

Научно-исследовательский журнал «*International Journal of Medicine and Psychology / Международный журнал медицины и психологии*»

<https://ijmp.ru>

2025, Том 8, № 2 / 2025, Vol. 8, Iss. 2 <https://ijmp.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии (психологические науки)

УДК 159.9.01

^{1, 2} **Кравченко С.В.**

¹ психолог, супервизор, индивидуальный предприниматель Кравченко С.В., г. Новосибирск,

² Новосибирский государственный педагогический университет

Социальные сети как фактор формирования удовлетворенности жизнью: эмпирическое исследование

Аннотация: удовлетворенность жизнью является важной научной и практической составляющей психологии, которая дает представление о субъективном благополучии в жизни индивида. В настоящее время нуждается в исследовании проблема потери ориентиров и критериев удовлетворенности жизни, связанная с развитием социальных сетей. Пользователи социальных сетей смотрят на жизнь через профиль интернет-страниц «успешных», «обеспеченных», «исключительно счастливых людей», и их собственная жизнь кажется им серой и не насыщенной. Не понимая критериев своей собственной удовлетворенности жизнью, многие делают вывод, что их жизнь «не такая». Заявленная проблема видится перспективой дальнейшего научного исследования рассматриваемой темы.

В статье рассматриваются понятия удовлетворенности жизнью, активности и самопрезентации в социальных сетях. Представлен анализ результатов эмпирического исследования, целью которого было изучение взаимосвязи удовлетворенности жизнью с самопрезентацией в социальных сетях и с восприятием презентации других лиц в социальных сетях.

Выдвинуто два предположения:

1) риск неудовлетворенность жизнью повышается при сравнении себя с идеализированными образами, транслируемыми в социальных сетях другими пользователями;

2) удовлетворенность жизнью ниже при намеренной приукрашенной самопрезентации в социальных сетях, не соответствующей действительности.

Ключевые слова: удовлетворенность жизнью, самопрезентация в социальных сетях

Для цитирования: Кравченко С.В. Социальные сети как фактор формирования удовлетворенности жизнью: эмпирическое исследование // International Journal of Medicine and Psychology. 2025. Том 8. № 2. С. 213 – 224.

Поступила в редакцию: 12 декабря 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 14 января 2025 г.; Принята к публикации: 18 марта 2025 г.

^{1, 2} **Kravchenko S.V.**

¹ psychologist, supervisor, individual entrepreneur Kravchenko S.V., Novosibirsk,

² Novosibirsk State Pedagogical University

Social networks as a factor in the formation of life satisfaction: an empirical study

Abstract: life satisfaction is an important scientific and practical component of psychology, which gives an idea of the subjective well-being in an individual's life. Currently, the problem of loss of landmarks and criteria of life satisfaction associated with the development of social networks needs to be investigated. Social media users look at life through the profile of the Internet pages of "successful", "well-off", "exceptionally happy people", and their own lives seem gray and not saturated to them. Without understanding the criteria of their own life satisfaction,

many conclude that their life is "not like that." The stated problem is seen as a prospect for further scientific research on the topic under consideration.

The article examines the concepts of life satisfaction, activity and self-presentation in social networks. An analysis of the results of an empirical study is presented, the purpose of which was to study the relationship of life satisfaction with self-presentation on social networks and with the perception of other people's content on social networks.

The author's hypothesis implies two assumptions:

- 1) the risk of dissatisfaction with life increases when comparing oneself with idealized images broadcast on social networks by other users;
- 2) life satisfaction is lower with intentionally embellished self-presentation on social networks that does not correspond to reality.

Keywords: life satisfaction, self-presentation in social networks

For citation: Kravchenko S.V. Social networks as a factor in the formation of life satisfaction: an empirical study. International Journal of Medicine and Psychology. 2025. 8 (2). P. 213 – 224.

The article was submitted: December 12, 2024; Approved after reviewing: February 14, 2025; Accepted for publication: March 18, 2025

Введение

В психологической науке удовлетворенность жизнью считается важнейшим аспектом, составляющей субъективного благополучия. Удовлетворенность жизнью обуславливает высокую успешность в различных областях деятельности, максимальное раскрытие способностей человека, его эмоциональный комфорт, проявляющийся в переживании полноты жизни.

В настоящее время большинство людей значительную часть своего времени проводят в социальных сетях. Социальные платформы не просто служат средством общения, но и становятся важной частью их повседневной жизни. Виртуальное пространство, созданное в социальных сетях, наполняется различными взаимодействиями, эмоциями и информацией, что делает его значимой частью психологического мира человека. Это привело к тому, что многие аспекты жизни людей, такие как самооценка, социальные связи и восприятие своей собственной жизни во многом формируются под влиянием того, что происходит в онлайн-пространстве.

Сказанное актуально не только для молодежи, но и для людей зрелого возраста. В связи с тенденцией непрекращающегося роста популярности социальных сетей имеет смысл и при рассмотрении вопросов факторов удовлетворенности жизнью у лиц зрелого возраста уделить особое внимание их активности и самопрезентации в социальных сетях.

Материалы и методы исследований

Удовлетворенность жизнью трактуется научном психологическом дискурсе по-разному. В одних источниках акцент делается при ее описании как на как составляющую счастья (например, у

Е.Е. Бочаровой [4]), в других источниках она трактуется через психическое здоровье (например, у Н. В. Вязовой и В.М. Мелеховой [5]), в третьих источниках она трактуется через деятельность, профессиональную реализацию (например, у Е.А. Яковлевой и В.И. Крячко [19]), в четвертых источниках – она рассматривается через призму качества жизни (например, у Д.Б. Громовой и Н.А. Хоркиной [7]).

Активное использование социальных сетей привело к появлению новых исследовательских проблем, одной из которых является проблема связи удовлетворенности жизнью и степени включенности в социальные сети [15]. По мнению Д.С. Корниенко с соавторами, «человек формирует собственную виртуальную идентичность и представляет себя в социальной сети» [8, с. 6].

А.Р. Шишкова определила, что особенности самопрезентации человека в социальных сетях выражаются в подчеркнутом компенсаторном характере такого самопредставления, а сама самопрезентация человека выполняют функцию реализации его идеального Я [18].

О.С. Андреевой рассматривается связь активности использования социальных сетей и удовлетворенности жизни. В общем, количество времени, которое пользователи проводят в социальных сетях, может приводить к повышению уровня тревожности [2].

К.А. Алексеевой отмечено, что вера пользователя в информацию, публикуемую другими в социальных сетях, приводит к его неудовлетворенности собственной жизнью [1]. В частности, пишет автор, женщины чаще сравнивают свою внешность с виртуальными образцами и могут

чувствовать себя менее привлекательно, что лишает их уверенности в себе.

О.А. Пикулевой отмечено, что Интернет предоставляет уникальную возможность для смены идентичности посредством самопрезентационного поведения пользователей. Автором перечислены разные причины смены идентичности пользователей в процессе самопрезентации. Это и самоактуализация, и получение нового опыта, и формирование определенного Я-образа, и склонность просто поразвлекаться. Особый интерес представляет такая причина смены идентичности в процессе самопрезентации в социальных сетях, как компенсация на фоне жизненной неудовлетворенности, в целом, или определенными сторонами собственной реальной идентичности [12].

Интерес представляют данные исследования, проведенного Д.В. Сильченко и В.Б. Шумским, согласно которым было установлено, что пользователи социальных сетей с высоким уровнем вовлеченности в них демонстрируют более низкие уровни удовлетворенности жизнью по сравнению с пользователями социальных сетей с низким уровнем вовлеченности [16].

Согласно исследованиям А.А. Бочавер и его коллег, одной из особенностей общения в социальных сетях является распространение так называемых «дистиллированных» идеальных образов. Эти образы отражают социально одобряемые нормы, касающиеся внешности, семейных отношений, материального благосостояния и других аспектов, что может вызывать у пользователей негативные чувства по отношению к самим себе. Пассивный просмотр чужих публикаций в ленте социальных сетей без активного взаимодействия может усиливать чувство зависти, снижать самооценку и общее удовлетворение жизнью. [3]

Д.С. Корниенко и его коллеги также выяснили, что удовлетворенность жизнью будет низкой, если и в социальных сетях человек чувствует себя одиноко, в то время как ощущение друзей в соцсетях приводит к положительной оценке удовлетворенности человека жизнью [9]. С другой стороны, некоторыми авторами, например, В.А. Розановым и А.С. Рахимкуловой, допускается, что взаимодействие в социальных сетях может повысить жизненную удовлетворенность, в частности, посредством новой самопрезентации [14].

Таким образом, представление о взаимосвязи социальных сетей и удовлетворенности жизнью в психологической литературе весьма размыто на текущий момент. Есть указания на связь удовлетворенности жизни и активности использования социальных сетей, объема проводимого в них времени, поднимается проблема неудовлетворен-

ности собственной жизнью при постоянном сопоставлении себя с образцами из чужих профилей. Постулируется, что пользователи социальных сетей не удовлетворены своей жизнью из-за той информации, которая курсирует там (на фоне веры в успех других). Излишне активная, частая и радикальная смена идентичности в процессе самопрезентации в социальных сетях трактуется как компенсация на фоне жизненной неудовлетворенности. С другой стороны, допускается, что посредством самопрезентации в социальных сетях можно нормализовать психологическое благополучие и повысить жизненную удовлетворенность.

Для проверки выдвинутой гипотезы было проведено эмпирическое исследование, целью которого было изучение взаимосвязи удовлетворенности жизнью с самопрезентацией в социальных сетях и с восприятием чужого контента в социальных сетях. Исследование проведено на выборке объемом 100 человек. Базой исследования послужили социальные сети «ВКонтакте», «Одноклассники», «Инстаграм». Сбор данных осуществлялся в форме онлайн-опроса. Состав выборки по половой принадлежности: 50 мужчин и 50 женщин. Возрастная характеристика: от 35 до 50 лет. Все участники исследования имели свой аккаунт в социальных сетях.

Исследование призвано проверить достоверность выдвинутой рабочей гипотезы. В качестве гипотезы было выдвинуто два предположения:

- 1) риск неудовлетворенность жизнью повышается при сравнении себя с идеализированными образами, транслируемыми в социальных сетях другими пользователями;
- 2) удовлетворенность жизнью ниже при намеренной приукрашенной самопрезентации в социальных сетях.

Методы эмпирического исследования: анкетирование, тестирование.

Для изучения удовлетворенности жизнью была подобрана «Шкала удовлетворенности жизнью» Е. Diener, R.A. Emmons, R.J. Larsen и S. Griffin, адаптированная и валидизированная Д.А. Леонтьевым и Е.Н. Осиным.

Для изучения особенностей сопоставления себя с идеализированными образами, транслируемыми в социальных сетях другими пользователями была разработана анкета, включающая перечень эмоций, состояний, переживаний, настроений, типичных для пользователей социальных сетей, демонстративно транслирующих жизненный успех.

Для изучения особенностей самопрезентации испытуемых в социальных сетях использованы:

- 1) методика «Шкала измерения тактик самопрезентации» (С.-Ж. Ли, Б. Куигли): посредством

данной методики диагностировались доминирующие тактики самопрезентации участников исследования в социальных сетях, включая, в частности, тактики желания понравиться, приписывание себе достижений или их преувеличения;

2) «Модифицированный опросник самопрезентации в Facebook» (М. Михикян, Дж. Денис, К. Субраманиам, в модификации Д. С. Корниенко с соавторами): посредством данной методики диагностировалось, насколько выражена тенденция реалистичного демонстративного «Я» и насколько выражена тенденция фальшивого обманного «Я».

Для проверки положений рабочей гипотезы проводился корреляционный анализ по критерию

Спирмена для определения значимых взаимосвязей между удовлетворенностью жизнью пользователей социальных сетей, с одной стороны, и восприятием чужих «успешных» аккаунтов, спецификой самопрезентации в социальных сетях, с другой стороны.

Результаты и обсуждения

Согласно результатам, полученным по методике E. Diener в адаптации Д.А. Леонтьева и Е.Н. Осины, низкий уровень жизненной удовлетворенности установлен у 40% участников исследования, средний уровень выявлен у 58%, высокий уровень жизненной удовлетворенности установлен у 2% (рис. 1).

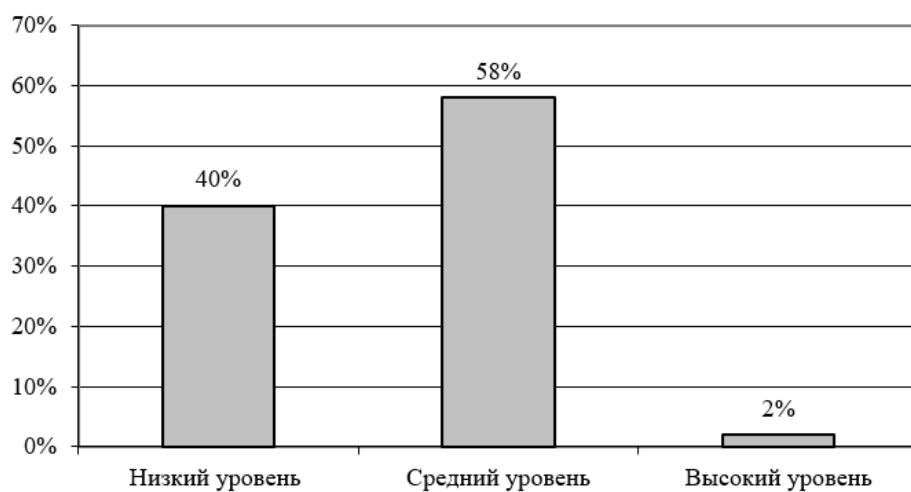


Рис. 1. Удовлетворённость жизнью у пользователей социальных сетей по итогам методики E. Diener, R.A. Emmons, R.J. Larsen и S. Griffin, в адапт. Д.А. Леонтьева и Е.Н. Осины (в %).

Fig. 1. Life satisfaction among social network users based on the results of the method by E. Diener, R.A. Emmons, R.J. Larsen and S. Griffin, adapted by D.A. Leontiev and E.N. Osina (in %).

Так, почти у половины участников эмпирического исследования была зафиксирована тенденция к неудовлетворенности жизнью.

По итогам проведения анкетирования пользователей социальных сетей были определены ве-

дущие эмоции, состояния, переживания, настроения при просмотре чужих аккаунтов, демонстративно и гиперболизированно транслирующих жизненный успех (рис. 2).



Рис. 2. Ведущие эмоции, состояния, переживания, настроения участников исследования при просмотре чужих «успешных» аккаунтов по итогам анкетирования (в %).

Fig. 2. Leading emotions, states, experiences, moods of the study participants when viewing other people's "successful" accounts based on the results of the survey (in %).

При просмотре такого рода аккаунтов у участников исследования превалируют эмоциональные состояния негативного спектра, деструктивные эмоции, настроения, переживания. Так, лидирующие места здесь занимают – падение самооценки (85% участников исследования), сильное раздражение (83%), беспокойное состояние (77%), грустное настроение (76%), тревожное состояние (69%), депрессивная симптоматика (64%).

По данным, полученным по методике «Шкала измерения тактик самопрезентации» С.-Ж. Ли - Б. Куигли наиболее частыми тактиками самопрезентации являются такие, как (рис. 3):

- «образец для подражания» (5,44): тактика, когда поведение предъявляется как этически ценное

и привлекательное; используя эту тактику, участники исследования вызывают уважение, желание подражания и восхищение у других;

- «желание понравиться» (4,67) ассертивная тактика, предполагающая действия и поступки, проявленные для вызова симпатии к себе у окружающих;

- «демонстрация достижений» (4,43): тактика, предполагающая сообщение о своей ответственности причастности к позитивным достижениям;

- «преувеличение достоинств» (4,21): ассертивная тактика, предполагающая убеждение других, что итог собственного поведения человека более позитивен, чем он может быть идентифицирован в реальности.



Рис. 3. Выраженность тактик самопрезентации у пользователей социальных сетей по итогам методики С.-Ж. Ли, Б. Куигли (ср.зн.).

Fig. 3. Expression of self-presentation tactics among social network users based on the results of the methodology of S.-J. Lee, B. Quigley (average value).

По данным, полученным по методике «Модифицированный опросник самопрезентации в Facebook» (М. Михикян, Дж. Денис, К. Субраманиам, в модификации Д. С. Корниенко с соавторами) (рис. 4), по выборке пользователей социаль-

ных сетей наиболее выраженным при самопрезентации в социальных сетях является фальшивое обманное «Я» (3,22) в сравнении с выраженностью реалистичного демонстративного «Я» (2,69).

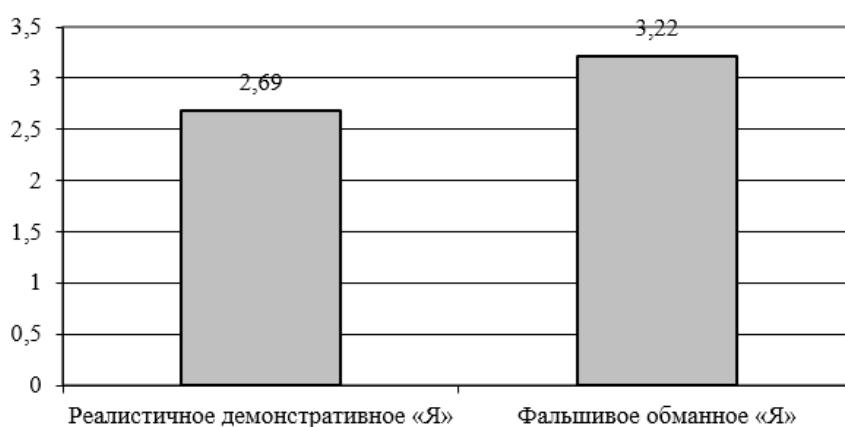


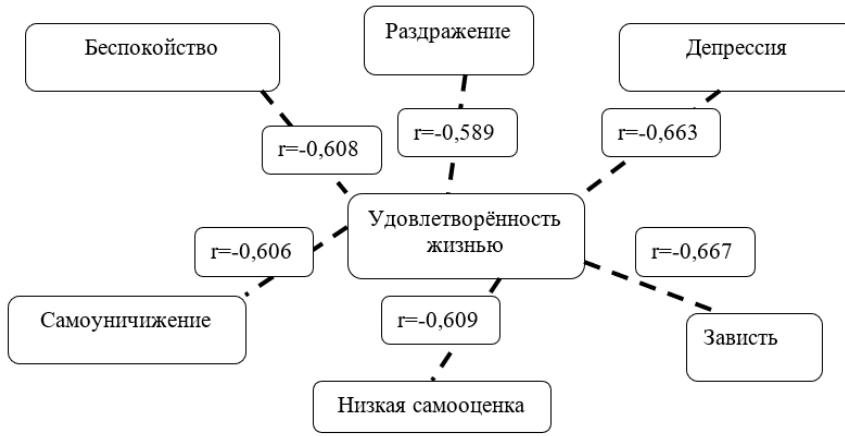
Рис. 4. Выраженность противоположных стратегий представления образа «Я» в социальной сети у участников исследования по итогам методики М. Михикян, Дж. Денис, К. Субраманиам, в модификации Д. С. Корниенко (ср.зн.).

Fig. 4. Expression of opposite strategies for representing the image of the “I” in a social network among the participants of the study according to the results of the method of M. Mikhikyan, J. Denis, K. Subramaniam, as modified by D. S. Kornienko (average value).

В данной выборке при самопрезентации в соц. сетях наиболее выражено стремление к демонстрации идеализированного образа Я, отличного от реальности.

Для проверки гипотезы был проведен корреляционный анализ по критерию Спирмена. На рис. 5

представлены данные о характере взаимосвязи удовлетворенности жизнью и особенностей восприятия чужих «успешных» аккаунтов в социальных сетях.



— · · · обратная корреляция на уровне 0,01

Рис. 5. Взаимосвязь удовлетворенности жизнью и восприятия чужих «успешных» аккаунтов в социальных сетях по итогам корреляционного анализа по критерию Спирмена.

Fig. 5. The relationship between life satisfaction and the perception of other people's "successful" accounts on social networks based on the results of correlation analysis using Spearman's criterion.

Согласно результатам корреляционного анализа, можно говорить о подтверждении предположения о том, что риск неудовлетворенность жизнью повышается при сравнении себя с идеализированными образами, транслируемыми в социальных сетях другими пользователями. При таком сопоставлении провоцируются низкая самооценка, самоуничижение, чувство зависти, беспокойство,

раздражение и депрессивная симптоматика, что находится в сильной обратной корреляционной связи ($p \leq 0,01$) с удовлетворенностью жизнью.

На рис. 6 представлены данные о характере взаимосвязи удовлетворенности жизнью и особенностей самопрезентации в социальных сетях по итогам методики С.-Ж. Лии Б. Куигли.



— · · · обратная корреляция на уровне 0,01
— · · · обратная корреляция на уровне 0,05

Рис. 6. Взаимосвязь удовлетворенности жизнью и особенностей самопрезентации в социальных сетях по итогам корреляционного анализа по критерию Спирмена.

Fig. 6. The relationship between life satisfaction and features of self-presentation in social networks based on the results of correlation analysis using the Spearman criterion.

Обратные корреляции получены по выборке пользователей социальных сетей между удовлетворенностью жизнью и такой защитной тактикой самопрезентации, как «оправдание с отрицанием ответственности» ($p \leq 0,01$), и такими ассертивными тактиками самопрезентации, как «желание понравиться» ($p \leq 0,01$), «запугивание» ($p \leq 0,05$), «приписывание себе достижений» ($p \leq 0,01$), «преувеличение своих достижений» ($p \leq 0,01$), «негативная оценка других» ($p \leq 0,01$), «пример для подражания» ($p \leq 0,01$).

Данные результаты корреляционного анализа можно интерпретировать следующим образом: чем чаще при самопрезентации пользователи социальных сетей обращаются к защитным тактикам, где фигурируют вербальные утверждения, заявления, отрицающие ответственность за негативные поступки или события, тем ниже у них уровень удовлетворенности жизнью.

Также удовлетворенность жизнью у пользователей социальных сетей ниже при превалировании у них при самопрезентации таких ассертив-

ных тактик, как действия и поступки для вызова симпатии к себе у других, самовозвышающая коммуникация («желание понравиться»); действия на проектирование тождественности себя как сильного («запугивание»); заявление об ответственности и доверии за позитивные достижения («приписывание себе достижений»); убеждение аудитории в том, что результаты собственных действий более позитивны, чем в действительности «преувеличение своих достижений»; высказывание негативных оценок в адрес («негативная оценка других»); позиционирование себя в качестве примера для других («пример для подражания»).

Удовлетворенность жизнью (по данным методики E. Diener в адаптации Д.А. Леонтьева и Е.Н. Осина) находится в прямой корреляции ($p \leq 0,01$) с реалистичным демонстративным «Я» и в обратной корреляции ($p \leq 0,01$) с фальшивым обманным «Я» (по итогам опросника М. Михикян, Дж. Денис, К. Субраманиам, в модификации Д.С. Корниенко) (рис. 7).



Рис. 7. Взаимосвязь удовлетворенности жизнью с реалистичным и фальшивым «Я» при самопрезентации в социальных сетях по итогам корреляционного анализа по критерию Спирмена.

Fig. 7. The relationship between life satisfaction and the realistic and false “I” during self-presentation on social networks based on the results of correlation analysis using Spearman’s criterion.

Данные результаты корреляционного анализа можно интерпретировать следующим образом:

- если пользователи соц.сетей презентуют свой образ преимущественно близким к реальной жизни, с выраженным стремлением показать себя как человека, имеющего собственные убеждения, взгляды и ценности и стремящегося произвести впечатление на других, то у них выше уровень удовлетворенности жизнью;
- если пользователи демонстрируют стремления к демонстрации образа, существенно отличного от реальности, то у них наблюдается выраженная неудовлетворенность жизнью.

Почти у половины принявших участие в эмпирическом исследовании (40%), зафиксирована тен-

денция к неудовлетворенности жизнью («Шкала удовлетворенности жизнью» E. Diener, R.A. Emmons, R.J. Larsen и S. Griffin, в адаптации Д.А. Леонтьева - Е.Н. Осина).

По итогам анкетирования, при просмотре чужих аккаунтов, демонстративно и гиперболизированно транслирующих жизненный успех, участники эмпирического исследования переживают преимущественно деструктивные эмоции, настроения, состояния. Это падение самооценки, сильное раздражение, беспокойное состояние, грустное настроение, тревожное состояние, депрессивная симптоматика.

В выборке пользователей социальных сетей наиболее частыми тактиками самопрезентации

являются ассертивные – «пример для подражания», «желание понравиться», «приписывание себе достижений», «преувеличение своих достижений».

Наиболее выраженным при самопрезентации в социальных сетях в выборке является фальшивое обманное «Я».

При сравнении себя с идеализированными образами, транслируемыми в социальных сетях другими пользователями, риск неудовлетворенность жизнью растет за счет снижения самооценки, самоуничижения, чувства зависти, беспокойства, раздражения и депрессивной симптоматики.

Удовлетворенность жизнью находится в определенной взаимосвязи с показателями самопрезентации в социальных сетях. Она прямо коррелирует с реалистичным «Я» и в обратно – с фальшивым «Я» при самопрезентации. У лиц, наиболее удовлетворенных собственной жизнью, самопрезентация в социальных сетях складывается из представления своего образа с максимальной близостью к тому, что есть в реальной жизни. Чем чаще при самопрезентации в социальных сетях обращение к ассертивным тактикам «желание понравиться», «приписывание себе достижений» «преувеличение своих достижений», «негативная оценка других», тем ниже уровень удовлетворенности жизнью. Полученные данные корреляционного анализа соотносятся с литературными данными, в частности, с опубликованными в работе К.А. Алексеевой рассуждениями о том, что активные пользователи социальных сетей не удовлетворены своей жизнью, собственная жизнь им не кажется столь привлекательной. При таких обстоятельствах пользователи популярных социальных сетей стремятся распространить новую ложь о себе при самопрезентации [1].

Выводы

По итогам проведенного исследования выдвинутые положения рабочей гипотезы нашли подтверждение:

1) риск неудовлетворенность жизнью повышается при сравнении себя с идеализированными образами, транслируемыми в социальных сетях;

2) удовлетворенность жизнью ниже при намеренной приукрашенной самопрезентации в социальных сетях, не соответствующей действительности.

Полученные эмпирическим путем данные, с одной стороны, подтвердили выдвинутые предположения, с другой стороны, обнаружили проблемное поле негативного влияния социальных сетей на степень удовлетворенности жизнью у их пользователей.

Проведенное исследование подтвердило немаловажность для жизненной удовлетворенности фактора реалистичной самопрезентации в социальных сетях, отсутствия склонности к преувеличению в виртуальном пространстве собственных достижений, приукрашиванию собственного образа жизни, а также критичного восприятия транслируемого в социальных сетях контента о жизненных достижениях других людей

Проведенный анализ позволил выявить, что фактор активности и самопрезентации в социальных сетях важен при рассмотрении в современных условиях вопросов факторов удовлетворенности жизнью. В то же время представление о взаимосвязи особенностей виртуальной самопрезентации в социальных сетях и удовлетворенности жизнью в психологической литературе весьма размыто на текущий момент. Представленные в статье новейшие данные эмпирического характера демонстрируют актуальную картину обусловленности удовлетворенности жизнью фактором социальных сетей. Полученные данные позволяют по-новому взглянуть на проблему удовлетворенности жизнью в новых социальных условиях.

Список источников

1. Алексеева К.А. Самопрезентация в киберпространстве: границы реального и выдуманного // Гуманистарий Юга России. 2019. Т. 8 (36). № 2. С. 175 – 186. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37623287&ysclid=m0bdjhoacr795516796> (дата обращения: 23.10.2024)
2. Андреева О.С. Удовлетворенность жизнью в юношеском возрасте в связи с активностью использования социальных сетей // Способы и ментальные ресурсы человека в мире глобальных перемен. М.: Институт психологии РАН, 2020. С. 1419 – 1426. <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=nlclmh&ysclid=lzqvnwf2qg75663064> (дата обращения: 21.10.2024)
3. Бочавер А.А., Докука С.В., Сивак Е.В., Смирнов И.Б. Использование социальных сетей в интернете и депрессивная симптоматика у подростков // Клиническая и специальная психология. 2019. Т. 8. № 3. С. 1 – 18. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41358555&ysclid=m0bfxu42r397050364> (дата обращения: 20.10.2024)

4. Бочарова Е.Е. Взаимосвязь дискриминационных установок и характеристик удовлетворенности жизнью, счастья у представителей молодежи // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Акмеология образования. Психология развития. 2020. Т. 9. Вып. 2 (34). <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-diskriminatsionnyh-ustanovok-i-harakteristik-udovletvorennosti-zhiznyu-schastya-u-predstaviteley-molodezhi?ysclid=m0bfdzidw0989638872> (дата обращения: 21.10.2024)
5. Вязовова Н.В., Мелихова В.М. Особенности отношения к карьере лиц с различным уровнем психологического благополучия // Психолого-педагогический журнал «Гаудеамус». 2021. Т. 20. № 3 (49). С. 14 – 25. <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-otnosheniya-k-kariere-lits-s-razlichnym-urovnem-psihologicheskogo-blagopoluchiya?ysclid=lpzpxuu7apw464592127> (дата обращения: 21.10.2024)
6. Герасимова А.А., Холмогорова А.Б. Общая шкала проблемного использования Интернета: апробация и валидизация в российской выборке третьей версии опросника // Консультативная психология и психотерапия. 2018. № 26 (3). С. 56 – 79. https://psyjournals.ru/journals/cpp/archive/2018_n3/cpp_2018_n3_Gerasimova_Kholmogorova.pdf?ysclid=m0bg5cgt2t347781346 (дата обращения: 21.10.2024)
7. Громова Д.Б., Хоркина Н.А. Взаимосвязь индекса массы тела и удовлетворенности жизнью взрослых россиян // Социальные аспекты здоровья населения. 2023. Т. 69. № 1. С. 1 – 33. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53252806> (дата обращения: 14.10.2024)
8. Корниенко Д.С., Руднова Н.А., Горбушина Е.А., Дериш Ф.В. Психометрические характеристики шкалы самопрезентации в социальной сети // Психологические исследования. 2021. Т. 14. № 75. С. 6. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46644239&ysclid=m0bfpwfz2o416136678> (дата обращения: 14.10.2024)
9. Корниенко Д.С., Чурсина А.В., Калимуллин А.М., Семенов, Ю.И. Взаимосвязь использования социальных сетей с удовлетворенностью жизнью и одиночеством у подростков // Российский психологический журнал. 2022. № 19 (3). С. 202 – 218. <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-ispolzovaniya-sotsialnyh-setey-s-udovletvorennostyu-zhiznyu-i-odinochestvom-u-podrostkov?ysclid=lpzqvjg7d5k669801915> (дата обращения: 21.10.2024)
10. Марарица Л.В., Антонова Н.А., Ерицян К.Ю. Общение в Интернете: потенциальная угроза или ресурс для личности // Петербургский психологический журнал. 2013. № 5. С. 1 – 15. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21073239> (дата обращения: 21.10.2024)
11. Меренкова В.С., Соложкова О.Е. Исследование феномена «удовлетворенность жизнью» // Комплексные исследования детства. 2020. Т. 2. № 1. С. 4 – 13. <https://elibrary.ru/item.asp?id=44156905> (дата обращения: 23.10.2024)
12. Пикулева О.А. Самопрезентация личности пользователей сети Интернет // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2013. Т. 5. № 4. С. 77 – 81. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21559356&ysclid=m0bfv6f5ss386845818> (дата обращения: 21.10.2024)
13. Рассказова Е.И., Лебедева А.А. Скрининговая шкала позитивных и негативных переживаний Э. Ди-нера: апробация русскоязычной версии // Психология. Журнал ВШЭ. 2020. № 2. С. 250–263. <https://cyberleninka.ru/article/n/skriningovaya-shkala-pozitivnyh-i-negativnyh-perezhivaniy-e-dineraaprobatsiya-russkoyazychnoy-versii/viewer> (дата обращения: 18.10.2024)
14. Розанов В.А., Рахимкулова А.С. Психологическое благополучие пользователей социальных сетей – проблема или возможность раннего выявления негативных тенденций? // Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. 2016. № 1 (36). <https://cyberpsy.ru/articles/psihologicheskoe-blagopoluchie-polzovatelej-socsetej?ysclid=lkwm39ag8i954298005> (дата обращения: 17.10.2024)
15. Ростовцева Н.А., Рассказова Е.И., Тхостов А.Ш., Емелин В.А. Киберхондрия – самостоятельное явление или проявление ипохондрических особенностей онлайн? // Национальный психологический журнал. 2022. № 1. С. 76 – 93. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48519328&ysclid=m0bfmdd97q259997721> (дата обращения: 21.10.2024)
16. Сильченко Д.В., Шумский В.Б. Психологическое благополучие пользователей социальных сетей с разным уровнем вовлеченности // Психологические исследования. 2021. Т. 14. № 79. <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/522923026.pdf> (дата обращения: 21.10.2024)
17. Хохлова Н.И., Шброва Н.В. Маркеры удовлетворенности жизнью в поздней зрелости // Северный регион: наука, образование, культура. 2022. № 1 (49). С. 55 – 60. <https://elibrary.ru/item.asp?id=48542763> (дата обращения 23.10.2024)
18. Шишкова А.Р. Самопрезентация пользователей социальных сетей Web 2.0 // Современные исследования социальных проблем. 2010. № 4. С. 221 – 225. <https://cyberleninka.ru/article/n/samoprezentatsiya-polzovateley-sotsialnyh-setey-web-2-0-2?ysclid=m0bg8pfd0899719344> (дата обращения: 21.10.2024)

19. Яковлева Е.А., Крячко В.И. Профессиональная продуктивность и субъективное благополучие // Journal of Economic Regulation. 2021. Т. 12. № 4. С. 110 – 120. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47503637> (дата обращения: 09.10.2024)

20. Ellison N.B., Steinfield C., Lampe C. The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites // Journal of Computer-Mediated Communication. 2007. Vol. 72 (4). P. 1143 – 1168.

References

1. Alekseeva K.A. Self-presentation in cyberspace: the boundaries of the real and the fictional. Humanitarian of the South of Russia. 2019. Vol. 8 (36). No. 2. P. 175 – 186. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37623287&ysclid=m0bdjhoacr795516796> (date of access: 10/23/2024)
2. Andreeva O.S. Life satisfaction in adolescence in connection with the activity of using social networks. Human abilities and mental resources in the world of global changes. M.: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, 2020. P. 1419 – 1426. <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=nlclmh&ysclid=lzqvnwf2qg75663064> (accessed: 21.10.2024)
3. Bochaver A.A., Dokuka S.V., Sivak E.V., Smirnov I.B. Use of social networks on the Internet and depressive symptoms in adolescents. Clinical and Special Psychology. 2019. Vol. 8. No. 3. P. 1 – 18. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41358555&ysclid=m0bfxu42r397050364> (date of access: 20.10.2024)
4. Bocharova E.E. The relationship between discriminatory attitudes and characteristics of life satisfaction, happiness among young people. News of Saratov University. Nov. series. Series: Acmeology of education. Developmental psychology. 2020. Vol. 9. Issue 2 (34). <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-diskriminatsionnyh-ustanovok-i-harakteristik-udovletvorennosti-zhiznyu-schastya-u-predstaviteley-molodezhi?ysclid=m0bfdzidw0989638872> (date of access: 10/21/2024)
5. Vyazova N.V., Melikhova V.M. Features of the attitude towards the career of persons with different levels of psychological well-being. Psychological and pedagogical journal "Gaudemus". 2021. Vol. 20. No. 3 (49). P. 14 – 25. <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-otnosheniya-k-kariere-lits-s-razlichnym-urovnem-psihologicheskogo-blagopoluchiya?ysclid=lzpxuu7apw464592127> (date of access: 21.10.2024)
6. Gerasimova A.A., Kholmogorova A.B. General scale of problematic Internet use: testing and validation in a Russian sample of the third version of the questionnaire. Consulting psychology and psychotherapy. 2018. No. 26 (3). P. 56 – 79. https://psyjournals.ru/journals/cpp/archive/2018_n3/cpp_2018_n3_Gerasimova_Kholmogorova.pdf?ysclid=m0bg5cgt2t347781346 (date of access: 21.10.2024)
7. Gromova D.B., Khorkina N.A. The relationship between body mass index and life satisfaction in adult Russians. Social aspects of population health. 2023. Vol. 69. No. 1. P. 1 – 33. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53252806> (accessed: 14.10.2024)
8. Kornienko D.S., Rudnova N.A., Gorbushina E.A., Derish F.V. Psychometric characteristics of the self-presentation scale on a social network. Psychological studies. 2021. Vol. 14. No. 75. P. 6. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46644239&ysclid=m0bfpwfz2o416136678> (accessed: 14.10.2024)
9. Kornienko D.S., Chursina A.V., Kalimullin A.M., Semenov, Yu.I. The relationship between the use of social networks and life satisfaction and loneliness in adolescents. Russian Psychological Journal. 2022. No. 19 (3). P. 202 – 218. <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-ispolzovaniya-sotsialnyh-setey-s-udovletvorennostyu-zhiznyu-i-odinochestvom-u-podrostkov?ysclid=lzqvjg7d5k669801915> (accessed: 21.10.2024)
10. Mararitsa L.V., Antonova N.A, Eritsyan K.Yu. Communication on the Internet: a potential threat or a resource for the individual. Petersburg Psychological Journal. 2013. No. 5. P. 1 – 15. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21073239> (date of access: 21.10.2024)
11. Merenkova V.S., Solozhkov O.E. Study of the phenomenon of "life satisfaction". Comprehensive studies of childhood. 2020. Vol. 2. No. 1. P. 4 – 13. <https://elibrary.ru/item.asp?id=44156905> (date of access: 23.10.2024)
12. Pikuleva O.A. Self-presentation of the personality of Internet users. Bulletin of Leningrad State University. A.S. Pushkin. 2013. Vol. 5. No. 4. P. 77 – 81. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21559356&ysclid=m0bfv6f5ss386845818> (accessed: 21.10.2024)
13. Rasskazova E.I., Lebedeva A.A. Screening scale of positive and negative experiences by E. Diener: testing of the Russian-language version. Psychology. HSE Journal. 2020. No. 2. P. 250 – 263. <https://cyberleninka.ru/article/n/skriningovaya-shkala-pozitivnyh-i-negativnyh-perezhivaniy-e-dineraaprobatsiya-russkoyazychnoy-versii/viewer> (date of access: 18.10.2024)

14. Rozanov V.A., Rakhimkulova A.S. Psychological well-being of social network users - a problem or an opportunity for early detection of negative tendencies? Medical psychology in Russia: electronic. scientific journal. 2016. No. 1 (36). <https://cyberpsy.ru/articles/psihologicheskoe-blagopoluchie-polzovateley-socsetej/?ysclid=lkwm39ag8i954298005> (date of access: 10/17/2024)
15. Rostovtseva N.A., Rasskazova E.I., Tkhostov A.Sh., Emelin V.A. Cyberchondria - an independent phenomenon or a manifestation of hypochondriacal features online? National Psychological Journal. 2022. No. 1. P. 76 – 93. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48519328&ysclid=m0bfmdd97q259997721> (date of access: 10/21/2024)
16. Silchenko D.V., Shumsky V.B. Psychological well-being of social network users with different levels of involvement. Psychological studies. 2021. Vol. 14. No. 79. <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/522923026.pdf> (accessed: 21.10.2024)
17. Khokhlova N.I., Shbrova N.V. Markers of life satisfaction in late adulthood. Northern region: science, education, culture. 2022. No. 1 (49). P. 55 – 60. <https://elibrary.ru/item.asp?id=48542763> (accessed 23.10.2024)
18. Shishkova A.R. Self-presentation of users of social networks Web 2.0. Modern studies of social problems. 2010. No. 4. P. 221 – 225. <https://cyberleninka.ru/article/n/samoprezentatsiya-polzovateley-sotsialnyh-setey-web-2-0-2?ysclid=m0bg8pfd0899719344> (date of access: 21.10.2024)
19. Yakovleva E.A., Kryachko V.I. Professional productivity and subjective well-being. Journal of Economic Regulation. 2021. T. 12. No. 4. P. 110 – 120. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47503637> (date of access: 10/09/2024)
20. Ellison N.B., Steinfield C., Lampe C. The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication. 2007. Vol. 72 (4). R. 1143 – 1168.

Информация об авторе

Кравченко С.В., психолог, супервизор, индивидуальный предприниматель Кравченко С.В., г. Новосибирск, ул. Челюскинцев 44/1; соискатель, Новосибирский государственный педагогический университет, kravsv@gmail.com

© Кравченко С.В., 2025