

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

Тищуков М.Ю.*

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 возрастал 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 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 предлагаю 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_3sJEoOnEWYGGGe7CVgnlHQ/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 путём 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. | |
| 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. | <p>1. Совершенно не согласен 2. Не согласен 3. Нейтрален 4. Согласен 5. Полностью согласен</p> |

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

В рамках данной статьи использовались данные, собранные в первом, пятом и шестом разделах анкеты. Результаты, основанные на анализе материалов второго, третьего и четвёртого 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 $|остатка| > 1,96$ 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 большинство 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 шкале 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 |
| Трудовой стаж | Безработный | 13 | 4,1 |
| | Менее 1 года | 87 | 27,7 |
| | 1 – 3 года | 101 | 32,2 |
| | 4 – 6 лет | 58 | 18,5 |
| | 7 – 10 лет | 19 | 6 |
| Уровень дохода | Более 10 лет | 49 | 15,6 |
| | Менее 20000 рублей в месяц | 99 | 31,5 |
| | 20000 – 40000 рублей в месяц | 52 | 16,6 |
| | 40000 – 60000 рублей в месяц | 44 | 14 |
| Населённый пункт проживания | Более 60000 рублей в месяц | 119 | 37,9 |
| | Город | 264 | 84,1 |
| | Посёлок городского типа | 27 | 8,6 |
| Частота использования социальных сетей | Село | 23 | 7,3 |
| | 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 |
| Наличие низкой самооценки | Несколько раз в день | 141 | 45 |
| | 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 наблюдалась 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 шкале 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, п | 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, п | Да | 10 | 1,8 | 7,8 (p = 0,16) | 0,16 (p = 0,16) |
| | | Нет | 10 | -1,8 | | |
| | | Да | 53 | 1,3 | | |
| | | Нет | 114 | -1,3 | | |
| | 15 – 17 лет | Да | 22 | 1,3 | | |
| | | Нет | 34 | -1,3 | | |
| | | Да | 8 | -2,0 | | |
| | | Нет | 34 | 2,0 | | |
| | 25 – 34 года | Да | 7 | -0,5 | | |
| | | Нет | 18 | 0,5 | | |
| | 35 – 44 года | Да | 2 | -0,5 | | |
| | | Нет | 18 | 0,5 | | |
| | 45 – 54 года | Да | 1 | -0,5 | | |
| | | Нет | 18 | 0,5 | | |

| Параметры | | Наличие негативного влияния социальных сетей на самооценку | | Скорректированный остаток | χ^2 (p-value) | V Крамера (p-value) |
|------------------------|-----------------------------------|--|-----|---------------------------|--------------------|---------------------|
| Уровень образования, п | Старше 55 лет | Да | 1 | -0,3 | 2,6 (p = 0,45) | 0,09 (p = 0,45) |
| | | Нет | 3 | 0,3 | | |
| | Среднее | Да | 23 | -0,2 | | |
| | | 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 | | |
| | В гражданском браке | Да | 8 | 0,8 | | |
| | | Нет | 12 | -0,8 | | |
| Прфессия, п | Работник государственного сектора | Да | 12 | -1,8 | 6,5 (p = 0,26) | 0,14 (p = 0,26) |
| | | 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 | | |
| | Школьник | Да | 4 | 0,8 | | |
| | | Нет | 5 | -0,8 | | |
| | Безработный | Да | 6 | 1,1 | | |
| | | Нет | 7 | -1,1 | | |
| Стаж работы, п | Менее 1 года | Да | 32 | 1,1 | 3,6 (p = 0,46) | 0,1 (p = 0,46) |
| | | 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 | | |
| | 7 – 10 лет | Да | 5 | -0,6 | | |
| | | Нет | 14 | 0,6 | | |
| | Более 10 лет | Да | 12 | -1,3 | | |
| | | Нет | 37 | 1,3 | | |
| Уровень дохода, п | Менее 20000 рублей в месяц | Да | 28 | -1,0 | 1,7 (p = 0,64) | 0,07 (p = 0,64) |
| | | 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) |
|---|------------------------------|--|-----|---------------------------|--------------------|---------------------|
| Населённый пункт проживания, n | 40000 рублей в месяц | Нет | 34 | -0,4 | 1,5 (p = 0,5) | 0,07 (p = 0,5) |
| | 40000 – 60000 рублей в месяц | Да | 17 | 1,0 | | |
| | Более 60000 рублей в месяц | Нет | 27 | -1,0 | | |
| | Более 60000 рублей в месяц | Да | 38 | -0,1 | | |
| | Более 60000 рублей в месяц | Нет | 81 | 0,1 | | |
| Частота использования социальных сетей, n | Город | Да | 86 | 0,4 | 8 (p = 0,09) | 0,16 (p = 0,09) |
| | | Нет | 178 | -0,4 | | |
| | Посёлок городского типа | Да | 10 | 0,6 | | |
| | | Нет | 17 | -0,6 | | |
| | Село | Да | 5 | -1,1 | | |
| | | Нет | 18 | 1,1 | | |
| | Никогда | Да | 1 | 0,5 | | |
| | | Нет | 1 | -0,5 | | |
| | Реже одного раза в неделю | Да | 0 | -0,7 | | |
| | | Нет | 1 | 0,7 | | |
| Наличие низкой самооценки | 1 – 2 раза в неделю | Да | 0 | -2,0 | 8,7 (p < 0,05) | 0,17 (p < 0,05) |
| | | 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 | | |
| | Да | Да | 11 | 3,0 | | |
| | | 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 шкале 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 Saiphoo 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 медирирующую 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 несостоенности по сравнению с занятymi людьми, а также с тем, что безработные чаще демонстрируют негативные результаты социального сравнения по отношению к занятим 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 онлайн-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 образом 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 онлайн-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 внутристатистическую 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 возникновение 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 неопределенностью, 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 «Изюминка»,
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.obhd.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. Vliyanie social'nyx setej na lichnuyu 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. Izuchenie zavisimosti naseleniya dvux regionov Rossijskoj Federacii ot ispol'zovaniya social'nyx 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 vozrastnikh 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