



Original Article: FENOMENO SELFIE E TRATTI DI PERSONALITÀ NARCISISTICO

Citation

Demidov D.L., Tsvetkova N.A., Tsvetkov A.V. Fenomeno selfie e tratti di personalità narcisistico. *Italian Science Review*. 2016; 3(36). PP. 1-5.

Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2016/march/Demidov.pdf>

Authors

D.L. Demidov, "Unity" LLC, Russia.

N.A. Tsvetkova, Moscow State Pedagogical University, Russia.

A.V. Tsvetkov, Moscow Scientific and Practical Center on AddictionRussia, Russia.

Submitted: February 21, 2016; Accepted: March 02, 2016; Published: March 12, 2016

Astratta. Lo studio empirico del self-gruppo di giovani di lingua russa che preferiscono fare selfie e utilizzare questo tipo di foto, ha dimostrato che i tratti narcisistici spesso associato con un sacco di auto-ritratti, sono di natura compensativa, che consente di risolvere il conoscenza di sé e "sintonizzare" il problema sono le esigenze sociali.

Problema. Uno dei problemi principali da risolvere con l'aiuto del fenomeno oggetto selfie [15] - per avvicinarsi l'immagine della vita di personaggi famosi che hanno creato la moda per le foto autoritratto. "Like" parenti e amici in quanto include una sorta di meccanismo di compensazione: mi permetta di non raggiunto molto, ma proprio come i personaggi, molti in bella vista. Quindi, io sono una celebrità, anche. [11]

Inoltre, l'impatto sul selfie ritratta differenze con le immagini "normali" e un sacco di varietà aiuto selfie vedermi dall'esterno. Questo dà la possibilità di una migliore comprensione di sé, di auto-aiuto avviare il processo. E la presenza del feedback dalla rete sociale come "like" e commenti aiuta a valutare le loro prospettive di successo sociale.

Tuttavia, selfie fenomeno - uno dei più controversi tra i moderni mezzi di comunicazione: professionisti della salute mentale prestare attenzione alle conseguenze negative del "selfie-dipendenza". Così, nel 2014 l'American Psychiatric Association ha ufficialmente riconosciuto come un disturbo psichiatrico mania irresistibile fare foto autoritratto e caricarli su Internet. Si distinguono tre livelli di questa malattia: il primo - episodica, quando una persona prende non meno di tre volte al giorno, ma non caricare le foto alla rete; secondo - acuta - la stessa per almeno tre immagini, nel qual caso essi appaiono su Internet; e il terzo - cronica - che è caratterizzata da almeno sei selfie piastrelle al giorno [1]. Specifica la parentela "selfie-dipendenza" con disturbo di personalità narcisistico.

Da un lato, al momento contro la malattia non esistono farmaci o protocolli di trattamento chiari, dall'altro - vi è un crescente numero di morti tra persone che cercano di fare un selfie spettacolare [7].

Tuttavia, molti esperti insistono sul fatto che selfie - solo un genere di fotografia, che come ogni genere non può essere buono o cattivo, e non può essere di per sé un sintomo di una malattia [3].

Così, l'analisi delle ragioni psicologiche che motivano a fare selfie [14] ha permesso a livello teorico per selezionare un gruppo di persone con bassa autostima, soffrono della mancanza di approvazione da parte degli altri, così come le persone singole, che stanno cercando di impegnarsi in reti sociali online. Empiricamente identificato tre fattori che formano l'atteggiamento verso l'uomo, catturato in cordialità selfie, l'influenza e il fascino [12] relativi a fattori Big5.

Nicholas Carr [2] suggerisce che il narcisismo - spiegazione troppo semplice e insufficiente del fenomeno. Prova di questo - la mancanza mania fotografiche autoritratti nel 20 secolo, sebbene anche in questo caso, le immagini interne erano molto popolari: "Il narcisismo è una funzione che l'utente medio ha bisogno di sentire su di esso e imparare."

Lo studio [9], gli autori considerati selfie attraverso il prisma di auto-oggettivazione e tratti di personalità conosciuta come la "triade oscura": il narcisismo, la psicopatia e makkiavellizm, così chiamato perché è quasi sempre una connotazione negativa nel contesto della comunicazione [8]. Quando si utilizzano dati di esempio da 1000 uomini sono stati in grado di dimostrare che il narcisismo, e di auto-oggettivazione è stato associato ad un aumento del tempo di spesa sui social network e programmi intensivi per l'editing fotografico. Ma makkiavelizm non corrisponde con i "comportamenti Immagine". Inoltre, è emerso che gli uomini che considerano il loro corpo come un oggetto, sono più propensi a modificare le foto. Il paradosso è stabile grazie processo di auto-oggettivazione di bassa autostima [10], che contraddice l'essenza del narcisismo. [4] Allo stesso tempo, come la personalità narcisistica, e le persone con bassa autostima tendono a spendere un aumento del tempo sui social [6] reti.

In altre parole, secondo i ricercatori, la selfie popolarità riflette una tendenza importante: privata diventa ad internet utente è più importante di pubblico;

concentrarsi sulla sua vita personale e su se stesso, compreso il suo modo di vita, al loro ambiente, nei loro sentimenti, e sul suo volto, definisce la massa base di contenuti nelle reti sociali.

Quindi, il problema principale che sta alla base del nostro studio può essere formulato come una contraddizione tra le funzioni di auto-conoscenza e di auto-ammirazione quando si utilizza intervistati selfie. L'ipotesi dello studio è stato la presenza di differenze nel gruppo di auto-intervistati "fan selfie" e sulle prestazioni autocontrollo.

Materiali e metodi.

Questo studio ha avuto il carattere di un volo, in modo da limitare un relativamente piccolo campione di 40 persone, tra cui 26 di sesso femminile e 14 di sesso maschile. Gruppo età media degli intervistati è stato $23,9 \pm 5,25$ anni, piccola diffusione indica la relativa omogeneità dell'età del campione. Si è constatato che tra gli intervistati il 60% erano persone con istruzione superiore, il 18% - media speciale e il 23% - con istruzione secondaria (che corrisponde alla realtà sociale russo). La separazione degli intervistati nei sottogruppi di uguali dimensioni (in pratica fare un sacco di "selfie" e il gruppo di controllo, non ricorrere alla "selfie") si è basata su un sondaggio. Lo studio è stato condotto nel pieno rispetto di norme etiche riconosciute, sotto la supervisione del Comitato Etico di Mosca Scientifico e Centro pratica della dipendenza.

Abbiamo utilizzato la metodologia del self-study V.V. Stolin, S.R. Pantileev, che è uno dei più comuni in lingua russa metodi spazio di valutazione multidimensionale della relazione a se stesso [13], contenente 110 dichiarazioni distribuite su 9 scale (apertura, fiducia in se stessi, auto-guida, che si riflette auto-atteggiamento, autostima, auto-accettazione; samoprivyazannost; struttura conflitto I; autoincriminazione). L'analisi fattoriale condotta da del questionario gli autori, ha rinunciato a tre dimensioni secondo ordine -

l'autostima, e autosimpatiyu "disordine interno". La tecnica è normalizzata, i risultati sono presentati nella scala della parete.

I risultati dello studio.

Lo studio delle auto-intervistati del gruppo principale e il gruppo di confronto ha mostrato (Tabella 1), che gli intervistati preferiscono fare "selfie", ci sono più avanzate: l'apertura a se stesso ($6,56 \pm 1,54$ e $5,86 \pm 1,49$), un senso di auto-valore ($5,44 \pm 1,2$ e $5 \pm 1,57$), sensazione di simpatia per se stesso ($3,33 \pm 1,46$ e $2,82 \pm 1,5$), completa accettazione di se stessi (4 e $78 \pm 1,11$ $3,86 \pm 1,08$). In altre parole, sono fattori secondari più pronunciati di autostima ($20,11 \pm 3,14$ e $18,36 \pm 3,98$) e autosimpatii ($13,56 \pm 2,41$ e $11,68 \pm 2,82$). Nel gruppo di confronto è più pronunciato scala "autoaccusa" ($3,05 \pm 1,59$ e $2,44 \pm 1,29$). Il significato di queste differenze è indicata con $p = 0.01$ per il test U-Mann-Whitney.

Nell'analisi del sé-level, a seconda del sesso degli intervistati sono differenze statisticamente significative sono state trovate. Tuttavia, se si considerano i fattori da solo sé, allora è chiaro che solo nel gruppo di fan a fare ragazze "selfie" sono più pronunciati nei fattori di autostima e autosimpatii. Inoltre, il confronto di cui sopra ha rivelato che le ragazze di questo gruppo vi è un livello significativamente più alto del fattore autosimpatii a $p = 0,048$.

Discussione.

In altre parole, lo studio pilota di dati indicano piuttosto a favore della natura "compensativa" di comportamento narcisistico in "amatoriale selfie», piuttosto che del "patologico" Così, nel gruppo sperimentale differenze significative con il controllo sulla scala di "indiretta" (cioè, sociale) il sé, nonché sulla scala da H. conflitto anche se è noto [5] dalla letteratura che la vera narcisismo ha un conflitto interno basso e l'alto significato di autoriflessione. D'altra parte, ci sono differenze significative nella "samoprivyazannosti", interpretati da del test autori come la tendenza a rimanere invariati - aumentando

la sua personalità narcisistiche peculiari. Tuttavia, è opportuno notare che samoprivyazannost nel gruppo sperimentale ($4,78 \pm 1,11$) rimane all'interno della media di 4-6 parete.

Rimane una questione aperta sulle origini del "deficit di personalita ", che viene compensata tramite selfie - ma il problema è nel campo di applicazione dello studio non è stato incluso.

Sulla base dello studio pilota concluso (cuscinetto preliminare) del "funzionale" (compensativa) la natura dell'uso di selfie in contrasto con la "vera" narcisismo.

References:

1. American psychiatric association makes it official: 'selfie' a mental disorder. The Adobo Chronicles [Web] <http://adobochronicles.com/2014/03/31/american-psychiatric-association-makes-it-official-selfie-a-mental-disorder>.
2. Nicholas Carr, The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains [Web] http://www.amazon.com/The-Shallows-Internet-Doing-Brains/dp/0393339750/ref=pd_sim_b_4?ie=UTF8&refRID=1MMBYQ6S1RC2GA1B DTBT
3. Berlatsky N. Selfies are art // The Atlantic, Nov 22 2013 [Web] <http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2013/11/selfies-are-art/281772/>
4. Campbell, K. W., Rudich, E. A., Sedikides, C. (2002). Narcissism, self-esteem, and the positivity of self-views: Two portraits of self-love. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 358-368. doi: 10.1177/0146167202286007
5. Jones, D. N., Paulhus, D. L. (2010). Differentiating the Dark Triad within the interpersonal circumplex. In Horowitz, L. M., Strack, S. N. *Handbook of interpersonal theory and research*. New York: Guilford. pp. 249–267.
6. Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 357-364. doi:10.1089/cyber.2009.0257

7. More people have died by taking selfies this year than by shark attacks [Web] <http://www.telegraph.co.uk/technology/11881900/More-people-have-died-by-taking-selfies-this-year-than-by-shark-attacks.html>
8. Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). The Dark Triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of Research in Personality*, 36, 556–563. <http://dx.doi.org/10.1016/S0092-6566> (link is external)(02)00505-6.
9. Seidman G. What is the Real Link between Selfies and Narcissism? [Web] <https://www.psychologytoday.com/blog/close-encounters/201508/what-is-the-real-link-between-selfies-and-narcissism>
10. Strelan, P., Mehaffey, S. J., & Tiggemann, M. (2003). Self-objectification and esteem in young women: The mediating role of reasons for exercise. *Sex Roles*, 48(1/2), 89-95.
11. Wortham J. My Selfie, Myself, NY Times, Oct 20 2013 [Web] http://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html?pagewanted=all&_r=0 (дата обращения: 25.05.2014).
12. Yang Q., Li C. Mozart or metallica, who makes you more attractive? A mediated moderation test of music, gender, personality, and attractiveness in cyberspace, *Computers in Human Behavior* Volume 29, Issue 6, November 2013, Pages 2796–2804.
13. Bodalev A.A., Stolin V.V. (2000) Total psychodiagnosics. Saint-Petersburg. Moscow, Rech.
14. A. Lyabina. (2015) selfie phenomenon, or why the whole world has become obsessed with self-admiration, *Komsomolskaya Pravda*, August 22, 2015.
15. Selfie. Wikipedia [Web] <https://en.wikipedia.org/wiki/Selfie>

Tabella 1

Il livello di prestazioni del gruppo media dei auto-intervistati che hanno preferito «selfie», e il gruppo di confronto, / $\pm \sigma$ /

variabili	gruppo principale		gruppo di confronto	
	\bar{X}	σ	\bar{X}	σ
1	6,56	1,54	5,86	1,49
2	4,83	1,25	4,23	1,63
3	3,67	1,24	3,23	1,41
4	5,06	1,30	5,05	1,21
5	5,44	1,20	5,00	1,57
6	3,33	1,46	2,82	1,50
7	4,78	1,11	3,86	1,08
8	3,78	0,88	3,64	1,50
9	2,44	1,29	3,05	1,59
10	20,11	3,14	18,36	3,98
11	13,56	2,41	11,68	2,82
12	6,22	1,70	6,68	2,93

Nota: 1 - l'apertura; 2 - fiducia in se stessi; 3 - auto-guida; 4 - riflesso auto-relazione; 5 - autostima; 6 - accettazione di sé; 7 - il molto attaccamento; 8 - il conflitto; 9 - autoincriminazione; 10 - fattore di autostima; 11 - Fattore autosimpatii; 12 - il fattore di disordine interno.