
ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ, ИСТОРИЯ ПСИХОЛОГИИ/GENERAL PSYCHOLOGY, PERSONALITY PSYCHOLOGY AND HISTORY OF PSYCHOLOGY

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.164.14>**ИЗУЧЕНИЕ НЕГАТИВНОГО ВЛИЯНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ЛИЧНУЮ САМООЦЕНКУ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Научная статья

Тишуков М.Ю.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0002-7220-960X;¹ Славяно-Греко-Латинская академия, Москва, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (tmax[at]inbox.ru)

Аннотация

Социальные сети существенно влияют на процессы самопрезентации и социального сравнения, что может отражаться на самооценке пользователей. При этом негативные психологические эффекты цифрового взаимодействия проявляются не универсально и зависят от социально-демографических и контекстуальных факторов.

Цель исследования – выявить распространённость негативного влияния использования социальных сетей на личную самооценку пользователей из Ростовской области и Республики Крым, а также проанализировать данное влияние в зависимости от социально-демографических характеристик и уровня самооценки.

Проведён анонимный поперечный онлайн-опрос в Google Forms с использованием удобной и снежной выборки. Применялись шкала самоуважения Розенберга, авторский модуль оценки негативного влияния социальных сетей на самооценку и открытые вопросы. Статистический анализ включал χ^2 -критерий, расчёт скорректированных остатков и V-коэффициент ассоциации Крамера.

В исследовании приняли участие 314 человек. Негативное влияние социальных сетей на самооценку выявлено у 32.2% респондентов, среди лиц с низкой самооценкой данный показатель возростал до 64.7%. Повышенная частота негативного воздействия зафиксирована у отдельных подгрупп: работающих в частном секторе в возрасте 18–24 лет, безработных 25–34 лет и лиц 35–44 лет с неоконченным высшим образованием. Семейное положение оказывало значимое влияние: в общей выборке разведённые респонденты статистически значимо чаще демонстрировали отсутствие негативного воздействия социальных сетей на самооценку, однако среди разведённых с неоконченным высшим образованием, а также среди разведённых мужчин, негативное влияние фиксировалось чаще. Качественный анализ показал, что участники преимущественно предлагают стратегии саморегуляции, направленные на сокращение времени использования социальных сетей и фильтрацию контента.

Социальные сети могут выступать фактором, усиливающим уже существующие уязвимости самооценки, при этом характер их влияния определяется сочетанием социально-демографических условий. Полученные данные подчёркивают необходимость адресных профилактических программ в сфере цифрового благополучия.

Ключевые слова: самооценка, социальные сети, социальное сравнение, психологическая уязвимость, цифровое благополучие, социально-демографические параметры, Россия.

EXAMINING THE NEGATIVE IMPACT OF SOCIAL MEDIA USE ON PERSONAL SELF-ESTEEM IN THE POPULATION OF THE RUSSIAN FEDERATION

Research article

Tishukov M.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0002-7220-960X;¹ Slavic-Greek-Latin academy, Moscow, Russian Federation

* Corresponding author (tmax[at]inbox.ru)

Abstract

Social media significantly influences processes of self-presentation and social comparison, which may affect users' self-esteem. However, the negative psychological effects of digital interaction are not universal and depend on socio-demographic and contextual factors.

The purpose of the study is to assess the prevalence of the negative impact of social media use on personal self-esteem among users from the Rostov Region and the Republic of Crimea, and to analyze this impact in relation to socio-demographic characteristics and levels of self-esteem.

An anonymous cross-sectional online survey was conducted using Google Forms with convenience and snowball sampling. The Rosenberg Self-Esteem Scale, an author-developed module assessing the negative impact of social media on self-esteem, and open-ended questions were employed. Statistical analysis included the chi-square test, adjusted residuals, and Cramer's V coefficient.

The study included 314 participants. Negative effects of social media on self-esteem were reported by 32.2% of respondents; among individuals with low self-esteem, this proportion increased to 64.7%. A higher prevalence of negative impact was observed in specific subgroups: private-sector employees aged 18–24, unemployed individuals aged 25–34, and respondents aged 35–44 with incomplete higher education ($p < 0.05$). Marital status showed a significant effect: in the overall sample, divorced respondents were statistically more likely to report no negative impact of social media on self-esteem ($p <$

0.05); however, among divorced individuals with incomplete higher education, as well as among divorced men, negative effects were reported more frequently ($p < 0.05$). Qualitative analysis indicated that participants predominantly suggested self-regulation strategies, such as reducing time spent on social media and filtering content.

Social media may function as a factor that amplifies pre-existing vulnerabilities in self-esteem, while the nature of this impact is shaped by a combination of socio-demographic conditions. The findings highlight the need for targeted preventive programs aimed at promoting digital well-being.

Keywords: self-esteem, social media, social comparison, psychological vulnerability, digital well-being, socio-demographic factors, Russia.

Введение

В последние десятилетия социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни, существенно трансформировав способы коммуникации, самопрезентации и социального взаимодействия. Их активное использование охватывает широкий спектр возрастных и социально-демографических групп, однако наибольшая интенсивность цифрового взаимодействия наблюдается у подростков и молодых взрослых [1]. Наряду с очевидными преимуществами — расширением социальных связей, доступом к информации и возможностями самовыражения — всё большее внимание исследователей привлекают потенциальные психологические риски, связанные с использованием социальных сетей, включая тревожность, депрессивные симптомы и нарушения самооценки [2].

Самооценка рассматривается как один из ключевых регуляторов психологического благополучия и социальной адаптации личности [3]. Эмпирические исследования показывают, что влияние социальных сетей на самооценку носит амбивалентный характер. С одной стороны, позитивная обратная связь, социальная поддержка и чувство принадлежности могут способствовать росту самооценки [4]. С другой — постоянная экспозиция идеализированных образов, демонстрация достижений и социального успеха других пользователей усиливают процессы социального сравнения, что может приводить к снижению самооценки, особенно у психологически уязвимых пользователей [5], [6], [7].

Центральным механизмом негативного влияния социальных сетей на самооценку считается феномен восходящего социального сравнения (upward social comparison), при котором индивид сопоставляет себя с более успешными, привлекательными или социально одобряемыми образами [8]. В условиях визуально ориентированных платформ такие сравнения становятся более частыми и интенсивными, а самооценка — более зависимой от внешнего одобрения и цифровых индикаторов социальной значимости (лайков, комментариев, подписчиков) [9], [10].

Ряд исследований подчёркивает, что негативные эффекты социальных сетей не являются универсальными и существенно модифицируются социально-демографическими и контекстуальными факторами. В частности, возраст, образовательный уровень, профессиональный статус, семейное положение и цели использования социальных сетей оказывают значимое влияние на характер психологических последствий цифрового взаимодействия [11], [12], [13]. Особую уязвимость демонстрируют молодые взрослые, находящиеся в процессе формирования профессиональной и социальной идентичности, а также лица, испытывающие социальную или экономическую нестабильность [14].

Несмотря на значительный объём международных исследований, в отечественной научной литературе проблема негативного влияния социальных сетей на самооценку остаётся недостаточно изученной, особенно на региональных выборках и с учётом расширенного возрастного диапазона взрослых пользователей. Большинство работ сосредоточено на подростках и студентах. Кроме того, ограниченное внимание уделяется анализу субъективного восприятия негативного влияния социальных сетей и тем стратегиям саморегуляции, которые пользователи спонтанно предлагают для снижения возможного вреда.

В этой связи актуальной научной задачей является комплексное изучение негативного влияния социальных сетей на самооценку с учётом социально-демографических характеристик пользователей, уровня самооценки и частоты использования социальных платформ, а также анализ субъективных представлений о способах минимизации негативных эффектов цифрового взаимодействия. Особый интерес представляет выявление уязвимых подгрупп пользователей, для которых социальные сети могут выступать фактором психологического риска, усиливающим уже существующие личностные и социальные уязвимости.

Целью настоящего исследования является выявление распространённости негативного влияния использования социальных сетей на личную самооценку пользователей, проживающих в Ростовской области и Республике Крым, а также анализ данного влияния в контексте социально-демографических характеристик, уровня самооценки и частоты использования социальных сетей. Полученные результаты направлены на углубление понимания психологических механизмов влияния социальных сетей и могут служить эмпирической основой для разработки профилактических и коррекционных программ в области цифрового психического здоровья.

Методы и принципы исследования

Исследование было выполнено в формате анонимного поперечного онлайн-опроса, проводившегося в период с 1 октября по 15 ноября 2024 года. В выборку включались пользователи социальных сетей в возрасте от 15 лет и старше, проживающие на территории Ростовской области и Республики Крым. Минимально необходимый объём выборки для указанных регионов Российской Федерации был определён в 314 респондентов при доверительном уровне 95% и предельной ошибке 5%. Набор участников осуществлялся методами снежного кома и удобной выборки [15].

2.1. Сбор данных

Исследование проводилось в двух субъектах Российской Федерации — Ростовской области и Республике Крым. Ссылка на онлайн-анкету (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSerpL-TvKmntoAxS6F1-CWgR8L_3sJ-EoOnEWYGGGe7CVgnlHQ/viewform?usp=sf_link) распространялась через различные социальные сети. Перед началом основного этапа был организован пилотный опрос: два автора получили обратную связь от пяти добровольцев,

которые оценили понятность формулировок и время заполнения анкеты. Данные пилотного тестирования в основной анализ не включались.

Анкета состояла из шести тематических блоков. Первый блок был посвящён сбору социально-демографической информации и характеристик использования социальных сетей. В него входили вопросы о поле (мужской/женский), возрасте (15–17, 18–24, 25–34, 35–44, 45–54, ≥55 лет), уровне образования (среднее, неоконченное высшее, высшее, послевузовское), семейном положении (не в браке, в браке, разведён/разведена, вдовец/вдова, в гражданском браке), профессиональном статусе (работник государственного или частного сектора, студент, школьник, пенсионер, безработный), трудовом стаже (менее 1 года, 1–3 года, 4–6 лет, 7–10 лет, более 10 лет), уровне дохода (до 20000 руб., 20000–40000 руб., 40000–60000 руб., более 60000 руб.), типе населённого пункта (город, посёлок городского типа, село), а также частоте использования социальных сетей (никогда, реже 1 раза в неделю, 1–2 раза в неделю, ежедневно, несколько раз в день).

Стоит уточнить, что деление занятости на государственный и частный сектор носило обобщённый характер и использовалось в настоящем исследовании как индикатор различий социально-экономического и институционального контекста занятости, а не конкретных профессий или условий труда. Данная классификация применялась с целью выявления возможных различий в характере социальной конкуренции, ориентации на внешние показатели эффективности и стабильности профессиональной идентичности, которые могут модифицировать субъективное восприятие социальных сравнений в цифровой среде.

Также важно разъяснить, что используемая шкала оценки доходов была ориентирована на выявление различий между группами с низким, средним и относительно высоким уровнем материального благополучия в региональном контексте исследования. Укрупнение верхней категории доходов (более 60000 руб.) было обусловлено особенностями самоотчётного онлайн-опроса и необходимостью повышения готовности респондентов к ответу на чувствительный вопрос.

Второй блок оценивал самооценку респондентов при использовании социальных сетей с помощью 10-пунктовой шкалы самоуважения Розенберга [3].

Третий блок был направлен на диагностику выраженности зависимости от социальных сетей посредством адаптированной русскоязычной версии шкалы Social Media Disorder Scale, предложенной van den Eijnden с соавт. в 2016 году [16].

Четвёртый блок позволял определить уровень тревожности, возникающей в процессе использования социальных сетей. Для оценки применялись вопросы, модифицированные на основе шкалы ситуативной тревожности Спилбергера – Ханина с учётом специфики исследования [17].

Пятый блок включал авторский диагностический модуль из пяти утверждений, направленный на изучение влияния социальных сетей на самооценку (Табл. 1). Утверждения отражали ключевые аспекты предполагаемого негативного воздействия: тенденцию к социальным сравнениям, зависимость от внешнего одобрения, давление необходимости публикаций, а также влияние социальных сетей на самооценку и образ «Я». Респонденты оценивали утверждения по 5-балльной шкале Лайкерта (1 — «полностью не согласен», 5 — «полностью согласен»). Итоговый показатель формировался путем суммирования всех пяти ответов и мог варьировать от 5 до 25 баллов. Более высокие значения указывали на более выраженное восприятие негативного влияния социальных сетей. Для интерпретации результатов применялась двухуровневая система:

- 1) 5–14 баллов — влияние не выявлено;
- 2) 15–25 баллов — влияние установлено.

Выбор порогового значения обоснован принципом интерпретации шкалы Лайкерта. Среднее значение «3» соответствует нейтральному ответу, сумма пяти нейтральных ответов составляет 15 баллов. Таким образом, показатели ниже 15 баллов свидетельствуют о преобладании несогласия с утверждениями, а значения 15 и выше — о тенденции к согласию, трактуемой как наличие влияния социальных сетей.

Заключительный, шестой блок содержал два открытых вопроса, позволяющих участникам высказать субъективное мнение о влиянии социальных сетей на эмоциональное состояние и предложить возможные способы снижения негативного воздействия (Табл. 1).

Таблица 1 - Вопросы, входящие в пятый и шестой разделы анкеты, используемой в исследовании, с вариантами ответа к ним

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.164.14.1>

Вопросы пятого раздела	Варианты ответа
1. Социальные сети негативно влияют на мою самооценку.	1. Совершенно не согласен 2. Не согласен 3. Нейтрален 4. Согласен 5. Полностью согласен
2. Я часто сравниваю себя с другими пользователями социальных сетей.	
3. Мне важно получать лайки и комментарии на свои посты.	
4. Я чувствую давление от необходимости публиковать контент, чтобы быть признанным.	
5. Социальные сети негативно влияют на мое восприятие своей личности.	

Вопросы пятого раздела	Варианты ответа
Вопросы шестого раздела	
1. Как Вы считаете, как использование социальных сетей влияет именно на Вас?	Развёрнутый ответ
2. Что бы Вы предложили для снижения негативного влияния социальных сетей на Ваше эмоциональное состояние?	

В рамках данной статьи использовались данные, собранные в первом, пятом и шестом разделах анкеты. Результаты, основанные на анализе материалов второго, третьего и четвертого разделов (в сочетании с данными первого блока), были опубликованы ранее в других работах [18], [19]. Обобщённые результаты исследования и разработанная автором программа психологической коррекции будут представлены в диссертационной работе.

2.1.1. Этические нормы

Перед участием в исследовании респондентам предоставлялась подробная информация о целях и задачах работы, после чего они подтверждали информированное согласие. Исследование проводилось в соответствии с принципами добровольности, анонимности и конфиденциальности. Участники имели право прекратить участие на любом этапе, уведомив исследовательскую группу по указанным контактам.

2.2. Статистический анализ

Категориальные переменные описывались с использованием абсолютных и относительных частот (n , %). Для выявления статистически значимых различий применялся χ^2 -критерий. Значимость различий фиксировалась при $p < 0,05$. Для детального анализа выявленных ассоциаций дополнительно рассчитывались скорректированные остатки; значения $|\text{остаток}| > 1,96$ интерпретировались как статистически значимые отклонения от ожидаемых частот. Сила связи между переменными определялась с использованием коэффициента ассоциации Крамера (V), где 0 соответствовало отсутствию связи, а 1 — максимально выраженной зависимости. Статистическая обработка данных проводилась в программном пакете IBM SPSS Statistics версии 26.0 (IBM Corp., Armonk, NY, USA).

Основные результаты

Социально-демографическая структура выборки представлена в таблице 2. В исследовании приняли участие 314 респондентов. Женщины составили большинство — 71% ($n = 223$), тогда как мужчины — 29% ($n = 91$). Наиболее многочисленной оказалась возрастная группа 18–24 лет, доля которой достигла 53,2% ($n = 167$); вторая по численности группа — 25–34 года (17,8%; $n = 56$). С точки зрения уровня образования преобладали участники с неоконченным высшим образованием — 36,6% ($n = 115$), сопоставимая доля имела высшее образование — 35% ($n = 110$). Среднее образование указали 23,6% ($n = 74$) респондентов. По семейному положению большинству составили лица, не состоящие в браке — 61,5% ($n = 193$). Участники, состоящие в браке, составили 31,6% ($n = 99$); доля разведённых достигла 5,4% ($n = 17$), а вдовствующих — 1,5% ($n = 5$).

Профессиональная структура выборки характеризовалась доминированием студентов, составляющих 54,8% ($n = 178$). Работники частного сектора (19,7%; $n = 62$) и государственного сектора (17,5%; $n = 55$) были представлены относительно равномерно. По трудовому стажу наибольшая часть респондентов имела минимальный опыт работы: 27,7% ($n = 87$) — менее одного года и 32,2% ($n = 101$) — стаж от одного до трёх лет. Трудовой стаж 4–6 лет отметили 18,5% ($n = 58$), а более 10 лет — 15,6% ($n = 49$). Распределение по уровню дохода оказалось поляризованным: доли респондентов с доходом ниже 20000 рублей в месяц (31,5%; $n = 99$) и с доходом выше 60000 рублей (37,9%; $n = 119$) были сопоставимыми.

Наличие значительной доли респондентов с доходом выше 60000 рублей свидетельствует о том, что в выборке были представлены не только экономически уязвимые, но и обеспеченные пользователи социальных сетей.

Большинство участников проживали в городах — 84,1%. Ежедневное использование социальных сетей отметили 96,6% ($n = 303$) респондентов, при этом 45% ($n = 141$) заходили в них несколько раз в день. Лишь 3,4% ($n = 11$) сообщили об эпизодическом или нерегулярном использовании социальных платформ.

Таблица 2 - Социально-демографические параметры и параметры, касающиеся частоты использования социальных сетей и наличия низкой самооценки по 10-пунктовой шкалы самоуважения Розенберга среди опрошенного населения

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.164.14.2>

Изученные параметры		Количество	Процентное соотношение
Пол	Мужской	91	29
	Женский	223	71
Возраст	15 – 17 лет	20	6,4
	18 – 24 года	167	53,2
	25 – 34 года	56	17,8
	35 – 44 года	42	13,4
	45 – 54 года	25	8

Изученные параметры		Количество	Процентное соотношение
Уровень образования	Старше 54 лет	4	1,2
	Среднее	74	23,6
	Неоконченное высшее	115	36,6
	Высшее	110	35
	Послевузовское	15	4,8
Семейное положение	Холост/незамужем	193	61,5
	В браке	79	25,2
	Разведён/разведена	17	5,4
	Вдовец/вдова	5	1,5
	В гражданском браке	20	6,4
Род деятельности	Работник государственного сектора	55	17,5
	Работник частного сектора	62	19,7
	Пенсионер	3	1
	Студент	172	54,8
	Школьник	9	2,9
	Безработный	13	4,1
Трудовой стаж	Менее 1 года	87	27,7
	1 – 3 года	101	32,2
	4 – 6 лет	58	18,5
	7 – 10 лет	19	6
	Более 10 лет	49	15,6
Уровень дохода	Менее 20000 рублей в месяц	99	31,5
	20000 – 40000 рублей в месяц	52	16,6
	40000 – 60000 рублей в месяц	44	14
	Более 60000 рублей в месяц	119	37,9
Населённый пункт проживания	Город	264	84,1
	Посёлок городского типа	27	8,6
	Село	23	7,3
Частота использования социальных сетей	Никогда	2	0,6
	Реже одного раза в неделю	1	0,3
	1 – 2 раза в неделю	8	2,5
	Каждый день	162	51,6
	Несколько раз в день	141	45
Наличие низкой самооценки	Да	17	5,4
	Нет	297	94,6

Анализ данных показал, что у 32,2% респондентов было выявлено негативное влияние использования социальных сетей на личную самооценку. Среди участников с низкой самооценкой, выявленной по шкале самоуважения Розенберга, доля лиц, отметивших негативное воздействие социальных сетей на самооценку, составила 64,7%.

В общей выборке статистически значимой связи между полом и наличием негативного влияния установлено не было ($p = 0,10$). Однако в отдельных подгруппах наблюдались статистически значимые различия: среди респондентов с неоконченным высшим образованием и проживающих в городских условиях женщины сообщали о негативном влиянии статистически значимо чаще ($p < 0,05$), тогда как среди разведённых респондентов статистически значимо чаще негативное влияние фиксировалось у мужчин ($p < 0,05$). Несмотря на то что негативное влияние социальных сетей отмечалось во всех возрастных категориях, χ^2 -критерий не выявил статистически значимой связи в пределах отдельных возрастных групп. Тем не менее были зафиксированы значимые различия внутри возрастных подгрупп. У респондентов 18–24 лет, работающих в частном секторе, негативное влияние социальных сетей на самооценку отмечалось статистически значимо чаще, чем в остальных возрастных категориях ($p < 0,05$). В группе 25–34 лет безработные участники исследования также демонстрировали большее распространение негативного влияния ($p < 0,05$). Среди респондентов 35–44 лет статистически значимо более высокая частота негативного влияния отмечалась у лиц с неоконченным высшим образованием ($p < 0,05$).

Семейное положение оказалось значимым фактором, влияющим на наличие либо отсутствие негативного воздействия социальных сетей на самооценку ($p < 0,05$). В группе разведённых респондентов отсутствие негативного влияния наблюдалось статистически значимо чаще по сравнению с другими категориями ($p < 0,05$). Анализ коэффициента сопряжённости выявил умеренную силу связи между переменными (V Крамера = 0,19, $p < 0,05$). Вместе с тем среди разведённых респондентов с неоконченным высшим образованием негативное влияние фиксировалось статистически значимо чаще ($p < 0,05$).

Статистически значимой связи между родом деятельности, трудовым стажем и наличием негативного влияния на самооценку выявлено не было. Аналогично, уровень дохода не продемонстрировал значимого воздействия на исследуемый показатель.

Несмотря на отсутствие статистически значимой связи между частотой использования социальных сетей и наличием негативного влияния в общей выборке ($p = 0,09$), в отдельной профессионально-образовательной подгруппе выявлено существенное различие. Так, среди школьников, использующих социальные сети несколько раз в день, негативное влияние фиксировалось статистически значимо чаще ($p < 0,05$).

Проведённый χ^2 -анализ подтвердил наличие статистически значимой связи между негативным влиянием социальных сетей на самооценку и низким уровнем самооценки ($p < 0,05$). У респондентов, сообщивших о негативном влиянии, низкая самооценка наблюдалась достоверно чаще; скорректированные остатки составляли ± 3 . Коэффициент V Крамера также указывал на умеренную силу связи ($V = 0,17$, $p < 0,05$) (Табл. 3). Статистически значимые ассоциации между низкой самооценкой и наличием негативного влияния были выявлены в подгруппах респондентов с неоконченным высшим образованием, не состоящих в браке, имеющих профессиональный опыт 4–6 лет, проживающих в городе и использующих социальные сети несколько раз в день ($p < 0,05$).

Таблица 3 - Сравнение социально-демографических параметров и параметров, касающихся частоты использования социальных сетей и наличия низкой самооценки по 10-пунктовой шкалы самоуважения Розенберга, между опрошенными с наличием или отсутствием негативного влияния на самооценку при использовании социальных сетей

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.164.14.3>

Параметры		Наличие негативного влияния социальных сетей на самооценку		Скорректированный остаток	χ^2 (p-value)	V Крамера (p-value)
Пол, n	Мужской	Да	23	-1,7	2,8 (p = 0,1)	0,09 (p = 0,1)
		Нет	68	1,7		
	Женский	Да	78	1,7		
		Нет	145	-1,7		
Возраст, n	15 – 17 лет	Да	10	1,8	7,8 (p = 0,16)	0,16 (p = 0,16)
		Нет	10	-1,8		
	18 – 24 года	Да	53	1,3		
		Нет	114	-1,3		
	25 – 34 года	Да	22	1,3		
		Нет	34	-1,3		
	35 – 44 года	Да	8	-2,0		
		Нет	34	2,0		
	45 – 54 года	Да	7	-0,5		
		Нет	18	0,5		

Параметры		Наличие негативного влияния социальных сетей на самооценку		Скорректированный остаток	χ^2 (p-value)	V Крамера (p-value)
	Старше 55 лет	Да	1	-0,3		
		Нет	3	0,3		
Уровень образования, п	Среднее	Да	23	-0,2	2,6 (p = 0,45)	0,09 (p = 0,45)
		Нет	51	0,2		
	Неоконченное высшее	Да	40	0,8		
		Нет	75	-0,8		
	Высшее	Да	31	-1,1		
		Нет	79	1,1		
	Послевузовское	Да	7	1,2		
		Нет	8	-1,2		
Семейное положение, п	Холост/незамужем	Да	60	-0,5	10,9 (p < 0,05)	0,19 (p < 0,05)
		Нет	133	0,5		
	В браке	Да	32	1,8		
		Нет	47	-1,8		
	Разведён/разведена	Да	1	-2,4		
		Нет	16	2,4		
	Вдовец/вдова	Да	0	-1,6		
		Нет	5	1,6		
Профессия, п	В гражданском браке	Да	8	0,8	6,5 (p = 0,26)	0,14 (p = 0,26)
		Нет	12	-0,8		
	Работник государственного сектора	Да	12	-1,8		
		Нет	43	1,8		
	Работник частного сектора	Да	25	1,5		
		Нет	37	-1,5		
	Пенсионер	Да	1	0		
		Нет	2	0		
	Студент	Да	53	-0,6		
		Нет	119	0,6		
Стаж работы, п	Школьник	Да	4	0,8	3,6 (p = 0,46)	0,1 (p = 0,46)
		Нет	5	-0,8		
	Безработный	Да	6	1,1		
		Нет	7	-1,1		
	Менее 1 года	Да	32	1,1		
		Нет	55	-1,1		
	1 – 3 года	Да	30	-0,6		
		Нет	71	0,6		
	4 – 6 лет	Да	22	1,0		
		Нет	36	-1,0		
Уровень дохода, п	7 – 10 лет	Да	5	-0,6	1,7 (p = 0,64)	0,07 (p = 0,64)
		Нет	14	0,6		
	Более 10 лет	Да	12	-1,3		
		Нет	37	1,3		
	Менее 20000 рублей в месяц	Да	28	-1,0		
		Нет	71	1,0		
	20000 –	Да	18	0,4		

Параметры		Наличие негативного влияния социальных сетей на самооценку		Скорректированный остаток	χ^2 (p-value)	V Крамера (p-value)
	40000 рублей в месяц	Нет	34	-0,4		
	40000 – 60000 рублей в месяц	Да	17	1,0		
		Нет	27	-1,0		
	Более 60000 рублей в месяц	Да	38	-0,1		
		Нет	81	0,1		
Населённый пункт проживания, n	Город	Да	86	0,4	1,5 (p = 0,5)	0,07 (p = 0,5)
		Нет	178	-0,4		
	Посёлок городского типа	Да	10	0,6		
		Нет	17	-0,6		
	Село	Да	5	-1,1		
		Нет	18	1,1		
Частота использования социальных сетей, n	Никогда	Да	1	0,5	8 (p = 0,09)	0,16 (p = 0,09)
		Нет	1	-0,5		
	Реже одного раза в неделю	Да	0	-0,7		
		Нет	1	0,7		
	1 – 2 раза в неделю	Да	0	-2,0		
		Нет	8	2,0		
	Каждый день	Да	46	-1,5		
		Нет	116	1,5		
	Несколько раз в день	Да	54	2,1		
		Нет	87	-2,1		
Наличие низкой самооценки	Да	Да	11	3,0	8,7 (p < 0,05)	0,17 (p < 0,05)
		Нет	6	-3,0		
	Нет	Да	90	-3,0		
		Нет	207	3,0		

Примечание: n – общее количество опрошенного населения, OR – отношение шансов

В таблице 4 представлены результаты анализа открытых ответов участников на два вопроса шестого раздела анкеты. На вопрос «Как Вы считаете, как использование социальных сетей влияет именно на Вас?» ответили 43% выборки (n = 136). Из них 54,4% (n = 74) отметили отсутствие какого-либо влияния, 20% (n = 27) — положительное влияние, 15,4% (n = 21) — отрицательное, 8,8% (n = 12) сообщили о неоднозначном воздействии. По одному респонденту указали, что затрудняются ответить, или что не используют социальные сети.

Таблица 4 - Варианты ответов респондентов на вопросы шестого раздела анкеты

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.164.14.4>

Вопросы шестого раздела	Варианты ответов	Количество	Процентное соотношение
Как Вы считаете, как использование социальных сетей влияет именно на Вас?	1. Положительно	27	20
	2. Отрицательно	21	15,4
	3. Неоднозначно	12	8,8
	4. Не влияет	74	54,4
	5. Затрудняюсь ответить	1	0,7
	6. Не использую социальные сети	1	0,7
Что бы Вы предложили	1. Больше пользоваться	1	1

Вопросы шестого раздела	Варианты ответов	Количество	Процентное соотношение
для снижения негативного влияния социальных сетей на Ваше эмоциональное состояние?	социальными сетями		
	2. Меньше пользоваться социальными сетями	26	25,4
	3. Не пользоваться социальными сетями совсем	13	12,7
	4. Ничего не предпринимать	29	28,4
	5. Фильтровать контент в социальных сетях	18	17,6
	6. Найти себе увлечение, хобби	7	6,9
	7. Больше общаться с людьми в реальной жизни	3	3
	8. Поднять личную самооценку	3	3
	9. Избегать «токсичного» поведения в социальных сетях	2	2

На второй вопрос — «Что бы Вы предложили для снижения негативного влияния социальных сетей на Ваше эмоциональное состояние?» — ответили 32,5% участников ($n = 102$). Варианты ответов оказались более разнообразными. Наиболее часто респонденты указывали необходимость либо уменьшить время использования социальных сетей (25,4%, $n = 26$), либо не предпринимать никаких действий (28,4%, $n = 29$). Значительная часть респондентов (17,6%, $n = 18$) считала необходимым фильтровать просматриваемый контент. Ещё 12,7% ($n = 13$) высказались за полный отказ от использования социальных сетей. 6,9% ($n = 7$) опрошенных нашли решение проблемы в занятиях хобби. От 1% до 3% участников выбрали такие варианты, как: «Больше пользоваться социальными сетями», «Увеличить общение в реальной жизни», «Повысить личную самооценку», «Избегать токсичного поведения в социальных сетях» (Табл. 4).

Обсуждение

Целью нашего исследования было выявление негативного влияния использования социальных сетей на личную самооценку среди опрошенных из двух регионов Российской Федерации — Ростовской области и Республики Крым, а также распространённость наличия негативного влияния на самооценку в контексте социально-демографических параметров пользователей и параметров, касающихся частоты использования социальных сетей и наличия низкой самооценки по 10-пунктовой шкалы самоуважения Розенберга.

Набор респондентов проводился с использованием комбинации методов «снежного кома» и удобной выборки. Полученные результаты показывают, что 32,2% опрошенных отмечают негативное влияние социальных сетей на личную самооценку, а среди лиц с низкой самооценкой по шкале Розенберга доля таких респондентов достигает 64,7%. Эти данные указывают на то, что для значительной части выборки (особенно для лиц с уже пониженной самооценкой) взаимодействие с социальными сетями сопряжено с усилением отрицательной оценки собственного «Я». Такое распределение согласуется с общей картиной, описанной в мета-аналитических обзорах. Исследование Saïrhou с соавт., охватившее более 120 выборок (общее число опрошенных около 91 000), показало устойчивую, хотя и слабую, отрицательную корреляцию между использованием социальных сетей и самооценкой ($r = -0,079$). Эти результаты хорошо коррелируют с нашими выводами, согласно которым у небольшой, но заметной доли респондентов фиксировалось негативное влияние социальных сетей на самооценку, приводящее к её снижению [20].

Современные теоретико-эмпирические работы подчеркивают роль социальных сравнений (особенно «восходящих» сравнений) и процессов самопрезентации как ключевых механизмов, объясняющих отрицательное влияние социальных сетей на самооценку. Экспозиция идеализированных образов, тщательно отобранного контента и визуально ориентированного самопрезентирования усиливает тенденцию к сравнению пользователя с превосходящим идеализированным эталоном, что ведёт к снижению самооценки и удовлетворённости собственным «Я» у чувствительных групп. Недавняя серия исследований и систематических обзоров подтверждает медирующую роль социального сравнения и показывает, что контраст между собственным «Я» и идеальным образом в сети приводит к негативной самооценке [21].

Таким образом, результаты нашего исследования, свидетельствующие о том, что у лиц с низкой самооценкой негативное влияние социальных сетей фиксируется существенно чаще, выглядят ожидаемыми, так как пользователи с уже ослабленным ощущением собственной ценности более восприимчивы к внешним триггерам (лайки, комментарии, визуальные идеалы), что усиливает циклы негативной самооценки — механизм, подробно описанный в эмпирических работах по взаимодействию зависимости от социальных сетей и самооценки [22].

По данным, полученным в нашем исследовании, были выявлены следующие межгрупповые различия: работающие в частном секторе в возрасте 18–24 лет, безработные в возрасте 25–34 лет и лица 35–44 лет с неоконченным высшим образованием демонстрируют статистически более высокую частоту негативного воздействия социальных сетей на самооценку. Эти находки можно трактовать через взаимодействие трёх факторов.

Первый фактор — возрастная уязвимость. Молодёжь (лица в возрасте 18–29 лет) при формировании идентичности чаще испытывают большую социальную зависимость от сверстников и внешней оценки, что повышает их восприимчивость к отрицательным эффектам социальных сетей [23]. С учётом постоянных обсуждений об увеличении возраста лиц, считающихся молодёжью, до 44 лет, можно сделать вывод, что возрастная уязвимость теперь касается и лиц в возрасте от 30 до 44 лет [24]. Таким образом, результаты нашего исследования, согласно которым пользователи возрастных категорий, характерных современному пониманию возраста молодёжи, имели более высокую частоту негативного воздействия социальных сетей на самооценку, согласуются с данными литературы, в которой у молодых лиц чаще демонстрируется ухудшение самовосприятия в условиях активного использования социальных сетей [25].

Второй фактор — контекст занятости. В контексте занятости работа в частном секторе, как правило, связана с высокой конкуренцией, ориентацией на внешние показатели эффективности и постоянной необходимостью демонстрации профессиональных и материальных достижений. Полученные результаты показывают, что в возрастной группе 18–24 лет респонденты, работающие в частном секторе, статистически значимо чаще сообщали о негативном влиянии социальных сетей на самооценку по сравнению с представителями других возрастных категорий ($p < 0,05$). Данный факт может быть обусловлен тем, что период ранней взрослости характеризуется ещё неустойчивой профессиональной идентичностью, высокой зависимостью от внешней оценки и стремлением к социальному признанию. В условиях частного сектора эти особенности усиливаются требованиями к конкурентоспособности и видимой успешности, что делает молодых работников более чувствительными к контенту социальных сетей, ориентированному на демонстрацию достижений, статуса и карьерного роста. Этот механизм социального сравнения, в котором индивиды оценивают себя на фоне чужих достижений, был описан как ключевой фактор, объясняющий негативное влияние социальных сетей на самооценку посредством усиления восходящего социального сравнения с более успешными (upward social comparison) и связанного с этим снижения самооценки и благополучия пользователей в социальных сетях [26].

Дополнительно, в возрастной группе 25–34 лет безработные участники исследования статистически значимо чаще демонстрировали негативное влияние социальных сетей на самооценку ($p < 0,05$). Такая закономерность может быть обусловлена тем, что период 25–34 лет часто связан с формированием устойчивой карьеры, социального статуса и экономической независимости. Отсутствие работы в этот период может усиливать субъективное ощущение несоответствия социальным ожиданиям и нормам, что дополнительно усиливается за счёт сравнения с другими пользователями в сети. Это согласуется с исследованиями, которые показывают, что безработица ассоциируется с понижением уровня самооценки и ухудшением психического здоровья, включая рост тревожности и чувство собственной несостоятельности по сравнению с занятыми людьми, а также с тем, что безработные чаще демонстрируют негативные результаты социального сравнения по отношению к занятым людям [27]. Данное сочетание факторов — отсутствие занятости в ключевой профессиональный период и интенсивный контакт с контентом, демонстрирующим успешные карьерные достижения других пользователей — может способствовать усилению негативных эмоциональных переживаний и снижению самооценки у безработных представителей возрастной группы 25–34 лет.

Третьим значимым фактором, ассоциированным с негативным воздействием социальных сетей на самооценку, выступил образовательный статус. В возрастной группе 35–44 лет лица с неоконченным высшим образованием демонстрировали статистически более высокую частоту негативного влияния социальных сетей на самооценку ($p < 0,05$). Данный результат может быть интерпретирован с учётом специфики социальной и профессиональной идентичности в зрелом возрасте. Период 35–44 лет, как правило, связан с ожиданиями устойчивой профессиональной реализации, карьерного продвижения и социальной стабильности, при этом образовательный уровень выступает важным маркером компетентности и социального статуса. В условиях активного использования социальных сетей данные ожидания могут усиливаться за счёт постоянной визуализации образовательных, карьерных и материальных достижений других пользователей.

Для лиц с неоконченным высшим образованием в зрелом возрасте такие сравнения могут приобретать дополнительную психологическую значимость, поскольку образовательный статус становится менее подвижным ресурсом и всё чаще воспринимается как упущенная возможность. Исследования показывают, что высокая значимость социально-профессиональных стандартов усиливает чувствительность к контенту, транслирующему успех и социальное признание, что повышает риск негативных эмоциональных реакций и снижения самооценки [28]. Таким образом, сочетание зрелого возраста и незавершённого высшего образования может формировать особую зону уязвимости к негативному влиянию социальных сетей на самооценку, опосредованную механизмами социального сравнения и субъективного несоответствия социальным ожиданиям.

Подобные мультифакторные зависимости подтверждаются исследованиями, показывающими, что влияние социальных сетей на самооценку модифицируется контекстом использования, личностными чертами и ситуационными факторами [20].

Интересным результатом исследования стало более частое отсутствие негативного влияния социальных сетей на самооценку у разведённых респондентов в общей выборке, при том что среди разведённых с неоконченным высшим образованием негативное влияние фиксировалось статистически значимо чаще. Данный факт указывает на то, что семейное положение само по себе не является однозначным детерминантом психологической уязвимости: решающую роль, по-видимому, играют сопутствующие переменные, такие как возраст, образовательный уровень, характер

социальной поддержки и цели использования социальных сетей. В литературе неоднократно подчёркивается, что брачный статус демонстрирует неоднозначные связи с психическим благополучием, так как с одной стороны, устойчивые партнёрские отношения могут выполнять защитную функцию, с другой — одиночество и социальная изоляция ассоциированы с более высоким риском проблемного использования социальных сетей и снижением самооценки [2], [29].

Дополнительную сложность интерпретации вносит выявленное в настоящем исследовании гендерное различие среди разведённых респондентов, а именно негативное влияние социальных сетей статистически значимо чаще фиксировалось у мужчин. Данный результат согласуется с исследованиями, показывающими, что мужчины после развода чаще сталкиваются с сокращением социальной поддержки, ослаблением эмоциональных связей и трудностями в переработке негативных жизненных событий, по сравнению с женщинами [30], [31]. В условиях цифровой среды это может способствовать более выраженной ориентации на социальные сети как на источник социального подтверждения и сравнения, что, в свою очередь, усиливает уязвимость самооценки.

Кроме того, гендерно-ролевые ожидания и нормы маскулинности могут ограничивать использование мужчинами офлайн-стратегий эмоциональной регуляции и поиска поддержки, повышая значимость внешних индикаторов статуса и успешности, активно транслируемых в социальных сетях [32]. В таком контексте социальные сети могут выполнять компенсаторную функцию, одновременно усиливая восходящие социальные сравнения и субъективное чувство несоответствия. Таким образом, выявленные различия у разведённых мужчин подтверждают, что влияние семейного положения на самооценку в цифровой среде носит комплексный и контекстуально обусловленный характер, формируясь на пересечении гендерных, образовательных и социальных факторов.

Полученные данные качественного анализа дополняют и уточняют количественные результаты исследования, демонстрируя важные аспекты субъективного восприятия влияния социальных сетей. Так, более половины респондентов, ответивших на вопрос о личном влиянии социальных сетей (54,4%), указали на его отсутствие, тогда как лишь 15,4% сообщили об отрицательном воздействии. Данный результат согласуется с эффектом «нормализации» использования социальных сетей, описанным в литературе, согласно которому негативные последствия цифрового взаимодействия не всегда осознаются пользователями и могут восприниматься как нейтральный фон повседневной жизни [2], [33]. При этом наличие группы респондентов, прямо указывающих на негативное или неоднозначное влияние, подчёркивает гетерогенность пользовательского опыта и подтверждает необходимость анализа уязвимых подгрупп, выявленных в количественной части исследования.

Особый интерес представляет тот факт, что при ответе на второй открытый вопрос респонденты демонстрировали значительно более высокую рефлексивность и готовность обсуждать возможные способы снижения негативного воздействия. Наиболее часто упоминаемыми стратегиями стали сокращение времени использования социальных сетей и фильтрация контента, что соответствует современным научным рекомендациям в области цифрового благополучия. Экспериментальные и лонгитюдные исследования показывают, что ограничение времени, проводимого в социальных сетях, ассоциировано с улучшением эмоционального состояния и снижением депрессивных симптомов [34], [35]. Аналогично, развитие навыков осознанного потребления контента и снижение экспозиции к идеализированным образам рассматриваются как эффективные меры по уменьшению восходящих социальных сравнений — одного из ключевых механизмов снижения самооценки [7].

Примечательно, что значительная доля респондентов (28,4%) указала на отсутствие необходимости предпринимать какие-либо действия. Подобная позиция может отражать как субъективное ощущение психологической устойчивости, так и недостаточную осознанность скрытых эффектов социальных сетей, что ранее отмечалось в исследованиях проблемного, но субъективно «контролируемого» использования цифровых платформ [36], [37]. В этом контексте качественные данные подтверждают важность профилактических программ, направленных не только на коррекцию уже выраженных негативных эффектов, но и на повышение осознанности пользователей в отношении потенциальных рисков.

Отдельного внимания заслуживают ответы, связанные с усилением офлайн-коммуникации и повышением личной самооценки. Эти предложения согласуются с данными о защитной роли реальных социальных связей и автономной самооценки, менее зависимой от внешнего одобрения и социальных сравнений [38], [39]. В совокупности качественные ответы респондентов указывают на интуитивное понимание ключевых психологических механизмов влияния социальных сетей и подтверждают целесообразность комплексных интервенций, включающих развитие цифровой грамотности, навыков саморегуляции и укрепление внутренних ресурсов личности.

Таким образом, результаты анализа открытых вопросов не только углубляют интерпретацию количественных данных, но и подтверждают практическую значимость разработок, направленных на формирование здоровых паттернов использования социальных сетей. Полученные данные могут служить эмпирическим обоснованием для профилактических и коррекционных программ, ориентированных на снижение негативного влияния социальных сетей на самооценку и эмоциональное благополучие.

4.1. Ограничения

Настоящее исследование обладает рядом методологических ограничений, которые следует учитывать при интерпретации полученных данных.

Во-первых, использование удобной выборки и метода «снежного кома», а также опора на самоотчётные данные участников создают риск систематических искажений. Эти особенности процедуры сбора информации могут ограничивать репрезентативность выборки и, соответственно, снижать степень обобщаемости результатов на более широкие популяции.

Во-вторых, дополнительным ограничением является специфика состава выборки. Смещение возрастного распределения в сторону группы 18–24 лет, а также высокая доля студентов обуславливают преимущественную представленность молодой и обучающейся аудитории. Это обстоятельство требует осторожности при

распространении полученных выводов на общую популяцию, особенно с учётом выявленных различий между социально-демографическими подгруппами.

В-третьих, ввиду того, что в исследовании использовалась укрупнённая классификация профессиональной занятости, это могло не позволить в полной мере учесть внутрикатегориальную неоднородность условий труда и профессиональных ролей. Кроме того из-за применения шкалы доходов, которая не обеспечивала детальной дифференциации внутри группы респондентов с высоким уровнем материального благополучия, выявление более тонких связей между уровнем дохода и субъективным восприятием влияния социальных сетей могло быть ограничено.

В-четвёртых, исследование было выполнено в рамках поперечного дизайна, что исключает возможность установления причинно-следственных связей между использованием социальных сетей и возникновением негативного влияния на самооценку. В частности, остаётся неясным направление выявленных ассоциаций: активное или проблемное использование социальных сетей может как способствовать возникновению негативного влияния на самооценку, так и, напротив, быть следствием уже существующих психологических уязвимостей.

В-пятых, следует также отметить вероятность влияния неконтролируемых сопутствующих переменных, включая индивидуальные личностные характеристики, уровень социальной поддержки, мотивацию использования социальных сетей и текущее психоэмоциональное состояние респондентов. Помимо этого, методологическим ограничением выступает и использование самооценочных методик, предполагающих способность участников к точной рефлексии собственных эмоциональных состояний.

В отдельных случаях трудности осознания и вербализации переживаний могли приводить к искажению оценок, как в сторону занижения, так и в сторону завышения уровня негативного влияния на самооценку при использовании социальных сетей. Несмотря на перечисленные ограничения, полученные результаты обладают научной ценностью и расширяют представления о психологических рисках, связанных с использованием социальных сетей. Дальнейшие исследования, основанные на лонгитюдных дизайнах, опытно-моментальных методах, а также систематических обзорах и мета-анализах с включением данных из различных культурных и социальных контекстов, позволят более точно определить механизмы формирования негативного влияния на самооценку в условиях цифрового взаимодействия.

Заключение

На основе анализа данных исследования установлено, что почти треть респондентов отмечают негативное влияние социальных сетей на собственную самооценку, при этом среди лиц с низким уровнем самооценки по шкале самоуважения Розенберга доля таких пользователей возрастает до 64,7%. Это указывает на наличие устойчивой ассоциации между уже сниженной самооценкой и повышенной уязвимостью к негативным эффектам цифрового взаимодействия. Влияние социальных сетей носит дифференцированный характер и зависит от социально-демографических и контекстуальных факторов. Повышенная частота негативного воздействия выявлена у отдельных уязвимых подгрупп, характеризующихся возрастной, профессиональной и образовательной неопределённостью, что может усиливать процессы социального сравнения и ориентацию на внешние критерии успеха.

Социальные сети не являются самостоятельной причиной снижения самооценки, однако могут выступать значимым фактором, усиливающим уже существующие психологические уязвимости, особенно при высокой интенсивности использования и неблагоприятном социальном контексте. В совокупности полученные данные подчёркивают необходимость перехода от универсальных оценок влияния социальных сетей к более тонкому анализу уязвимых групп и условий, при которых цифровое взаимодействие становится фактором риска для самооценки. Результаты исследования могут быть использованы при разработке программ психологической профилактики и коррекции, направленных на развитие цифровой грамотности, снижение деструктивных социальных сравнений и укрепление внутренних ресурсов личности. Проведение лонгитюдных и опытно-моментальных исследований позволит уточнить причинные механизмы выявленных связей и повысить эффективность практических интервенций в сфере цифрового психического здоровья.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Цветков А.В., Центр нейропсихологии «Изыюминка»,
Москва Российская Федерация
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.164.14.5>

Conflict of Interest

None declared.

Review

Tsvetkov A.V., "Izyuminka" center for neuropsychology,
Moscow Russian Federation
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.164.14.5>

Список литературы / References

1. Boyd D.M. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship / D.M. Boyd, N.B. Ellison // Journal of Computer-Mediated Communication. — 2007. — 13 (1). — P. 210–230. — DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
2. Kross E. Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults / E. Kross, P. Verduyn, E. Demiralp et al. // PLoS One. — 2013. — 8 (8). — P. e69841. — DOI: 10.1371/journal.pone.0069841
3. Rosenberg M. Society and the Adolescent Self-Image / M. Rosenberg. — Princeton, N.Y.: Princeton University Press, 1965. — 326 p. doi: 10.1515/9781400876136



4. Valkenburg P.M. Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem / P.M. Valkenburg, J. Peter, A.P. Schouten // *CyberPsychology & Behavior*. — 2006. — 9 (5). — P. 584–590. — DOI: 10.1089/cpb.2006.9.584
5. Appel H. The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression / H. Appel, A.L. Gerlach, J. Crusius // *Current Opinion in Psychology*. — 2016. — 9. — P. 44–49. — DOI: 10.1016/j.copsyc.2015.10.006
6. Meier A. Positive Side of Social Comparison on Social Network Sites: How Envy Can Drive Inspiration on Instagram / A. Meier, S. Schäfer // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. — 2018. — 21 (7). — P. 411–417. — DOI: 10.1089/cyber.2017.0708
7. Vogel E.A. Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem / E.A. Vogel, J.P. Rose, L.R. Roberts et al. // *Psychology of Popular Media Culture*. — 2014. — 3 (4). — P. 206–222. — DOI: 10.1037/ppm0000047
8. Festinger L. A Theory of Social Comparison Processes / L. Festinger // *Human Relations*. — 1954. — 7 (2). — P. 117–140. — DOI: 10.1177/001872675400700202
9. Chou H.T. "They are happier and having better lives than I am": the impact of using Facebook on perceptions of others' lives / H.T. Chou, N. Edge // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. — 2012. — 15 (2). — P. 117–121. — DOI: 10.1089/cyber.2011.0324
10. Lup K. Instagram #instasad?: exploring associations among instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed / K. Lup, L. Trub, L. Rosenthal // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. — 2015. — 18 (5). — P. 247–252. — DOI: 10.1089/cyber.2014.0560
11. Arnett J.J. Emerging adulthood. A theory of development from the late teens through the twenties / J.J. Arnett // *The American Psychologist*. — 2000. — 55 (5). — P. 469–480. — DOI: 10.1037//0003-066X.55.5.469
12. Nesi J. Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms / J. Nesi, M.J. Prinstein // *Journal of Abnormal Child Psychology*. — 2015. — 43 (8). — P. 1427–1438. — DOI: 10.1007/s10802-015-0020-0
13. Verduyn P. Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence / P. Verduyn, D.S. Lee, J. Park et al. // *Journal of Experimental Psychology: General*. — 2015. — 144 (2). — P. 480–488. — DOI: 10.1037/xge0000057
14. Kim J. The Facebook paths to happiness: effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being / J. Kim, J.E. Lee // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. — 2011. — 14 (6). — P. 359–364. — DOI: 10.1089/cyber.2010.0374
15. Berndt A.E. Sampling Methods / A.E. Berndt // *Journal of Human Lactation*. — 2020. — 36 (2). — P. 224–226. — DOI: 10.1177/0890334420906850
16. Van Den Eijnden R.J.J.M. The Social Media Disorder Scale: Validity and psychometric properties / R.J.J.M. Van Den Eijnden, J.S. Lemmens, P.M. Valkenburg // *Computers in Human Behavior*. — 2016. — 61. — P. 478–487. — DOI: 10.1016/j.chb.2016.03.038
17. Spielberger C.D. Manual for the State-Trait Anxiety Inventory (Form Y1 – Y2) / C.D. Spielberger, R. Gorsuch, R.E. Lushene et al. — Palo Alto, California: Consulting Psychologists Press, 1970. — 24 p.
18. Тишуков М.Ю. Влияние социальных сетей на личную самооценку населения двух регионов Российской Федерации / М.Ю. Тишуков, С.Н. Храмешин // *Международный журнал медицины и психологии*. — 2025. — 6 (8). — С. 259–272.
19. Тишуков М.Ю. Изучение зависимости населения двух регионов Российской Федерации от использования социальных сетей / М.Ю. Тишуков // *Мир науки. Педагогика и психология*. — 2025. — 13 (5). — С. 77PSMN525.
20. Saiphoo A.N. Social networking site use and self-esteem: A meta-analytic review / A.N. Saiphoo, L.D. Halevi, Z. Vahedi // *Personality and Individual Differences*. — 2020. — 153. — P. 109639. — DOI: 10.1016/j.paid.2019.109639
21. McComb C.A. A Meta-Analysis of the Effects of Social Media Exposure to Upward Comparison Targets on Self-Evaluations and Emotions / C.A. McComb, E.J. Vanman, S. Tobin // *Media Psychology*. — 2023. — 26 (5). — P. 612–635. — DOI: 10.1080/15213269.2023.2180647
22. Colak M. Self-esteem and social media addiction level in adolescents: The mediating role of body image / M. Colak, O.S. Bingol, A. Dayi // *Indian Journal of Psychiatry*. — 2023. — 65 (5). — P. 595–600. — DOI: 10.4103/indianjpsychiatry.indianjpsychiatry_306_22
23. Arnett J.J. The new life stage of emerging adulthood at ages 18–29 years: implications for mental health / J.J. Arnett, R. Žukauskienė, K. Sugimura // *The Lancet Psychiatry*. — 2014. — 1 (7). — P. 569–576. — DOI: 10.1016/S2215-0366(14)00080-7
24. Шмелева С. Молодость длиною в полжизни: что стоит за повышением возрастных границ / С. Шмелева // Редакция сайта ТАСС. — 2025. — URL: <https://tass.ru/obschestvo/23690941> (дата обращения: 04.01.26)
25. Valkenburg P.M. Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence / P.M. Valkenburg, A. Meier, I. Beyens // *Current Opinion in Psychology*. — 2022. — 44. — P. 58–68. — DOI: 10.1016/j.copsyc.2021.08.017
26. Irmer A. Associations between youth's daily social media use and well-being are mediated by upward comparisons / A. Irmer, F. Schmiedek // *Communications Psychology*. — 2023. — 1 (1). — P. 12. — DOI: 10.1038/s44271-023-00013-0
27. Álvaro J.L. Unemployment, Self-esteem, and Depression: Differences between Men and Women / J.L. Álvaro, A. Garrido, C.R. Pereira et al. // *The Spanish Journal of Psychology*. — 2019. — 22. — P. E1. — DOI: 10.1017/sjp.2018.68
28. Buunk A.P. Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field / A.P. Buunk, F.X. Gibbons // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. — 2007. — 102 (1). — P. 3–21. — DOI: 10.1016/j.obhdp.2006.09.007



29. Umberson D. Social relationships and health: a flashpoint for health policy / D. Umberson, J.K. Montez // *Journal of Health and Social Behavior*. — 2010. — 51 (1). — P. S54–S66. — DOI: 10.1177/0022146510383501
30. Williams K. Has the future of marriage arrived? A contemporary examination of gender, marriage, and psychological well-being / K. Williams // *Journal of Health and Social Behavior*. — 2003. — 44 (4). — P. 470–487. — DOI: 10.2307/1519794
31. Simon R.W. Nonmarital romantic relationships and mental health in early adulthood: does the association differ for women and men? / R.W. Simon, A.E. Barrett // *Journal of Health and Social Behavior*. — 2010. — 51 (2). — P. 168–182. — DOI: 10.1177/0022146510372343
32. Addis M.E. Men, masculinity, and the contexts of help seeking / M.E. Addis, J.R. Mahalik // *American Psychologist*. — 2003. — 58 (1). — P. 5–14. — DOI: 10.1037/0003-066x.58.1.5
33. Andreassen C.S. Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review / C.S. Andreassen // *Current Addiction Reports*. — 2015. — 2 (2). — P. 175–184. — DOI: 10.1007/s40429-015-0056-9
34. Hunt M.G. No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression / M.G. Hunt, R. Marx, C. Lipson et al. // *Journal of Social and Clinical Psychology*. — 2018. — 37 (10). — P. 751–768. — DOI: 10.1521/jscp.2018.37.10.751
35. Tromholt M. The Facebook Experiment: Quitting Facebook Leads to Higher Levels of Well-Being / M. Tromholt // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. — 2016. — 19 (11). — P. 661–666. — DOI: 10.1089/cyber.2016.0259
36. LaRose R. Unregulated Internet Usage: Addiction, Habit, or Deficient Self-Regulation? / R. LaRose, C.A. Lin, M.S. Eastin // *Media Psychology*. — 2003. — 5 (3). — P. 225–253. — DOI: 10.1207/S1532785XMEP0503_01
37. Montag C. Carpe diem instead of losing your social mind: Beyond digital addiction and why we all suffer from digital overuse / C. Montag, P. Walla // *Cogent Psychology*. — 2016. — 3 (1). — P. 1157281. — DOI: 10.1080/23311908.2016.1157281
38. Orth U. The Development of Self-Esteem / U. Orth, R.W. Robins // *Current Directions in Psychological Science*. — 2014. — 23 (5). — P. 381–387. — DOI: 10.1177/0963721414547414
39. Deci E.L. The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior / E.L. Deci, R.M. Ryan // *Psychological Inquiry*. — 2000. — 11 (4). — P. 227–268. — DOI: 10.1207/S15327965PLI1104_01

Список литературы на английском языке / References in English

1. Boyd D.M. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship / D.M. Boyd, N.B. Ellison // *Journal of Computer-Mediated Communication*. — 2007. — 13 (1). — P. 210–230. — DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
2. Kross E. Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults / E. Kross, P. Verduyn, E. Demiralp et al. // *PLoS One*. — 2013. — 8 (8). — P. e69841. — DOI: 10.1371/journal.pone.0069841
3. Rosenberg M. *Society and the Adolescent Self-Image* / M. Rosenberg. — Princeton, N.Y.: Princeton University Press, 1965. — 326 p. doi: 10.1515/9781400876136
4. Valkenburg P.M. Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem / P.M. Valkenburg, J. Peter, A.P. Schouten // *CyberPsychology & Behavior*. — 2006. — 9 (5). — P. 584–590. — DOI: 10.1089/cpb.2006.9.584
5. Appel H. The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression / H. Appel, A.L. Gerlach, J. Crusius // *Current Opinion in Psychology*. — 2016. — 9. — P. 44–49. — DOI: 10.1016/j.copsyc.2015.10.006
6. Meier A. Positive Side of Social Comparison on Social Network Sites: How Envy Can Drive Inspiration on Instagram / A. Meier, S. Schäfer // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. — 2018. — 21 (7). — P. 411–417. — DOI: 10.1089/cyber.2017.0708
7. Vogel E.A. Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem / E.A. Vogel, J.P. Rose, L.R. Roberts et al. // *Psychology of Popular Media Culture*. — 2014. — 3 (4). — P. 206–222. — DOI: 10.1037/ppm0000047
8. Festinger L. A Theory of Social Comparison Processes / L. Festinger // *Human Relations*. — 1954. — 7 (2). — P. 117–140. — DOI: 10.1177/001872675400700202
9. Chou H.T. "They are happier and having better lives than I am": the impact of using Facebook on perceptions of others' lives / H.T. Chou, N. Edge // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. — 2012. — 15 (2). — P. 117–121. — DOI: 10.1089/cyber.2011.0324
10. Lup K. Instagram #instasad?: exploring associations among instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed / K. Lup, L. Trub, L. Rosenthal // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. — 2015. — 18 (5). — P. 247–252. — DOI: 10.1089/cyber.2014.0560
11. Arnett J.J. Emerging adulthood. A theory of development from the late teens through the twenties / J.J. Arnett // *The American Psychologist*. — 2000. — 55 (5). — P. 469–480. — DOI: 10.1037//0003-066X.55.5.469
12. Nesi J. Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms / J. Nesi, M.J. Prinstein // *Journal of Abnormal Child Psychology*. — 2015. — 43 (8). — P. 1427–1438. — DOI: 10.1007/s10802-015-0020-0
13. Verduyn P. Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence / P. Verduyn, D.S. Lee, J. Park et al. // *Journal of Experimental Psychology: General*. — 2015. — 144 (2). — P. 480–488. — DOI: 10.1037/xge0000057
14. Kim J. The Facebook paths to happiness: effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being / J. Kim, J.E. Lee // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. — 2011. — 14 (6). — P. 359–364. — DOI: 10.1089/cyber.2010.0374



15. Berndt A.E. Sampling Methods / A.E. Berndt // *Journal of Human Lactation*. — 2020. — 36 (2). — P. 224–226. — DOI: 10.1177/0890334420906850
16. Van Den Eijnden R.J.J.M. The Social Media Disorder Scale: Validity and psychometric properties / R.J.J.M. Van Den Eijnden, J.S. Lemmens, P.M. Valkenburg // *Computers in Human Behavior*. — 2016. — 61. — P. 478–487. — DOI: 10.1016/j.chb.2016.03.038
17. Spielberger C.D. Manual for the State-Trait Anxiety Inventory (Form Y1 – Y2) / C.D. Spielberger, R. Gorsuch, R.E. Lushene et al. — Palo Alto, California: Consulting Psychologists Press, 1970. — 24 p.
18. Tishukov M.Yu. Vliyaniye social'ny'x setej na lichnyuyu samoocenku naseleniya dvux regionov Rossijskoj Federacii [Social networks' effect on personal self-esteem among the population in two regions of the Russian Federation] / M.Yu. Tishukov, S.N. Xrameshin // *International Journal of Medicine and Psychology*. — 2025. — 6 (8). — P. 259–272. [in Russian]
19. Tishukov M.Yu. Izucheniye zavisimosti naseleniya dvux regionov Rossijskoj Federacii ot ispol'zovaniya social'ny'x setej [The addiction among the population in two regions of the Russian Federation on the use of social networks] / M.Yu. Tishukov // *World of Science. Pedagogy and psychology*. — 2025. — 13 (5). — P. 77PSMN525. [in Russian]
20. Saiphoo A.N. Social networking site use and self-esteem: A meta-analytic review / A.N. Saiphoo, L.D. Halevi, Z. Vahedi // *Personality and Individual Differences*. — 2020. — 153. — P. 109639. — DOI: 10.1016/j.paid.2019.109639
21. McComb C.A. A Meta-Analysis of the Effects of Social Media Exposure to Upward Comparison Targets on Self-Evaluations and Emotions / C.A. McComb, E.J. Vanman, S. Tobin // *Media Psychology*. — 2023. — 26 (5). — P. 612–635. — DOI: 10.1080/15213269.2023.2180647
22. Colak M. Self-esteem and social media addiction level in adolescents: The mediating role of body image / M. Colak, O.S. Bingol, A. Dayi // *Indian Journal of Psychiatry*. — 2023. — 65 (5). — P. 595–600. — DOI: 10.4103/indianjpsychiatry.indianjpsychiatry_306_22
23. Arnett J.J. The new life stage of emerging adulthood at ages 18–29 years: implications for mental health / J.J. Arnett, R. Žukauskienė, K. Sugimura // *The Lancet Psychiatry*. — 2014. — 1 (7). — P. 569–576. — DOI: 10.1016/S2215-0366(14)00080-7
24. Shmeleva S. Molodost dlinoyu v polzhizni: chto stoit za povisheniem vozrastnykh granits [Youth lasting half a lifetime: what's behind the rising age limits] / S. Shmeleva // *Redakciya sajta TASS [TASS website editors]*. — 2025. — URL: <https://tass.ru/obschestvo/23690941> (accessed: 04.01.26) [in Russian]
25. Valkenburg P.M. Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence / P.M. Valkenburg, A. Meier, I. Beyens // *Current Opinion in Psychology*. — 2022. — 44. — P. 58–68. — DOI: 10.1016/j.copsyc.2021.08.017
26. Irmer A. Associations between youth's daily social media use and well-being are mediated by upward comparisons / A. Irmer, F. Schmiedek // *Communications Psychology*. — 2023. — 1 (1). — P. 12. — DOI: 10.1038/s44271-023-00013-0
27. Álvaro J.L. Unemployment, Self-esteem, and Depression: Differences between Men and Women / J.L. Álvaro, A. Garrido, C.R. Pereira et al. // *The Spanish Journal of Psychology*. — 2019. — 22. — P. E1. — DOI: 10.1017/sjp.2018.68
28. Buunk A.P. Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field / A.P. Buunk, F.X. Gibbons // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. — 2007. — 102 (1). — P. 3–21. — DOI: 10.1016/j.obhdp.2006.09.007
29. Umberson D. Social relationships and health: a flashpoint for health policy / D. Umberson, J.K. Montez // *Journal of Health and Social Behavior*. — 2010. — 51 (1). — P. S54–S66. — DOI: 10.1177/0022146510383501
30. Williams K. Has the future of marriage arrived? A contemporary examination of gender, marriage, and psychological well-being / K. Williams // *Journal of Health and Social Behavior*. — 2003. — 44 (4). — P. 470–487. — DOI: 10.2307/1519794
31. Simon R.W. Nonmarital romantic relationships and mental health in early adulthood: does the association differ for women and men? / R.W. Simon, A.E. Barrett // *Journal of Health and Social Behavior*. — 2010. — 51 (2). — P. 168–182. — DOI: 10.1177/0022146510372343
32. Addis M.E. Men, masculinity, and the contexts of help seeking / M.E. Addis, J.R. Mahalik // *American Psychologist*. — 2003. — 58 (1). — P. 5–14. — DOI: 10.1037/0003-066x.58.1.5
33. Andreassen C.S. Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review / C.S. Andreassen // *Current Addiction Reports*. — 2015. — 2 (2). — P. 175–184. — DOI: 10.1007/s40429-015-0056-9
34. Hunt M.G. No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression / M.G. Hunt, R. Marx, C. Lipson et al. // *Journal of Social and Clinical Psychology*. — 2018. — 37 (10). — P. 751–768. — DOI: 10.1521/jscp.2018.37.10.751
35. Tromholt M. The Facebook Experiment: Quitting Facebook Leads to Higher Levels of Well-Being / M. Tromholt // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. — 2016. — 19 (11). — P. 661–666. — DOI: 10.1089/cyber.2016.0259
36. LaRose R. Unregulated Internet Usage: Addiction, Habit, or Deficient Self-Regulation? / R. LaRose, C.A. Lin, M.S. Eastin // *Media Psychology*. — 2003. — 5 (3). — P. 225–253. — DOI: 10.1207/S1532785XMEP0503_01
37. Montag C. Carpe diem instead of losing your social mind: Beyond digital addiction and why we all suffer from digital overuse / C. Montag, P. Walla // *Cogent Psychology*. — 2016. — 3 (1). — P. 1157281. — DOI: 10.1080/23311908.2016.1157281
38. Orth U. The Development of Self-Esteem / U. Orth, R.W. Robins // *Current Directions in Psychological Science*. — 2014. — 23 (5). — P. 381–387. — DOI: 10.1177/0963721414547414
39. Deci E.L. The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior / E.L. Deci, R.M. Ryan // *Psychological Inquiry*. — 2000. — 11 (4). — P. 227–268. — DOI: 10.1207/S15327965PLI1104_01