

Социальные сети и их роль в развитии нарциссизма у Поколения Y

Сущева Татьяна Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет гуманитарных наук, Москва, Россия

E-mail: tiana.susheva@yandex.ru

Согласно последним исследованиям в рамках социологии и социальной психологии, современное поколение, которое в англоязычной литературе принято называть Поколение Y (дети, рожденные после 1981 года) является поколением «нарциссов». Нарциссизм — это термин теории психоанализа, который Зигмунд Фрейд относит к расстройствам личности. Исследования показывают, что быстрые темпы технического прогресса, рост популярности социальных сетей и отсутствие проблем глобального характера, которые бы ставили под угрозу жизнь современного поколения, оказывают непосредственное влияние на самооценку людей. [1]

Популярность социальных сетей вносит свои коррективы в поведение и формирование ценностей. Далее будут рассмотрены основные социальные сети, популярные среди людей, относящихся к Поколению Y [2] Основным принципом, на котором построена каждая из рассмотренных социальных сетей (ВКонтакте, Facebook, Twitter, Instagram) является выражение одобрения. Это одобрение выражается с помощью «лайков», которыми пользователи отмечают понравившийся контент. Система подсчитывает количество лайков, при желании пользователь может даже запросить статистику (как, например, на сайте социальной сети ВКонтакте). Можно сказать, что лайки становятся основной ценностью любой социальной сети. По количеству лайков люди могут делать выводы о популярности того или иного контента или человека. Также важная особенность социальных сетей — это постоянное обновление новостей. Люди с сильной потребностью во внимании имеют возможность предоставлять отчет о каждом своем действии в режиме реального времени. Исследование социологов Лауры Буффарди и Кейт Кэмбелл, основанное на анализе страниц в социальной сети Facebook показывает, что люди нарциссического склада имеют больше друзей, склонны постоянно обновлять статусы, чаще отмечать себя на фотографиях и т. п. [3]. Таким образом, социальные сети отходят от простого обмена информацией, становясь инструментом для самолюбования. Например, наличие фильтров для фотографий в социальной сети Instagram дает возможность изменять изображения до неузнаваемости. То есть основной целью становится не обмен информацией с помощью изображений, а формирование собственного имиджа в глазах других людей.

Фраза «Жизнь ради лайков» становится своего рода кредо для современного поколения. Популяризация социальных сетей ловко играет на нашей потребности во внимании, заставляя нас искать все новые и новые способы, чтобы выставить себя в лучшем свете.

Источники и литература

- 1) Campbell, W.K., Foster, J.D. The Narcissistic Self: Background and extended agency model and ongoing controversies. Sedikides and Spencer. The Self, Psychology Press, 2007
- 2) Campbell, W.K., Foster, J.D. The Narcissistic Self: Background and extended agency model and ongoing controversies. Sedikides and Spencer. The Self, Psychology Press, 2007 2. Buffardi, L. E. Campbell, W. K. Narcissism and Social Networking Web Sites//Personality and Social Psychology Bulletin. 2008. [http://www.people.vcu.edu/~readings/Buffardi_&_Campbell_\(2008\).pdf](http://www.people.vcu.edu/~readings/Buffardi_&_Campbell_(2008).pdf)

- 3) Howe, N. Strauss, W. Millennials rising: the next great generation. Vintage Books, 2000.