

Толеу Жулдыз,

магистрант образовательной программы

«Клиническая психология с основами психотерапии», Казахский
национальный педагогический университет имени Абая.

Тапалова Ольга Бисеновна - научный руководитель, док-р пси. наук

Казахский Национальный Педагогический университет имени Абая
проспект Достык 13, Алматы 050010, +7 (727) 390 60 05

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА РАЗВИТИЕ НАРЦИССИЗМА У СТУДЕНТОВ

Аннотация. Рассмотрены механизмы связи социальных сетей с нарциссическими чертами студентов. Показана роль самопрезентации, социального сравнения и цифрового подкрепления.

Ключевые слова: нарциссизм, социальные сети, студенты, самопрезентация, социальное сравнение, проблемное использование социальных сетей.

Toleu Zhuldyz

Master's student in the educational programme
“Clinical Psychology with Fundamentals of Psychotherapy”

Tapalova Olga Bisenovna is a scientific supervisor.

Abai Kazakh National Pedagogical University

13 Dostyk Avenue, Almaty, 050010
Tel.: +7 (727) 390 60 05

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON THE DEVELOPMENT OF NARCISSISM AMONG UNIVERSITY STUDENTS

Abstract. The article examines links between social media and students'

narcissistic traits, focusing on self-presentation, social comparison, and digital reinforcement.

Keywords: narcissism, social media, university students, self-presentation, social comparison, problematic social media use.

Введение

Социальные сети стали одной из центральных сред социализации студенческой молодежи. Они используются не только для коммуникации и обмена информацией, но и для конструирования публичного образа, получения обратной связи и сравнения себя с другими. Архитектура платформ делает социальное признание измеримым: количество подписчиков, отметок «нравится», комментариев и просмотров превращается в доступные показатели внимания. Для личности, находящейся на этапе профессионального и идентичностного самоопределения, такая среда может быть одновременно ресурсом и фактором психологической уязвимости.

В научной литературе нарциссизм рассматривается не только как расстройство личности, но и как континуум черт, присутствующих в неклинической популяции. Грандиозный нарциссизм связан с демонстративностью, стремлением к статусу, ощущением собственной исключительности и потребностью во внимании. Уязвимый нарциссизм проявляется в неустойчивой самооценке, повышенной чувствительности к критике, стыде и скрытой потребности в подтверждении собственной значимости. Различение этих форм принципиально важно: одинаково интенсивное использование социальных сетей может обслуживать разные психологические задачи.

Формулировка «влияние социальных сетей» требует методологической осторожности. Большинство исследований имеет корреляционный и поперечный дизайн, поэтому не позволяет автоматически заключить, что цифровая активность вызывает нарциссизм. Вероятна двунаправленная связь: люди с выраженными нарциссическими чертами чаще выбирают практики публичной самопрезентации, а повторяющееся цифровое подкрепление может

закреплять ориентацию на внешнее признание. Цель настоящей статьи — систематизировать данные о механизмах этой связи применительно к студентам и определить направления эмпирической проверки.

Цель и задачи исследования

Цель исследования состоит в теоретическом анализе влияния социальных сетей на проявление и возможное усиление нарциссических черт у студентов.

Для достижения цели поставлены следующие задачи: 1) уточнить психологическое содержание грандиозного и уязвимого нарциссизма; 2) проследить развитие научных представлений о связи нарциссизма с цифровой коммуникацией; 3) выделить механизмы, через которые социальные сети могут поддерживать нарциссические стратегии; 4) обобщить результаты метааналитических и эмпирических исследований; 5) определить ограничения существующей доказательной базы и перспективы дальнейшего исследования студенческой выборки.

История изучения проблемы

Первые исследования цифрового нарциссизма были сосредоточены преимущественно на Facebook и рассматривали профиль пользователя как пространство самопрезентации. Buffardi и Campbell показали, что нарциссические черты связаны с особенностями оформления профиля и могут частично распознаваться наблюдателями по размещенной информации [1]. Эта работа задала направление, в котором цифровое поведение анализировалось как продолжение офлайн-личности, а не как полностью самостоятельная идентичность.

В дальнейшем исследовательский фокус сместился от отдельных элементов профиля к поведенческим показателям: частоте публикаций, количеству контактов, селфи, времени использования и вовлеченности. Метаанализ Gnambs и Appel объединил 289 эффектов из 57 исследований с общей выборкой 25 631 человек. Для грандиозного нарциссизма была обнаружена небольшая, но устойчивая положительная связь с поведением в социальных сетях ($\rho = 0,17$; 95% ДИ [0,13; 0,21]). Наиболее выраженные связи

наблюдались для самопрезентации и количества друзей, тогда как продолжительность использования сама по себе была менее информативна [2].

Независимый метааналитический обзор McCain и Campbell также подтвердил связь нарциссизма с рядом показателей активности в социальных сетях, однако подчеркнул неоднородность эффектов и зависимость результатов от платформы, способа измерения и конкретного поведения [3]. Следовательно, вопрос следует ставить не только о количестве времени в сети, но и о том, каким образом студент использует платформу и какую психологическую функцию выполняет цифровая активность.

Позднее внимание исследователей переместилось к проблемному использованию социальных сетей. В крупном национальном исследовании Andreassen, Pallesen и Griffiths, включавшем более 23 500 участников, аддиктивное использование социальных сетей положительно коррелировало с нарциссизмом и отрицательно — с самооценкой [4]. При этом величина простой корреляции между зависимым использованием и нарциссизмом была небольшой, что исключает упрощенное объяснение проблемного поведения одной личностной чертой.

Систематический обзор Casale и Banchi показал, что связь особенно сложна при разграничении грандиозного и уязвимого нарциссизма. Грандиозная форма чаще связана с активной самопрезентацией и поиском аудитории, тогда как уязвимая может быть связана с дисфункциональным использованием через регуляцию негативных эмоций, страх оценки и компенсаторный поиск подтверждения [5]. Таким образом, история изучения проблемы демонстрирует переход от идеи прямой связи «нарциссизм — частота использования» к многофакторным моделям, учитывающим мотивы, тип активности и механизмы саморегуляции.

Материалы и методы

Работа выполнена в формате теоретико-аналитического исследования. Материалом послужили эмпирические статьи, метаанализы и систематические обзоры, посвященные нарциссизму, самопрезентации, социальному сравнению

и проблемному использованию социальных сетей. Приоритет отдавался исследованиям студенческой и молодой взрослой выборки, а также работам, разграничивающим грандиозный и уязвимый нарциссизм.

Применялись методы сравнительного анализа, тематического синтеза и критической интерпретации. Результаты группировались по четырем уровням: личностные предпосылки, платформенные механизмы, наблюдаемое цифровое поведение и возможные психологические последствия. Отдельно оценивались ограничения дизайна: преобладание самоотчетов, поперечных исследований, удобных выборок и показателей экранного времени без анализа содержания активности.

Содержание и результаты исследования

Проведенный анализ позволил выделить пять взаимосвязанных механизмов, объясняющих, почему социальные сети могут быть привлекательны для студентов с нарциссическими чертами и одновременно поддерживать соответствующие способы саморегуляции.

Первый механизм — управляемая самопрезентация. Пользователь выбирает фотографии, темы публикаций и признаки статуса, формируя селективный образ. Для грандиозного нарциссизма это создает возможность демонстрации привлекательности, компетентности и социальной успешности. Однако сама публикация еще не является признаком патологического нарциссизма: диагностическое значение имеет устойчивый мотив превосходства, зависимость самооценки от реакции аудитории и снижение способности учитывать другого человека.

Второй механизм — количественно выраженное социальное подкрепление. Лайки и комментарии выполняют функцию быстрых сигналов признания. Непредсказуемость отклика усиливает повторяемость проверки уведомлений. Если чувство собственной ценности преимущественно регулируется внешней оценкой, цифровая обратная связь может временно повышать самооценку, но одновременно делать ее более неустойчивой. Отсутствие ожидаемой реакции в таком случае переживается как

обесценивание.

Третий механизм — восходящее социальное сравнение. Ленты преимущественно содержат отобранные фрагменты успеха, внешней привлекательности и благополучия. Студент сравнивает повседневную реальность с публичной витриной других пользователей. При уязвимом нарциссизме это может усиливать стыд, зависть и ощущение недостаточности; при грандиозном — стимулировать конкуренцию за видимость и статус. Социальное сравнение выступает вероятным медиатором между интенсивной вовлеченностью и колебаниями самооценки.

Четвертый механизм — расширение и измерение аудитории. Число подписчиков и контактов становится символическим капиталом. Метааналитические данные показывают, что количество друзей и действия, направленные на самопрезентацию, сильнее связаны с грандиозным нарциссизмом, чем общее время использования [2]. Это подтверждает необходимость различать пассивный просмотр, межличностное общение, образовательную активность и публичное самопродвижение.

Пятый механизм — алгоритмическое усиление. Платформы продвигают контент, вызывающий реакцию, и тем самым вознаграждают эмоционально яркие, статусные и визуально привлекательные публикации. Алгоритм не создает личностную черту напрямую, но формирует среду отбора: демонстративные стратегии получают больше видимости, а пользователь обучается воспроизводить контент, приносящий отклик. В студенческой среде этот процесс может совпадать с задачами идентичности и профессионального позиционирования, что делает границу между адаптивным самопредставлением и нарциссической компенсацией особенно подвижной.

Таблица 1 — Основные механизмы связи социальных сетей и нарциссических проявлений

Механизм	Цифровое проявление	Возможный психологический эффект
Самопрезентация	Отбор фотографий, достижений и статусных	Поддержание грандиозного образа или компенсация

	признаков	уязвимости
Социальное подкрепление	Лайки, комментарии, просмотры	Зависимость самооценки от внешней реакции
Социальное сравнение	Сопоставление себя с идеализированными профилями	Зависть, стыд, конкуренция, колебания самооценности
Измеримая аудитория	Подписчики, охваты, число контактов	Перевод признания в количественный показатель статуса
Алгоритмическое усиление	Повышенная видимость реактивного контента	Закрепление демонстративных стратегий поведения

Обобщение исследований показывает, что наиболее надежно подтверждена небольшая положительная связь грандиозного нарциссизма с активной самопрезентацией и расширением аудитории. Связь с общим временем, проведенным в сети, слабее и менее стабильна. Для проблемного использования значимы не только нарциссические черты, но и низкая самооценка, эмоциональная регуляция, тревога упущенных возможностей и привычка к социальному сравнению [4; 5]. Следовательно, нарциссизм выступает одним из факторов риска, но не единственной причиной.

Для студенческой выборки можно предложить модель взаимного усиления. Исходные нарциссические черты повышают привлекательность публичной самопрезентации; цифровая обратная связь кратковременно стабилизирует самооценку; ожидание нового подтверждения усиливает частоту публикаций и мониторинг реакции; сравнение и недостаточный отклик вызывают фрустрацию; в ответ пользователь еще активнее конструирует идеализированный образ. Такой цикл правдоподобен теоретически, но его проверка требует продольных исследований с несколькими временными точками.

Обсуждение результатов

Полученные результаты согласуются с социально-личностным подходом: цифровая среда не действует одинаково на всех пользователей, а

взаимодействует с исходными особенностями личности и актуальными мотивами. Социальные сети предоставляют технические возможности для селективной самопрезентации, но то, будет ли эта возможность использоваться для профессиональной коммуникации, поддержания отношений или нарциссической регуляции, зависит от контекста.

Важно различать нормативный нарциссизм и клиническое расстройство. Стремление показать достижения, получить одобрение и сформировать профессиональный образ закономерно для студенческого возраста. Высокий балл по опроснику черт не равнозначен диагнозу нарциссического расстройства личности. Клинический вывод требует оценки устойчивости паттерна, нарушения функционирования, межличностных последствий и профессиональной диагностики. Поэтому в исследовательских публикациях корректнее говорить о нарциссических чертах и тенденциях.

Основное ограничение доказательной базы связано с причинностью. Поперечная корреляция не отвечает на вопрос, изменяется ли нарциссизм под воздействием платформы. Самоотчеты также подвержены социальной желательности и ошибкам воспоминания. Показатель экранного времени смешивает качественно разные виды деятельности. Кроме того, результаты, полученные на Facebook, не всегда переносятся на визуальные и видеоориентированные платформы, где правила видимости и обратной связи отличаются.

Для эмпирической проверки темы целесообразно сочетать NPI с инструментами оценки уязвимого нарциссизма и проблемного использования социальных сетей. Авторская анкета должна фиксировать не только часы использования, но и частоту публикаций, редактирование образа, проверку реакций, эмоциональный ответ на недостаток лайков, удаление публикаций и цели присутствия в сети. Анализ может включать корреляции, сравнение групп с высокой и низкой интенсивностью использования и медийные модели, в которых социальное сравнение и потребность в одобрении рассматриваются как промежуточные механизмы.

Практический вывод состоит не в запрете социальных сетей, а в развитии цифровой рефлексивности. Психологическая профилактика для студентов может включать обсуждение различий между личной ценностью и публичными метриками, распознавание идеализированной самопрезентации, снижение автоматического сравнения и формирование более устойчивых источников самооценки. Университетская психологическая служба может использовать эти направления без стигматизирующего навешивания ярлыка «нарцисс».

Выводы

1. Социальные сети представляют собой среду, в которой нарциссические черты могут проявляться и получать повторяющееся подкрепление через самопрезентацию, измеримую аудиторию и публичную обратную связь.

2. Наиболее устойчиво подтверждена небольшая положительная связь грандиозного нарциссизма с активной самопрезентацией и количеством социальных контактов. Общее время использования является менее специфичным показателем.

3. Уязвимый нарциссизм может быть связан с проблемным использованием через неустойчивую самооценку, социальное сравнение, чувствительность к оценке и компенсаторный поиск признания.

4. Современные данные преимущественно подтверждают взаимосвязь, но не одностороннюю причинность. Вероятна модель взаимного усиления личностных предрасположенностей и платформенных механизмов.

5. Дальнейшее исследование студентов должно опираться на продольный дизайн, разграничение активного и пассивного использования, оценку грандиозной и уязвимой форм нарциссизма, а также анализ медиаторов: социального сравнения, потребности в одобрении и проблемного использования социальных сетей.

Список литературы

1. Buffardi L. E., Campbell W. K. Narcissism and social networking web sites // Personality and Social Psychology Bulletin. 2008. Vol. 34, No. 10. P. 1303–

1314. DOI: 10.1177/0146167208320061.

2. Gnambs T., Appel M. Narcissism and social networking behavior: A meta-analysis // *Journal of Personality*. 2018. Vol. 86, No. 2. P. 200–212. DOI: 10.1111/jopy.12305.
3. McCain J. L., Campbell W. K. Narcissism and social media use: A meta-analytic review // *Psychology of Popular Media Culture*. 2018. Vol. 7, No. 3. P. 308–327. DOI: 10.1037/ppm0000137.
4. Andreassen C. S., Pallesen S., Griffiths M. D. The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey // *Addictive Behaviors*. 2017. Vol. 64. P. 287–293. DOI: 10.1016/j.addbeh.2016.03.006.
5. Casale S., Banchi V. Narcissism and problematic social media use: A systematic literature review // *Addictive Behaviors Reports*. 2020. Vol. 11. Article 100252. DOI: 10.1016/j.abrep.2020.100252.
6. Raskin R., Terry H. A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1988. Vol. 54, No. 5. P. 890–902. DOI: 10.1037/0022-3514.54.5.890.
7. Twenge J. M., Campbell W. K. *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. New York: Free Press, 2009. 352 p.
8. Campbell W. K., Miller J. D. *The Handbook of Narcissism and Narcissistic Personality Disorder: Theoretical Approaches, Empirical Findings, and Treatments*. Hoboken: Wiley, 2011. 528 p.
9. Kuss D. J., Griffiths M. D. Online social networking and addiction — a review of the psychological literature // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2011. Vol. 8, No. 9. P. 3528–3552. DOI: 10.3390/ijerph8093528.
10. Vogel E. A., Rose J. P., Roberts L. R., Eckles K. Social comparison, social media, and self-esteem // *Psychology of Popular Media Culture*. 2014. Vol. 3, No. 4. P. 206–222. DOI: 10.1037/ppm0000047.

11. Fox J., Rooney M. C. The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites // Personality and Individual Differences. 2015. Vol. 76. P. 161–165. DOI: 10.1016/j.paid.2014.12.017.