

# ФЕНОМЕН СЕЛФИ И ЕГО ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ СМЫСЛ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ПОДРОСТКА

Н.В. ПАВЛОВА

АНО «Центр развития и социализации детей и взрослых  
с нарушениями развития “Пространство общения”»,  
г. Москва, Российская федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2139-5633>,  
e-mail: [pavlova.sound@gmail.com](mailto:pavlova.sound@gmail.com)

Е.В. ФИЛИППОВА

Московский государственный психолого-педагогический университет  
(ФГБОУ ВО МГППУ),  
г. Москва, Российская федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1328-3041>,  
e-mail: [e.v.filippova@mail.ru](mailto:e.v.filippova@mail.ru)

**Цель.** В статье представлено исследование, направленное на выяснение психологического смысла феномена селфи, роли селфи в жизни современных подростков. **Материалы и методы.** В исследовании принимали участие 22 человека, 13 девушек и 9 юношей, среди них 17 учащихся старших классов школы, в возрасте 14—17 лет, и 5 студентов вуза, в возрасте от 18 до 21 года. Было проведено интервью с участниками, а также организована дискуссия, касающаяся вопросов отношения к селфи и его использования. Обработка материалов интервью и дискуссии осуществлялась с помощью тематического и контент-анализа. **Результаты.** Рассмотрены различные взгляды на психологическую природу селфи, причины его популярности у молодежи. Представлена авторская трактовка феномена селфи в контексте теории «переходного объекта» Д.В. Винникотта и экзистенциального анализа А. Лэнгли. В работе показано, что селфи является новым средством познания себя, построения подлинного образа себя через виртуальный образ тела в пространстве между образом Я и реальностью.

**Ключевые слова:** феномен селфи, подростки, «переходный объект», образ Я.

Для цитаты: Павлова Н.В., Филиппова Е.В. Феномен селфи и его психологический смысл для современного подростка // Консультативная психология и психотерапия. 2022. Том 30. № 1. С. 109—131. DOI: <https://doi.org/10.17759/cpp.2022300107>

# THE SELFIE PHENOMENON AND ITS ROLE IN THE LIFE OF THE MODERN TEENAGER

N.V. PAVLOVA

ANO Center for the Development and Socialization of Children  
and Adults with Developmental Disabilities «The Communication Space»,  
Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2139-5633>,

e-mail: pavlova.sound@gmail.com

E.V. FILIPPOVA

Moscow State University of Psychology & Education (MSUPE),  
Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1328-3041>,

e-mail: e.v.filippova@mail.ru

**Objective.** The study presents a study aimed at clarifying the psychological meaning of the selfie phenomenon, the role of selfie in the life of modern teenagers.

**Materials and methods.** The study involved 22 people, 13 girls and 9 boys, among them 17 high school students, aged 14—17, and 5 university students, aged 18—21. Interviews were conducted with the participants, and a discussion was organized regarding the issues of use and attitudes towards selfies. Processing of interview and discussion materials was carried out with the help of thematic and content analysis. **Results.** Various views on the psychological nature of the selfie, the reasons for its popularity among young people are considered. The author's interpretation of the phenomenon of selfie in the context of the theory of «transitional object» by D.W. Winnicott and A. Langley's existential analysis is presented. The paper shows that selfie is a new means of knowing oneself, building a true image of oneself through a virtual image of the body in the space between the image of the Self and reality.

**Keywords:** selfie phenomenon, adolescents, «transitional object», self-image.

**For citation:** Pavlova N.V., Filippova E.V. The selfie phenomenon and its role in the life of the modern teenager. *Konsul'tativnaya psikhologiya i psikhoterapiya = Counseling Psychology and Psychotherapy*, 2022. Vol. 30, no. 1, pp. 109—131. DOI: <https://doi.org/10.17759/cpp.2022300107>

## **Введение**

Современная социокультурная ситуация характеризуется всплеском интереса к взаимодействию в интернет-пространстве, возрастающей ролью Интернета и социальных сетей в жизни современного человека [6; 9; 27; 28].

Утверждение, что Интернет внес колоссальные изменения в нашу жизнь, бесконечно расширил возможности коммуникации, стало общепринятым; но как эти изменения отражаются на самом человеке, влияют ли они и как на структуры личности и сознания, процесс их становления — эти вопросы еще только ждут своего ответа.

В первую очередь это относится к подросткам. Зачастую, Интернет становится — наиболее значимой частью их социальной среды. Американский психолог Д. Бойд, проведя анализ взаимосвязи подростковых практик, осуществляемых в реальном и виртуальном пространствах [15], делает выводы о потребности подростков находиться в «сетевых общественных средах» (networked publics). И если для предшествующих поколений такими средами служили парки и дворы, то современные подростки явно предпочитают социальные сети.

Изменения форм активности и коммуникации в обществе, связанные с внедрением в повседневную жизнь интернет-пространства и социальных сетей, приводят к появлению новых феноменов. Одним из таких феноменов является использование изображений в формате селфи [37]. Как и всякое явление в обществе, феномен селфи имеет свой язык и претерпевает трансформации, становясь отдельной субкультурой.

Селфи, его зарождение и развитие можно рассматривать как важный элемент современной молодежной культуры. В рамках визуальной коммуникации селфи считается лучшей формой обмена сообщениями, поскольку визуальная форма коммуникации с большей вероятностью может быть понята в пространстве социальных сетей [22].

В настоящее время высказываются различные точки зрения на роль и функции селфи. Так, по мнению О. Шварца, новые медиа подготовили почву для перехода от фотографирования других для своего личного потребления к фотографированию себя для потребления другими людьми [21]. Со своей стороны А.Н. Карр обращает внимание на процесс изменения восприятия новостей пользователями социальных сетей. В частности, социальный сервис Инстаграм используется молодыми людьми как канал получения информации, а изображения в формате селфи придают сообщениям сугубо личный характер. Карр также рассматривает селфи как проявление функционального нарциссизма, который служит пользователям социальных сетей для того, чтобы их увидели. По словам Карра, селфи — лишь самая удобная форма, позволяющая быстро встроиться в мировой поток данных [20].

Поскольку селфи стало неотъемлемой частью жизни современных подростков, средством самовыражения, самопрезентации, видом коммуникации в социуме, актуальным становится изучение психологического смысла использования ими селфи [25].

## **Социокультурный и психологический анализ феномена селфи**

**История феномена селфи.** Казалось бы, что селфи — это продукт сегодняшнего дня, однако селфи имеет свою, довольно длинную историю. Первая — известная к настоящему времени селфи-фотография, была сделана американским фотографом-любителем Р. Корнелиусом в 1839 г. В России первые фотоснимки собственного отражения в зеркале были сделаны великой княжной Анастасией Романовой, когда ей было 13 лет. Эти фотографии считаются первыми селфи, сделанными подростком [30]. Развитие технического прогресса привело к тому, что фотографирование своего отражения в зеркале стало определенным приемом, которым пользовались как профессионалы, так и любители фотографии. Важным шагом в распространении стиля селфи в фотографии стало появление цифрового изображения, а также развитие сети Интернет. В дальнейшем, развитие социальных сетей привело к созданию более популярной в настоящее время сети «Фейсбук» [37]. Следующий взлет селфи произошел благодаря социальной сети «Инстаграм», которая специально отформатирована для публикации фотографий в этом формате [16]. В 2013 г. Оксфордский словарь назвал термин «селфи» словом года, определив его как «... фотографию, сделанную самим собой, обычно со смартфона или веб-камеры, и распространяемую через социальные сети» [25].

Виды селфи-фотографий постоянно развиваются, появляются такие типы изображения, как «лифтолук» (снимок, сделанный при помощи зеркала в лифте), «басселфи» (фото в ванной), «релфи» (фотография с любимым человеком), «фелфи» (селфи с питомцем), «дакфейс» (селфи с надутыми губами — «утиные губки») и др. [27; 29].

Понятие «селфи» является многогранным и многофункциональным, требует осмысления его значимости и популярности. И хотя конечный продукт селфи — это фотография, процессы фотографирования и создания селфи различны.

Скажем несколько слов об этом. В работе «Camera lucida. Комментарий к фотографии» Р. Барт выделяет два главных значения фотографии. Первое (*studium*) — это культурная интерпретация фотографии, второе (*punctum*) — личный, эмоциональный смысл изображения. Как замечает Барт, процесс создания фотографии распределен

между тремя фигурами: оператором (operator), изображаемой фигурой (spectrum) и зрителем (spectator) [2].

В то же время при создании селфи роли распределяются по-другому. В современных медиа главной становится фигура самопрезентующегося («self-presenting man»). На первый план выходит задача произвести нужное впечатление о себе. В селфи фотоаграф и фотографируемый объединяются, центром изображения становится не событие, а человек, который соединяет в себе все четыре роли. Такая «самопрезентующаяся» личность определяет себя с помощью визуального образа перед взором других и себя-Другого.

**Различные прочтения феномена селфи.** Существуют различные точки зрения на психологические причины популярности селфи. Например, называются различные личностные факторы, связанные с самопрезентацией в сети «Интернет». Эти факторы могут быть рассмотрены в контексте черт личности в модели Большой пятерки (в классическую модель Большой пятерки входят следующие основные факторы: нейротизм, экстраверсия, открытость опыту, согласие или сотрудничество, сознательность или добросовестность) [26].

Ряд авторов [15; 18; 19; 21] связывают публикацию селфи с нарциссизмом и истерическими чертами личности. Селфи рассматривается как продукт самолюбования человека, представляющий новую возможность для проявления нарциссических черт [15; 18; 19]. Также анализируются виды воздействий, оказывающих влияние на людей, склонных к нарциссическим проявлениям, при использовании ими фотографий селфи и демонстрации активности в социальных сетях в целом, такие как культура, гендер и степень нарциссического расстройств. Исследования показывают, что нормы общества, которые формируют гендерное поведение, пол, а также степень проявления нарциссических черт личности значительно влияют на активность респондентов в социальных сетях и использование ими фотографий формата селфи [36]. В то же время А.Н. Карр [20] занимает иную точку зрения. По его мнению, селфи как способ самопрезентации не имеет прямого отношения к нарциссизму, понимаемому в парадигме клинической психологии, а является скорее функциональным нарциссизмом, который используется пользователями социальных сетей как способ самопредъявления в стремительно изменяющемся потоке информации в социальных сетях. Эта идея находит поддержку у некоторых исследователей, в основном психоаналитически ориентированных, но сам термин вызывает возражения — они предлагают вместо слова «нарциссизм» использовать слово «эксгибиционизм» [32].

Однако есть и другая, «практическая», трактовка феномена селфи, рассматривающая данный тип фотографии не более, чем вид фотогра-

фического изображения, присущий современной эпохе. Так, Н. Берлантски [12] считает, что селфи является автопортретом, что, по сути, это всего лишь жанр фотографии. Как и любой жанр, селфи не может быть плохим или хорошим, но может быть сделан плохо или хорошо. Это касается и технической, и сюжетной стороны. Так же, как и любой популярный жанр, он не может быть показателем какого-либо диагноза, но может характеризовать человека и быть проявлением современной культуры и социума.

Выявлены и гендерные различия в использовании селфи [36; 40]. Оказалось, что женщины размещают больше собственных и групповых селфи, чем мужчины. Но это не относится к селфи с партнером. Также значимым фактором, влияющим на количество сделанных и опубликованных селфи, может служить наличие истерических черт личности у авторов селфи [38].

Еще один подход к изучению селфи встречается в работах А.Н. Карра. Это исследование селфи в аспекте социального взаимодействия с помощью самопрезентации. Феномен селфи и процессы адаптации рассматриваются здесь в контексте «общества потребления» как форма символического потребительского поведения, как попытка присвоить пространство и среду, стать частью социальной группы посредством «употребления» селфи как продукта. По мнению антрополога К. Вульфа, с помощью селфи индивид строит собственную идентичность с группой, подражая поведению ее членов [30]. Такую трактовку роли селфи как инструмента конструирования групповой идентичности и процессов построения границ между группой и индивидом поддерживают С. Бун и Б. Пенти [13].

### **Исследования феномена селфи в контексте проблематики телесности.**

Тема презентации телесности в фотографиях формата селфи нашла отражение в исследовании, проведенном психологами из Сингапурского университета. В их работе показано, что характеристики фотографии, выполненной в формате селфи, могут быть показателем личностных особенностей автора селфи и не только личностных отклонений, но и черт характера [34].

Нельзя не отметить исследование, проведенное бельгийскими учеными, которое описывает негативное влияние использования формата селфи на формирование образа тела и образа Я. Полученные данные показали, что просмотр отредактированных (улучшенных) селфи способен привести к неудовлетворенности образом тела у подростков, так как может провоцировать у них желание сравнивать свое тело с изображениями, увиденными в социальных сетях. Кроме того, результаты показали защитную роль положительных отзывов со стороны сверстников

о внешнем виде респондентов при просмотре селфи фотографий худых или атлетически сложенных людей. В целом, результаты исследования подчеркивают решающую роль сверстников в укреплении или критике доминирующих идеалов внешнего вида и формировании того образа, в котором подростки представляют себя в Интернете [35].

Существующие исследования связывают использование социальных сетей с неудовлетворенностью телом и показывают, что поведение на основе фотографий, такое как принятие и публикация селфи, может привести к повышенному риску нарушения образа тела [17].

Влияние положительных отзывов в социальных сетях, посвященных селфи-фотографиям и гендерной предрасположенности использования селфи, описывают также психологи университета Чапман (США). Это исследование фокусируется на том, как определенные типы редактирования фотографий и наличие положительных отзывов аудитории об изображениях могут повлиять на самооценку и удовлетворенность респондентов образом тела. Результаты показывают, что использование редактирования селфи приводит к низкой удовлетворенности внешностью, а отзывы об изображении формата селфи усиливают сравнение изображения респонденток с другими женщинами и стремление соответствовать тому или иному образу [40].

Не обошли вниманием проблему селфи и социальной активности в Интернете и отечественные ученые.

Ануфриева рассматривает феномен селфи как проявление нарциссизма личности в современном обществе. Фотографии селфи являются, с ее точки зрения, воплощением нарцисстического самоанализа, погружения в «бесконечный процесс» объяснения своей личности. При этом нарциссизм трактуется как стратегия выживания в современной действительности, как реакция на неопределенность и изменчивость окружающего мира [1].

В центре внимания российских психологов находятся исследования феномена селфи в подростковой среде. Так, например, О.И. Одарущенко выделяет три основных мотива, побуждающих подростков к созданию селфи. Во-первых, это стремление вызвать интерес к себе, т. е. самопрезентация. Во-вторых, это попытка пережить настоящее посредством редактирования селфи. В третьих, использование селфи в качестве средства коммуникации в процессе переписки в сети «Интернет», в этом случае селфи становится сообщением о переживаниях и эмоциях [9].

Р.В. Ершова с соавторами считают, что процесс создания селфи является способом компенсации базовых потребностей подросткового возраста, замечая, что влияние этого процесса на формирование личности неоднозначно, поскольку любое увлечение в подростковом возрасте

может выполнять, с одной стороны, компенсаторную и развивающую функцию, а с другой — приводить к аддиктивному поведению [5].

В настоящее время набирает популярность среди некоторых групп подростков «экстремальное селфи», практика, приводящая зачастую к летальному исходу [3].

Селфи можно рассматривать как инструмент создания актуального для человека в настоящий момент образа себя и использовать его в процессе межличностной коммуникации. Наличие данного инструмента позволяет индивиду реализовать улучшенный образ себя в заданных, и постоянно трансформирующихся рамках социального взаимодействия в контексте телесности и самопредъявления [17].

Селфи открывает неограниченные возможности для редактирования и трансформации образа себя, поскольку при использовании социальных сетей тело чаще всего оказывается скрытым, оставляя для обозрения лишь лицо [39].

Учеными Университета Флиндер (Австралия) было проведено экспериментальное исследование связи между редактированием селфи и неудовлетворенностью телом. Было обнаружено, что съемка и редактирование селфи могут приводить к усилению негативного настроения и недовольству образом тела или изображением лица у респондентов. Кроме того, наблюдаемый объем редактирования селфи мог предсказать рост неудовлетворенности образом тела или изображением лица. На основании результатов исследования авторы делают вывод о том, что на самопрезентацию в социальных сетях и редактирование селфи затрачивается определенный ресурс, что может пагубно влиять на молодых женщин [39].

Пользователи социальных сетей имеют возможность заниматься самопрезентацией посредством конструирования виртуальной телесности, представленной через селфи. Селфи публично демонстрируются, подвергаются оценке, становятся примером для подражания или объектом критики.

В настоящей работе, помимо задачи провести анализ и описание понятия «селфи» как культурного феномена, мы попытались ответить на вопрос о том, каковы психологические смыслы феномена селфи и его роль в жизни современного подростка.

### **Описание процедуры исследования**

Для ответа на вопрос о психологических смыслах селфи для подростков было осуществлено исследование, включающее проведение полуструктурированного интервью и организацию групповой дискуссии с



подростками с последующим тематическим и контент-анализом полученных данных.

Исследование проходило в два этапа. На первом этапе, целью которого было выявление отношения к селфи и его роли в подростковой среде, со всеми участниками было проведено полуструктурированное интервью. Было опрошено 22 человека (13 девушек и 9 юношей), из них 17 человек — подростки, 14—17 лет, учащиеся старших классов московской школы, и 5 человек — молодые люди, в возрасте от 18 до 21 года, студенты младших курсов вузов. Эта возрастная группа априори владеет техническими приемами работы со смартфонами, а также, как правило, оснащена устройствами, позволяющими делать селфи. Информация об экономическом статусе семей, а также составе семей подростков не собиралась. На этом же этапе 16 человек из выборки (11 подростков и 5 молодых людей) были исследованы с помощью методики ООСТ (У.А. Скугаревский, С.В. Сивуха), направленной на диагностику отношения к собственному телу. В исследовании использовалась эта методика, поскольку фотография в формате селфи — это, прежде всего, внешний, телесный образ; кроме того, результаты многих исследований [15; 17; 35; 39; 40] показывают существование связи между использованием селфи и отношением к своему телу.

На втором этапе исследования, на основе вопросов интервью, была организована групповая дискуссия с подростками, в ходе которой они обсуждали свой опыт создания и использования фотографий в формате селфи. В дискуссии участвовали 8 подростков, учащихся старших классов школы в возрасте 14—15 лет (6 девочек и 2 мальчика), из числа тех, с кем проводилось интервью на первом этапе.

Целью групповой дискуссии являлось создание пространства вербальной коммуникации подростков друг с другом. В групповой дискуссии, хотя мы и опирались на вопросы проведенного ранее интервью, но в отличие от интервью разговор фокусировался на обмене опытом переживания процесса создания и использования селфи. Это позволило нам подойти к обсуждению психологических смыслов селфи. Модератор дискуссии обращался к личному опыту респондентов, к чувствам и переживаниям, которые они испытывали в процессе создания и публикации селфи. Центральным моментом дискуссии являлся поиск смыслов данного процесса для каждого участника, их обмен найденными смыслами друг с другом, сравнение и соотнесение их опыта и точек зрения. Подростки размышляли о процессе работы над селфи, о том, как они его делали. Участники делились опытом и пытались объяснить, что именно являлось для них наиболее ценным и важным в этом процессе, «здесь и сейчас», в реальном времени проанализировать различный опыт соприкосновения с феноменом селфи в их жизни. В ходе дискуссии удалось

создать пространство разговора подростков друг с другом. Подростки откликались не только на собственный опыт, как в интервью, но и на опыт своих сверстников.

Данные дискуссии записывались на диктофон, а затем транскрибировались и анализировались.

Обработка интервью и данных дискуссии осуществлялась с помощью тематического анализа по методу Квале и контент-анализа.

## **Обработка и описание результатов исследования**

**Результаты тематического анализа.** Всего было проведено 22 интервью, каждое интервью длилось от 20 до 45 минут. Интервью записывались на диктофон, затем запись расшифровывалась и текст обрабатывался с помощью техники поэтапного кодирования и тематического анализа. Тематический анализ интервью проводился следующим образом. Вначале текст интервью читался целиком, после этого его разбивали на смысловые единицы, критерием служило наличие в них законченной мысли. Далее выделенные смысловые единицы кодировались. На первом шаге проводилось открытое кодирование, когда коды формировались непосредственно из слов респондентов. На втором шаге кодирования формировались более абстрактные коды, где фокус был направлен на опыт использования селфи респондентами. В результате были сформулированы темы, которые могли включать в себя несколько выделенных кодов. Каждая тема представляла собой какой-либо аспект психологического или функционального значения селфи для подростка, а все выделенные темы давали возможность увидеть психологическое значение селфи для них [10]. Тематический анализ дискуссии проводился тем же способом, поскольку дискуссия строилась на основе вопросов интервью.

Тематический анализ текстов интервью и дискуссии позволил нам выделить темы, которые описывают наиболее значимые составляющие восприятия феномена селфи подростками. Эти темы являются результатом последовательной экспликации, развертывания собственного опыта через селфи-фотографии. Назовем их.

**Соотнесение с собой (встреча с собой).** Большинство респондентов говорили, что для них селфи — это возможность взглянуть на себя («селфи без лайков не удаляю, так как я его и для себя делала»). Встречалось несколько видов использования селфи в рамках данной темы: 1) соотнесение с образом себя из прошлого («смотрю на селфи и думаю: ты сам как-то изменился? Можно посмотреть, что изменилось, чего ты добился»); 2) оценка своего собственного образа; 3) «селфи — это взгляд на себя,

а фотография — взгляд на другого»); 4) рождение особого пространства между собой и образом себя при создании селфи («селфи — безопасная возможность посмотреть на себя со стороны, только ты и ты»; «селфи — это то, как ты видишь сам себя..., то есть ты выглядишь так, как ты думаешь, что ты выглядишь») [11].

**Контроль.** Ощущение комфорта, связанное с отсутствием необходимости взаимодействовать с другими при создании селфи, ощущение безопасности и контроля над ситуацией: «Мне кажется, люди разучились просить, пришла эра поколения «написать». Доверие к себе гораздо выше, чем к прохожему, который будет тебя фотографировать». Также важна возможность самостоятельно контролировать изображение — возможность переснять фотографию и отредактировать ее («если говорить про контроль, то это про уверенность в результате»; «я сама себя вижу, и сама могу отрегулировать позу и выражение лица, чтобы фотография получилась такой, какую я хочу») [11].

Тема контроля в данном случае может также трактоваться не как недоверие к другому, а как стремление к автономности, свойственное подростковому возрасту, к самостоятельности, суверенности внутреннего пространства.

**Самопрезентация** (презентация себя таким, каким подросток хотел бы, чтобы его видели другие). Более половины подростков подчеркивали собственную потребность в публикации некоторых фотографий в формате селфи: «Не то чтобы я играю, но показываю себя в какой-то мере... я смотрю в камеру и делаю все, чтобы эта эмоция выглядела очевидной, увеличиваю ее интенсивность»; «восприятие человеком себя — лучшая редакция себя». Это позволяет нам предположить, что селфи служит не только для передачи эстетического переживания, а является для подростка еще одним каналом передачи информации о себе, о своем состоянии: «Если прямо хочется красоты — то фото, а если себя передать, свое состояние — то селфи»; «выкладываю, чтобы о себе рассказать, что у меня в жизни происходит».

Многие подростки называли в качестве основной характеристики селфи возможность передавать эмоции: «Если объяснить, как я это использую, то, например, в «Телеграме» есть стикеры. Они выражают самые разные эмоции. Иногда, когда я чувствую насмешку, я отправляю ответ-стикер, типа мне смешно то, что мне написали, я хочу закатить глаза и отправляю такой стикер. Иногда я могу и селфи так использовать — глаза закатить, сфоткать себя, и вот стикер готов...»

**Удобство** (удобный и быстрый способ фиксации информации).

**Память.** Важность роли селфи в сохранении значимых, памятных моментов отмечали большинство участников. Это означает, что фотография, сделанная в формате селфи, сохраняет основную функцию

фотографий — оставить в памяти момент жизни человека, возможность вернуться в пережитый опыт [11].

**Результаты контент-анализа.** После тематического анализа был проведен контент-анализ текстов интервью и материала групповой дискуссии. Контент-анализ был выбран нами для проверки результатов тематического анализа, поскольку он позволяет строго, без использования прямых интерпретаций оценить эмпирический материал. При использовании метода количественного контент-анализа кодировочные категории выделяются до начала работы с текстом, а затем проводится подсчет частоты употребления респондентами в интервью той или иной кодировочной категории.

Для проведения количественного контент-анализа текст интервью был разбит на содержательные единицы и пошагово проанализирован, выявлены описательные коды на языке, используемом респондентами; далее были выделены кодировочные единицы счета — слова, словосочетания, выявлены абстрактные коды, тем или иным образом определяющие фотографии в формате селфи или процесс их создания. Затем был проведен подсчет частоты употребления кодов респондентами при описании процесса работы над селфи [10; 11].

Подсчет частоты употребления выделенных категорий показал, что наибольшее количество ответов (28,18%) относилось к функциональному аспекту использования селфи; затем шли ответы, где отмечалась возможность самопрезентации с помощью селфи (23,56%); третье место заняли ответы, которые отмечали значение селфи как жанра изображения, оценивали их эстетический аспект (19,9%); возможность «увидеть себя» с помощью селфи звучала в 15,7% ответов; важность личного контроля над изображением при создании селфи подчеркивалась в 10,47% ответов; в 4,19% отмечалась неудовлетворенность собственным телом, что являлось причиной отказа от публикации своих селфи.

Интересно, что для большинства участников селфи являлось не только дополнительной возможностью в коммуникации и самопрезентации, но и интересным психологическим опытом. Вероятно, можно говорить о многосторонности данного феномена в восприятии современного молодого человека.

**Результаты, полученные по методике ООСТ.** Обработка данных, полученных с помощью методики ООСТ показала, что 37,5% опрошенных подростков значимо не удовлетворены образом собственного тела.

Последующий анализ интервью и сопоставление данных, полученных при помощи методики «Опросник образа собственного тела» ООСТ (У.А. Скугаревский, С.В. Сивуха), позволил выявить, что для респонден-

тов, значимо не удовлетворенных собственным телом, характерно следующее. Они не публикуют или публикуют редко селфи в социальных сетях; они строго контролируют изображение себя: «Я вижу конечный результат... я контролирую итог...»; «когда я селфи делаю, мне как-то спокойнее»; используют селфи для презентации не собственной внешности, а для презентации своего опыта. Для них значимо, что можно использовать изображения, содержащие только лицо: «То, что это показывает только лицо»; «Мне кажется, для аватарки это лучший формат. Лицо, и больше ничего не надо». Таким образом, подростки, не удовлетворенные образом своего тела, предпочитают не публиковать свои изображения, фокусируют внимание не на себе, а на событии, т. е. они используют селфи не в качестве самопрезентации, а как инструмент диалога с собой, отслеживания образа себя во времени [11].

### **Обсуждение полученных результатов**

После проведения контент-анализа его результаты сопоставлялись с результатами тематического анализа. Оказалось, что основные темы, выделенные с помощью тематического анализа, обнаруживаются и в результате применения контент-анализа. Это соответствие дает основание говорить о главных мотивах использования селфи подростками: селфи функционально; оно позволяет презентовать свой образ Я в социальных сетях; оно дает возможность создать диалог с самим собой. (Интересно, что фотография потом часто не размещается в социальных сетях, а остается только у подростка, чтобы иметь возможность сопоставить образ себя на фотографии с самоощущением в настоящий момент.)

В ходе дискуссии подростки сами предложили тему для обсуждения — групповое селфи. Это расширило пространство обсуждения, вывело дискуссию в «другое измерение», создало возможность обмена переживаниями, связанными с процессом создания и просмотра коллективных селфи. Обсуждая коллективные селфи, участники акцентировали обособленность процесса фотографирования своей группы от вмешательства взрослых, ценность этой обособленности. Подростки как будто получали шанс создания собственного мира с помощью селфи. «Они могли обращаться к тому, что принадлежит только им, к скрытым ценностям и смыслам, которые только данная группа могла постигнуть» [10; 11]. Это повышало и значимость факта присутствия на групповых селфи-фотографиях, и ценность обладания данным изображением, что делало возможным обращение к своему собственному опыту. «Мы вспоминаем, как мы дурачились все вместе: а вот тогда... помнишь? — пом-

ню», «смотришь и погружаешься в атмосферу того дня... ну, мы часто фоткаемся в “Макдаке” — вокруг полно бумажек от бургеров... и там: давайте сделаем селфи!», т. е. групповые селфи создают возможность присвоения коллективной эмоции [11].

Здесь нам бы хотелось обратиться к работе В.В. Нурковой [8], где она приводит сравнение аналоговой и цифровой фотографии. Автор видит причину популярности цифровой фотографии в возможности тотального контроля над изображением, в том числе в возможности вносить изменения в изображение без вмешательства другого. Интересно, что именно так подростки описывают и преимущество селфи перед обычной цифровой фотографией в нашем случае — возможность сделать свой портрет в условиях полного контроля над изображением, т. е. видна та же закономерность, но на более высоком техническом уровне.

В ходе дискуссии стал более ясным процесс создания и использования селфи-фотографий как сотворения и презентации «достаточно хорошей копии себя» социуму, которая создается под личным, можно сказать, интимным контролем подростка (интимность мы понимаем в экзистенциально-аналитической парадигме, где этот термин подразумевает «место встречи Person — персональность, личность в глубоком ее понимании — с самой собой, «меня со мной», «Я делаю это сам, никого не надо напрягать...»). Этот аспект процесса создания селфи свидетельствует о притягательности такого формата для подростков; притягательность его состоит в том, что селфи дает опыт переживания встречи с собой, «где фигура автора может быть изменена самим же автором, где ей могут быть присвоены черты из мира мечты». Сам процесс при этом является совершенно безопасным из-за непосредственности в него других людей, внешнего мира в целом. Создается впечатление, что автор селфи как будто оставляет за собой право выбора быть или не быть предьявленным и оцененным внешним миром. Редактируя свои селфи, а также рассматривая их в памяти телефона, он находится в диалоге только с самим собой [11; 29].

Анализ текстов интервью и дискуссии дает основания говорить о том, что при создании селфи для подростков важно именно то, что они сами создают фотографии себя, проходя путь от внутреннего представления себя к воплощению, экстерииоризации придуманного образа. Все участники выделяли две темы: «я могу переснять» и «никто другой в этом не участвует». Создается впечатление, что для них «крайне важно представить социуму образ подлинного себя, по сути, реализовать образ себя из мира мечты, не посвящая в процесс создания этого образа третьих лиц» [10; 11]. Такое изображение себя существует в реальности и воспринимается другими людьми как реалистичное изображение, однако реалистическим оно не является, поскольку представляет собой резуль-

тат соотношения себя с собой воображаемым. Это наводит на мысль, что селфи-фотография дает возможность создавать сокровенный образ себя, внутренний объект, внутреннюю репрезентацию себя. Именно возможность глубинной встречи с собой объясняет популярность фотографии формата селфи у большинства молодых людей» [11].

Представленные материалы дают нам право предположить, что создание образа себя с помощью селфи-фотографий можно рассмотреть с точки зрения идеи «переходного объекта» Д.В. Винникотта, поскольку в процессе создания и редактирования селфи автор проделывает путь от внутренней реальности к внешней. «О каждом индивиде, достигшем стадии существования с ограничивающей мембраной отделяющей внутреннее от внешнего, можно сказать, что этот индивид обладает внутренней реальностью — внутренним миром, который может быть богатым или бедным и находиться либо в состоянии мира, либо в состоянии войны» [4, с. 187].

Процесс создания селфи, который связан с контролем и «улучшением» своего изображения, доведением этого изображения до «мне нравится, как я выгляжу на фото», может быть представлен как опыт перехода от внутреннего к внешнему, воплощению себя идеального в реальном мире, как «доведение изображения собственного тела до идеального и существующего при этом в реальности». Таким образом, селфи дает возможность реализовать цель самопрезентации себя — «таким, как я хочу, чтобы меня видели другие». Для подростка в этом материализованном образе, представленном в реальном мире фотографией селфи, в образе его тела, созданным с помощью селфи-фотографии, и заключен образ Я.

Рассмотрение селфи в контексте теории «переходного объекта» Д.В. Винникотта, подводит нас к предположению, что фотография селфи выполняет и защитную функцию для ее автора, т. е. опубликованное селфи и содержащийся в нем образ себя, сконструированный подростком, как будто способны защитить, оградить истинное Я подростка от оценок социума [11].

Необходимо отметить, что мы не отождествляем феномен использования и распространения селфи с «переходным объектом», а скорее говорим о том, что селфи можно рассмотреть как аналог переходного объекта, описанного Д.В. Винникоттом, как пространство, которое для подростка может иметь те же смыслы, что для младенца переходный объект.

## **Выводы**

В настоящее время существуют различные взгляды на сущность селфи, причины его популярности; кто-то рассматривает селфи с «прагма-

тической» точки зрения, с точки зрения его удобства как коммуникативного средства, кто-то видит в увлечении селфи личностные нарушения; мы же попытались взглянуть на селфи как на психологический потенциал, ресурс для построения образа Я и обретения идентичности в подростковом возрасте.

Проведенное исследование психологических смыслов процесса создания и использования подростками фотографии в формате селфи подводит нас к следующим выводам.

Подростки, не удовлетворенные образом собственного тела, склонны отказываться от публикации селфи по причине недовольства своим внешним видом в целом. Ценность для них представляет возможность контроля за изображением себя в формате селфи. Они видят преимущество селфи перед фотографией, снятой другим, в том, что в кадр попадает только лицо; они предпочитают использовать селфи для презентации собственного опыта, а не внешности, т. е. у этих подростков селфи не является средством презентации себя в социуме, не рассматривается ими как средство коммуникации, а выполняет, в первую очередь, функцию встречи с собой. Этот вопрос заслуживает дальнейшего изучения, но обращает наше внимание на то, что существует непосредственная связь использования селфи и отношения к своему телу.

На основе анализа интервью выделены темы, которые позволяют выявить основные мотивы использования подростками фотографий формата селфи. Это: «встреча с собой», «самопрезентация»; передача эмоционального состояния, более точная, чем с помощью текстовых сообщений; «контроль», отсутствие необходимости взаимодействовать с другими людьми; «удобство»; «память», так как селфи оставляет за собой основную функцию фотографии — сохранять в памяти какой-то момент жизни человека, возможность пережить его вновь.

Психологический смысл использования селфи состоит, по видимому, в том, что оно дает возможность создавать и предъявлять подлинный, сокровенный образ себя внутри крайне индивидуального, личного процесса переживания себя в пространстве между мечтой и реальностью. Можно предположить, что селфи является аналогом «переходного объекта» Д.В. Винникотта, мостиком между самоощущением, внутренним образом себя и реальностью.

Также процесс создания и использования селфи можно рассматривать как переживание опыта интимности (А. Лэнгле) во встрече с собой, где фигура автора может быть изменена самим же автором, где ей могут быть присвоены черты из мира мечты, при этом сам процесс является абсолютно безопасным, поскольку взаимодействие происходит только с собой, никто другой не посвящен в него.



Следовательно, можно говорить о том, что селфи является новым средством познания себя, построения образа себя через виртуальный образ тела, а также формирования безопасного отношения к себе в социуме; и в этом состоит его психологический смысл для подростков.

Дальнейшее изучение роли селфи в жизни подростков важно не только для того, чтобы выявить негативную сторону селфи, увидеть в селфи признаки личностных отклонений или дисфункциональных способов поведения, но и для того, чтобы понять роль процесса создания и использования селфи для построения образа себя в подростковом возрасте.

Надеемся, что исследование феномена селфи может позволить лучше понять и почувствовать современных подростков, по-новому осветить, казалось бы, «бытовое» явление — «селфи», в новом ракурсе увидеть процесс формирования образа себя и отношения к миру у современных подростков.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Ануфриева К.В.* Селфи как форма проявления нарциссизма личности в современном глобальном сообществе // Вестник ТвГУ, серия «Философия». 2014. № 2. С. 79—90.
2. *Барт Р.* Camera lucida. Комментарий к фотографии. М.: Ад Маргинем Пресс, 2011. 272 с.
3. *Быкова Е.А., Багаева Л.В.* Феномен «селфи» в подростковой среде // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2016. № 4 (32). С. 127—130.
4. *Винникотт Д.В.* Переходные объекты и переходные явления: исследование первого «не-я»-предмета // Антология современного психоанализа. 2000. Том 1. С. 186—200.
5. *Ершова Р.В., Киселева Н.Н., Савельев С.В.* Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека. Коломна: Изд. Государственного социально-гуманитарного университета, 2018. 452 с.
6. *Жуина Д.В., Жуина А.И.* Особенности виртуального общения подростков в соцсетях и его влияние на их общение в реальной жизни // Современные исследования социальных проблем. 2017. Том 8. № 6—2. С. 249—252.
7. *Квале С.* Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2003. 301 с.
8. *Нуркова В.В., Козяр Г.Н.,* Какие воспоминания мы выбираем? Как цифровой фотоаппарат изменяет нашу память? // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2012. № 4. С. 12—25.
9. *Одарущенко О.И.* Селфи и его влияние на поведение подростков (психологический аспект) // Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека. 2016. С. 295—297.
10. *Павлова Н.В., Филиппова Е.В.* Феномен селфи и его роль с жизни современного подростка // Сборник трудов XIV Международной научно-практической конференции «Подросток в мегаполисе» (г. Москва, 6—7 апреля 2021 г.). М., 2021. С. 114—118.

11. Павлова Н.В. Феномен селфи и его роль в жизни современного подростка: дисс.маг.психологии. М., 2021. 83 с.
12. *Berlatsky N.* Selfies are art [Электронный ресурс] // The Atlantic. 2013. № 22. URL: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2013/11/selfies-are-art/281772/> (дата обращения: 01.07.2021).
13. *Boon S., Pentney B.* Selfies| virtual lactivism: Breastfeeding selfies and the performance of motherhood // International Journal of Communication. 2015. № 9. P. 14.
14. *Boyd D.* It's complicated: The social lives of networked teens. Yale University Press, 2014. 296 с.
15. *Brailovskaia J., Bierhoff H.W.* Cross-cultural narcissism on Facebook: Relationship between self-presentation, social interaction and the open and covert narcissism on a social networking site in Germany and Russia // Computers in Human Behavior. 2016. № 55. P. 251—257. DOI: 10.1016/j.chb.2015.09.018
16. *Brand M., Laier C., Young K.S.* Internet addiction: coping styles, expectancies, and treatment implications // Frontiers in psychology. 2014. № 5. P. 1256. DOI: 10.3389/fpsyg.2014.01256
17. *Bue A.C.C.* The looking glass selfie: Instagram use frequency predicts visual attention to high-anxiety body regions in young women // Computers in Human Behavior. 2020. № 108. P. 106—329. DOI: 10.1016/j.chb.2020.106329
18. *Buffardi L.E., Campbell W.K.* Narcissism and social networking web sites // Personality and social psychology bulletin. 2008. Vol. 34. № 10. P. 1303—1314. DOI: 10.1177/0146167208320061
19. *Carpenter C.J.* Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior // Personality and individual differences. 2012. Vol. 52. № 4. P. 482—486. DOI: 10.1016/j.paid.2011.11.011
20. *Carr N.* The shallows: What the Internet is doing to our brains. New York: WW Norton & Company, 2020. 280 p.
21. *Cohen R. et al.* Research Methods in Education . New York: Routledge, 2007. 657 p.
22. *Cohen R., Newton-John T., Slater A.* Selfie-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women // Computers in Human Behavior. 2018. Vol. 79. P. 64—74. DOI: 10.1016/j.chb.2017.10.027
23. *Davenport S.W. et al.* Twitter versus Facebook: Exploring the role of narcissism in the motives and usage of different social media platforms // Computers in Human Behavior. 2014. Vol. 32. P. 212—220. DOI: 10.1016/j.chb.2013.12.011
24. Definition of Selfie noun. The Oxford Advanced Learner's Dictionary. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/selfie?q=selfie> (дата обращения: 01.10.2020).
25. *Diefenbach S., Christoforakos L.* The Selfie Paradox: Nobody Seems to Like Them Yet Everyone Has Reasons to Take Them. An Exploration of Psychological Functions of Selfies in Self-Presentation // Frontiers in Psychology. 2017. Vol. 8. P. 7. DOI: 10.3389/fpsyg.2017.00007
26. *Eftekhari A., Fullwood C., Morris N.* Capturing personality from Facebook photos and photo-related activities: How much exposure do you need? // Computers in Human Behavior. 2014. Vol. 37. P. 162—170. DOI: 10.1016/j.chb.2014.04.048

27. *Gibbons F.X., Gerrard M.* Effects of upward and downward social comparison on mood states // *Journal of Social and Clinical Psychology*. 1989. Vol. 8. № 1. P. 14—31. DOI: 10.1521/jscp.1989.8.1.14
28. *Gordon R.J.* Does the “new economy” measure up to the great inventions of the past? // *Journal of economic perspectives*. 2000. Vol. 14. № 4. P. 49—74.
29. *Guernsey L.* You’ve Got Inappropriate Mail: Monitoring of Office E-mail is Increasing [Электронный ресурс]. URL: <http://nepalvisitblog.blogspot.com/2019/05/youve-got-inappropriate-mail.html> (дата обращения: 01.04.2020).
30. *Kruszelnicki K.* A brief history of the selfie. Dr Karl’s Great Moments In Science [Электронный ресурс]. URL: <http://www.abc.net.au/science/articles/2014/08/12/4065062.htm> (дата обращения: 01.04.2020)
31. *Längle A.* Die Persönlichkeitsstörungen des Selbst-eine existenzanalytische Theorie der Persönlichkeitsstörungen der hysterischen Gruppe. Wien: Facultas, 2002. 300 p.
32. *Maddox J.* «Guns Don’t Kill People... Selfies Do»: rethinking narcissism as exhibitionism in selfie-related deaths // *Critical Studies in Media Communication*. 2017. Vol. 34. № 3. P. 193—205. DOI:10.1080/15295036.2016.1268698
33. *Mingoia J. et al.* The relationship between social networking site use and the internalization of a thin ideal in females: A meta-analytic review // *Frontiers in psychology*. 2017. Vol. 8. P. 1351. DOI:10.3389/fpsyg.2017.01351
34. *Qiu L. et al.* What does your selfie say about you? // *Computers in Human Behavior*. 2015. Vol. 52. P. 443—449. DOI:10.1016/j.chb.2015.06.032
35. *Rousseau A.* Adolescents’ selfie-activities and idealized online self-presentation: An application of the sociocultural model // *Body Image*. 2021. Vol. 36. P. 16—26. DOI: 10.1016/j.bodyim.2020.10.005
36. *Shane-Simpson C. et al.* I love my selfie! An investigation of overt and covert narcissism to understand selfie-posting behaviors within three geographic communities // *Computers in Human Behavior*. 2020. Vol. 104. P. 106—158. DOI: 10.1016/j.chb.2019.106158
37. *Sorokowski P. et al.* Selfi posting/behaviors are associated with narcissism among men // *Personality and Individual Differences*. 2015. T. 85. P. 123—127. DOI: 0.1016/j.paid.2015.05.004
38. *Sorokowski P. et al.* Sex differences in online selfie posting behaviors predict histrionic personality scores among men but not women // *Computers in Human Behavior*. 2016. Vol. 59. P. 368—373. DOI: 10.1016/j.chb.2016.02.033
39. *Tiggemann M., Anderberg I., Brown Z.* Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction // *Body Image*. 2020. Vol. 33. P. 175—182. DOI: 0.1016/j.bodyim.2020.03.002
40. *Vendemia M.A., DeAndrea D.C.* The effects of engaging in digital photo modifications and receiving favorable comments on women’s selfies shared on social media // *Body Image*. 2021. Vol. 37. P. 74—83. DOI: 10.1016/j.bodyim.2021.01.011
41. *Weilenmann A., Hillman T.* Selfies in the wild: Studying selfie photography as a local practice // *Mobile Media & Communication*. 2020. Vol. 8. P. 42—61. DOI: 10.1177/2050157918822131
42. *Wood N.T., Solomon M.R., Englis B.G.* Personalisation of online avatars: is the messenger as important as the message? // *International Journal of Internet*

Marketing and Advertising. 2005. Vol. 2. №. 1—2. P. 143—161. DOI: 10.1504/IJIMA.2005.007509

43. Wortham J. My Selfie, Myself [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html> (дата обращения: 01.04.2020)

## REFERENCES

1. Anufrieva K.V. Selfi kak forma proyavleniya nartsissizma lichnosti v sovremennom global'nom soobshchestve [Selfie as a form of manifestation of personality narcissism in the modern global community]. Vestnik TvGU, seriya «Filosofiya», 2014, Vol. 2, pp. 79—90.
2. Bart R. Camera lucida. Kommentarii k fotografii [Camera lucida. Photo comment]. Moscow: ad Marginem, 2011, 192 p. (In Russ.)
3. Bykova E.A., Bagaeva L.V. Fenomen «selfi» v podrostkovoï srede [The phenomenon of «selfie» in adolescence]. Vestnik Shadrinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta, 2016, Vol. 4 (32), pp. 127—130.
4. Vinnikott D.V. Perekhodnye ob'ekty i perekhodnye yavleniya: issledovanie pervogo «neya»-predmeta [Transitional Objects and Transitional Phenomena: A Study of the First Not-I-Thing]. Antologiya sovremennogo psikhoanaliza, 2000, vol. 1, pp. 186—200. (In Russ.)
5. Ershova R.V., Kiseleva N.N., Savel'ev S.V. Tsifrovое obshchestvo kak kul'turno-istoricheskii kontekst razvitiya cheloveka [Digital Society as a Cultural and Historical Context of Human Development]. Sbornik nauchnykh statei i materialov mezhdunarodnoi konferentsii (Kolomna, 14—17 February 2018). Kolomna: GOU VO MO «GSGU», 2018, pp. 187—191.
6. Zhuina D.V., Zhuina A.I. Osobennosti virtual'nogo obshcheniya podrostkov v sotssetyakh i ego vliyanie na ikh obshchenie v real'noi zhizni [Features of virtual communication of adolescents in social networks and its impact on their communication in real life]. Russian Journal of Education and Psychology, 2017, vol. 8, № 6—2, pp. 249—252. (In Russ.; abstr. in Engl.)
7. Kvale S. Issledovatel'skoe interv'yū [Research interview]. Literatura, 2003. Vol. 286, pp. 86—274. (In Russ.)
8. Nurkova V.V., Kozyar G.N., Kakie vospominaniya my vybiraem? Kak tsifrovoi fotoapparat izmenyaet nashu pamyat'? [What memories do we choose? How does the digital camera change our memory?]. Zhurnal sotsial'no-gumanitarnykh issledovaniï. [Journal of Social and Humanitarian Studies], 2012. Vol. 4, pp. 12—25.
9. Odarushchenko O.I. Selfi i ego vliyanie na povedenie podrostkov (psikhologicheskii aspekt) [Selfie and its influence on the behavior of adolescents (psychological aspect)]. Tsifrovое obshchestvo kak kul'turno-istoricheskii kontekst razvitiya cheloveka [Digital society as a cultural and historical context of human development], 2016, pp. 295—297.
10. Pavlova N.V. Fenomen selfi i ego rol' v zhizni sovremennogo podrostka [The selfie phenomenon and its role in the life of a modern teenager] N. V. Pavlova, E. V. Filippova. Sbornik trudov XIV Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Podrostok v megapolise: distantsionnoe vzroslenie» (Moscow, 06—08 April 2021). [Proceedings of the XIV International Scientific and Practical Conference «Teenager in the metropolis»]. Moscow: NIU VShE, 2021, pp. 114—117.

11. Pavlova N.V. Fenomen selfi i ego rol' v zhizni sovremennogo podrostka: diss.mag. psikhologii. Moskva, 2021. 83 p.
12. Berlatsky N. Selfies are art [Elektronnyi resurs].The Atlantic, 2013, №. 22. URL:[https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2013/11/selfies-are-art/281772/?utm\\_source=copy-link&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=share](https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2013/11/selfies-are-art/281772/?utm_source=copy-link&utm_medium=social&utm_campaign=share) (Accessed 01.04.2020)
13. Boon S., Pentney B. Selfies|virtual lactivism: Breastfeeding selfies and the performance of motherhood. *International Journal of Communication*. 2015. Vol. 9. P. 14.
14. Boyd D. It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. Yale University Press. 2015. 281 p.
15. Brailovskaia J., Bierhoff H.W. Cross-cultural narcissism on Facebook: Relationship between self-presentation, social interaction and the open and covert narcissism on a social networking site in Germany and Russia. *Computers in Human Behavior*, 2016. Vol. 55, pp. 251—257. DOI: 10.1016/j.chb.2015.09.018
16. Brand M., Laier C., Young K.S. Internet addiction: coping styles, expectancies, and treatment implications. *Frontiers in psychology*, 2014. Vol. 5, p. 1256. DOI: 10.3389/fpsyg.2014.01256
17. Bue A.C.C. The looking glass selfie: Instagram use frequency predicts visual attention to high-anxiety body regions in young women. *Computers in Human Behavior*. 2020. Vol. 108. pp. 106—329. DOI: 10.1016/j.chb.2020.106329
18. Buffardi L.E., Campbell W.K. Narcissism and social networking web sites. *Personality and social psychology bulletin*, 2008. Vol. 34, № 10, pp. 1303—1314. DOI: 10.1177/0146167208320061
19. Carpenter C.J. Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and individual differences*, 2012. Vol. 52, № 4, pp. 482—486. DOI: 10.1016/j.paid.2011.11.011
20. Carr N. The shallows: What the Internet is doing to our brains. NY: WW Norton & Company Publ, 2020. Pp. 159—200
21. Cohen R. et al. Research Methods in Education. Oxford: Routledge, 2007. Pp. 230—240.
22. Cohen R., Newton-John T., Slater A. Selfie-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in Human Behavior*, 2018. Vol. 79, pp. 68—74. DOI: 10.1016/j.chb.2017.10.027
23. Davenport S.W. et al. Twitter versus Facebook: Exploring the role of narcissism in the motives and usage of different social media platforms. *Computers in Human Behavior*, 2014. Vol. 32, pp. 212—220. DOI: 10.1016/j.chb.2013.12.011
24. Definition of Selfie noun [Elektronnyi resurs]. The Oxford Advanced Learner's Dictionary. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/selfie?q=selfie> (Accessed 01.10.2020).
25. Diefenbach S., Christoforakos L. The Selfie Paradox: Nobody Seems to Like Them Yet Everyone Has Reasons to Take Them. An Exploration of Psychological Functions of Selfies in Self-Presentation. *Frontiers in Psychology*, 2017. Vol. 8, p. 7. DOI: 10.3389/fpsyg.2017.00007
26. Eftekhar A., Fullwood C., Morris N. Capturing personality from Facebook photos and photo-related activities: How much exposure do you need? *Computers in Human Behavior*, 2014. Vol. 37, pp. 162—170. DOI: 10.1016/j.chb.2014.04.048

27. Gibbons F.X., Gerrard M. Effects of upward and downward social comparison on mood states. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 1989. Vol. 8 (1), pp. 14—31. DOI: 10.1521/jscp.1989.8.1.14
28. Gordon R.J. Does the “new economy” measure up to the great inventions of the past? *Journal of economic perspectives*, 2000. Vol. 14 (4), pp. 49—74.
29. Guernsey L. You’ve Got Inappropriate Mail: Monitoring of Office E-mail is Increasing. *New York Times*, 5 April 2000. Section C. p. 1
30. Kruszelnicki K. A brief history of the selfie [Elektronnyi resurs] Great Moments In Science, 2014. *ABC Science*. URL: <http://www.abc.net.au/science/articles/2014/08/12/4065062.htm> (Accessed 01.04.2020)
31. Längle A. Die Persönlichkeitsstörungen des Selbst — eine existenzanalytische Theorie der Persönlichkeitsstörungen der hysterischen Gruppe. Wien: Facultas, 2002. Pp. 127—156.
32. Maddox J. «Guns Don’t Kill People... Selfies Do»: rethinking narcissism as exhibitionism in selfie-related deaths. *Critical Studies in Media Communication*, 2017. Vol. 34 (3), pp. 193—205. DOI: 10.1080/15295036.2016.1268698
33. Mingoia J. et al. The relationship between social networking site use and the internalization of a thin ideal in females: A meta-analytic review. *Frontiers in psychology*, 2017. Vol. 8, p. 1351. DOI: 10.3389/fpsyg.2017.01351
34. Qiu L. et al. What does your selfie say about you? *Computers in Human Behavior*, 2015. Vol. 52, pp. 443—449. DOI: 10.1016/j.chb.2015.06.032
35. Rousseau A. Adolescents’ selfie-activities and idealized online self-presentation: An application of the sociocultural model. *Body Image*, 2021. Vol. 36, pp. 16—26. DOI: 10.1016/j.bodyim.2020.10.005
36. Shane-Simpson C. et al. I love my selfie! An investigation of overt and covert narcissism to understand selfie-posting behaviors within three geographic communities. *Computers in Human Behavior*, 2020. Vol. 104, pp. 106—158. DOI: 10.1016/j.chb.2019.106158
37. Sorokowski P. et al. Selfi posting/behaviors are associated with narcissism among men. *Personality and Individual Differences*, 2015. Vol. 85, pp. 123—127. DOI: 10.1016/j.paid.2015.05.004
38. Sorokowski P. et al. Sex differences in online selfie posting behaviors predict histrionic personality scores among men but not women. *Computers in Human Behavior*, 2016. Vol. 59, pp. 368—373. DOI: 10.1016/j.chb.2016.02.033
39. Tigemann M., Anderberg I., Brown Z. Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction. *Body Image*, 2020. Vol. 33, pp. 175—182. DOI: 10.1016/j.bodyim.2020.03.002
40. Vendemia M.A., DeAndrea D.C. The effects of engaging in digital photo modifications and receiving favorable comments on women’s selfies shared on social media. *Body Image*, 2021. Vol. 37, pp. 74—83. DOI: 10.1016/j.bodyim.2021.01.011
41. Weilenmann A. Hillman T. Selfies in the wild: Studying selfie photography as a local practice. *Mobile Media & Communication*, 2020. Vol. 8, pp. 42—61. DOI: 10.1177/2050157918822131
42. Wood N. T., Solomon M.R., Englis B.G. Personalisation of online avatars: is the messenger as important as the message? *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 2005. Vol. 2 (1—2), pp. 143—161. DOI: 10.1504/IJIMA.2005.007509

43. Wortham J. My Selfie, Myself [Elektronnyi resurs]. URL: <https://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html> (Accessed 01.04.2020).

***Информация об авторах***

*Павлова Наталья Владимировна*, магистр психологии, психолог-консультант АНО «Центр развития и социализации детей и взрослых с нарушениями развития “Пространство общения”», г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2139-5633>, e-mail: [pavlova.sound@gmail.com](mailto:pavlova.sound@gmail.com)

*Филиппова Елена Валентиновна*, кандидат психологических наук, заведующая кафедрой детской и семейной психотерапии факультета консультативной и клинической психологии, Московский государственный психолого-педагогический университет (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1328-3041>, e-mail: [e.v.filippova@mail.ru](mailto:e.v.filippova@mail.ru)

***Information about the authors***

*Natalia V. Pavlova*, Master in Psychology, MA in Counselling, psychologist ANO «Center for the Development and Socialization of Children and Adults with Developmental Disabilities “The Communication Space”», Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1328-3041>, e-mail: [e.v.filippova@mail.ru](mailto:e.v.filippova@mail.ru)

*Elena V. Filippova*, PhD in Psychology, Head of the Department of Child and Family Psychotherapy, Faculty of Counseling and Clinical Psychology, (MSUPE), Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1328-3041>, e-mail: [e.v.filippova@mail.ru](mailto:e.v.filippova@mail.ru)

Получена 11.10.2021

Received 11.10.2021

Принята в печать 15.02.2022

Accepted 15.02.2022