

УДК 159.922:378

DOI <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2022.4.12>

Купчишина Валентина Чеславівна,

кандидат педагогічних наук, доцент,

старший викладач кафедри психології, педагогіки та соціально-економічних дисциплін

Національної академії Державної прикордонної служби України

імені Богдана Хмельницького

ORCID ID: 0000-0003-0937-8029

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНУ СЕЛФІ В ПСИХОЛОГІЧНІЙ НАУЦІ

THEORETICAL BASIS OF STUDYING THE SELFIE PHENOMENON IN PSYCHOLOGICAL SCIENCE

У статті презентовано результати аналізу наукової джерельної бази щодо історії виникнення феномену селфі та його змісту, наукові підходи до його вивчення. Підкреслено, що зазначений феномен не одноразово був обраний предметом вивчення як вітчизняних, так і закордонних дослідників.

Під поняттям «селфі» науковці розуміють зроблений суб'єктом фотознімок самого себе, спільно з певною особою (або твариною) або групою осіб за допомогою фотокамери, на відстані витягнутої руки (або через дзеркало), як правило, в момент емоційно-значущої події або ситуації, і представлені на огляд в умовах інтернет-простору з метою самопрезентації та самопізнання, за допомогою отримання соціальної думки (оцінки) про себе.

Зазначено, що поширення феномену селфі набуває стрімких обертів і причин для цього є достатньо (візуальні комунікації; нескінчена еволюція нарцисизму; людина як медіа; прагнення до саморедагування; гуманізація технології тощо). Діагностичним інструментарієм дослідження зазначеного явища слугують такі методики як: багатовимірний опитувальник дослідження самоставлення (С. Пантілєєв); тест-опитувальник для визначення рівня самооцінки (С. Ковальов); тест оцінки нарцисизму (F.-W. Deneke і B. Hilgenstock, адаптована Н. Залуцкою, А. Вукс); методики «Діагностика особистісного егоцентризму» (Н. Фетіскін, Г. Мануйлов, В. Козлов) та ін.

Автором представлено погляди наукової спільноти до феномену селфі та його вплив на психічне здоров'я особистості. Визначено, що поряд з позитивними моментами (отримання приємних спогадів, додаткової уваги з боку інших людей, позитивне сприйняття себе та креативність у передачі інформації, саморозвитком, самопрезентацією, розширенням кола спілкування), дослідники виділяють цілу низку негативних моментів (відхід від реального світу, поверхневе сприйняття реальності, втеча від самотності тощо). На жаль, констатують вчені, за останній час набули широкого поширення такі негативні явища як селфі-залежність, кібербулінг, лайкінг, але при цьому вони зауважують, що помірне використання селфі може дати шанс людині в її розвитку як особистості, фахівця, а надмірне захоплення може стати причиною багатьох проблем зі здоров'ям.

Ключові слова: селфі, селфізм, самопізнання, самопрезентація, особистість, селфі-залежність, кібербулінг, лайкінг, фріранінг.

The article presents the results of the analysis of the scientific source base regarding the history of the selfie phenomenon and its content, as well as scientific approaches to its study. It is emphasized that the mentioned phenomenon has been chosen as a subject of study by both domestic and foreign researchers more than once.

By the concept of "selfie", scientists understand a photograph taken by the subject of himself, together with a certain person (or animal) or a group of persons using a camera, at arm's length (or through a mirror), as a rule, at the moment of an emotionally significant event or situations, and presented for review in the conditions of the Internet space for the purpose of self-presentation and self-knowledge, by means of obtaining a social opinion (evaluation) about oneself.

It is noted that the spread of the selfie phenomenon is gaining momentum and there are enough reasons for this (visual communications; the endless evolution of narcissism; man as a media; the desire for self-editing; the humanization of technology, etc.). The following methods serve as a diagnostic toolkit for the study of the mentioned phenomenon: multidimensional self-assessment questionnaire (S. Pantileev); test-questionnaire for determining the level of self-esteem (S. Kovalev); narcissism assessment test (F.-W. Deneke and B. Hilgenstock, adapted by N. Zalutska, A. Vuks); methods "Diagnostics of personal egocentrism" (N. Fetiskin, G. Manuylov, V. Kozlov) and others.

The author presents the views of the scientific community on the selfie phenomenon and its impact on the mental health of an individual. It was determined that along with positive moments (receiving pleasant memories, additional attention from other people, positive self-perception and creativity in information transmission, self-development, self-presentation, expanding the

circle of communication), researchers single out a number of negative moments (withdrawal from the real world, superficial perception of reality, escape from loneliness, etc.). Unfortunately, scientists state, recently such negative phenomena as selfie addiction, cyberbullying, liking have become widespread, but at the same time they note that the moderate use of selfies can give a person a chance in his development as a person, a specialist, and excessive enthusiasm can become the cause of many health problems.

Key words: *selfie, selfieism, self-discovery, self-presentation, personality, selfie addiction, cyberbullying, liking, free running.*

У XXI столітті задля досягнення популяризації себе більшість людей є користувачами різноманітних соціальних мереж, онлайн-платформ. Завдяки їм ми маємо можливість знаходити нових друзів, знайомитись з цікавими для нас людьми, отримувати легкий доступ до необхідної інформації, обговорювати цікаві теми в режимі онлайн, бути учасниками різноманітних зібрань, а також самопрезентувати себе іншим користувачам Інтернет-мереж. Науковці зазначають, що однією з форм невербальної комунікації виступає саме селфі.

Питання щодо вивчення феномену селфі не одразу ставало предметом наукових розвідок. Особливості самопрезентації людини, соціально-психологічні передумови виникнення селфі, негативні наслідки даного феномену розкрито в наукових працях як вітчизняних, так і закордонних вчених, а саме: особливості самопрезентації покоління «Y» у соціальних мережах вивчали Д. Іванова, Є. Крилов, А. Глухов, Н. Калька, О. Кушу, О. Окушава, Ю. Пупкова, С. Черних та ін.; соціально-психологічні передумови виникнення даного психологічного феномену – М. Бриль, П. Дрекслер, М. Карр, Т. Козинцева, Дж. Оулетт, В. Рудич, П. Рутледж, М. Мартинов та ін.; аналіз можливих негативних наслідків селфі – К. Ануфрієва, А. Ахромова, А. Флюссер, С. Челишева та ін.; аналіз особливостей невербальної комунікації, види та впливи на особистість – Д. Іванов, Н. Гордєєв, Н. Калька, С. Нечитайло, К. Міллер, О. Силка, Н. Цветкова та ін. За останні роки наукова база досліджень феномену селфі багатилася значною мірою, але їх кількість та результати не в повній мірі розкривають всі психологічні аспекти та проблеми.

Метою статті є теоретичний аналіз досліджуваної теми через аналіз виникнення та розвитку зазначеного феномену й його впливу на світ людини.

У сучасному світі більшість людей не уявляє себе без соціальних мереж, які набули популярності в останні десятиліття. Науковці констатують, що вплив соціальних мереж на психічне здоров'я людини є досить значним, і тому вважають, що одним з засобів візуальної комунікації є селфі, як актуальний феномен сучасного суспільства [1, с. 273].

Стрімкий розвиток інформаційних технологій, комп'ютеризація – все разом сприяло виникненню різноманітних форм і способів людини презенту-

вати своє «Я». Н. Калька акцентує увагу на тому, що «уявлення про власне «Я» впливає на формування та розвиток гармонійної особистості загалом. Формування та утвердження позитивної Я-концепції стає запорукою повноцінного сприйняття себе та навколишнього світу. Становлення Я-концепції як вияву самосвідомості особистості тісно пов'язане із формуванням її Я-образу» [2, с. 156].

Аналіз наукової бази дослідження засвідчив, що в наукових працях дослідники, при вивченні феномену «селфі», послуговуються поняттям «Я-образу» людини. В його зміст вони включають систематичне самоуявлення особистості, підґрунтям якого виступають її пізнавальні та емоційні складові соціальної комунікації (різноманітні соціальні мережі, додатки тощо). Завдяки їм людина може презентувати власне «Я», ділитися й обмінюватися інформацією, відео, фото, презентуючи себе за допомогою самофотографування (селфі). Захоплення цим процесом спонукало науковців (Л. Александрову, К. Гринькова, А. Кононенко, О. Кононенко, О. Немеш, В. Лабунську, Д. Погонцева, Б. Соколова та ін.) до вивчення визначеного явища, виокремлення особливостей його впливу на психічний стан людини, її самосприйняття тощо.

У наукових джерелах зазначено: «Selfie (від слова self – сам себе) – це зроблений суб'єктом фотознімок самого себе, спільно з певною особою (або твариною) або групою осіб за допомогою фотокамери, на відстані витягнутої руки (або через дзеркало), як правило, в момент емоційно-значущої події або ситуації, і представлені на огляд в умовах інтернет-простору з метою самопрезентації та самопізнання, за допомогою отримання соціальної думки (оцінки) про себе. Термін «селфі» було обговорено у 2005 році фотографом Д. Краюзе (хоча знімки у форматі «селфі» знімалися і на багато раніше) [3, с. 64-65].

З початку свого виникнення селфі було найбільш популярним серед молодого покоління, але згодом розширило свої вікові межі. Журналом «The Times» (2012 р.) було відмічено, що цей термін увійшов у «Топ-10 настирливо промовляючих слів». За результатами опитування яке було проведено компанією Samsung, було виявлено, «що 30% фотографій-селфі – це аудиторія 18-24 років». М. Абрамова зазначає, що «до 2013 року селфі

стало настільки поширеним явищем, що за опитуванням користувачів соціальних мереж, було включено в онлайн-версію Оксфордського словника англійської мови, а в листопаді 2013 року слово австралійського походження «селфі» стало «словом року» [4]. Згодом, аналіз популярності соціальних мереж серед користувачів Інтернету (соціальні мережі Facebook, Instagram та ін.), також засвідчив розширення аудиторії користувачів. Так, наприклад, українська аудиторія соціальної мережі Instagram складає 7,3 млн користувачів. Кількість опублікованих фото з тегом #selfie в соціальній мережі Instagram майже 350 млн» [1, с. 278].

Що стосується різновидів селфі, то дослідники (Я. Богиня, М. Бриль, К. Пасько та ін.) виокремлюють шість основних типів селфі-знімків: з відомими людьми; захопленість людини спортом; з їжею; у примірочних; на відпочинку; селфі-качечки (з характерно витягнутими губами); під час подорожів; під час урочистих подій; фото-екстрем; «неформальне селфі»; з родиною або авторитетними дорослими; з тваринами та птахами тощо [5, с. 302-305; 6, с. 65].

Для кращого розуміння предмету нашого дослідження, набуття його поширення та популярності, на нашу думку, доречним було провести невеличкий історичний екскурс в історію виникнення поняття «селфі».

Аналіз наукової джерельної бази дозволив нам з'ясувати, що перші знімки себе були зроблені: хіміком Р. Корнеліусом (1839 р.); за допомогою дзеркала та вікна камери Kodak Brownie для власного автопортрету княгинею Анастасією Миколаївною (1914 р.); за допомогою дзеркала – Томасом Чарльзом і Ричмондом Бейкер (1917 р.). Як зазначає з цього приводу М. Бриль: «У цілому, початок ХХ століття ознаменувався інтересом до фотографії та появою у фотомистецтві жанру автопортрета за допомогою використання триноги або дзеркала». Науковець констатує той факт, що сам термін «селфі» виник тільки в 2002 р., і набув широкого розповсюдження в США, а з 2010-х років поширився в наслідок застосування цифрових фотопортретів в онлайн-мережах. На початку ХХІ століття розвиток техніки (фотоапаратів, поява мобільних телефонів з камерами) спричинив великий бум, що сприяв виведення фотопортрету на новий рівень значущості. Найпопулярніше селфі було зроблено в 2014 році на 86 церемонії вручення кінопремії «Оскар» (це фото побило всі рекорди, після публікації зібравши більше мільйона лайків)» [6, с. 63].

В Україні, перші публікації науково-популярного та наукового характеру починають з'являтися

з 2015 року, що пов'язано з розповсюдженням смартфонів. Діагностичним інструментарієм слугують такі методики як: багатовимірний опитувальник дослідження самоствавлення (С. Пантілеєв); тест-опитувальник для визначення рівня самооцінки (С. Ковальов); шкали оцінки рівня задоволеності власним тілом (ШЗВТ) (О. Скугаревський); тест оцінки нарцисизму (F.-W. Deneke і В. Hilgenstock, адаптована Н. Залуцкою, А. Вукс); шкали психологічного благополуччя (К. Рифф, адаптована Т. Шевеленковою і Т. Фесенко); методики «Діагностика особистісного егоцентризму» (Н. Фетіскін, Г. Мануйлов, В. Козлов) [7, с. 3-4].

Опрацювання змісту наукових джерел, дозволило нам визначити, що у багатьох наукових статтях термін «селфі», деякі науковці визначають як автопортрет. Ми приєднуємось до їх висновків, що з філологічної точки зору між цими поняттями дійсно є багато спільного, але й і відмінного.

На думку М. Бриля, автопортрет – це зображення людини, яке вона створила самостійно. Науковець звертає увагу на те, що «селфі – це різновид автопортрету, який може відрізнятися від художнього автопортрету більш низькою якістю та майстерністю виконання». У своєму дослідженні автор визначає та описує відмінності основних ознак «автопортрету» і «селфі», й зауважує, що «схожість цих понять є лише в існуванні виконавця жанру, тобто автора, який виступає активним суб'єктом візуалізації самого себе» [6, с. 64].

У дослідженні М. Абрамової проаналізовано історію розвитку портрета та автопортрета як різновида селфі, наведено приклади (груповий портрет сім'ї Ярослава Мудрого в Софії Київській; сарматський портрет; репрезентативний портрет XVII–XVIII століть тощо). «В портретах Сандро Боттічеллі, Яна Ван Ейка, Курбе, Парміджаніно, Рембрандта, Рубенса та інших художників-митців автопортрет виступає як втілення певної концепції людини», – відмічає М. Абрамова. Також дослідниця розкриває мову селфі: «з одного боку, селфі представляється як фактор демократизації медіа, з іншого – як інструмент комодифікації людини в умовах новітнього споживацького капіталізму. Знову ж таки, з одного боку, селфі – це «правда життя», з іншого – міфологізований конструкт власного «Я», адже соціальний акаунт у будь-кого – це не справжня людина, а прикрашена картинка» [4, с. 74-76].

У психологічній науці, дослідниками було запропоновано теорії виникнення, причини поширення та вплив на особистість зазначеного феномену. Так, Н. Калька зазначає, що за однією з теорій, «Я-концепція» особистості виступає як струк-

тура її самосвідомості, що знаходиться у тісному зв'язку з іншими її підструктурами («Я-реальне», «Я-ідеальне», «Я-дзеркальне»). Завдяки інформаційним технологіям людина може себе показувати/презентувати світу, що сприяє виникненню ще одного елементу – «Я-віртуальне». У своїх дослідженнях науковці-психологи дотримуються думки, що дуже часто останнє є свідченням нереалізованості особистості в житті, у людини спостерігається прояви незадоволеності деяких її потреб та бажань, що можливо зробити у віртуальній реальності. Тому, наголошують вчені, селфі можна розглядати як один з елементів/способів/стратегій побудови/удосконалення «Я-віртуального» людини. Представники іншої теорії (Л. Буффарді, К. Кемпбелл, К. Ліберман, Д. Паркінсон, М. Рекалькаті, П. Рутлед та ін.), у дослідженні феномену селфі, намагалися вивчати його через соціальний контекст [2, с. 158].

У своїх наукових розвідках, вченими (Д. Бак, Е. Калагідзе, Н. Макаренко, А. Павленко та ін.) було виділено функції селфі як психологічного явища, а саме: спілкування, самопрезентацію, забезпечення рефлексії, спонукання до самопізнання та саморозвитку особистості [1, с. 275]. Дійсно, зазначені науковцями функції, розкривають зміст відображення особливостей прояву психічних процесів особистості, та виявляють причини виникнення й поширення досліджуваного нами феномену.

Ми погоджуємось з висновками дослідників, щодо причин виникнення та поширення досліджуваного нами явища. Такими причинами є візуальні комунікації (П. Рутледж); нескінченна еволюція нарцисизму (К. Томпсон); людина як медіа (Н. Карр); прагнення до саморедагування (Дж. Кілнер); як продати себе суспільству (Дж. Оулет); гуманізація технології (Б. Худ) [6, с. 65].

Про місце, значення та вплив віртуального простору на особистість ведуть мову у своїх наукових працях О. Вернік О. Зінченко, Т. Карабін, М. Назар, В. Фатурова та ін., але більшість вчених розглядають підлітковий та юнацький вік.

При вивченні феномену селфі, дослідники по різному визначають його значення. Так, одні виступають за те, що селфі приносить позитивні враження, почуття в життя людини, адже «селфі – це сучасний шлях самопізнання людини», – наголошують вони. Завдяки йому людина може побачити себе зі сторони, поділитися своїми емоціями та почуттями, станом, ідентифікувати себе тощо. До позитивних характеристик також відносять можливість спілкуватися, знаходити нових друзів в різних куточках світу через виставляння своїх фото у соціальних мережах, на різних платформах; формування

власного образу «Я» особистості; вираження своєї ідентичності; селфі сприяє розвитку креативності; має розважальний аспект; надає можливість вести віртуальний щоденник; виступає елементом соціальної культури, що дає змогу самоудосконалюватись, розвиватись та підвищувати власну самооцінку особистості [8].

У 2015 р. П. Рутледж наголошувала, що «селфі – це не прояв нарцисизму, а спроба навіть не ідентифікації, а комунікації, запрошення до діалогу, намагання відрефлексувати себе і навіть спрогнозувати майбутні події, прагнення отримати схвалення чи дискутувати про правильність, доречність своїх дій». Як зазначають А. Шевцов і В. Гупаловська, авторка «завжди розглядала феномен селфі у позитивному контексті, вважаючи винним у негативних його аспектах людський мозок, який не завжди може оцінити міру ризику (підлітковий вік), недоліки сформованості центру прийняття рішень (підлітковий вік, похилий вік)» [7, с. 2-3].

А. Шевцов та В. Гупаловська вважають, що використання селфі є важливими складовими конструювання людиною власного образу «Я»; додає людині впевненості, що сприяє її самовираженню («завдяки якому індивід більше пізнає себе не лише через саморефлексію, але й через реакцію інших на власні само прояви») та самореалізації. Вчені роблять висновок, що «селфі допомагає отримати заробіток, покращити матеріальне становище. Тепер модно бути унікальним, іншим, ні на кого не схожим, і пошук потрібного образу може стимулювати розкриття несподіваних граней як самого образу Я, так і особистості» [7, с. 5].

Представники іншої групи ведуть мову про небезпеку, яку має селфі для людини. Так, у дослідженні Н. Кальки [2], О. Максима [9] та ін., зазначається, що акцетування особистості на власному «Я», сприяє астенічному розвитку власного «Я» особистості.

Науковці застерігають людство щодо надмірного захоплення селфізмом, що може призвести і до різних захворювань. Психологами О. Силкою [10], К. Фоменко [11] було виділено три етапи цього захворювання: 1 – епізодична (три фото на день, без виставляння у соцмережі, але їх може бачити обмежене коло людей); 2 – гостра (фото робляться тричі на день і викладаються у соцмережі); 3 – хронічна (неконтрольоване бажання фотографувати себе цілодобово, і виставляти їх не менше шість разів на день) [3, с. 65].

Аналіз наукових результатів дослідників (О. Гончарової, В. Гупаловської, І. Сосина, А. Шевцова, Ю. Чуєва та ін.) доводить, що використання селфі по різному використовується представниками різних вікових періодів розвитку.

Так, у своїх дослідженнях А. Шевцов та В. Гупаловська наголошують, що 90% підлітків та 91% юнаків роблять селфі, але при цьому на завжди їх викладають їх у соціальних мережах. Після використання відповідних методик, дослідники відмічають, що селфі може допомогти менш комунікабельним молодим людям підвищити рівень самосприйняття [7, с. 4].

Н. Макаренко та А. Павленко констатують, що дослідження прояву феномену селфі у представників підліткового та юнацького віку мають свої особливості. Так, після проведеного опитування, науковцями було зроблено висновок, що «існування граничного та частково гострого дефіциту селфі у респондентів»: 57% старшого шкільного віку та 50% юнацького віку зазначили, що для них є важливим кількість «лайків» під їхніми світлинами. Представники старшого шкільного віку відмітили, що не тільки полюбують самі себе фотографувати (57%), але їм подобається коли їх фотографують (36%). Були і такі, які не люблять фотографуватися взагалі (7%). Також, дослідники зазначають, що «у 21% учнів викладено в соціальних мережах більше 100 фотографій, у 36% від 50 до 100, у 21% учнів викладено менше 50 фотографій або взагалі немає фотографії. Більшості учнів (69%) подобається презентувати себе оточуючим людям, вони люблять бачити свої зображення, 19% іноді їх переглядають; 12% досліджуваних не викладають свої фотографії» [8, с. 211-212].

За даними вчених з інтернет-гіганта Googl, сучасна молодь має нездорову залежність щодо використання селфі. За середньостатистичними даними, які були наведені дослідниками, молода людина здійснює не менше 14 селфі на день. «Ті, хто проводить по 11 годин в день з власним мобільним пристроєм роблять по 14 власних фото, 16 фото або відео, а також 21 раз перевіряють свої сторінки у соціальних мережах і відправляють 25 текстових повідомлень кожен

день, – зазначають дослідники. – З іншої сторони, середньостатистична доросла людина робить за день по 4 фото або відео, а також 2,4 селфі. Середній підліток – 6,9 фото та відео в день і 4,7 селфі». І. Сосин, О. Гончарова, Ю. Чуев наводять аналіз використання селфі в різні роки та місць де його було зроблено та виокремлюють результати використання селфі жінками та чоловіками тощо [12].

Опрацьований змін наукових результатів вчених-психологів засвідчив, що селфі стрімко увірвалося в наше життя. Серед перспективних напрямів застосування дослідники вважають такі напрями як мода (стилісти можуть давати поради щодо підбору гардеробу людини), безпека (заміна квитків, документів із застосуванням штрих-кодів), медицина (консультування та діагностування без особистого контакту з лікарем) тощо. М. Абрамова зауважує з цього приводу, що на сьогоднішній день «селфі – це апогей масової культури з її залежністю від технологій» [4, с. 72].

Отже, селфі є одним з найпопулярніших інструментів самопрезентації людини. Дослідження науковців пов'язані з детальним вивченням цього феномену та виокремленням особливостей впливу на людину. На думку вчених «плюсами» використання селфі є: простота та доступність; велика та безмежна аудиторія для спілкування; прояви креативності; можливість самовираження через пізнання власного «Я» та підвищення самооцінки; нові знайомства тощо. «Мінусами» виступають такі фактори як: заміна реального спілкування на віртуальне; заниження самооцінки; спотворення власного «Я»; залежність від думок інших людей про себе; загроза для життя людини; різного роду залежності (селфі-залежність, кібербулінг, лайкінг).

Перспективним напрямком дослідження є емпіричне дослідження явища селфі як засобу репрезентації цінностей особистості у зрілому дорослому віці.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Щербатюк В. В. Селфі як засіб репрезентації ціннісної спрямованості особистості. *Актуальні проблеми психології*. Т. XI. Вип. 17. С. 273- 289. URL : <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v11/i17/21.pdf> (дата звернення: 20.09.2022).
2. Калька Н. М. Феномен селфі як спосіб презентації «Я» у віртуальному просторі. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. № 2, 2015. С. 156-164.
3. Кононенко А. О. Психологічна природа селфі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Психологічні науки. Вип. 4 Том 1. 2017. С. 64-69.
4. Абрамова М. Феномен селфі: новий вид мистецтва чи інструмент селфмаркетингу. *Художня культура. Актуальні проблеми*. Вип. 18. Ч. 1. 2022. С. 72-78.
5. Богиня Я. О., Пасько К. М. Проблема «селфі» в житті сучасної людини. *Етнічна самосвідомість та між-етнічна взаємодія в сучасному світі : зб. наук. праць / [за ред. : Кузікової С. Б., Щербакової І. М., Пасічник Н. О.]*. Суми : Видво СумДПУ ім. А. С. Макаренка. 2016. С. 302-305.
6. Бриль М. М. Селфі як соціально-психологічне явище. *Актуальні проблеми психології*. Том I. Випуск 44. 2016. С. 62-67.

7. Шевцов А. А., Гупаловська В. А. Психологічна парадигма селфі у віртуальних соціальних мережах: позитиви та негативи благополуччя особистості. *Вісник НАПН України*. № 3(1). 2021. С. 1-8.
8. Макаренко Н. М., Павленко А. Г. Селфі як форма самопізнання. *Проблеми сучасної психології : збірник наукових праць*. Вип. 37 / Кам'янець-Подільський нац. ун-т ім. І. Огієнка; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка НАПН України ; наук. ред.: С. Д. Максименко, Л. А. Онуфрієва. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2017. С. 207-216.
9. Максим О. В. Деформація ціннісних орієнтацій інтернет-залежних підлітків. URL : <https://lib.iitta.gov.ua/718019/1/%D0%9C%D0%B0%D0%BA%D1%81%D0%B8%D0%BC%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD.pdf> (дата звернення: 20.09.2022)
10. Силка О. О. Селфі-адикція: теоретичний огляд проблеми. *Молодий вчений. Серія: Психологічні науки*. № 2(66), 2019. С. 163-165.
11. Фоменко К., Дереповська М. Психодіагностика селфі-залежності як заміщення психологічного дефіциту. *Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Психологія*. Випуск 65. 2021. С. 275-292.
12. Сосин И. К., Гончарова Е. Ю., Чуев Ю. Ф. Селфи как субкультура и новая форма зависимости: идентификация проблемы. URL : <https://accemedin.com/material/1560> (дата звернення: 30.09.2022)