

Влияние индивидуально-психологических особенностей личности на предпочтения к созданию селфи у курсантов

Цветков Вячеслав Лазаревич¹,

доктор психологических наук, профессор, начальник кафедры юридической психологии. E-mail: czvetkov_slava@inbox.ru

Кузьмина Елена Александровна¹,

слушатель. E-mail: kuzmina_ea@inbox.ru

¹ Московский университет МВД России им. В. Я. Кикотя, Москва, 117997, Россия

Аннотация

Введение. Описана этимология понятия селфи. К явлению «селфи» неоднозначное отношение — от признания новой формой социального взаимодействия до причисления к психическому расстройству. Цель статьи — экспериментально выявить особенности влияния индивидуально-психологических особенностей личности на предпочтения к созданию селфи на примере курсантов.

Материалы и методы. В эксперименте приняли участие 110 обучающихся 1–4 курсов. Для оценки дифференцированности уровня притязаний и самооценивания был проведен опрос по методикам О. И. Моткова, К. Роджерса и Р. Даймонда, Леонгарда-Шмишека, а также с помощью ориентационной анкеты «Селфи». Анализировались интернет-ресурсы.

Результаты и обсуждение. Рассмотрены различные аспекты самооценки как одного из важнейших компонентов структуры личности человека и ключевого структурного элемента «Я-концепции» личности. На основании различных психологических подходов к пониманию сущности характеристик личности и психологических новообразований экспериментально исследованы индивидуально-психологические особенности курсантов, предпочитающих делать селфи. Выявлены показатели общего позитивного развития самооценки личности курсантов и отдельных факторов личности, т. е. специфические качества.

Выводы. Индивидуально-психологические особенности курсантов, предпочитающих делать селфи и не имеющих к этому склонности, различны, на что влияет уровень их самооценки, а также демонстративность, проекция, избранность, самоуничижение, ассертивность, психотизм.

Ключевые слова: селфи; самооценка; Я-концепция личности; демонстративность; проекция; избранность; самоуничижение; ассертивность; психотизм.

Для цитирования: Цветков В. Л., Кузьмина Е. А. Влияние индивидуально-психологических особенностей личности на предпочтения к созданию селфи у курсантов // Психопедagogика в правоохранительных органах. 2019. Т. 24, № 2(77). С. 201–207. DOI: 10. 24411/1999-6241-2019-12011

Основные положения:

1. Самооценка как один из важнейших компонентов структуры личности человека и ключевой структурный элемент «Я-концепции» личности влияет на предпочтение делать селфи.

2. Индивидуально-психологические особенности курсантов, предпочитающих делать селфи и не имеющих к этому склонности, различны. Чрезмерное увлечение созданием селфи — признак низкой самооценки.

Введение

Актуальность и значимость. Во все времена человеку необходимо социальное взаимодействие и общение. С этой целью создается специальная техника для мгновенного обмена информацией, причем не только текстовой, но и графической. Сравнительно недавно возникло явление «селфи» — снимок самого себя или фотография собственного изображения, сделанная с помощью смартфона или веб-камеры для публикации на форуме или в социальной сети.

Будучи частью самопрезентации, селфи по сути выступает инструментом создания желаемого образа. Опасность кроется прежде всего в том, что человек искусственно завышает самооценку, иногда неадекватно рискует ради самолюбования. Отметим, нет ничего негативного, если при помощи селфи юноша или девушка получают внимание, заботу, поддержку. Однако социальные сети в последнее время прочно вошли в нашу

жизнь, поэтому существует опасность ухода из реального мира в виртуальный. Изложенное обуславливает актуальность нашего исследования.

Цель — на основе анализа теоретических подходов в отечественной и зарубежной психологии экспериментально выявить особенности влияния индивидуально-психологических качеств личности на предпочтение к созданию селфи у курсантов.

Теоретические предпосылки. Впервые понятие «селфи» встретилось на Австралийском интернет-форуме ABC Online в 2002 г., затем оно вошло в употребление лишь незначительных узких профессиональных кругов.

Социологи и психологи неоднозначно относятся к данному социальному явлению. Одни считают, что «селфи» — новая форма социального взаимодействия, наиболее эффективная в наши дни. Другие же приравнивают его к психическому расстройству и заявляют о его опасных последствиях. Что же касается курсантов, то «селфимания» имеет взаимосвязь с их самооценкой, адаптацией их социального «Я» к новым условиям в период перехода к самостоятельности, самоопределением, приобретением психической, идейной и гражданской зрелости, формированием мировоззрения, морального сознания и самосознания.

По мере развития данное социальное явление обрело и сторонников и противников. Психологи считают его интернет-самолюбованием, иногда называя «сете-

вым эксгибиционизмом», приравнивая его к психическому расстройству.

Создавая свой автопортрет, человек немедленно хочет поделиться им с друзьями и получить обратный отклик в виде похвалы, одобрения, мерой которых в социальных сетях служит «лайк». Получая огромное количество «лайков» за свой «селфи», человек считает, что принимает любовь своих подписчиков и зарабатывает славу, тем самым поднимая свою самооценку. Но так ли это на самом деле? Есть ли в данном явлении настоящие эмоции или признание? Если эффект будет противоположным, скажется ли это на самооценке?

Мотивация личности и причины создания селфи.

Профессор психологии Кембриджского университета Терри Эптер утверждает, что «люди, имеющие средства на создание собственного портрета, стремились воспользоваться этой возможностью. Они могли контролировать полученный результат, и, конечно, сам факт того, что картина демонстрировалась общественности, означал важность и статус изображенной на ней персоны»*. Статистика показывает, что все большее количество фотографий в сети Интернет становятся автопортретами. Так, на сайте Fstoppers.com от общего числа фотографий примерно 10% — селфи. По данным этого сайта за 2017 г., наибольшую популярность пользователей, размещающих селфи, имеет социальная сеть Instagram, где за все время существования уже выложено свыше 37 млн фотографий «селфи».

Уже давно главным правилом интернета стал тот факт, что изображение несет в себе больше информативной окраски, чем текст. И действительно, быстрее читается и воспринимается текст, если в нем есть иллюстрации. Можно предположить, что чрезмерное увлечение созерцанием селфи — признак низкой самооценки.

Самооценка — это та ценностная характеристика, которую придает индивид себе самому или своим отдельным качествам. Как считает И. М. Кондаков, ее главными функциями являются регуляторная (решение задач личностного выбора) и защитная (обеспечивает относительную стабильность и независимость личности) [1, с. 318].

В формировании самооценки имеют значение мнения и те оценки, которые дают окружающие самой личности индивида, а также его роли, статусу и достижениям. Самооценка — это состояние личности, при которой человек может оценивать себя в разных областях своей жизни, давая оценку личностным качествам самостоятельно.

Живя в социуме, человек постоянно сравнивает себя с другими людьми. Подобное сравнение мы параллельно проводим и по отношению к своим личностным качествам: внешним данным, способностям, успехам в карьере или учебе. Иными словами, с раннего детства мы учимся оценивать сами себя. Самооценка — это не что иное, как оценивание своих личных качеств, достоинств и достижений. Справедливо указывал С. Л. Рубинштейн: «Самооценка человека существенно обусловлена мировоззрением, определяющим нормы оценки» [2, с. 640].

Самооценка определяется такими понятиями, как «Я», «Я-концепция», «самосознание», «образ-Я» и т. д. В частности, Б. Г. Мещеряков и В. П. Зинченко понимают Я-концепцию как развивающуюся систему представлений человека о самом себе, включающую осознание своих физических, интеллектуальных, характерологических, социальных и прочих свойств; самооценку; субъективное восприятие влияющих на собственную личность внешних факторов [3, с. 636].

Самооценка — это одна из важнейших компонентов структуры личности человека, а также ключевой структурный элемент компонента «Я-концепции» личности. Любое знание человека о себе взаимосвязано с его эмоционально-оценочным отношением к нему. Некоторые ученые пытались проанализировать весь терминологический ряд и синтезировать обобщенное понятие. Так, ряд отечественных психологов исследует самооценку как сторону самосознания личности и как продукт развития (Б. Г. Ананьев, Л. И. Божович, С. Л. Рубинштейн, В. В. Столин и др.) [2; 4; 5; 6].

Аналогичный вклад в развитие зарубежной психологии в этом направлении внесли такие ученые, как У. Джеймс, Дж. Мид, К. Роджерс [7; 8; 9].

Например, С. Л. Рубинштейн подчеркивает, что «развитие самооценки проходит через ряд ступеней — от наивного неведения в отношении самого себя к все более углубленному самопознанию, соединяющемуся затем со все более определенной и иногда резко колеблющейся самооценкой» [2, с. 640].

Большинство научных исследований доказывает, что критерии, по которым человек оценивает других людей, применяются им по отношению к себе.

Самооценка — достаточно сложный и неустойчивый компонент психики, возникающий на основе работы самосознания, которое само по себе проходит различные этапы становления и поэтому постоянно находится в процессе развития и совершенствования. В связи с этим самооценка человека подвергается постоянным изменениям. Ее становление нельзя считать заканчивающимся процессом, так как личность постоянно меняется, развивается, а вместе с ней и взгляды, представления.

Анализ подходов в психологии к пониманию сущности характеристик личности и психологических новообразований дает возможность для исследования индивидуально-психологических особенностей курсантов, предпочитающих делать селфи.

Во время обучения процессы сознательного управления личности собой приобретают тенденцию к развитию и усилению. Формирование самооценки представляет собой центральное место в системе самоуправления личностью. Претерпевают изменения и индивидуально-психологические особенности, анализ которых позволяет понять причины, побуждающие курсантов создавать селфи. Наше исследование перекликается с работами таких ученых, как К. В. Ануфриева [10], Д. Л. Демидов и Н. А. Цветкова [11; 12], Д. В. Погонцева [13], Э. Ю. Самойленко [14],

* Психология #селфи. URL: riasevastopol.ru>psiholojija=selfi/ (дата обращения: 11.02.2018).

А. А. Фролов [15], М. В. Ходжич [16], R. W. Belk [17], B. Hood [18], J. Kilner [19], J. Ouellette [20], J. Pooley [21].

Материалы и методы. В эксперименте приняли участие 110 обучающихся 1–4 курсов. В целях определения уровня притязаний и самооценки респондентам было предложено пройти опрос по методикам О. И. Моткова, К. Роджерса и Р. Даймонда, Леонгарда-Шмишека, ориентационной анкеты «Селфи».

Результаты и обсуждение

1. Уровень самооценки позитивного развития личности. Нами был получен показатель общего позитивного развития самооценки личности (среднеарифметическое): 1 курс — 3,4 балла; 2 — 4,1; 3 и 4 курсы — 4,4 балла.

Анализируя полученные результаты, можно отметить, что на первом курсе уровень самооценки в среднем заниженный, а у некоторых исследуемых самооценка неадекватно занижена. Такая картина обусловлена тем, что, поступая на службу в органы внутренних дел «со школьной скамьи», курсанты радикально меняют свой жизненный уклад. Этот переход осложняется ответственностью, возлагаемой на курсантов субординацией как в коллективе, так и в межличностных отношениях, как по горизонтали, так и по вертикали. В итоге, не осознавая тяжести данного положения, курсант переживает снижение самооценки, он начинает «искать себя», оценивая себя с разных точек зрения. Становление начального этапа самооценки происходит в конце первого — начале второго курса.

На втором курсе уровень самооценки курсантов резко возрастает. Скорее всего, это обусловлено тем, что на втором году обучения курсанты переходят в статус «имеющих опыт». Уровень самооценки напрямую зависит от осознания личностью своего социального статуса в обществе.

Средние арифметические результаты курсантов третьего и четвертого курсов одинаковые. Уровень самооценки на данном этапе — средний или адекватно завышенный. Этап формирования самооценки можно считать окончанным.

Определившись с общими показателями, обратимся к показателям выраженности самооценки и отдельных факторов личности, т. е. специфическим качествам. По данной категории необходимо суммировать баллы и разделить сумму на число используемых пунктов (от 4 до 6), полученное число будет характеризовать самооценку личности своих качеств (табл. 1).

Таблица 1. Дифференцированные результаты выраженности личностных факторов курсантов 1 и 4 курсов обучения, баллы
(Table 1. Differentiated Results of Manifestation of the 1st and 4th-course Cadets' Personality Factors, in points)

Личностные факторы	Уровень выраженности	
	1 курс	4 курс
Нравственность	3,8	3,6
Воля	3,1	3,8
Самостоятельность и чувство реальности	2,9	3,8
Креативность	3,1	4
Гармоничность	3,2	3,7
Экстраверсия	3,5	4

Наиболее оптимальным является высокий уровень выраженности отдельных факторов личности, в частности нравственность, воля, самостоятельность и гармоничность, а также экстраверсия. На основе полученных результатов мы видим, что они у первокурсников, за исключением такого показателя, как нравственность, существенно ниже, чем у курсантов 4 курса.

Условно представив развитие самооценки курсантов в виде трех этапов (понижение, возрастание, стабилизация) и используя полученные данные с помощью методики исследования самооценки О. И. Моткова, позволяющей оценить общий уровень самооценки позитивного развития личности, самооценку отдельных факторов и качеств личности, а также ее адекватность или неадекватность [22, с. 87; 23], можно сделать ряд выводов.

На первом курсе наблюдается снижение самооценки. На втором курсе уровень самооценки резко возрастает, и можно говорить о ее неадекватной завышенности. На третьем и четвертом курсах формирование самооценки достигает нормы и является самым лучшим показателем относительно всех курсов.

2. Особенности социально-психологической адаптации. Методика К. Роджерса и Р. Даймонда позволила выявить особенности социально-психологической адаптации отдельно выбранных курсантов и связанных черт личности. Полученные результаты для наглядности различий формирования самооценки курсантов первого и второго курсов были сведены к среднему показателю (табл. 2).

Показатели респондентов первого курса в той или иной мере ниже, чем у респондентов второго курса. Адаптивность и дезадаптивность различаются на 20–30 баллов, а эмоциональный дискомфорт выше на 2–4. Однако все результаты не выходят за рамки нормы, что говорит об адекватной самооценке испытуемых и эффективной социально-психологической адаптации в коллективе.

Таблица 2. Особенности формирования самооценки курсантов первого и второго курсов
(Table 2. Peculiarities of Formation of 1st and 2nd-course Cadets' Self-Esteem)

Показатели	Норма	1 курс	2 курс
Адаптивность	68–136	78	100
Дезадаптивность	68–136	70	83
Лживость	18–36	17	21
Принятие себя	22–42	31	38
Неприятие себя	14–28	9	9
Приятие других	12–24	18	20
Неприятие других	14–28	11	11
Эмоциональный комфорт	14–28	12	19
Эмоциональный дискомфорт	14–28	23	21
Внутренний контроль	26–52	45	46
Внешний контроль	18–36	29	31
Доминирование	6–12	7	9
Ведомость	12–24	17	17

Таблица 3. Результаты факторного анализа анкеты «Селфи»
(Table 3. Results of Factor Analysis of Questionnaire «Selfie»)

Переменные	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
1. Любите ли Вы фотографироваться?	-0,17	0,80	0,20
2. Предпочитаете ли Вы фотографироваться сами или с помощью кого-либо?	0,70	-0,25	0,40
3. Есть ли у Вас монопод (палка-селфи)?	0,02	0,70	-0,30
4. Какие селфи Вы делаете чаще остальных (коллективные, одиночные)?	0,80	0,20	0,30
5. С какой целью Вы делаете селфи (храню в телефоне, делюсь в социальных сетях)?	0,50	0,70	0,35
6. Где чаще всего Вы делаете селфи?	0,80	0,10	-0,02
7. Приводите ли Вы специально свой внешний вид в порядок, перед тем как сделать селфи?	0,13	0,90	0,90
8. Обращаете ли Вы внимание на реакцию других людей на Ваши селфи?	0,23	0,02	0,80

В данной методике отсутствует прямое отождествление личностью своих качеств, что помогает избежать субъективного результата.

Таким образом, мы видим, что курсанты первого курса имеют более низкую самооценку, чем курсанты последующих годов обучения. В связи с этим необходимо регулярно проводить тренинги в целях повышения их социально-психологической адаптации, а также занятия, которые обеспечивают эффективность формирования профессиональной самооценки и успешности выполнения оперативно-служебных задач курсантов.

3. Определение направления акцентуаций характера. В целях диагностики типов акцентуаций (определенного направления характера) личности курсантов был использован опросник Леонгарда-Шмишека. У курсантов наиболее выражены такие типы акцентуаций, как «экзальтированный» (широкий диапазон эмоциональных состояний) (-7,7), «ригидный» (инертность психических процессов, долгое переживание травмирующих событий) (-7,4) и «циклотимический» (частые периодические смены настроения, а также зависимость от внешних событий) (-7,3). Наименее выражены такие типы акцентуаций, как «дистимический» (постоянный повышенный фон настроения в сочетании с жадой деятельности, высокой активностью) (-5,0), «эмотивный» (чрезмерная чувствительность, крайняя впечатлительность) (-5,4) и «гипертимный» (повышенная жажда деятельности, повышенный эмоциональный фон) (-5,5).

На основе полученных данных можно сделать вывод, что курсанты имеют дифференцированный и большой объем эмоциональных состояний — от счастья до печали или даже депрессии. Преобладающий экзальтированный тип акцентуации говорит о бурной реакции респондентов на любые раздражители в виде ярких, красочных эмоциональных проявлений. В этом случае они требуют к себе повышенного внимания и отличаются глубиной переживаний, «принимают все близко к сердцу». Исходя из высокого показателя ригидного типа, можно сделать вывод, что респонденты стараются быть во всем лучшими. Непризнание его авторитета может привести к большому напряжению. Для данного типа акцентуации характерна завышенная самооценка.

4. Факторный анализ. Для полного отображения всех детерминант ориентационной анкеты «Селфи» был проведен анализ с применением метода «Варимакс нормализованных» (для показательного разделения яв-

лений факторов). Первый фактор — индивидуализм/коллективизм; второй — демонстративность; третий — мнение окружающих (табл. 3).

Второй, четвертый и пятый вопросы отражают первый фактор — коллективизм (индивидуализм), который определяет желание респондента фотографироваться в компании и/или индивидуально. Шестой вопрос касается наиболее популярного (используемого, подходящего) места для создания селфи. Содержание первого, третьего, пятого вопросов относится ко второму фактору — демонстративности. Первый вопрос выражает отношение к фотографированию в общем; третий говорит о наличии специального приспособления для создания селфи — монопода (выдвижной штатив с кнопкой управления для дистанционного фотографирования с разных ракурсов); пятый касается цели создания селфи: хранение в архиве, пересылка друзьям, демонстрация в социальных сетях. Третий фактор «забота о внешнем виде» представляют седьмой и восьмой вопросы. Не приведенный в таблице, но присутствующий в анкете вопрос «Что стало причиной Вашего первого селфи?» дает возможность раскрыть, что послужило толчком (мотивом) к следованию данной тенденции курсантом. На основании ответов на вопрос «Как давно Вы начали делать селфи?» можно выяснить, в какой период времени это явление вошло в повседневную жизнь респондента.

5. Классификация типов курсантов по степени предпочтения селфи. Для выявления эмпирических типов курсантов по анкетированию «селфи» на основании факторных оценок, полученных в опроснике, был применен кластерный анализ по методу «k — средних». Данная процедура необходима для статистического сбора данных, содержащих информацию о выборке объектов, и упорядочения объектов в группы. В результате анализа было выявлено два эмпирических типа.

Первый тип представлен 15 респондентами, второй — 20. Полученные результаты показывают, что у первого типа второй фактор наиболее ярко выражен. Основываясь на психологическом содержании этих факторов, данный тип курсантов можно назвать «предпочитающие делать селфи». Они имеют более выраженное желание к этому. Чаще всего они создают селфи там, где проводят наибольшее количество времени. Некоторые из них используют монопод (выдвижной штатив с креплением для телефона). Молодые люди, относящиеся к указанному типу, большей частью своих селфи делятся с друзьями, выкладывая их

в социальные сети. Важным фактором для них является безупречный внешний вид на снимке, для чего они заранее приводят себя в порядок. Внимание со стороны окружающих пользователей социальных сетей — самый главный критерий одобрения или же неодобрения фотографии. Чем больше фотография «соберет лайков», тем популярнее она будет, что подтверждает высокий статус снимающего селфи. Самооценка таких курсантов чаще всего высокая/неадекватно завышенная.

Второй тип представляют курсанты, у которых все факторы выражены неярко. Они не склонны к созданию селфи, такие люди имеют заниженную самооценку, не любят фотографироваться и занимаются этим нечасто, с нежеланием, предпочитают делать обычные фотографии, где они отражены в визуальном пространстве. Они не любят демонстрировать свои фотографии и стараются сохранить их для себя, в редком случае поделиться с друзьями. Данному психотипу свойственна склонность к скромности, жеманству.

Эмпирическое исследование показало, что существуют значимые различия в индивидуально-психологических особенностях курсантов, предпочитающих и не предпочитающих делать селфи, по следующим шкалам: демонстративность, регрессия, проекция, замещение, доброта, эксплозивность, ассертивность, самоуничижение, агрессивность, психотизм.

Курсанты, не предпочитающие делать селфи, характеризуются стеснительностью и нежеланием привлекать к себе внимание окружающих, часто стремятся к сохранению и повышению благополучия людей, с которыми они находятся в личных контактах. Они стараются принести пользу общему делу, лояльны, снисходительны, честны, ответственны и дружелюбны, а также робки и застенчивы, покорны, их часто легко обмануть и использовать в своих целях.

Наибольший вклад в дискриминацию между двумя эмпирическими типами курсантов вносят следующие индивидуально-психологические особенности: агрессия, самоуничижение, низкая самооценка, проекция и избранность.

Предпочтение к созданию селфи в большей степени зависит от таких индивидуально-личностных особенностей, как эксплозивность (склонность к проявлениям раздражительности, часто сопровождающимся агрессивными поступками), интеллектуализация, демонстративность и самодостаточность.

Общая повышенная возбудимость, склонность к бурным аффективным и двигательным реакциям может влиять на создание селфи. Такие курсанты не терпят, если им противоречат, не выносят критических замечаний в свой

адрес, не могут спокойно относиться к конфликтной ситуации. Нередко на передний план выступают черты демонстративности.

Использование такой психологической защиты, как интеллектуализация, также может приводить к созданию курсантами селфи. Интеллектуализация позволяет снижать зависимость собственного поведения от эмоций без полной потери информации о них. Поведение человека в эмоционально насыщенной ситуации часто воспринимается как зрелое, предсказуемое и одобряется социумом. Это делает данную защиту довольно привлекательной для многих людей. Если человек имеет склонность использовать эту защиту почти во всех эмоционально насыщенных ситуациях, у него, несомненно, возникают проблемы в близком межличностном взаимодействии, поскольку он таким образом блокирует проявления любви, нежности, симпатии, не может полноценно обсудить свои обиды, страхи и разочарования.

Демонстративность также влияет на «селфиманию». Например, через создание селфи и выкладывание фотографий в социальные сети обучающиеся пытаются привлечь к себе внимание пользователей сетей.

Несамодостаточность, или зависимость, также может быть причиной создания селфи. Зависимость характеризуется неспособностью человека решать многие жизненные задачи собственными силами. Курсанты, боящиеся остаться без общения с людьми, избегающие ответственности, не умеющие самостоятельно решать свои жизненные проблемы, часто предпочитают делать селфи.

Выводы

1. Индивидуально-психологические особенности курсантов, предпочитающих делать селфи и не имеющих к этому склонности, различны, что определяется влиянием уровня их самооценки, а также демонстративностью, проекцией, избранностью, самоуничижением, ассертивностью, психотизмом.

2. Курсанты, не делающие селфи, характеризуются стеснительностью и нежеланием привлекать к себе внимание окружающих, они часто стремятся к сохранению и повышению благополучия людей, с которыми находятся в личных контактах. Для таких молодых людей характерны робость и застенчивость.

3. Предпочтение к созданию селфи в большей степени зависит от таких индивидуально-личностных особенностей, как эксплозивность, интеллектуализация, демонстративность и самодостаточность.

В перспективе необходимо продолжить эмпирические исследования по данной проблеме, расширив количество участников и модернизировав опросник.

Список литературы

1. Кондаков И. М. Психология. Иллюстрированный словарь. СПб., 2003. 512 с.
2. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб., 2002. 720 с.
3. Мецгеряков Б. Г., Зинченко В. П. Большой психологический словарь. СПб., 2005. 672 с.
4. Ананьев Б. Г. Избранные психологические труды. М., 1980. Т. 2. 288 с.
5. Божович Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте. СПб., 2008. 398 с.
6. Столин В. В. Самосознание личности. М., 1983. 284 с.
7. Джемс У. Психология / под ред. Л. А. Петровской. М., 1991. 368 с.

8. Mead G. H. Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviorist. Chicago: University of Chicago Press, 1934. 124 p.
9. Роджерс К. Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека. М., 1994. 480 с.
10. Ануфриева К. В. «Селфи» как форма проявления нарциссизма личности в современном глобальном сообществе // Вестник Тверского государственного университета. Серия : Философия. 2014. № 2. С. 79–90.
11. Демидов Д. Л., Беловол Е. В., Цветкова Н. А., Цветков А. В. Двойственная природа социально-психологического феномена селфи: контент-анализ анкетирования // Историческая и образовательная мысль. 2015. Т. 7, № 8. С. 1–7.
12. Цветкова Н. А., Демидов Д. Л. Феномен селфи и символическое мышление // Общество: социология, психология, педагогика. 2016. Вып. 3. С. 1–4.
13. Погонцева Д. В. Selfie как современный социально-психологический феномен // Концепт. 2013. № 12. С. 111–115.
14. Самойленко Э. Ю. Соотношение экспертных оценок готовности к экстремальной деятельности и самооценок образа «Я» сотрудников ОВД // Личность курсанта: психологические особенности бытия : мат-лы междунар. науч.-практ. конф. Краснодар, 15–16 ноября 2012 г. Краснодар, 2012. С. 183–185.
15. Фролов А. А. Роль самооценки в структуре правосознания личности. Краснодар, 2015. 124 с.
16. Ходжич М. В. Исследование особенностей личностного адаптационного потенциала и самооценки профессионально-ролевого поведения сотрудников ОВД различных статусных групп : дис. ... канд. психол. наук. Самара, 2004. 186 с.
17. Belk R. W. Objectification and anthropomorphism of the self. In S. Brown, & S. Ponsoby-McCabe (Eds.), Brand mascots and other marketing animals (Pp. 19-34). New York: Routledge, 2014.
18. Hood B. The Self Illusion: How the Social Brain Creates Identity. Oxford University Press, 2013. 368 p.
19. Kilner James. The Curated Ego: What Makes a Good Selfie? — BBC News Magazine on Twitter and on Facebook. 145 p.
20. Ouellette J. Me, Myself and Why: Searching for the Science of Selfie. Penguin Books, 2014. 336 p.
21. Pooley J. The consuming self from flappers to Facebook. In M. Aronczyk, D. Powers, & P. Lang(Eds.), Blowing up the brand: Critical perspectives on promotional culture (pp. 71–90). New York: International Academic Publishers, 2010.
22. Мотков О. И. Психология самопознания личности. Практикум. М., 1993. 131 с.
23. Мотков О. И. Методика «Самооценка личности». М., 2003. 78 с.

Поступила 08.05.2018

UDC 159 © V. L. Tsvetkov, E. A. Kuzmina, 2019

DOI: 10. 24411/1999-6241-2019-12011

19.00.03 Psychology of Labour, Engineering Psychology, Ergonomics

The Influence of Cadets' Individual Psychological Characteristics on their Preferences in "Taking a Selfie"

Vyacheslav L. Tsvetkov ¹,

Doctor of Sciences (Psychology), Professor, head of the Department of Juridical Psychology. E-mail: czvetkov_slava@inbox.ru

Elena A. Kuzmina ¹,

trainee. E-mail: kuzmina_ea@inbox.ru

¹ V. Ya. Kikot' Moscow University of the Russian Ministry of Internal Affairs, Moscow, 117997, Russia

Abstract

Introduction. The paper describes the etymology of the concept "selfie". The attitude to the phenomenon of "selfie" is not unambiguous: from the recognition of its new form of social interaction to attributing it to mental disorder. The purpose of the article is to experimentally identify the peculiarities of the influence of individual psychological characteristics of a person on preferences for taking selfie, cadets taken as an example.

Materials and Methods. The experiment involved 110 students of 1–4 courses. To assess the differentiation of the level of claims and self-assessment, the survey was conducted according to the methods developed by O. I. Motkov, K. Rogers and R. Diamond, Leonhard-Shmishkek, as well as the "Selfie" orientation questionnaire. Internet resources were examined.

Results and Discussion. Under consideration are different aspects of self-assessment as one of the most important elements in the structure of a person and key element of "Self-Concept". Basing on various psychological approaches to the essence of personal characteristics and new psychological elements the authors experimentally studied individual psychological features of cadets keen on taking a selfie. The indicators of the general positive development of cadets' personal self-assessment and some factors of an individual, i.e. peculiarities, were revealed.

Conclusions. Individual psychological peculiarities of cadets taking a selfie and of those not keen on it are different, which is influenced by level of their self-esteem as well as willingness to make a display, projection, selectiveness, self-humiliation, assertiveness, psychoticism.

Keywords: selfie; self-esteem; personal self-concept; willingness to make a display; projection; selectiveness; self-humiliation; assertiveness, psychoticism.

Citation: Tsvetkov V. L., Kuzmina E. A. The Influence of Cadets' Individual Psychological Characteristics on their Preferences in "Taking a Selfie". *Psychopedagogy in Law Enforcement*. Vol. 24, No. 2(77), 2019. Pp. 201–207 (In Russ.). DOI: 10. 24411/1999-6241-2019-12011

References

1. Kondakov I. M. Psychology. Illustrated dictionary. St. Petersburg, 2003. 512 p. (In Russ.)
2. Rubinstein S. L. Fundamentals of General Psychology. St. Petersburg, 2002, 720 p. (In Russ.)

3. Meshcheryakov B. G., Zinchenko V. P. The Great Dictionary of Psychology. St Petersburg, 2005. 672 p. (In Russ.)
4. Ananiev B. G. Selected Psychological Works. Moscow, 1980. 288 p. (In Russ.)
5. Bozovich L. I. Personality and its Formation in Childhood. St. Petersburg, 2008. 398 p. (In Russ.)
6. Stolin V. V. Self-Consciousness of Individuals. Moscow, 1983. 284 p. (In Russ.)
7. James W. Psychology. Ed. by L.A. Petrovskaya. Moscow, 1991. 368 p.
8. Mead G. H. Mind, Self and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist. Chicago, 1934. 124 p.
9. Rogers C. P. Look at Psychotherapy. Human Formation. Moscow, 1994. 480 p.
10. Anufrieva K. V. «Selfie» as a Form of Manifestation of Personal Narcissism in the Modern Global Community. *Bulletin of Tver State University. Series: Philosophy*. 2014. No 2. Pp. 79–90. (In Russ.)
11. Demidov D. L., Belovol E. V., Tsvetkova N. A., Tsvetkov A. V. Dual Nature of Socio-Psychological Phenomenon of Selfie: Content Analysis of Questionnaire. *Historical and Educational Thought*. Vol. 7 No. 8. 2015. Pp. 1–7. (In Russ.)
12. Tsvetkova N. A., Demidov D. L. Selfie Phenomenon and Symbolic Thinking. *Society: Sociology, psychology, pedagogy*. 2016. Pp. 1–4. (In Russ.)
13. Pogontseva D. V. Selfie as a Modern Socio-Psychological Phenomenon. *Concept*. 2013. No. 12. Pp. 111–115. (In Russ.)
14. Samoilenko E. Yu. Cadets' Personality: Psychological Characteristics of Being. (Krasnodar 15-16 November 2012). Krasnodar, 2012. Pp. 183–185. (In Russ.)
15. Frolov A. A. Role of Self-Evaluation in the Structure of Personal Legal Consciousness. Krasnodar, 2015. 124 p. (In Russ.)
16. Hodzic M. V. Study of Personal Adaptive Capacity and Self-Assessment of Professional Role Behaviour of Law Enforcement Officers of Different Status Groups. Candidate of Sciences (psychology) dissertation. Samara, 2004. 186 p. (In Russ.)
17. Belk R. W. Objectification and Anthropomorphism of the self. In S. Brown, & S. Ponsoby-McCabe (Eds.), *Brand mascots and other marketing animals* (pp. 19-34). New York, 2014.
18. Hood B. *The Self Illusion: How the Social Brain Creates Identity*. Oxford University Press, 2013. 368 p.
19. Kilner James. The Curated Ego: What Makes a Good Selfie? BBC News Magazine on Twitter and on Facebook. 145 p.
20. Ouellette J. *Me, Myself and Why: Searching for the Science of Selfie*. Penguin Books, 2014. 336 p.
21. Pooley J. The consuming self from flappers to Facebook. In M. Aronczyk, D. Powers, & P. Lang(Eds.), *Blowing up the brand: Critical perspectives on promotional culture* (pp. 71–90). New York: International Academic Publishers, 2010.
22. Motkov O. I. Psychology of Personal Self-Exoppration. Moscow, 1993. 131 p. (In Russ.)
23. Motkov O. I. The Technique of «Personal Self-Esteem». Moscow, 2003. 78 p. (In Russ.)

Submitted 08.05.2018