

Секция «Социологическое исследование современности: теории, методы, результаты»

Об актуальности изучения отношения населения к Selfie

Научный руководитель – Верецкая Алла Ивановна

Глазунова Анастасия Тарасовна

Студент (бакалавр)

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

E-mail: stasa010@mail.ru

Современный мир - явление динамическое, за его изменениями практически невозможно уследить. Создание мобильного телефона и развитие интернета с его социальными сетями, и породило selfie. Распространенность автофотопортрета последнее время увеличивается благодаря идеально сложившимся условиям: соотношением необходимости размещать аватар - виртуальное визуальное «Я» пользователя в Интернете, которое помогает сконструировать первое впечатление; и техническим развитием цифровых устройств, которые позволяют без применения аксессуаров делать автопортреты. В самом слове «selfie» видится ключевое объяснение явления, ибо корень слова происходит от английского - self-сам, себя. Термин «selfie» впервые появился на одном из австралийских интернет-форумов. Популярность росла, появлялась новая техника, вид и характер снимков улучшался, и уже к 2013 году слово selfie было внесено в Оксфордский словарь и получило статус слова года, из-за высокого уровня употребления [1, с. 141].

Таким образом, актуальность данной работы бесспорна, ибо исследуется явление, которое находится на пике популярности, на данный момент сложно представить, а тем более найти человека, который ни разу не делал selfie и не размещал его в интернете. Люди измеряют свою жизнь сквозь призму этого визуального ряда, стараются соответствовать окружению, осуществляют отбор лучших снимков, которые стоят того, чтобы показать их другим, а завершающим этапом - будет ожидание оценки в виде лайков. Вся эта практика очень интересна для изучения.

Изучение selfie в нашей стране. Идеи отечественных исследователей (Е.П.Пчелкина, Б.Г.Соколов, Д.В.Погонцева, А.Г.Великанов, Е.Г.Тихомирова и другие) сходятся на общих элементах, все начинают свое изучение с того, что подходят к селфи как к автопортрету, находят глубинные психологические аспекты этих практик, анализируют респондентов.

Е.П.Пчелкина рассматривает процесс институционализации selfie и выделяет ряд показателей этого явления. Среди них можно выделить следующее: 1) признание в общественном мнении того, что это личное дело человека; 2) распространение в средствах массовой информации, шоу-бизнесе, у политических деятелей таких образцов поведения, которые диктуют положительное отношение к этому явлению; 3) «социальное безразличие к таким его формам, которые связаны с нарушением общественных норм, обычаев..» [3, с. 155-157]; 4) отношение к данному феномену как к атрибуту групповой принадлежности.

Изучение selfie в других странах. Западные представители создают различные теории, объясняющие причины популярности selfie. Канадский журналист К.Томпсона создал теорию под названием «Бесконечная эволюция нарциссизма, американский писатель Н.Карр (теория «Человек как медиа»), английский ученый Д.Килнер (теория «Стремление к саморедактуры»). Следующая теория называется «как «продать» себя обществу», автором которой является Д.Оуллет. Еще одна теория селфи: «гуманизация технологий» автор - Б.Худ. И последняя теория- «визуальные коммуникации» автор- П.Рутледж.

В данной работе проведены структурная и факторная операционализации. В целом, она будет посвящена изучению того, как понимает это явление население, как оно оценивает его значение, какие цели преследует при создании своих снимков, какие питает

ожидания к созданному автопортрету и какие чувства испытывает при виде других фотографирующихся. В этой связи интересно изучать мужчин и женщин в возрасте от 18 до 59 лет разного материального и семейного положения, рода занятий и доступа к интернету. Selfie -практики все больше утверждаются в обществе, принимают устойчивые формы, которые дифференцируются на разного рода вариации. Тенденция к распространению феномена selfie выступает в качестве индикатора изменений в общественном и индивидуальном сознании, который предстоит выявить сквозь призму человеческого отношения к этому явлению.

Источники и литература

- 1) Девятко И.Ф. Методы социологического исследования/ И.Ф.Девятко - М.: КДУ, 2009. — с.296.
- 2) Лой Н.Т. «Selfie» как феномен самоконструирования в современной социокультурной коммуникации / Н.Т.Лой // Человек.RU. – 2015. - № 10. – с.141-149.
- 3) Пчелкина Е.П. Индикаторы и последствия институционализации феномена селфи / Е.П.Пчелкина // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – №11. - с.153-157.
- 4) Selfie// Oxford Dictionary. URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/selfie> (дата обращения: 01.11.2017)