підсумовує Памела Рутледж — когнітивно-поведінковий психотерапевт та директор центру Media Psychology.

Дж. Кілнер наполягає на тому, що потреба самопізнання та самовдосконалення лежить в основі дій індивіда, схильного робити селфі. За допомогою автофотопортретів особа намагається дослідити, апробувати та отримати відгук на власне Я (Бриль, 2016). Підхід Дж. Оуллета маркетинговий — на його думку, за допомогою селфі молодь рекламує себе, «продає» себе широкому загалові (Бриль, 2016). Б. Худ пояснює селфі як процес нової суб'єктивності, який є неминучим у зв'язку з розквітом технологій (Худ, 2015). Селфі як нарцисичні тенденції розглядають Н. Карр, К. Томсон (Голубь, 2012). Якщо перший говорить про селфі як прояв нормального функціонального нарцисизму, який потрібен індивідові для самопрояву, трансляції себе соціумові, то другий акцентує на еволюції особистісного власне нарцисизму, вважаючи селфі проявом самозамилування, самозакоханості, самолюбівання, проявитися яким дає змогу розвиток цифрових технологій.

Дж. Фокс та М. Руні (Fox & Rooney, 2015) досліджували зв'язок селфі з «темною тріадою» (нарцисизм, психопатія, макіавелізм) та само-об'єктивізацією. Результати показали, що нарцисизм і само-об'єктивізації були пов'язані з

витрачанням більше часу на сайтах соціальних мереж, а також з великою кількістю редагування фотографій. Публікація численних селфі корелюється з виявленням проявів нарцисизму і психопатії. П. Сороковські та А. Сороковська (Sorokowski & Sorokowska, 2015) у своїх дослідженнях виявили позитивний зв'язок між різними підшкалами нарцисизму та трьома видами автофотографування у чоловіків та жінок.

Розгорнуто представлено дослідження селфі та фотовізуалізації життя у соціально-психологічній площині, а саме: як соціально-психологічний феномен «видимої людини» (Лабунська, 2010; Погонцева & Гринькова, 2014); самопрезентація людини, як культурний феномен (Гринькова, 2015); новоєвропейська культура як «суб'єкт» крізь призму поняття «селфі» (Соколов, 2015).

Наукова концептуалізація феномену селфі, на нашу думку, повинна відбуватися як через об'єкт-об'єктне, так і через суб'єкт-об'єктне самоставлення у когнітивному, емоційному та конативному контекстах, які є однаково важливими. Такий аналіз самоставлення відображено в роботах Н.І. Сарджвеладзе (Сарджвеладзе, 1982; Райгородський, 2007), Ш.Н. Чхартішвілі (Чхартішвили, 1975), І.С. Кона (Кон, 1978), В. Століна (Столин, 1983), Р.А. Вікланда і С. Дюваля (Duval & Wicklund, 1972).

За повідомленнями в інтернет-джерелах, селфі як автофотопортрет з'явилося ще у 2002 р. на одному з австралійських інтернет-форумів. У зв'язку з доступністю смартфонів селфі здобуло популярність на Заході раніше, ніж в Україні, — у 2010-ті роки. Близько 2015 р. в Україні починають з'являтися перші публікації науково-популярного (Полупан, 2016; Костенко, 2017) та наукового характеру (Бриль, 2016; Макаренко & Павленко, 2017; Калька, Кононенко & Кононенко, 2017; Худ, 2015; Щербатюк, 2018), автори яких описують феномен селфі та намагаються виокремлювати його психологічні функції.

Подальше розповсюдження смартфонів породило справжній селфі-бум серед української молоді, що спричинило необхідність психологічного дослідження цього феномену.

Нами було здійснено емпіричне опитування молоді, яка робить селфі, із застосуванням наступних методик:

- багатовимірною опитувальника дослідження самоставлення (С.Р. Пантілеев);
- тесту-опитувальника для визначення рівня самооцінки (С.В. Ковальов);

- шкали оцінки рівня задоволеності власним тілом (ШЗБТ) (О.А. Скугаревський);
- тесту оцінки нарцисизму (F.-W. Deneke і B. Hilgenstock, адаптована Н.М. Залуцкою, А.Я. Вукс);
- шкали психологічного благополуччя (К. Рифф, адаптована Т.Д. Шевеленковою і Т.П. Фесенко);
- методики «Діагностика особистісного егоцентризму» (Н.П. Фетіскін, Г.М. Мануйлов, В.В. Козлов).

Група досліджуваних складала 81 користувача соціальних мереж Facebook та Instagram віком 17-25 років (5 чоловіків, 74 жінки).

Використання відповідних методів статистичного аналізу обробки даних (факторного, однофакторного дисперсійного з наступним тестом Шеффе та кореляційного) дало змогу підтвердити припущення про до певної міри вдале психологічне функціонування феномену селфі для деякої категорії молоді. Зокрема, для менш комунікабельних, які більше соромляться власних проявів, селфі здатне підвищити (незначно) рівень самоприйняття. У молоді, яка практикує 15 селфі щотижня і викладає їх у мережі, така активність свідчить про її вище самоприйняття, яке, однак, не покращує глобального самоставлення. Тобто відгук соцмереж демонструє швидкоплинність, і цього недостатньо, аби стабілізувати більш глобальні особистісні утворення. Статистично значущі відмінності спостерігаються за шкалами «Самовпевненість» ($M_1=10,42$; $M_2=9,02$; $t=2,10$, $p<0,038$) та «Самокерівництво» ($M_1=7,08$; $M_2=6,22$; $t=2,05$, $p<0,043$). У осіб, які роблять селфі, задоволеність власним тілом виявилась більшою, ніж в осіб, які його не роблять.

Особи, які роблять 10-15 фото протягом тижня, чіткіше переживають власне «Я» як внутрішній стрижень, що інтегрує й організовує їхню особистість і життєдіяльність, більше покладаються на власні сили в організації свого життя, ніж на долю. Більше, ніж для інших, основним джерелом активності для них є вони самі, вони самостійно досягають результатів у діяльності, самі є авторами змін власної особистості, її вдосконалення. Хоча статистично значущі відмінності за шкалами «Самовпевненість» та «Самокерівництво» спостерігаються лише між групою, яка не робить селфі, і групою, яка робить більше 15 фото щотижня, можна припустити, що така кількість зроблених фотографій протягом тижня та ще їх висвітлення в соцмережах потребують певних організаційних якостей та активності.

Додатково було з'ясовано, що особи, які роблять понад 15 селфі протягом тижня, мають більш відкриті та довірливі стосунки (рис. 1) з оточуючими, є більш співчутливими та здатними до прив'язаностей і близьких стосунків. Часто селфі роблять з друзями та романтичними партнерами для висвітлення подій і взаємин. Однак ми не можемо стверджувати, що саме селфі допомагає налагоджувати довірливі стосунки. Найімовірніше, більш комунікабельні та більш позитивні у спілкуванні молоді люди мають нагальнішу потребу в обміні з іншими емоціями та інформацією, і роблять це за допомогою селфі, але не тільки.

Рис. 1. Середні показники досліджуваних осіб, які роблять селфі з різною частотою за результатами методики «Суб'єктивне благополуччя» К. Рифф при $p<0,05$

Як видно з рис. 2, не можемо говорити про будь-які неадаптивні рівні нарцисизму чи селфізму серед опитаних респондентів. Навпаки, наявність селфі-активності до певної міри навіть знижує у них відчуття соціальної ізоляції, що є дуже опосередкованим, але все ж позитивним показником психологічного благополуччя.

Рис. 2. Середні показники досліджуваних осіб, які роблять селфі з різною частотою за результатами тесту «Оцінки нарцисизму» F.-W. Deneke і B. Hilgenstock при $p<0,05$

Отже, самоставлення — це усталене ставлення до себе, почуття «за» або «проти» власного Я, що виникає на основі когнітивного, емоційного та конативного погляду на себе через рефлексування — самоприйняття, самооцінку та оцінку Я-образу значущим оточенням, соціумом. У сучасному науковому дискурсі концептуалізують три основні підходи до вивчення самоставлення:

- 1) самоставлення як загальну самооцінку;
- 2) самоставлення як самоповагу;
- 3) самоставлення як емоційно-ціннісне ставлення до себе.

Чи може селфі покращити самоставлення глобально або хоча б за окремими компонентами, зазначеними підходами? За даними нашого опитування, глобальні зміни не відбуваються, варто говорити лише про парціальні та нетривалі позитивні ефекти. Чи може селфі покращити почуття благополуччя особи? На основі аналізу думок інших авторів та результатів нашого дослідження можемо зробити висновок — лише частково. Як у кожній звичці або захопленні, у селфі важлива міра — межа між благополуччям прихильників селфі і неблагополуччям, як завжди, тонка.

Західні фахівці вже давно заговорили про патологічний бік селфі — селфі-адикцію. Представники Американської психіатричної асоціації (АПА) сповіщають про розповсюдження узалежнення від селфі — селфіманію або селфізм. Зазначають три стадії такої залежності: епізодичну, гостру та хронічну. Українська дослідниця М.М. Бриль вживає терміни з негативною конотацією — віртуальне божевілля, соціомедійна потворність і селфі-ідіотизм, — які підкреслюють негативне суспільне ставлення до надмірного захоплення селфі (Бриль, 2016).

За підсумками опитування студентів В. Костенко виділяє позитиви селфі: простоту та доступність; спілкування без меж; розвиток творчого потенціалу; можливість для самовираження; пізнання себе; підвищення самооцінки; спосіб познайомитися з цікавими людьми (Костенко, 2017).

Справді, наявність телефона з камерою або смартфона, які вже стали неодмінним атрибутом сучасної людини, провокує спроби застосувати наявні можливості. Чимале значення має також приклад — наявність профілю в соціальних мережах тепер уже є невід'ємною частиною соціалізації. Приклад інших швидко залучає молодь до Інстаграму, дітей — ТікТоку, адже у цих вікових категоріях найсильніше працює ефект наслідування. Сфотографувати себе сам тепер може кожен, особливо якщо це так успішно роблять інші.

Спілкування без меж більшою мірою забезпечується інтернет-можливостями, ніж селфі. Але, якщо необхідно передати інформацію саме про себе або про місце свого перебування, селфі стане в нагоді.

Справді значущі позитивні психологічні функції виконують такі аспекти селфі, як можливість самовираження, пізнання себе, підвищення самооцінки. Це важливі складові конструювання образу Я особистістю, що формується, і автофотографування допомагає побачити себе неначе збоку, увиразнити деякі риси, головню ті, які подобаються собі. А це додає впевненості, тому допомагає самовираженню, завдяки якому індивід більше пізнає себе не лише через саморефлексію, але й через реакцію інших на власні самопрояви. Тепер публічним стати легко — достатньо завантажити фото в профіль у соцмережах, і зворотній зв'язок — кількість переглядів чи «вподобайок» («лайків») — дає змогу зрозуміти, якою є бажаність, цікавість людини для загалу. Це може особливо допомогти молоді з не вельми розвиненими комунікативними навичками, адже без особливих зусиль, не виходячи з дому, можна представити себе загалу, подбавши про самопрезентацію — бажаний вигляд, текст, контекст, знайти спілкування, познайомитися з цікавими, привабливими людьми.

В останні 3-5 років селфі «надбали» позитивні функції, надали можливості для самореалізації — вони часто використовуються при продажах товарів, послуг, власного мовного контенту у соціальних мережах. Отже, селфі допомагає отримати заробіток, покращити матеріальне становище.

Можливість досягнути соціального успіху, популярності за допомогою селфі чи відео — основа діяльності блогерів і тих, хто заробляє на послугах реклами.

Робота над селфі і його вдосконаленням справді може допомогти розкрити та розвинути в собі творчі схильності, креативність. Тепер модно бути унікальним, іншим, ні на кого не схожим, і пошук потрібного образу може стимулювати розкриття несподіваних граней як самого образу Я, так і особистості.

На жаль, гонитва за оригінальністю може мати й негативні наслідки, знижувати рівень суб'єктивного благополуччя особи. Селфі привчає до поверховості, концентрує увагу лише на власній персоні, перетворюючи решту на мізансцену, тло, як зазначає В. Полупан. Він називає селфі поверховою самореалізацією, подобою осмисленості себе, спонуканням до духовної лінії (Полупан, 2016). Подання себе у позитивному світлі справді може навіювати людині враження, що в неї все добре, а отримання позитивного

відгуку на себе тим більше присипляє осмисленість. За відсутності адекватної рефлексії молодь отримує подобу благополуччя, удавану самореалізацію, відсутність мотиву сутнісного самопізнання, саморозвитку.

А.В. Дьяков, Л.В. Ажимова наводять думки французького філософа Жана Бодрийяра про людину в сучасному світі, яка є мішенню такої кількості викривлених інформаційних впливів, що вона не може не віддалятися від соціальної дійсності. Людина не лише стає жертвою і заручником екрану, в кінцевому підсумку вона сама стає екраном, на який проєктуються будь-які зовнішні впливи (Дьяков, 2008; Ажимова, 2012). Це особливо помітно зараз, у ситуації постійного інформування про коронавірус-захворюваність, смертність та карантинну дійсність.

За результатами опитувань студентів В. Костенком серед негативів селфі також виявляються: заміна реального спілкування віртуальним; заниження самооцінки; фальшиве «Я»; залежність від «лайків»; травматизм і нещасні випадки (Костенко, 2017). Радує, що молодь сама може усвідомлювати такий розвиток подій.

Однак підміна реальності та віртуалізація усіх процесів комунікації спричинена не лише селфі. Це наслідок розвитку кібертехнологій, а зараз це — «біль» карантинної сучасності.

З психологічної позиції «покращений» Я-образ, який допомагає позитивній самопрезентації, з іншого боку може бути надто віддалений від «оригіналу» — особи, яка робить селфі, від Я-реального, що вводить в оману і творця цього образу, і його реципієнтів. Порівняння себе з іншими, більш привабливими особами в соцмережах може знижувати самооцінку суб'єкта, який ще не сформувався. Наявність/відсутність лайків може розхитувати нестійку самооцінку і розвивати потребу викликати лайки, отримувати їх — своєрідну подобу соціального успіху. Може розвиватися навіть залежність від лайків — своєрідна лайк-адикція.

Широкому загалові вже відомі випадки, коли підлітки та молоді люди заради вдалого кадру ідуть на екстремальні вчинки, аби тільки викликати захоплення, назбирати багато лайків. На жаль, часом така поведінка закінчується летально.

Селфі «вміє» створювати умови та підстави для Інтернет-булінгу, кібер-булінгу. Селфі може демонструвати спотворений портрет мешканця Інтернет-мережі, що, з одного боку, може

спровокувати булінг, а, з іншого боку, — приховати булера, людину з насильницькими намірами. Селфі робить віртуально доступними учасників соцмереж, надає інформацію про них, і це може призвести до того, що той/та стануть об'єктом анонімного чи явного цькування. Такі події більшою чи меншою мірою руйнівні впливають на особистісне благополуччя людини.

З'явився навіть новий сучасний термін — секстинг — для позначення повідомлення, що містить зображення і/або текст приватного (сексуального) змісту, які можуть стати предметом «викрадення» і розміщення в соціальних мережах, приводячи до насмішок та цькування.

У словниках гендерних термінів наявне ще одне поняття, яке також охоплює можливе поширення інтернет-булінгу — харасмент. Харасмент (від англ. «harassment» — переслідування, домагання) — це «форма дискримінації, яка включає будь-яку небажану та настирливу фізичну і словесну поведінку, що ображає або принижує людину або порушує недоторканність її приватного життя...» (Шевченко, 2013-2021) у різних середовищах, включаючи соцмережі. Харасмент полягає у тривалих і регулярних наполегливих негативних діях стосовно людини: переважно переслідуваннях, сексуальних домаганнях, знецінюваннях, принижуваннях, підриванні авторитету особи в очах інших, паплюженні її, розповсюдженні чуток, провокуванні емоційної реакції, засмучуванні.

Усі форми самопредставлення в мережі Інтернет та у соціальних мережах є потенційно небезпечними з позиції можливого їх використання проти самої особи. Тому поняття безпеки віртуального простору є актуальним для сьогодення.

Феномен селфі можна і треба розглядати також у площині досягнення сексуального благополуччя. Бажання отримати певну кількість «лайків» може розглядатися як підсвідоме бажання мати віртуальні сексуальні контакти або принаймні отримати оцінку власної зовнішності (тіла) як сексуального об'єкта.

Місце поняття сексуального благополуччя в науковому дискурсі позиціонуємо на перетині сексуального здоров'я та суб'єктивного благополуччя. Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) подає наступне визначення сексуального здоров'я: «сексуальне здоров'я — це комплекс соматичних, емоційних, інтелектуальних і соціальних аспектів життя людини, що позитивно збагачують особистість, підвищують комунікабе-

льність людини та її здатність до любові. Це стан фізичного, психічного і соціального благополуччя, пов'язаного з сексуальністю» (World Health Organization, 1975).

За нашими даними, позитивні показники сексуальності (гармонійна тілесність, здорове ставлення до сексуальності, сексуальна задоволеність, відсутність комплексів, сексуальної агресії, сексуальної невротичності) співмірні і взаємозалежні з емоційним комфортом та суб'єктивним психологічним благополуччям особи.

Сексуальне благополуччя є складним, багатокомпонентним системним утвором, який відображає міру реалізованості сексуально-еротичної функції сімейної системи, містить психологічний компонент (соціально-психологічну і соціально-поведінкову адаптацію), соціокультурний компонент (культурно опосередковане ставлення до різних сторін сексуальної близькості) і фізіологічний компонент (переживання сексуальної задоволеності).

Зазвичай сексуальне благополуччя природно розглядати в контексті парних стосунків чи взаємодій. Однак у віртуальному середовищі «парна взаємодія» відбувається з кожним, хто роздивляється представлене на всезагальний огляд зображення в соцмережах з метою отримання позитивної реакції.

Звісно, у разі віртуального селфі-контакту ми не можемо говорити про повноцінне досягнення рівня сексуального благополуччя. Але селфі може бути підсвідомою спробою наблизити й здобути певні види особистісного благополуччя. Сексуальне ж благополуччя виступає тут бажаною віддаленою метою, оскільки кожна молода людина прагне мати гармонійні особисті стосунки та сексуальне життя.

Селфі є феноменом, який дає змогу отримати поверхневу миттєву реакцію, тимчасово підвищити самоприйняття через зовнішнє поверхнєве схвалення — «лайки». Селфі можна розглядати як шлях або як спробу досягти самоприйняття, суб'єктивного благополуччя і лише частково — удаваного сексуального благополуччя.

Більш того, надто відверте сексуальне саморозкриття в соціальних мережах може привертати увагу неблагополучних осіб, і як помірковані любителі селфі, так і селфісти, особливо «селфістки», можуть ставати жертвами небажаних віртуальних і реальних сексуальних домагань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Ажимова, Л.В. (2012). Жан Бодрийяр о феномене массовых коммуникаций в обществе потребления. *Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке*, (3), 101-110. <https://www.dvfu.ru/upload/medialibrary/c44/12-03.pdf>
- Бриль, М.М. (2016). Селфи як соціально-психологічне явище. *Актуальні проблеми психології*, 1(44), 62-67. <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v1/i44/14.pdf>
- Голубь, О.В. (2012). Я-концепция как экзистенциальное ядро личности, обеспечивающее ее внутреннюю самоорганизацию и саморегуляцию. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия «Естественные науки»*, (1), 94-100. <https://cutt.ly/wbuYSri>
- Гринькова, Е.А. (2015). Селфи — взгляд на историю культурного феномена. *Современные научные исследования и инновации*, (1, Ч.3). <https://web.snauka.ru/issues/2015/01/40930>
- Дьяков, А.В. (2008). *Жан Бодрийяр: Стратегии «радикального мышления»*. Санкт-Петербург: Издательства Санкт-Петербургского Университета.
- Калька, Н.М. (2015). Феномен селфи як спосіб презентації «Я» у віртуальному просторі. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія психологічна*, (2), 156-164. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvldu_2015_2_19
- Кон, И.С. (1978). *Открытие «Я»*. Москва: Политиздат.
- Костенко, В. (2017). Відкритий позаурочний захід «Популярність селфі: плюси і мінуси». ВПУ № 7 м. Кременчука. Взято 12 березня 2021 р. з <https://cutt.ly/Cned3im>
- Кононенко, А.О., & Кононенко, О.І. (2017). Психологічна природа селфі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Психологічні науки*, 1(4), 64-69. <https://pj.journal.kspu.edu/index.php/pj/article/view/913>
- Лабунская, В.А. (2010). «Видимый человек» как социально-психологический феномен. *Социальная психология и общество*, 1(1), 26-39. https://psyjournals.ru/social_psy/2010/n1/34184.shtml
- Макаренко, Н.М., & Павленко, А.Г. (2017). Селфи як форма самопізнання. *Проблеми сучасної психології*, (37), 207-216. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pspl_2017_37_20
- Погонцева, Д.В., & Гринькова, Е.А. (2014). Selfie — как способ самопрезентации музыкантов и не музыкантов. *Психология, социология и педагогика*, (4). <https://psychology.snauka.ru/2014/04/2974>
- Полупан, В.В. (2016). Селфізм і селфіманія. In А.Є. Конверський (голова редкол.), *Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету — 2016»* (с. 124-125). Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». <https://cutt.ly/UnekbqC>
- Райгородский, Д. (2007). *Психология самосознания : хрестоматия*. Самара: Издательский Дом «БАХРАХ-М».
- Сарджеладзе, Н.И. (1982). Исследование связи между социальным сходством и притяжением в зарубежной социальной психологии. *Психологический журнал*, 3(2), 147-151.
- Соколов, Б.Г. (2015, 31 марта). Попытка приручить другого. *Санкт-Петербургский университет*, (3), 11-13. <http://journal.spbu.ru/wp-content/uploads/jfiles/03-2015-03.pdf>

- Столин, В.В. (1983). *Самосознание личности*. Москва: МГУ.
- Худ, Б. (2015). *Иллюзия «Я», или Игры, в которые играет с нами мозг*. Москва: Эксмо.
- Чхартишвили, Ш.Н. (1975). *Установка и сознание*. Тбилиси: Мецниереба.
- Шевченко, З.В. (уклад.). (2013-2021). *Словник гендерних термінів*. <http://a-z-gender.net/ua/>
- Шутенко, Е.Н. (2012). Развитие самосознания личности как проблема психологической теории и практики. *Знание. Понимание. Умение*, (1), 196-204. <https://cutt.ly/nnejWxk>
- Щербатюк, В.В. (2018). Селфі як засіб репрезентації ціннісної спрямованості особистості. *Актуальні проблеми психології*, XI(17), 273-289. <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v11/i17/21.pdf>
- Duval, S., & Wicklund, R.A. (1972). *A Theory of Objective Self Awareness*. New York: Academic Press.
- Fox, J., & Rooney, M. (2015). The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences*, 76, 161-165. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.017>
- Gabriel, M., Critelli, J., & Ee, J. (1994). Narcissistic Illusions in Self-Evaluations of Intelligence and Attractiveness. *Journal of Personality*, 62(1), 143-155. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1994.tb00798.x>
- Rutledge, P. (2015, September 23). *Understand Your Brain to Avoid Selfie Accidents*. Dr. Pam Rutledge | Media Psychology. <https://www.pamelarutledge.com/understand-your-brain-to-avoid-selfie-accident/>
- Rutledge, P. (2021, May 16). *Sharing Selfcare on Instagram*. Dr. Pam Rutledge | Media Psychology. <https://www.pamelarutledge.com/sharing-self-care-on-instagram/>
- Sorokowski, P., Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., Frackowiak, T., Huk, A., & Pisanski, K. (2015). Selfie posting behaviors are associated with narcissism among men. *Personality and Individual Differences*, 85, 123-127. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.05.004>
- World Health Organization. (1975). *Education and treatment in human sexuality: the training of health professionals. Report of a WHO meeting*. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/38247>

PSYCHOLOGICAL PARADIGM OF SELFIE IN THE VIRTUAL SOCIAL NETWORKS: POSITIVES AND NEGATIVES OF PERSONAL WELL-BEING

*Scientific report at the methodological seminar of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine
“Actual Problems of Psychological Resistance to Harmful Information Impact on Personality
under Current Challenges” (April 8, 2021)*

Andrii Shevtsov

*DSc in Pedagogy, Professor, Corresponding Member of NAES of Ukraine, Chief Research Fellow,
State Scientific Institution “Scientific and Practical Centre of Preventive and Clinical Medicine” of the State
Administration; Professor of the Department of Orthopedagogy, Orthopsychology and Rehabilitation,
National Pedagogical Dragomanov University, Kyiv, Ukraine*

Viktorii Hupalovska

*PhD in Psychology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
Psychology, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine*

Abstract. *The phenomenon of selfies as a consequence of a gradual increase in social distance between people, a corresponding transfer of real-life to cyberspace, and the explosion of so-called “clip thinking”, when “likes” and photos replace more complex deeper forms of communication, typical for old forms of the epistolary genre is analysed in the report. An empirical study of certain features of self-attitude and narcissism in higher education students manifested through the presence or absence of selfie activity is also discussed. Although self-mania among Ukrainian students is found not to reach alarming points evidenced by foreign studies, it has got some negative consequences for personal status. It is clarified, that in general, a certain adaptive selfie-activity of students (up to 10 self-portraits a week and their publishing) in social media is not harmful. Both positive and negative aspects of selfie-activity are analysed. Among the advantages, there are improving self-realization and well-being, achieving social success strategy, increasing popularity, self-expression and self-esteem development, creative skills formation, new opportunities to communicate and meet other people. There are some disadvantages: spiritual laziness encouragement, false self-realization, semblance of meaningfulness, deceptive well-being, selfishness development, refusal to real communication, low self-esteem, false self-development, “like”-dependency, development of selfie addiction, psycho-traumatic episodes, Internet bullying, harassment. The phenomenon of selfies in modern conditions is increasingly associated with personal and sexual well-being. Usually, sexual well-being is naturally viewed in the context of a couple relationship or interaction. However, in the virtual environment, “a couple interaction” occurs to everyone observing the image presented for public review in social networks for getting a positive reaction.*

Keywords: *selfie-activity; self-presentation; self-esteem; psychological well-being; sexual well-being.*

Дата публікації: 28 травня 2021 р.