



УДК 159.923.2

ХАРАКТЕРИСТИКИ САМООТНОШЕНИЯ ПРИ РАЗЛИЧНОЙ СТЕПЕНИ  
ВОВЛЕЧЕННОСТИ В СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ  
ЖЕНЩИН РАННЕЙ ВЗРОСЛОСТИ

**Красная Д.В.**

*магистрант*

*институт педагогики и психологии образования*

*ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»*

*г. Москва*

[krasnaya.d.v@yandex.ru](mailto:krasnaya.d.v@yandex.ru)

**Суннатова Р.И.**

*доктор психологических наук, профессор департамента психологии*

*институт педагогики и психологии образования*

*ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»*

*г. Москва*

[sunnatovari@mgpu.ru](mailto:sunnatovari@mgpu.ru)

**Аннотация.** Актуальность темы обусловлена необходимостью изучения факторов и условий, определяющих становление личности в цифровую эпоху, когда социальные сети становятся важным пространством для самопрезентации и социального сравнения. Исследование посвящено изучению связи между степенью вовлеченности в социальные сети и особенностями самооотношения у женщин периода ранней взрослости. В эмпирическом исследовании применялись шкала самооценки М. Розенберга и опросник самооотношения В.В. Столина и С.Р. Пантелеева. Проведенный корреляционный анализ позволил выявить определенные тенденции, которые могут свидетельствовать о связи между временем использования социальных сетей и особенностями самооотношения: при минимальной вовлеченности ключевую

роль играет аутосимпатия ( $r = 0,538$ ), тогда как при высокой усиливается связь с самообвинением ( $r = 0,227$ ) и снижается самоуверенность ( $r = -0,369$ ). Полученные результаты могут указывать на следующую тенденцию: у женщин ранней взрослости высокая активность в социальных сетях способствует смещению регуляторов самооценки с внутренних на внешние.

**Ключевые слова:** вовлеченность в социальные сети, характеристики самоотношения, ранняя взрослость, корреляционный анализ.

FEATURES OF SELF-ATTITUDE AT DIFFERENT LEVELS OF SOCIAL  
MEDIA ENGAGEMENT  
IN WOMEN DURING EARLY ADULTHOOD

***Krasnaya D.V.***

*Master's Student*

*Institute of Pedagogy and Psychology of Education*

*Moscow City University*

*Moscow*

[krasnaya.d.v@yandex.ru](mailto:krasnaya.d.v@yandex.ru)

***Sunnatova R.I.***

*Doctor of Psychology, Professor of the Department of Psychology*

*Institute of Pedagogy and Psychology of Education*

*Moscow City University*

*Moscow*

[sunnatovari@mgpu.ru](mailto:sunnatovari@mgpu.ru)

**Annotation.** *This study examines the relationship between social media engagement and self-esteem and self-concept characteristics in early adult women. The relevance of this topic stems from the need to explore the factors that influence personality development in the digital age, when social media is becoming an important space for self-presentation and social comparison. The empirical study utilized M. Rosenberg's self-esteem scale and V.V. Stolin – S.R. Panteleev's self-esteem questionnaire. A correlation analysis revealed certain trends that may indicate a link between social media usage time and self-concept characteristics: with minimal*

*engagement, autosympathy plays a key role ( $r = 0.538$ ), while with high engagement, the relationship with self-blame increases ( $r = 0.227$ ) and self-confidence decreases ( $r = -0.369$ ). These results may indicate a tendency for early adult women's high social media activity to shift self-esteem regulators from internal to external ones.*

**Keywords:** *social network involvement, self-attitude characteristics, early adulthood, correlation analysis.*

## **Введение**

В условиях современного информационного общества социальные сети стали неотъемлемой частью жизни многих людей, особенно активно ими пользуются представители молодого поколения. По данным ежегодного исследования Brand Analytics, в марте 2025 г. число активных авторов в российских социальных медиа составило 83,8 млн, а объем публичных сообщений – 1,93 млрд; по сравнению с мартом 2024 г. отмечен рост активных авторов +22,5% (Социальные сети в России: цифры и тренды, весна 2025, 2025). Эти показатели свидетельствуют о беспрецедентном охвате и интенсивности онлайн-взаимодействий, что многократно увеличивает вероятность экспозиции пользователей к внешним оценочным сигналам (комментарии, лайки, репосты).

Цифровизация коммуникации, активное развитие и видоизменение медиaprостранства – все это оказывает воздействие на формирование личностных характеристик. Актуальность нашего исследования обусловлена тем, что под наибольшим воздействием указанных факторов находятся девушки в возрасте 18–25 лет, поскольку исследуемая группа представляет собой одну из категорий активных пользователей цифрового пространства. Согласно исследованию Аналитического центра НАФИ и Яндекс 360 от 2023 года женщины – наиболее активные пользователи социальных сетей и мессенджеров, при этом 62% женщин проводят в интернете более 5 часов в день. По данным источника, выраженную активность в интернете проявляют в том числе люди в возрасте до 24 лет (Исследование Яндекс 360 и НАФИ: тенденции проникновения интернет-технологий и сервисов в жизнь россиян, 2023).

В период ранней взрослости формируются ключевые компоненты

социальной и личностной идентичности, включая представления о себе, социальных ролях и критериях взрослости. Как отмечает С.С. Ольховская, в этот период усиливается чувствительность к мнению окружающих и стремление к социальному признанию, что делает молодых людей особенно восприимчивыми к влиянию социальных сетей, где сравнение себя с виртуальными эталонами может повышать самокритику и снижать самооценку (Ольховская, 2021).

В условиях активного использования социальных платформ происходит трансформация их функционального назначения: инструмент коммуникации превращается в комплексное пространство, где реализуется не только информационный обмен, но и процессы самопрезентации личности, а также идентификационные практики, что непосредственно может влиять на самооценку и самовосприятие пользователей. К.А. Фролова считает, что молодые люди 18–24 лет особенно подвержены влиянию социальных сетей: постоянное сравнение себя с идеализированными образами других пользователей приводит к занижению самооценки, усилению самокритики и формированию требований недостижимого образа Я-идеального. Такие процессы способны снижать личную продуктивность, провоцировать прокрастинацию и негативные эмоциональные переживания, что делает критически важным обучение экологичному использованию социальных сетей и развитию навыков осознания собственных достижений и ценности индивидуального опыта (Фролова, 2020).

Г.В. Акопов, С.А. Глушкова, Ю.А. Кукушкина отмечают, что социальные сети оказывают значительное психологическое воздействие на психоэмоциональную часть сознания личности в молодом возрасте, в том числе влияют на самооценку и понижают уровень уверенности в себе, вызывают тревожность и депрессивные состояния. Замена реального общения виртуальными связями повышает уровень стресса и эмоциональной нестабильности, что подчеркивает необходимость осознанного и умеренного использования социальных сетей для сохранения психического благополучия (Акопов, Глушкова, 2022; Кукушкина, 2020).

Э.В. Губанов, З.К. Евсеев, Р.И. Суннатова отмечают, что у современного человека, активно вовлеченного в онлайн-среду, увеличивается восприимчивость к различным формам внешнего воздействия, в том числе к негативным аспектам социального сравнения, что влечет за собой формирование искаженного самовосприятия и, как следствие, отрицательно влияет на самооценку (Губанов, Евсеев, 2023; Суннатова, 2023). Зарубежные данные подтверждают обоснованность представленного тезиса: в исследовании Ж. Фардули показано, что воздействие идеализированных образов на молодых женщин в социальных сетях ведет к росту неудовлетворенности собственным телом и снижению самооценки (Fardouly, Diedrichs, Vartanian, Halliwell, 2015).

Тема самооценки занимает одно из центральных мест в психологической науке, поскольку самоотношение рассматривается как важный элемент самосознания личности и влияет на многие аспекты жизнедеятельности, в том числе на эмоциональное состояние и психическое здоровье, социальное взаимодействие и межличностную коммуникацию, профессиональную реализацию, формирование идентичности и личной ценности. В отечественной психологии самооценка изучается с позиций различных подходов. Л.С. Выготский определяет ее как обобщенное, устойчивое и вместе с тем дифференцированное отношение человека к себе, в формировании которого решающее значение имеют социальная среда и система межличностных отношений (Выготский, 1982).

С.Л. Рубинштейн рассматривал самооценку как важнейший элемент самосознания, определяющий активность личности и ее способность к саморегуляции, подчеркивая, что она выступает не только как отражение представлений человека о самом себе, но и как мощный регулятор поведения, влияющий на многие сферы: целеполагание, мотивацию, самокритичность и способность к рефлексии (Рубинштейн, 2002).

И.С. Кон рассматривает самооценку как социальный феномен, который формируется в процессе включения личности во взаимодействие с окружающими и зависит от социальной среды (Кон, 1984). Результаты изучения

самоотношения с различных методологических позиций рассматриваются не как взаимоисключающие, а, напротив, как взаимодополняющие и раскрывающие сложную амбивалентную природу системы отношения человека к самому себе (Абросимова-Романова, Антоновский, Астапенко, Лукина и др., 2023).

В исследованиях А.С. Курбатовой, А.Г. Пуховой, Т.К. Беляевой, Р.И. Суннатовой, Я.С. Сидоровой доказывается, что в отечественной психолого-педагогической науке проблематика самооценки по-прежнему остается важной и актуальной, особенно в контексте образовательных практик и личностного развития. Современные исследования самооценки сосредоточены на описании не только истоков, уровня и структуры, но и факторов, которые ее формируют и способствуют трансформации: внешняя оценка, сравнения и социально-культурные условия (Курбатова, Пухова, Беляева, 2019; Суннатова, Сидорова, 2024).

В целях обеспечения полноты исследования важно обратиться и к зарубежной психологии, где проблематика самооценки также получила фундаментальную разработку и многоаспектное осмысление в различных научных парадигмах. Одним из первых исследователей, систематически изучавших и заложивших основы понимания и структуры самооценки, был У. Джеймс. Согласно концепции У. Джеймса самооценка представляет собой результат соотношения между реальными достижениями человека и его собственными притязаниями. Им впервые введен термин «self-esteem» («самооценка») (Воробьев, 2017).

Позже значительный вклад в развитие теории самооценки внес М. Розенберг, разработав концепцию глобальной самооценки как целостного образования, отражающего общее отношение человека к себе, и создав один из инструментов ее измерения, который применяется на практике и в современной психологии, – шкалу самооценки Розенберга (Rosenberg Self-Esteem Scale, RSES), состоящую из 10 пунктов и позволяющую оценить уровень самоуважения, выявить негативные установки по отношению к себе и определить стабильность самооценки (Золотарева, 2020). Предложенный

М. Розенбергом методологический подход к изучению самооценки, включающий систематизацию существующих представлений, разработку инструментов измерения и обоснование комплексного подхода к исследованию рассматриваемого феномена, стал общепринятым в психологических исследованиях, поскольку реализованный методологический подход не только выдержал проверку временем, но и стал основой многочисленных современных исследований, а разработанная шкала самооценки продолжает использоваться как в фундаментальных исследованиях, так и в практической психологии, демонстрируя высокую надежность и валидность при измерении указанного феномена в различных культурных и социальных контекстах.

Таким образом, рассмотрение теоретических подходов к феномену самооценки в отечественной и зарубежной психологии позволяет выделить ее как сложное, многокомпонентное образование, которое зависит от социальных, культурных и личностных факторов.

Структура и особенности самооценки девушек в период ранней взрослости детерминируются комплексом взаимосвязанных факторов, включающих биологические характеристики, особенности социокультурной среды и специфику индивидуального жизненного опыта личности.

Современные вызовы проявляются во влиянии цифровых технологий и социальных сетей на женщин, создавая новые формы социального сравнения, самооценки и восприятия собственной привлекательности и успешности. В цифровом пространстве могут возникать дополнительные источники давления и ожиданий, способные изменять отношение к себе и окружающим, а также трансформировать представления о личных возможностях и ценности. Женщины молодого возраста входят в группы с высокой вовлеченностью в визуальные платформы, где самопрезентация и внешняя оценка – основные маркеры социальной успешности.

В современных психологических исследованиях нередко внимание уделяется влиянию социальных сетей на женскую самооценку. В работе А.С. Жембровской, Т.В. Бюндюговой установлено, что активное использование

цифровых платформ способствует усилению ориентации женщин на внешние стандарты привлекательности и социальные ожидания (Жебровская, Бюндюгова, 2021). Результаты цитируемого исследования показали, что у значительной части респонденток наблюдается зависимость самооценки от внешних оценочных факторов: более половины женщин корректируют собственный образ с помощью фильтров и косметических процедур, а также проявляют повышенную чувствительность к обратной связи в онлайн-пространстве. Отмечено, что частое социальное сравнение в цифровой среде сопровождается повышением уровня тревожности, зависти и неудовлетворенности собой, что негативно отражается на эмоциональном благополучии.

Наблюдается тенденция, при которой особенности цифрового взаимодействия могут влиять на формирование самооценки и восприятие собственной внешности через призму внешней обратной связи. Это позволяет предположить возможное изменение или усложнения механизмов самооценивания в современном обществе. Как показывает экспериментальное исследование Ж. Фардули и соавторов, у молодых женщин после кратковременного использования социальной сети наблюдается не только ухудшение настроения, но и увеличение тревоги, связанной с нарушением восприятия собственного тела, по сравнению с контрольной группой (Fardouly, Diedrichs, Vartanian, Halliwell, 2015).

В другом исследовании Ж. Фардули, Б. Уилбургер и Л. Вартанян было установлено, что частое взаимодействие с визуальным контентом в социальных сетях усиливает обеспокоенность внешним обликом у женщин молодого возраста. Авторы выявили, что наблюдение за идеализированными образами других пользователей способствует формированию внутреннего конфликта между реальным и желаемым образом «Я», тем самым повышая уровень самокритичности и тревожности. При этом воздействие контента на самооценку проявляется не напрямую, а через укрепление в сознании навязанных стандартов привлекательности. Было показано, что женщины, которые склонны к частым

сравнениям своей внешности с внешностью других, демонстрируют менее устойчивую самооценку и у них более активно проявляется недовольство собой, что подтверждает зависимость эмоционального состояния и самовосприятия от степени активности в социальных сетях (Fardouly, Willburger, Vartanian, 2018).

Р. Кушваха в своем исследовании приходит к выводу, что использование социальных сетей коррелирует с изменениями в восприятии физической привлекательности и уровне самооценки представительниц женского пола через модель трехстороннего влияния, включающую медиа-образы, взаимодействие с ровесниками и процессы социального сравнения. Медиа-образы задают идеализированные стандарты красоты, взаимодействие с ровесниками усиливает их восприятие через лайки, комментарии и обмен визуальным контентом, а социальное сравнение формирует когнитивные и эмоциональные реакции, включая негативные: недовольство телом и снижение самооценки (Kushwaha, 2024).

### **Постановка проблемы**

Анализ проведенных исследований позволяет предположить, что социальные сети могут существенно влиять на формирование женской самооценки, оказывая воздействие на различные аспекты личности – когнитивный, эмоциональный и поведенческий. Опубликованные результаты исследований демонстрируют, что онлайн-среда формирует зону повышенного риска для становления устойчивой самооценки у женщин, что обуславливает необходимость дальнейшего анализа выявленной проблемы в психологической науке.

Исследования воздействия социальных сетей на самооценку обычно охватывают широкий возрастной диапазон, и выраженный акцент делается на подростковый возраст. Но, как показывает обзор эмпирических исследований, внимание к психологическим особенностям трансформаций системы самоотношения под влиянием социальных сетей происходит и в период ранней взрослости. Важность этапа развития в возрасте от 18 до 25 лет в становлении личности подтверждается исследованиями ведущих психологов. Э. Эриксон

определял этот возрастной этап как особую стадию достижения близости, когда происходит формирование самостоятельной жизненной позиции, выстраивание близких отношений и профессиональное самоопределение (Эриксон, 1996).

В.Ф. Моргун и Н.Ю. Ткачева отмечают, что именно в возрасте 18–23 лет начинается активная фаза становления зрелой личности, характеризующаяся интенсивным формированием личностных качеств и жизненных установок (Моргун, Ткачева, 1981). В этот период происходит наиболее активное развитие идентичности, что делает его особенно чувствительным к различным внешним воздействиям, в том числе к влиянию социальных сетей. Именно на этапе ранней взрослости формируется целостное представление о себе и своем месте в обществе, что обуславливает особую важность изучения влияния современных цифровых технологий на изменения в системе самоотношения. В это время женщина особенно восприимчива к внешним оценкам, социальным ожиданиям и идеалам, транслируемым в цифровом пространстве.

Для периода ранней взрослости характерно сочетание высокой онлайн-активности и интенсивного поиска самоопределения, что делает влияние социальных сетей особенно значимым и потенциально уязвимым условием в формировании самооценки. Изучение трансформаций в системе самоотношения под влиянием социальных сетей в возрастной группе 18–25 лет дает возможность проследить особенности развития системы самооценки в период существенных личностных преобразований, когда цифровая среда становится одним из ключевых контекстов социализации и самопрезентации. Кроме того, необходимо учитывать, что активная цифровизация общества началась лишь в XXI веке и продолжает стремительно развиваться, и это неоднозначно влияет на каждое новое поколение.

**Целью исследования** являлось определение характеристик самоотношения у женщин ранней взрослости в зависимости от регулярности присутствия в социальных сетях, а также выявление тенденций, связывающих указанную регулярность с характеристиками самооценки.

Гипотеза нашего исследования заключается в предположении, что у

женщин ранней взрослости частота использования социальных сетей связана с особенностями самооценки и характеристиками различных компонентов самоотношения.

### **Методы исследования**

В исследовании приняли участие 80 женщин ранней взрослости. Все респонденты были ознакомлены с целью исследования и подтвердили добровольное участие. Критерии включения: женский пол, возраст в диапазоне 18–25 лет, наличие аккаунта хотя бы в одной социальной сети. Сбор данных осуществлялся посредством цифровых платформ, что позволило охватить респондентов из различных социальных групп и городов. Полученные результаты были агрегированы и проанализированы для выявления основных тенденций использования социальных сетей.

Методики исследования: опросник самоотношения В.В. Столина и С.Р. Пантелеева, шкала самооценки Розенберга и авторская анкета частоты и целей использования социальных сетей.

Для изучения особенностей использования социальных сетей и их влияния на самооценку и эмоциональное состояние молодых женщин была разработана авторская анкета «Частота и цели использования социальных сетей». Цель заключалась в выявлении мотивов использования цифровых платформ, определении временных параметров пребывания в социальных сетях и оценке возможной связи между активностью в соцсетях и самовосприятием.

Анкетирование включало 10 вопросов закрытого типа, охватывающих основные аспекты использования социальных сетей: частоту и продолжительность пребывания в них, цели взаимодействия, эмоциональную значимость обратной связи, привычки публикации контента и участие в онлайн-активностях, связанных с самосовершенствованием.

### **Результаты исследования**

Результаты, полученные в ходе апробации анкеты на выборке из 80 участниц, позволили сформировать первичное представление о цифровом поведении молодых женщин и их психологических особенностях. Собранный

эмпирический материал стал основой для последующего анализа связей между характеристиками частоты использования социальных сетей и показателями самооценки и эмоционального состояния участниц исследования.

Основной вопрос в созданной анкете – «Сколько времени Вы проводите в социальных сетях ежедневно?» (Таблица 1)

Таблица 1 – Распределение респондентов по времени, проводимому в социальных сетях (в %)

Категория	% участников
< 1 ч	5
1–2 ч	20
3–4 ч	37
5–6 ч	25
> 6 ч	13

Результаты апробации показали, что большинство молодых женщин (около 75%) проводят в социальных сетях более трех часов ежедневно. Наиболее популярными платформами стали «TikTok» и «ВКонтакте», которые используются 75% и 60% респондентов соответственно. Основные цели использования – получение информации, развлечение и самопрезентация. При этом значительная часть участниц (около 50%) отметили, что количество лайков и комментариев оказывает на них умеренное влияние, а каждая пятая – что этот показатель крайне важен для эмоционального состояния.

Более трети женщин признались, что сравнивают себя с другими пользователями часто или постоянно, а почти 60% используют фильтры и ретушь перед публикацией. Эти показатели свидетельствуют об определенной степени внимания к социальной оценке.

Интересно, что треть участниц (33%) принимали участие в онлайн-марафонах или челленджах, связанных с саморазвитием, что отражает стремление к самосовершенствованию. Оценка общего влияния социальных сетей оказалась неоднозначной: 28% считают, что они понижают самооценку, 22% – что повышают, 30% не отмечают выраженного эффекта, еще около 20%

не смогли определиться с позицией.

Таким образом, результаты первой части исследования позволяют определить ряд предварительных наблюдений. У женщин ранней взрослости отмечается тенденция к достаточно продолжительному пребыванию в социальных сетях. Высокая вовлеченность в цифровое взаимодействие сопровождается ростом зависимости от внешней оценки и сравнений, что делает выделенную возрастную группу особенно уязвимой с точки зрения формирования устойчивой самооценки.

Для более детального анализа вовлеченности участниц исследования в социальные сети было решено распределить на три группы по количеству времени, проводимого онлайн. Первая группа – «низкая вовлеченность» включает женщин, которые проводят в социальных сетях менее трех часов в день. К этой категории относятся 25% опрошенных. Вторая группа – «средняя вовлеченность» объединяет участниц, проводящих в социальных сетях от трех до четырех часов в день. На эту группу приходится 37% респонденток. Третья группа – «высокая вовлеченность» включает женщин, которые проводят в соцсетях более четырех часов ежедневно. Их доля составляет 38%.

Такое распределение позволяет выделить основные категории пользователей и далее анализировать их связь с эмоциональным состоянием, самооценкой и привычками публикаций контента. Результаты показывают, что большинство участниц (75%) проводят в социальных сетях три и более часов в день, что указывает на высокую степень вовлеченности молодой аудитории в цифровое взаимодействие.

После проведения анкетирования и распределения респондентов на три группы по степени вовлеченности в социальные сети участницам было предложено пройти тестирование с использованием шкалы самооценки М. Розенберга. Цель текущего этапа заключалась в определении различий в уровне самооценки между женщинами, проводящими различное количество времени в социальных сетях.

Выбор методики обоснован ее широким использованием в отечественной

и зарубежной психологии, а также подтвержденными показателями валидности и надежности русскоязычной версии. В исследовании А.А. Золотаревой была проведена комплексная психометрическая проверка русскоязычной версии шкалы самооценки М. Розенберга. Цитируемым автором были проанализированы ключевые показатели качества измерительного инструмента: валидность перевода, внутренняя согласованность шкальных показателей и ретестовая надежность методики. Особое внимание уделено изучению того, насколько адекватно адаптирован оригинальный инструмент к русскоязычной выборке (Золотарева, 2020).

Шкала М. Розенберга включает 10 утверждений, оцениваемых по четырехбалльной шкале (от «полностью согласна» до «полностью не согласна»). Максимально возможный балл – 30, что соответствует наивысшему уровню позитивной самооценки (Таблица 2).

Таблица 2 – Процентное распределение респондентов по шкале самооценки М. Розенберга (n = 80)

Уровень вовлеченности	Количество участниц	Средний балл	Интерпретация	Низкая самооценка	Высокая самооценка
Низкая (< 3 ч в день)	20	23,75	Умеренно высокая	0	35
Средняя (3–4 ч в день)	30	19,2	Средняя	33,3	10
Высокая (> 4 ч в день)	30	12,8	Сниженная	76,7	3,3

В группу с низкой вовлеченностью (< 3 часов в день) вошли 20 участниц. Средний показатель самооценки в этой группе составил 23,75 балла, что соответствует умеренно высокому уровню. Респонденты данной категории характеризуются уверенностью в себе, внутренней устойчивостью и меньшей зависимостью от мнения окружающих. Большинство из них воспринимают социальные сети как средство общения и получения информации, не связывая

свою самооценку с реакцией аудитории.

Вторая группа (30 участниц) проводит в социальных сетях от трех до четырех часов в день. Средний балл по шкале Розенберга составил 19,2, что соответствует среднему уровню самооценки. Самооценка участниц остается в пределах нормы, однако может колебаться в зависимости от эмоционального состояния и может быть связана с обратной связью в онлайн-пространстве.

Наиболее выраженное снижение самооценки наблюдается у участниц с высокой вовлеченностью (> 4 часов в день), которых также было 30 респондентов. Средний показатель самооценки в данной группе – 12,8 балла, что указывает на тенденцию к сниженной самооценке. Таким образом, выявлена тенденция: чем больше времени молодые женщины проводят в социальных сетях, тем ниже результаты по тестированию уровня их самооценки.

На третьем этапе исследования изучались особенности самовосприятия и структура самоотношения у респонденток. Такой последовательный подход позволил комплексно рассмотреть воздействие цифровой вовлеченности на внутреннее отношение к себе, что способствует более полному пониманию психологических механизмов формирования самооценки и эмоционального благополучия молодых женщин.

Для диагностики самовосприятия в исследовании был выбран опросник самоотношения В.В. Столина и С.Р. Пантелеева, поскольку он основан на иерархической модели структуры «Я» и позволяет комплексно оценить эмоционально-оценочное отношение личности к себе. Согласно концепции В.В. Столина, самоотношение включает как глобальную, так и дифференцированные составляющие – самоуважение, самопринятие, самоинтерес и внутреннюю конфликтность, что делает методику особенно ценной для анализа внутренних противоречий и устойчивости самооценки. Выбор инструмента обусловлен его теоретической обоснованностью, высокой диагностической точностью и возможностью выявления тонких различий в самовосприятии (Астрецов, 2015).

Для проведения третьего этапа использовался опросник самоотношения

В.В. Столина и С.Р. Пантелеева, который направлен на выявление обобщенного эмоционально-оценочного отношения личности к себе и отдельных компонентов структуры Я-концепции. Методика включает 57 утверждений и выявляет три уровня самооотношения: глобальное самооотношение (шкала S), отражающее общее отношение к себе; дифференцированное самооотношение, включающее самоуважение, аутосимпатию, самоинтерес и ожидаемое отношение от других; и уровень конкретных действий или готовности к ним по отношению к своему «Я».

Для изучения характера связей между уровнем самооценки и компонентами структуры самооотношения был проведен корреляционный анализ по методу Спирмена. Исследование охватило три группы респондентов, дифференцированных по уровню вовлеченности в социальные сети: с низкой (< 3 ч/день), средней (3–4 ч/день) и высокой (>4 ч/день) вовлеченностью (Таблица 3).

Таблица 3 – Связь самооценки с компонентами самооотношения в группах с разным уровнем вовлеченности в социальные сети (Спирмен; n = 80)

№ п/п	Шкалы/группы	Самооценка		
		Группа 1	Группа 2	Группа 3
		Кoeff. корреляции	Кoeff. корреляции	Кoeff. корреляции
1.	Глобальное самоотношение	0,011	-0,031	0,047
2.	Самоуважение	<b>-0,605**</b>	-0,011	-0,105
3.	Аутосимпатия	<b>0,538**</b>	0,144	-0,224
4.	Ожидаемое отношение от других	-0,188	-0,311	0,181
5.	Самоинтерес	-0,304	-0,188	0,247
6.	Самоуверенность	-0,080	-0,255	<b>-0,369*</b>
7.	Отношение других	0,195	-0,130	0,056

8.	Самопринятие	-0,384	-0,084	-0,161
9.	Саморуководство/ самопоследовательность	0,194	0,201	-0,280
10.	Самообвинение	0,202	0,039	0,227
11.	Самоинтерес	0,071	-0,065	-0,299
12.	Самопонимание	0,159	0,024	-0,003

Примечание: \* – значимая связь при  $p \leq 0,05$ .

\*\* – значимая связь при  $p \leq 0,01$ .

Группа 1 – с низкой вовлеченностью (< 3 ч в день),  $n = 20$ .

Группа 2 – со средней вовлеченностью (3–4 ч в день),  $n = 30$ .

Группа 3 – с высокой вовлеченностью (> 4 ч в день),  $n = 30$ .

Проведенный корреляционный анализ позволил выявить ряд тенденций в связях между уровнем самооценки и компонентами самоотношения в зависимости от степени вовлеченности респондентов в социальные сети. В группе с низкой вовлеченностью (< 3 ч/день) наблюдается умеренно-сильная положительная связь с аутосимпатией ( $r = 0,538$ ), что может указывать на важность внутреннего принятия для общей самооценки. Одновременно отмечается отрицательная связь с самоуважением ( $r = -0,605$ ), что, возможно, отражает действие компенсаторных механизмов.

В группе со средней вовлеченностью (3–4 ч/день) корреляционные связи ослабевают. Наиболее заметными, хотя и не достигающими строгой статистической значимости, являются тенденции к отрицательной связи с ожидаемым отношением от других ( $r = -0,311$ ) и самоуверенностью ( $r = -0,255$ ). Это позволяет сделать предположение, что самооценка в группе в большей степени зависит от внешних факторов.

В группе с высокой вовлеченностью в социальные сети (> 4 ч в день) наблюдается упрощение структуры корреляционных связей между самооценкой и компонентами самоотношения. Отрицательная корреляция с самоуверенностью ( $r = -0,369$ ), выраженная статистически значимая связь. Это указывает на то, что у интенсивно использующих соцсети респондентов более низкая самооценка сопряжена с меньшим уровнем уверенности в себе. Помимо

значимой связи, выявляются тенденции умеренных корреляций. Отрицательная связь с саморуководством ( $r = -0,280$ ) может указывать на возможные затруднения в саморегуляции; положительная связь с самообвинением ( $r = 0,227$ ) может свидетельствовать о том, что при сниженной самооценке есть вероятность возрастания склонности к самокритике и самообвинению.

Анализ эмпирических результатов исследования позволил выявить следующие тенденции.

1. При малом временном использовании социальных сетей самооценка более автономна, слабо коррелирует с внешними факторами, при этом в основном опирается на аутосимпатию и самоуважение.

2. У респонденток со средней вовлеченностью в социальные сети прослеживается тенденция к усилению зависимости самооценки от внешних факторов, наиболее выраженная в сфере самоуверенности. Однако это влияние нельзя назвать системным, так как корреляции являются неустойчивыми.

3. Интенсивное использование социальных сетей коррелирует с такими проявлениями, как снижение самоуверенности, усиление самокритики и дестабилизация общего самоотношения.

На основе проведенного исследования можно проследить тенденцию: по мере увеличения времени, проводимого женщинами в социальных сетях, наблюдается постепенный сдвиг в структуре самооценки: опора на внутренние критерии (аутосимпатию, самоуважение) ослабевает, самоуверенность уменьшается. Таким образом, умеренность в использовании социальных сетей может способствовать поддержанию стабильной самооценки, поскольку в группе с низкой вовлеченностью сохраняется более выраженная связь с внутренними регуляторами самоотношения, реже демонстрируется тенденция к самообвинению и потере уверенности в себе. Это косвенно указывает на то, что ограничение времени, проводимого в сети, снижает риск смещения опоры самооценки на внешние ориентиры.

### **Заключение**

Проведенное исследование дает возможность уточнить значение

социальных сетей в жизни современной женщины ранней взрослости. Теоретический анализ и результаты эмпирического исследования позволили изучить связь между активностью в социальных сетях и особенностями самовосприятия – уровнем самооценки и структурой самоотношения.

Проведенный корреляционный анализ выявил тенденции, согласующиеся с исходной гипотезой исследования. Структура связей позволяет предполагать, что с увеличением времени использования социальных сетей у женщин ранней взрослости могут происходить изменения как в уровне самооценки, так и в характере ее соотношений с компонентами самоотношения. Результаты исследования подкрепляет необходимость учета паттернов использования социальных сетей при диагностике уровня самооценки и структуры самоотношения у рассматриваемой группы.

Полученные результаты в целом согласуются с предположением о комплексном характере влияния интенсивности использования социальных сетей на особенности самооценки и самоотношения у женщин периода ранней взрослости. Выявленные корреляционные связи на небольшой выборке респондентов предполагают необходимость дальнейшего изучения этой проблемы на более репрезентативной выборке.

### Литература

1. Акопов, Г.В., Глушкова, С.А. (2022) Социальные сети и их психологическое воздействие. *Вестник науки*, 2022, 6, 148-156.
2. Абросимова-Романова, Л.А., Антоновский, А.В., Астапенко, Е.В., Лукина, А.С. и др. (2023). Приоритетные направления современной психологии и педагогики: коллективная монография. Тверь: Тверской государственный университет.
3. Астрецов, Д.А. (2015) Методологические подходы к изучению самоотношения в психологии. *Теоретическая и экспериментальная психология*, 2015, 1, 62-78.

4. Воробьев, В.С. (2017) К 175-летию со дня рождения Уильяма Джемса – выдающегося американского философа и психолога. *Теоретическая и экспериментальная психология*, 2017, 3, 79-93.
5. Выготский, Л.С. (1982) Собрание сочинений: в 6 т. Т. 2. Проблемы общей психологии. М.: Педагогика.
6. Губанов, Э.В., Евсеев, З.К. (2023) Информационно-психологическая безопасность личности в социальных сетях. *Автономия личности*, 2023, 1 (29), 103-109.
7. Жебровская, А.С., Бюндюгова, Т.В. (2021) Влияние социальных сетей на самооценку женщины. *Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию*, 2021, 2, 173-177.
8. Золотарева, А.А. (2020) Валидность и надежность русскоязычной версии шкалы самооценки М. Розенберга. *Вестник Омского университета. Серия «Психология»*, 2020, 2, 52-57.
9. Исследование Яндекс 360 и НАФИ: тенденции проникновения интернет-технологий и сервисов в жизнь россиян (2023). *Аналитический центр НАФИ*. Получено с <https://nafi.ru/analytics/otnoshenie-rossiyan-k-tekhnologicheskim-servisam/>
10. Кон, И.С. (1984) В поисках себя: личность и ее самосознание. М.: Политиздат.
11. Кукушкина, Ю.А. (2020) Увлечение компьютерными играми: возможности и ограничения психологической помощи подросткам. *Подросток в мегаполисе: неравенство и возможности: сборник трудов XIII Международной научно-практической конференции, Москва, 14–16 апреля 2020 года*. М., 107-110.
12. Курбатова, А.С., Пухова, А.Г., Беляева, Т.К. (2019) Изучение самооценки как актуальное направление психолого-педагогических исследований. *Перспективы науки и образования*, 2019, 1 (37), 251-261.
13. Моргун, В.Ф., Ткачева, Н.Ю. (1981) Проблема периодизации развития личности в психологии: учебное пособие. М.: Издательство МГУ.

14. Ольховская, С.С. (2021) Переживание кризиса социальной идентичности в период ранней взрослости. *Психология человека в образовании*, 2021, 3, 222-247.
15. Рубинштейн, С.Л. (2002) Основы общей психологии. СПб.: Питер.
16. Социальные сети в России: цифры и тренды, весна 2025 (2025). *Brand analytics*. Получено: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-russia-spring-2025>
17. Суннатова, Р.И. (2023) Проблемное использование цифровых устройств старшеклассниками: индивидуальные и межличностные особенности. *Журнал психолого-педагогических исследований*, 2023, 4, 31-39.
18. Суннатова, Р.И., Сидорова, Я.С. (2024) Особенности личностного ресурса, определяющие жизнестойкость в юношеском возрасте. *V Традиционная Международная научно-практическая онлайн-конференция «Инновации в системе образования: новые горизонты для молодежи в науке, технологиях и бизнесе», посвященная 270-летию МГУ имени М.В. Ломоносова*. Получено с <https://doi.org/10.5281/zenodo.12632765>
19. Фролова, К.А. (2020) Влияние социальных сетей на самооценку личности. *Бюллетень медицинской науки*, 2020, 1 (17), 53-54.
20. Эрикссон, Э. (1996) Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс.
21. Fardouly, J., Diedrichs, P.C., Vartanian, L.R., Halliwell, E. (2015) Social comparisons on social media: the impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 2015, 13, 38-45.
22. Fardouly, J., Willburger, B.K., Vartanian, L.R. (2018) Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 2018, 20, 4, 1380-1395.
23. Kushwaha, R. (2024) The impact of social media on women's physical appearance and self-esteem: A feminist perspective. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 2024, 21(03), 253-262.