

Сильченко Д.В.¹, Шумский В.Б.¹ Психологическое благополучие пользователей социальных сетей с разным уровнем вовлеченности
Silchenko D.V.¹, Shumskiy V.B.¹ Psychological well-being of social networks users with different level of involvement

¹Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

В статье предлагается использовать концепт «вовлеченность» для описания поведения и эмоционального состояния пользователей социальных сетей (СС). На первом этапе исследования были проведены полуструктурированные интервью с пользователями СС (N = 27). На основе феноменологического анализа текстов интервью выделены высокий и низкий уровни вовлеченности и предложен комплексный критерий различения уровней вовлеченности, включающий объективный, субъективный и интерсубъективный компоненты. На втором этапе исследования с применением качественной и количественной методологии проведено сравнение контрастных групп пользователей СС с низким и высоким уровнями вовлеченности (N = 50). Анализ текстов интервью показал, что у пользователей разных групп отличаются деятельностный, эмоциональный и содержательно-смысловой аспекты пребывания в СС. Пользователи с высоким уровнем вовлеченности демонстрируют значимо более низкие уровни удовлетворенности жизнью и субъективного переживания счастья, а также значимо более высокие уровни отчуждения во всех сферах жизни, по сравнению с пользователями СС с низким уровнем вовлеченности. Предложенные критерии выделения уровней вовлеченности могут быть использованы в качестве скринингового инструмента для выявления риска возникновения зависимости от СС.

Ключевые слова: пользователи социальных сетей, вовлеченность, психологическое благополучие, отчуждение

Введение

Современный человек проводит в социальных сетях (далее СС) значительную часть своего времени, так что виртуальное пространство СС стало занимать существенную часть психологического пространства нашей жизни. В связи с ростом популярности СС всё больше внимания уделяется психологическому благополучию пользователей [Wlachnio et al., 2016; Kross et al., 2013; Kuss, Griffiths, 2011; Marino et al., 2018].

В этом контексте один из основных вопросов – соотношение интенсивности использования СС и субъективного благополучия. На этот вопрос в настоящее время нет однозначного ответа. Основные факторы положительной связи интенсивности использования СС и психосоциального благополучия – увеличение социального капитала («ресурсов», приобретаемых в результате формирования отношений между людьми) и уменьшение чувства одиночества [Ellison et al., 2007; Lee et al., 2016; Lemieux et al., 2013; Lou et al., 2012; Satici, Uysal, 2015; Valenzuela et al., 2009; Valkenburg, Peter, 2007]. Факторы негативной связи – возможное появление чувств зависти и ревности при пассивном просмотре страниц успешных пользователей [Verduyn et al., 2015], ощущение принуждения от необходимости постоянно поддерживать положительный имидж на своей странице в СС [Bevan et al., 2014], развитие «проблемного использования» СС, при котором пользователь проводит в СС больше времени, чем предполагал, и зависимости от СС [Marino et al., 2018]. В ряде исследований не было выявлено каких-либо связей между интенсивностью использования СС и субъективным качеством жизни [Campisi et al., 2015; Dhir et al., 2017; Park, Lee, 2014; Phu, Gow, 2019].

Настоящее исследование продолжает изучение вопроса о связи интенсивности использования СС и психологического благополучия с использованием качественной и количественной методологии. Цель – разработка критериев для выявления пользователей, имеющих риск возникновения зависимости от СС.

Вовлеченность в использование социальных сетей

Отечественный исследователь А.Е. Войскунский предложил использовать понятие «присутствие» для описания субъективного опыта пользователей СС, страдающих Интернет-зависимостью. Присутствие определяется как «сложный психосоциальный феномен, наблюдаемый при активно ощущаемом пребывании субъекта в ситуациях, предметных окружениях и социальных средах, отличных от ситуаций, окружений и сред, воспринимаемых сторонним наблюдателем» [Войскунский, 2015, С. 6]. С нашей точки зрения, концепт «присутствие», схватывая существенный аспект нахождения пользователей в СС, имплицитно

Сильченко Д.В., Шумский В.Б. Психологическое благополучие пользователей... содержит в себе коннотации, относящиеся к «растворению» человека в виртуальном пространстве СС, к снятию субъект-объектного различия между человеком и виртуальностью.

Для описания поведения и эмоционального состояния не только зависимых, но и «обычных» пользователей СС, мы предлагаем использовать термин «вовлеченность». Мы будем понимать вовлеченность в использование социальных сетей как состояние активного обращения индивида с содержанием социальных сетей и участие в его создании.

В нескольких исследованиях, посвященных СС, также используется термин вовлеченность (involvement), под которым подразумевается: «степень психологической зависимости от Facebook» [Yu et al., 2012]; «персональная соотнесённость, или степень участия пользователя в различных процессах в социальных сетях» [Kim, Um, 2016]; «степень заинтересованности, эмоциональной привязанности или принадлежности человека к социальным медиа» [Amago, Duarte, 2015]. Предлагаемое нами определение вовлеченности, как представляется, является более общим, включающим в себя отдельные аспекты взаимодействия пользователей с СС, которые выделяют разные авторы.

Мы сформулировали следующие гипотезы исследования:

- могут быть выделены разные уровни вовлеченности в использование СС;
- у пользователей с низким и высоким уровнем вовлеченности различаются виды активности в СС и субъективные переживания, связанные с СС;
- существуют статистически значимые различия в показателях субъективного благополучия и аутентичности у пользователей с высоким и низким уровнем вовлеченности.

Исследование 1

Цель: установление критериев различения уровней вовлеченности в использование СС.

Выборка и процедура исследования

Выборку составили 27 добровольцев, привлеченных через социальные сети – 15 (56%) женщин и 12 (44%) мужчин в возрасте от 19 до 32 лет ($M=24,2$; $SD=3,3$). Основание для включения в выборку было достаточно широким: приглашались как пользователи, которым было бы интересно обсудить свой опыт в СС, так и пользователи, которые в течение последних нескольких месяцев испытывают некоторое беспокойство в связи со своим нахождением в СС.

Все участники являлись пользователями как минимум трех СС – ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram и др.

С каждым из респондентов проводилось полуструктурированное интервью продолжительностью от 1 до 1,5 часа, основу которого составили самые общие вопросы об использовании СС:

- чем Вы обычно занимаетесь в СС;
- что Вам нравится в СС, а что – не нравится;
- какое значение имеют СС в Вашей жизни;
- в чем, по-Вашему, позитивные и негативные стороны широкого распространения СС.

Феноменологический анализ текстов интервью проводился по методике П. Колацци [Спинелли, 2014; Colaizzi, 1978; Morrow et al., 2015], в которой предложена ясная последовательность шагов описательного феноменологического исследования. Тексты каждого из 27 интервью анализировались авторами статьи независимо друг от друга (выделение, кодирование и группирование смысловых единиц, выявление релевантных цели исследования общих тем, присутствующих во всех интервью), окончательные результаты формировались в совместном обсуждении авторов.

Результаты

На основании феноменологического анализа текстов интервью было обнаружено, что уровень вовлеченности в использование СС связан с тремя ключевыми темами:

- количество времени, которое пользователь ежедневно посвящает сайтам СС;
- отношение близких (члены семья, друзья, романтический партнер) к тому, что пользователь столько времени проводит в СС;
- отношение самого пользователя к собственному опыту нахождения в СС;

Выделенные нами уровни вовлеченности в использование СС представлены в табл. 1, примеры описания субъективного опыта респондентов с разным уровнем вовлеченности приведены в табл. 2.

Таблица 1

Критерии выделения уровней вовлеченности в использование социальных сетей

Составляющие критерия выделения уровня вовлеченности	Уровень вовлеченности		
	Низкий	Промежуточный	Высокий
Количество часов в СС в день	Менее 1 часа	1-3 часа	3-8 и более часов
Отношение близких	Позитивное / нейтральное	Нейтральное / обеспокоенное	Обеспокоенное / негативное
Отношение самого пользователя к собственному опыту в СС	Субъективное беспокойство не возникает	Субъективное беспокойство не возникает	Возникает субъективное беспокойство

Таблица 2

Примеры описания опыта респондентов с разным уровнем вовлеченности в СС

Уровень вовлеченности	Низкий	Промежуточный	Высокий
Примеры описания опыта респондентов	«Для меня это инструмент, ну как телефон, если есть в этом какая-то функциональная необходимость – воспользуюсь, если нет, то просто не буду даже открывать». «Я никогда не слышал от своей супруги ни одного слова о том, что я	«Порой меня что-то очень заинтересует, и я могу не один час смотреть всё, читать, общаться, а иной день вовсе и не тянет. Могу и не заходить даже, или просто полистать ленту новостей минут 20». «Если есть что-то, что меня привлекает, я могу и задержаться. Но, когда чувствую, что уже слишком	«Когда я в социальных сетях, то другой мир – он как будто исчезает. А этот мир, он не такой, он, с одной стороны, манит, с другой пугает. Меня туда словно затягивает, чувствую, что беспомощна перед этой тягой. Это просто пугает. Я-настоящая растворяюсь в этом».

	<p>что-то не то делаю в СС. Это занимает так мало времени всегда, что она просто не замечает этот момент даже, я думаю».</p>	<p>погрузилась, просто говорю себе: “Стоп. На сегодня с тебя хватит”,- и быстро переключаюсь на другие дела. То есть, я всегда слушаю, что мне действительно нужно в данный момент».</p> <p>«Когда я засижусь, родители могут спросить: “Что ты там такое интересное нашёл?” Но никто никогда мне не говорил чего-то отрицательного на этот счет».</p>	<p>«Я, когда сижу там постоянно, могу чуть ли не сутки напролет там быть, и что я делаю – непонятно. Вроде как пока я там, меня это даже раздражает, злит. Мол: “Слабохарактерная какая!” Да зачем мне это всё? Захочу, и выйду! И не буду там, как дурочка в этот экран глазками пустыми хлопать!” А только выхожу, так сама не понимаю, как я через пару минут уже там. Как в тумане все просто. Как будто не я, а кто-то другой меня туда приводит».</p>
--	--	--	---

Таким образом, мы можем сказать, что с уверенностью могут быть выделены два уровня вовлечённости в использование СС – низкий и высокий. Из содержания текстов интервью респондентов мы видели, что на уровне феномена промежуточный уровень вовлеченности отличается от низкого и высокого, однако сформулировать ясные критерии этих отличий оказалось затруднительно.

Критерий для различения низкого и высокого уровней вовлеченности в использование СС содержит три компонента, которые должны присутствовать одновременно (Таблица 1):

- объективный – время, проводимое в СС (менее 1 часа / 3-8 и более часов);

- субъективный – отношение пользователя к собственному опыту пребывания в СС (беспокойства не возникает / присутствует выраженное беспокойство);
- интерсубъективный – отношение близких пользователя к тому, что он столько времени проводит в СС (позитивное или нейтральное / обеспокоенное или негативное).

Исследование 2

Цели: получение более подробной информации о видах активности и субъективных переживаниях пользователей СС с низким и высоким уровнем вовлеченности; сравнение показателей отчуждения и удовлетворенности жизнью пользователей с низким и высоким уровнем вовлеченности.

Выборка и процедура исследования

В исследовании участвовали привлеченные онлайн добровольцы, заинтересованные в рефлексии субъективного опыта, связанного с посещением СС. Каждый респондент предварительно заполнял анкету, в которой ему, помимо социологических данных, предлагалось указать примерное время, которое он ежедневно проводит в СС, кратко описать отношение своих близких к тому, сколько времени он проводит в СС, а также отметить, возникает ли у него ощущение беспокойства во время нахождения в СС.

В итоговую выборку вошло 50 респондентов, чей опыт соответствовал низкому и высокому уровням вовлеченности, выделенным в исследовании 1. Группу пользователей с низким уровнем вовлеченности составили 24 человека: 11 (45,8%) женщин и 13 мужчин (54,2%) в возрасте от 20 до 32 лет ($M = 25.3$; $SD = 2.9$). Группу пользователей с высоким уровнем вовлеченности составили 26 человек: 13 (50%) женщин и 13 мужчин (50%) в возрасте от 19 до 31 года ($M = 24.5$; $SD = 3.2$).

Исследование 2 включало в себя качественную и количественную части. В ходе качественной части, направленной на уточнение и углубление результатов Исследования 1, с каждым из респондентов было проведено полуструктурированное интервью продолжительностью от 1 до 1,5 часов, нацеленное на раскрытие следующих основных вопросов:

- какие виды активности в СС свойственны Вам?
- какие чувства вызывают у Вас те или иные виды активностей в СС?
- какие чувства Вы испытываете в связи с количеством времени, которое уделяете СС?
- что побуждает Вас к использованию СС?

Сильченко Д.В., Шумский В.Б. Психологическое благополучие пользователей...

- как Вы понимаете то, для чего проводите время в СС?
- как относятся близкие к тому, сколько времени Вы уделяете СС?
- какие чувства возникают у Вас при мыслях о том, что СС могут стать для него полностью недоступными?
- был ли у Вас опыт невозможности обращения к СС?

Обработка текстов интервью респондентов проводилась так же, как в Исследовании 1.

В количественной части исследования для оценки уровня субъективного благополучия респондентов были выбраны две экспресс-шкалы, которые систематически используются в массовых опросах и межнациональных мониторингах в зарубежных исследованиях [Осин, Леонтьев, 2008]:

1. Шкала удовлетворенности жизнью Э. Динера в адаптации Д.А. Леонтьева. Единственный показатель опросника измеряет когнитивную оценку соответствия жизненных обстоятельств ожиданиям индивида [там же].
2. Шкала субъективного счастья С. Любомирски в адаптации Д.А. Леонтьева. Единственный показатель опросника измеряет эмоциональное переживание индивидом собственной жизни как целого, отражающее общий уровень психологического благополучия [там же].

Для оценки уровня аутентичности респондентов был выбран Опросник субъективного отчуждения (отчуждение как противоположность аутентичности), опирающийся на теорию экзистенциального невроза С. Мадди и др. [Осин, 2007; Леонтьев, Осин, 2011; Maddi, Kobasa & Hoover, 1979]. Преимущество этого опросника состоит в том, что он позволяет оценить выраженность отчуждения в пяти сферах жизни:

- отчуждение от работы;
- отчуждение от общества;
- отчуждение от других людей;
- отчуждение от семьи;
- отчуждение от самого себя.

Результаты исследования

В ходе феноменологического анализа текстов интервью были выявлены основные составляющие деятельностного, эмоционального и содержательно-смыслового аспектов пребывания в СС пользователей с низким и высоким уровнем вовлеченности (табл. 3):

Таблица 3

Деятельностный, эмоциональный и содержательно-смысловой аспекты пребывания в СС пользователей с низким и высоким уровнем вовлеченности (в скобках указано количество респондентов, отметивших тот или иной аспект опыта, связанного с СС)

Пользователи с низким уровнем вовлеченности (N = 24)	Пользователи с высоким уровнем вовлеченности (N = 26)
1. Основные виды активности в СС	
<ul style="list-style-type: none"> - общение с близкими, друзьями и деловыми партнерами посредством личных сообщений (N = 24); - просмотр обновлений новостной ленты (N = 20); - быстрый просмотр содержания отдельных сетевых групп и сообществ (N = 21); - быстрый просмотр личных страниц отдельных пользователей (N = 21); - создание собственных постов на странице или в группе (N = 17); - репосты записей других пользователей и сообществ (N = 20); - просмотр видеороликов (N = 23); - прослушивание аудиозаписей (N = 21). 	<ul style="list-style-type: none"> - общение с друзьями «из реальной жизни» (N = 26); - общение с «интересными людьми», с которыми пользователь познакомился в СС (N = 20); - комментирование постов других пользователей и сообществ (N = 19); - «троллинг» других пользователей (N = 14); - просмотр новостной ленты (N = 26); - просмотр содержания отдельных сетевых групп и сообществ (N = 24); - просмотр личных страниц отдельных пользователей (N = 22); - создание собственных постов на странице или в группе (N = 18);

	<p>- репосты записей других пользователей и сообществ (N = 18);</p> <p>- просмотр видеороликов (N = 26);</p> <p>- прослушивание аудиозаписей (N = 22).</p>
<p>2. Переживания, связанные с пребыванием в СС</p>	
<p>Отдельные виды активностей в СС сами по себе не вызывают каких-либо чувств, пользователи данной группы переживают эмоции, связанные с достижением той или иной цели, поставленной ими в СС (N = 24).</p> <p>Присутствует <i>чувство свободы</i> по отношению к СС и принимаемым в связи с ними решениями (N = 24).</p>	<p>Нахождение в СС в целом и отдельные виды активностей могут вызывать достаточно противоречивые чувства:</p> <ul style="list-style-type: none"> • радость от общения в СС (N = 20); • злость, раздражение на самого себя (N = 26) в связи с тем, что человек не может «справиться с собой», не предпринимает попытки «использовать это время более достойно». <p>Присутствует переживание времени, проведенного в СС как «упущенного времени реальной жизни» (N = 26):</p> <ul style="list-style-type: none"> • будто бы на самом деле они «сбегают в другую реальность» (N = 19); • будто бы над ними «постоянно висит какой-то тяжелый груз» из-за того, что они не используют это время по-другому (N = 26). <p>Эти фоновые чувства не дают в полной мере переживать позитивные эмоции, которые возникают в тех или иных видах активностей в СС (N = 26).</p>
<p>3. Собственное понимание оснований пребывания в СС</p>	

<p>СС как «инструмент», «средство» для достижения поставленных задач и целей (N = 24).</p> <p>Каждый вход и выход из СС переживается как <i>собственное решение</i> (N = 24).</p>	<p>Респонденты данной группы описывают, что нечто их словно «непреодолимо тянет» или «толкает» в СС (N = 26).</p> <p>Чаще всего «тянут» те особенные, важные и ценные для них переживания, которые в их конкретной индивидуальной жизни они могут получить только в пространстве СС (N = 23).</p> <p>«Толкают» в СС неблагоприятные внешние обстоятельства: пользователи находят в СС чувство спокойствия и защищенности, переживают СС как место куда можно «убежать», место, в котором они все контролируют, как пространство, в которое никто иной, кроме них, не имеет доступ (N = 20).</p>
<p>4. Отношение близких к пребыванию респондента в СС</p>	
<p>Положительное (N = 24).</p> <p>Нейтральное (N = 12).</p>	<p>Близкие относятся негативно и обеспокоенно, с некоторой периодичностью обращают на это внимание пользователя (N = 26).</p> <p>Пользователи говорят о том, что так они могут почувствовать от близких настоящее внимание к своей личности (N = 12).</p> <p>Часто пользователи отстаивают свою позицию в отношении СС перед близкими (N = 14) или игнорируют негативное отношение близких (N = 19).</p>
<p>5. Переживания при невозможности доступа к СС</p>	
<p>Ситуация невозможности доступа к социальным сетям не вызывает у пользователей данной группы сильных</p>	<p>Присутствуют два вида переживаний (N = 26):</p>

<p>негативных или позитивных чувств. В случае если социальные сети становятся недоступными, они могут воспользоваться «другими средствами для решения необходимого вопроса» (N = 24).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Невозможность доступа к социальным сетям как освобождение, как то, что дает свободу и возможность быть самим собой (N = 18). • Невозможность доступа к социальным сетям как «<i>потеря защищенности</i>», «<i>потеря свободы</i>», «<i>потеря своего места</i>», лишение возможности «<i>нормальной жизни</i>» (N = 24). <p>Пользователи описывают оба вида вне зависимости от того, был ли уже реально такой опыт в их отношениях с СС.</p>
---	---

В табл. 4 представлены результаты сравнения средних значений показателей опросников на субъективное психологическое благополучие и на отчуждение пользователей СС с низким и высоким уровнем вовлеченности.

Результаты количественного исследования оказались ожидаемыми. Группа пользователей с высоким уровнем вовлеченности в СС продемонстрировала значимо более низкие показатели удовлетворенности жизнью и субъективного переживания счастья и значимо более высокие показатели по всем шкалам опросника на отчуждение. Наибольшее различие между группами с высоким и низким уровнем вовлеченности в СС наблюдается по субшкале «Отчуждение от самого себя», наименьшее – по субшкале «Отчуждение от общества».

Таблица 4

Различия в уровнях отчуждения, удовлетворенности жизнью и субъективного счастья у пользователей СС с низким и высоким уровнем вовлеченности. T-test для двух независимых выборок.

	Низкий уровень вовлеченности N = 24	Высокий уровень вовлеченности N = 26	Низкий/Высокий	
	M (SD)	M (SD)	t-test (df=48)	Cohen's d

Отчуждение от работы	20,76 (10,06)	47,95 (27,11)	-4,62	-1,32
Отчуждение от общества	13,09 (6,92)	53,27 (24,37)	-7,78	-0,77
Отчуждение от других людей	19,27 (14,53)	53,85 (29,99)	-5,13	-1,46
Отчуждение от семьи	9,93 (10,30)	44,80 (30,41)	-5,34	-1,53
Отчуждение от самого себя	10,83 (4,62)	50,13 (18,75)	-9,98	-2,87
Субъективный уровень счастья	4,90 (0,78)	3,29 (0,78)	7,29	2,06
Уровень удовлетворенности жизнью	27,25 (4,55)	15,54 (6,17)	7,58	2,15

Примечания. Все коэффициенты значимы на уровне $p < 0,001$.

Обсуждение результатов

Сравнение групп пользователей с низким (НУВ) и высоким уровнями вовлеченности (ВУВ) демонстрирует существование различий в видах активности и субъективных переживаниях пребывания в СС, а также в показателях удовлетворенности жизнью и отчуждения.

Для пользователей с НУВ социальные сети представляют собой средство, инструмент для достижения поставленных целей. В отличие от этого, для пользователей с ВУВ социальные сети – важнейшая часть их повседневной жизни, ещё одна, параллельная реальность, существенные характеристики которой описываются как: «Место, где я могу скрыться от существующих проблем», «Место, где я могу всем управлять», «Тут всё решаю я и никто мне не указ», «Спокойный, добрый и уютный мир» и т.п. Порой пользователи начинают настолько переносить свою жизнь в онлайн-среду, что постепенно их контакты в оффлайн-пространстве максимально сокращаются, они становятся необщительными и избегают реальных социальных отношений.

Перечень видов активностей представителей обеих групп практически идентичен. Главное отличие заключается в том, какой смысл видят пользователи разных групп в этих активностях. Участники с НУВ в большей степени ориентированы на цель и результат, который они достигают благодаря этим активностям – например, они узнают что-то важное из новостей в СС. Для пользователей с ВУВ скорее важен сам процесс той активности, в которую они включаются, и характерно отсутствие определенной цели. Так респонденты описывают ситуации, когда в течение нескольких часов листают новостную ленту СС без конкретной цели и не могут остановиться. Единственным различием в видах активностей в СС является «троллинг» других пользователей, о котором говорят только участники группы с ВУВ. Для них он выступает одним из способов проживания агрессии.

Пользователи с ВУВ представляются более пассивными и отдаленными внешним обстоятельствам – в нашей выборке это 100% респондентов. Приведем характерную, с нашей точки зрения, цитату из интервью: «Социальные сети меня будто проглатывают. Это противное чувство. Будто я безвольной какой-то становлюсь. Ладно бы там было что-то очень полезное для меня, так нет, я же просто листаю, листаю, листаю эту ленту группы какой-нибудь или инстаграма. Даже особо не смотрю иногда, что-то там, листаю и листаю. Словно я растворилась совсем».

Пользователи с ВУВ не ощущают себя свободными в своих отношениях с СС, переживая, что в социальные сети их что-то «тянет», «толкает», что-то «заставляет» их обращаться к этим ресурсам (100% выборки). Респонденты с НУВ, напротив, берут на себя ответственность за принятые решения, являются активными участниками своей жизни (100% выборки). Пример из интервью: «Я сама решаю, заходить мне туда или нет. Я захожу проверить диалоги, проверить новости тогда, когда знаю, что там могли произойти какие-то изменения и тогда, когда понимаю, что вот эти несколько минут я могу уделить социальным сетям. Если в это время есть что-то более интересное, важное или ценное для меня, то мыслей о том, чтобы зайти туда даже и не возникает».

У пользователей группы с ВУВ возникает злость и раздражение из-за того, что они много времени уделяют СС (100% выборки). Эти данные соответствуют результатам исследования, в котором показано, что использование Facebook может негативно влиять на настроение пользователей, поскольку они чувствуют, что потеряли время и занимаются чем-то бессмысленным в этой СС [Sagioglou, Greitemeyer, 2014].

Из результатов, полученных в ходе количественного исследования, следует, что группа пользователей с ВУВ имеет более высокие показатели в уровне отчуждения и более низкие – в субъективном уровне переживания счастья и удовлетворенности жизнью, чем пользователи с НУВ. Эти данные согласуются с исследованиями, показавшими, что симптомы, связанные с привыканием пользователей к проблемному типу использования социальных сетей, могут оказывать негативное влияние на общее психологическое благополучие [Marino et al., 2018] и что проблемное использование СС положительно коррелирует с переживанием одиночества [Skues et al., 2012].

В настоящее время исследователи выделяют две основные гипотезы относительно мотивации к использованию СС [Zywica, Danowski, 2008]:

- мотивация социального обогащения – обращаясь к СС, пользователи еще сильнее увеличивают свой высокий уровень психологического благополучия [Bhattacharjee, Mogilner, 2014; Ellison et al., 2007; Valenzuela et al., 2009; Wallsten, 2015; Wilcox, Stephen 2013];
- мотивация социальной компенсации – благодаря использованию СС, пользователи восполняют дефицит психологического благополучия [Forest, Wood, 2012; Kross et al., 2013; Lee et al., 2016; Lemieux et al., 2013; Sheldon, Gunz, 2009; Skues et al., 2012].

Основываясь на текстах интервью наших респондентов, мы полагаем, что пользователи с НУВ используют СС в соответствии с мотивацией социального обогащения. Кроме того, благодаря СС пользователи с НУВ получают дополнительные ресурсы для достижения поставленных целей – например, возможности для получения информации, последних новостей, поиска работы, социальных контактов и т. д.

В свою очередь пользователи с ВУВ обращаются к СС исходя из мотивации социальной компенсации, чтобы восполнить дефицит собственного психологического благополучия. Пример из интервью: «Усталость, тотальная усталость. Будто мне на плечи положили тяжелые мешки, я сгорбилась, и еще чуть-чуть, и я упаду. И как только я в сети, дышать мне становится легче. Да на меня все еще давит многое, но меньше, чем было, значительно меньше». Пользователи с ВУВ также говорят о том, что получают в СС «новое, защищенное пространство для жизни», «единственную возможность для общения с интересными людьми», «место, где можно не прятать свои чувства». Таким образом, социальные сети могут помогать людям справляться с негативными переживаниями, вызванными внешними факторами из

Сильченко Д.В., Шумский В.Б. Психологическое благополучие пользователей... оффлайн-среды. Однако в этом может скрываться определенный риск для пользователей с ВУВ, которые обращаются к СС для восполнения того или иного дефицита, который обнаруживается в их реальной жизни. Если дефицит восполняется, но должным образом не обрабатываются причины, вызвавшие этот дефицит, то стремление «убежать от реальности» в СС может способствовать возникновению зависимости от социальных сетей.

Ряд авторов полагает мотивации социального обогащения и социальной компенсации конкурирующими [Sheldon, Gunz, 2009; Zywicki, Danowski, 2008]. Результаты нашего исследования позволяют сделать предположение, что эти мотивации скорее дополняют друг друга, что проявляется у пользователей СС, попадающих в промежуточный континуум между высоким и низким уровнями вовлеченности (Таблицы 1 и 2).

Ограничения исследования и выводы

Ограничение качественной части проведенного исследования, с нашей точки зрения, связано с тем, что особенности конкретной социальной сети могут как расширять, так и ограничивать виды активностей пользователей и содержательно-смысловое наполнение этих активностей. По этой причине в дальнейшем целесообразно провести исследование для уточнения особенностей вовлеченности пользователей конкретных социальных сетей. Ограничения количественной части исследования обусловлено небольшим размером выборки – в этой связи его следует считать пилотажным. Нам также представляется важным сравнение показателей количественных методик у групп пользователей СС различных возрастов.

Результаты нашего исследования показывают, что могут быть выделены группы пользователей СС с низким и высоким уровнем вовлеченности. У этих групп отличаются деятельностный, эмоциональный и содержательно-смысловой аспекты нахождения в СС. Критерий выделения уровней вовлеченности является комплексным, включающим в себя объективный компонент – время, ежедневно проводимое в СС, субъективный компонент – отношение пользователя к собственному опыту нахождения в СС и интерсубъективный компонент – отношение близких пользователя к его активности в СС.

Полученные нами данные о субъективном переживании качества жизни пользователей СС с низким и высоким уровнями вовлеченности хорошо согласуются и дополняют результаты других исследований, посвященных психологическому благополучию пользователей социальных сетей [Ellison et al., 2007; Forest, Wood, 2012; Marino et al., 2018; Satici, Uysal, 2015; Skues et al., 2012; Wang, 2013]. С нашей точки зрения, выделенные нами критерии для

Сильченко Д.В., Шумский В.Б. Психологическое благополучие пользователей... определения пользователей СС с ВУВ могут найти применение в качестве скринингового инструмента для выявления участников интернет-коммуникаций, имеющих риск возникновения интернет-зависимости.

Литература

Войскунский А.Е. Концепции зависимости и присутствия применительно к поведению в Интернете. Медицинская психология в России: электрон. науч. журн, 2015, No. 4(33), с. 6.

Леонтьев Д.А., Осин Е.Н. Методологические и методические вопросы эмпирического изучения и диагностики личностного потенциала. В кн.: Личностный потенциал: структура и диагностика. Науч. ред.: Д.А. Леонтьев. М.: Смысл, 2011, 404-423.

Осин Е.Н. Смыслоутрата как переживание отчуждения: Структура и диагностика: Дис. ... канд. психол. наук. М.: МГУ, 2007.

Осин Е.Н., Леонтьев Д.А. Апробация русскоязычных версий двух шкал экспресс-оценки субъективного благополучия. Материалы III Всероссийского социологического конгресса. М.: Институт социологии РАН; Российское общество социологов, 2008.

Спинелли Э. Интерпретируемый мир. Введение в феноменологическую психологию. Феноменологическое исследование. HORIZON. Феноменологические исследования, 2014, No. 3(2), 144–158.

Amaro S., Duarte P. An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online, 2015, Vol. 46, 64–79.

Bevan J.L., Gomez R., Sparks L. Disclosures about important life events on Facebook: Relationships with stress and quality of life. Computers in Human Behavior, 2014, Vol. 39, 246–253.

Bhattacharjee A., Mogilner C. Happiness from ordinary and extraordinary experiences. Consum. Res, 2014, Vol. 41, No.1, 1–17.

Włachnio A., Przepiorka A., Pantic I. Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: a cross-sectional study. Comput. Human. Behav., 2016, Vol. 55, 701–705.

Campisi J., Folan D., Diehl G., Kable T., Rademeyer C. Social media users have different experiences, motivations, and quality of life. *Rademeyer. Psychiatry Research*, 2015, Vol. 228, No.3, 774–780.

Colaizzi P.F. Psychological Research as the Phenomenologist Views It. // In R. S. Valle, M. King (Eds.), *Existential-Phenomenological Alternatives for Psychology*. New York: Oxford University Press, 1978.

Dhir A., Kaur P., Lonka K., Tsai C.-C. Do psychosocial attributes of well-being drive intensive Facebook use? *Computers in Human Behavior*, 2017, Vol. 68, 520–527.

Ellison N.B., Steinfield C., Lampe C. The benefits of Facebook “friends”: social capital and college students' use of online social network sites. *Comput.-Mediat. Commun*, 2007, Vol.12, No. 4, 1143–1168.

Forest A.L., Wood J.V. When social networking is not working: individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychol.. Sci*, 2012, Vol. 23, No.3, 295–302.

Kim S., Um N.-H. Recognition in Social Media for Supporting a Cause: Involvement and Self-Efficacy as Moderators. *Social Behavior and Personality*, 2016, Vol. 44, No. 11, 1863-1877.

Kross E., Verduyn P., Demiralp E., Park J., Lee D.S., Lin N., Shablack H., Jonides J., Ybarra O. Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS ONE*, 2013, Vol. 8, No.8. 1–6.

Kuss D., Griffiths M. Online social networking and addiction – A review of the psychological literature. *Environ. Res. Public Health*, 2011, Vol. 8, 3528–3552.

Lee K.-T., Noh M.-J., Koo D.-M. Lonely people are no longer lonely on social networking sites: the mediating role of self-disclosure and social support. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw.*, 2016, Vol. 16, No.6, 413–418.

Lemieux R., Lajoie S., Trainor N.E. Affinity-seeking, social loneliness, and social avoidance among Facebook users. *Trainor. Psychol. Rep*, 2013, Vol. 112, No.2, 545–552.

Lou L.L., Yan Z., Nickerson A., McMorris R. An examination of the reciprocal relationship of loneliness and Facebook use among first-year college students. *Educ. Comput. Res*, 2012. Vol. 46, No. 1, 105–117.

Maddi S.R., Kobasa S.C., Hoover M. An alienation test. *J. of Humanistic Psychology*, 1979, Vol. 19, 73-76.

Marino C., Gini G., Vieno A., Spada M.M. The associations between problematic Facebook use, psychological distress and well-being among adolescents and young adults: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders*, 2018, Vol. 226, 274–281.

Morrow R., Rodriguez A., King N. Colaizzi's descriptive phenomenological method. *The Psychologist*, 2015, 28(8), 643-644.

Park N., Lee S. College students' motivations for Facebook use and psychological outcomes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2014, Vol. 58, No. 4, 601-620.

Phu B., Gow A.J. Facebook use and its association with subjective happiness and loneliness. *Computers in Human Behavior*, 2019, Vol. 92, 151–159.

Sagioglou C., Greitemeyer T. Facebook's emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. *Computers in Human Behavior*, 2014, Vol. 35, 359-363.

Satici S.A., Uysal R. Well-being and problematic Facebook use. *Comput. Human. Behav*, 2015, Vol. 49, 185–190.

Sheldon K.M., Gunz A. Psychological needs as basic motives, not just experiential requirements. *J. Pers*, 2009, Vol. 77, No.5, 1467–1492.

Skues J.L., Williams B., Wise L. The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Comput. Hum. Behav*, 2012, Vol. 28, No.6, 2414–2419.

Сильченко Д.В., Шумский В.Б. Психологическое благополучие пользователей...

Valenzuela S., Park N., Kee K.F. Is there social Capital in a Social Network Site? Facebook use and college Students' life satisfaction, trust, and participation. *J. Comput. Mediat. Commun*, 2009, Vol. 14, No.4, 875–901.

Valkenburg P.M., Peter J. Online communication and adolescent well-being: testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Comput.-Mediat. Commun*, 2007, Vol. 12, No.4, 1169–1182.

Verduyn P., Lee D.S., Park J., Shablack H., Orvell A., Bayer J., ... Kross E. Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 2015, Vol. 144, No. 2, 480.

Wallsten S. What we are not doing when we're online. *Economic Analysis of the Digital Economy*. University of Chicago Press, Chicago, IL (forthcoming), 2015.

Wang S.S. 'I share, therefore I Am': personality traits, life satisfaction, and Facebook check-ins. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw*, 2013, Vol. 16, No.12, 870–877.

Wilcox K., Stephen A.T. Are close friends the enemy? Online social networks, self-esteem, and self-control. *J. Consum. Res*, 2013, Vol. 40, No.1, 90–103.

Yu S.-C., Hsu W.-H., Yu M.-N., & Hsu H.-Y. Is the use of Social Networking Sites Correlated with Internet Addiction? Facebook Use among Taiwanese College Students. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 2012, Vol. 68, P. 1659-1661.

Zywica J., Danowski J. The faces of Facebookers: investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *J. Comput.-Mediat. Commun*, 2008, Vol. 14, No.1, P. 1–34.

Поступила в редакцию 01 февраля 2021 г. Дата публикации: 31 октября 2021г.

Сведения об авторах

Сильченко Д.В., Шумский В.Б. Психологическое благополучие пользователей...

Сильченко Дарья Валерьевна. Магистр психологии, аспирант Школы психологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», ул. Мясницкая, д. 20, 101000 Москва, Россия.

Е-mail: daria.silchenko@yandex.ru

Шумский Владимир Борисович. Кандидат психологических наук, доцент Центра фундаментальной и консультативной персонологии департамента психологии факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», ул. Мясницкая, д. 20, 101000 Москва, Россия.

Е-mail: vshymk@hse.ru

Ссылка для цитирования

Сильченко Д.В., Шумский В.Б. Психологическое благополучие пользователей социальных сетей с разным уровнем вовлеченности // Психологические исследования. 2021. Т. 14, № 79. С. 4. URL: <http://psystudy.ru>

Адрес статьи: <http://psystudy.ru/index.php/num/2021v14n79/1943-silchenko79.html>

Сильченко Д.В.¹, Шумский В.Б.¹ Психологическое благополучие пользователей социальных сетей с разным уровнем вовлеченности
Silchenko D.V.¹, Shumskiy V.B.¹ Psychological well-being of social networks users with different level of involvement

¹National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

The article introduces the concept of "involvement" aimed to describe behavioral and emotional features of social network users. First stage of the study consisted of semi-structured interviews with social network users (N = 27). Based on the phenomenological analysis of the interview we identified high and low levels of involvement. A complex criterion for the distinction of the two involvement levels is proposed. Specifically, the criterion includes objective, subjective and intersubjective components. During the second stage of the study we conducted quantitative and qualitative comparison of the social network users with low and high levels of involvement (N = 50). Analysis of the interviews identified differences in activity-related, emotional, and content-semantic aspects of social network usage. High level of involvement was associated with lower levels of subjective happiness and life satisfaction, as well as with higher alienation among all spheres of life compared to those with low level of involvement. The involvement criterion is suggested as a screening tool for the risk of social network addiction.

Keywords: social network sites users, involvement, psychological well-being, alienation

References

Vojskunjkiy A.E. Konceptii zavisimosti i prisutstviya primenitel'no k povedeniyu v Internetе. Medicinskaya psihologiya v Rossii: elektron. nauch. zhurn. – 2015. – No. 4(33). – P. 6. (in Russian)

Leont'ev D.A., Osin E.N. Metodologicheskie i metodicheskie voprosy empiricheskogo izucheniya i diagnostiki lichnostnogo potenciala // Lichnostnyj potencial: struktura i diagnostika / Nauch. red.: D.A. Leont'ev. M.: Smysl, 2011. P. 404-423. (in Russian)

Osin E.N. Smysloutrata kak perezhivanie otchuzhdeniya: Struktura i diagnostika: Dis ... kand. psihol. nauk. – M.: MGU, 2007. (in Russian)

Osin E.N., Leont'ev D.A. Aprobaciya russkoyazychnyh versij dvuh shkal ekspress-ocenki sub'ektivnogo blagopoluchiya // Materialy III Vserossijskogo sociologicheskogo kongressa. – M.: Institut sociologii RAN; Rossijskoe obshchestvo sociologov, 2008. (in Russian)

Spinelli E. Interpretiruemyj mir. Vvedenie v fenomenologicheskuyu psihologiyu. Fenomenologicheskoe issledovanie. HORIZON. Fenomenologicheskie issledovaniya, 2014, No. 3(2), 144–158. (in Russian)

Amaro S., Duarte P. An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online, 2015, Vol. 46, 64–79.

Bevan J.L., Gomez R., Sparks L. Disclosures about important life events on Facebook: Relationships with stress and quality of life. Computers in Human Behavior, 2014, Vol. 39, 246–253.

Bhattacharjee A., Mogilner C. Happiness from ordinary and extraordinary experiences. Consum. Res, 2014, Vol. 41, No.1, 1–17.

Błachnio A., Przepiorka A., Pantic I. Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: a cross-sectional study. Comput. Human. Behav, 2016, Vol. 55, 701–705.

Campisi J., Folan D., Diehl G., Kable T., Rademeyer C. Social media users have different experiences, motivations, and quality of life. Rademeyer. Psychiatry Research, 2015, Vol. 228, No.3, 774–780.

Colaizzi P.F. Psychological Research as the Phenomenologist Views It. In R.S. Valle, M. King (Eds.), Existential-Phenomenological Alternatives for Psychology. New York: Oxford University Press, 1978.

Dhir A., Kaur P., Lonka K., Tsai C.-C. Do psychosocial attributes of well-being drive intensive Facebook use? Computers in Human Behavior, 2017, Vol. 68, 520–527.

Ellison N.B., Steinfield C., Lampe C. The benefits of Facebook “friends”: social capital and college students' use of online social network sites. Comput.-Mediat. Commun, 2007, Vol.12, No. 4, 1143–1168.

Forest A.L., Wood J.V. When social networking is not working: individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. Psychol. Sci, 2012, Vol. 23, No.3, 295–302.

Kim S., Um N.-H. Recognition in Social Media for Supporting a Cause: Involvement and Self-Efficacy as Moderators. *Social Behavior and Personality*, 2016, Vol. 44, No. 11, 1863-1877.

Kross E., Verduyn P., Demiralp E., Park J., Lee D.S., Lin N., Shablack H., Jonides J., Ybarra O. Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS ONE*, 2013, Vol. 8, No.8. 1–6.

Kuss D., Griffiths M. Online social networking and addiction – A review of the psychological literature. *Environ. Res. Public Health*, 2011, Vol. 8, 3528–3552.

Lee K.-T., Noh M.-J., Koo D.-M. Lonely people are no longer lonely on social networking sites: the mediating role of self-disclosure and social support. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw*, 2016, Vol. 16, No.6, 413–418.

Lemieux R., Lajoie S., Trainor N.E. Affinity-seeking, social loneliness, and social avoidance among Facebook users. *Trainor. Psychol. Rep*, 2013, Vol. 112, No.2, 545–552.

Lou L.L., Yan Z., Nickerson A., McMorris R. An examination of the reciprocal relationship of loneliness and Facebook use among first-year college students. *Educ. Comput. Res*, 2012. Vol. 46, No. 1, 105–117.

Maddi S.R., Kobasa S.C., Hoover M. An alienation test. *J. of Humanistic Psychology*, 1979, Vol. 19, 73-76.

Marino C., Gini G., Vieno A., Spada M.M. The associations between problematic Facebook use, psychological distress and well-being among adolescents and young adults: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders*, 2018, Vol. 226, 274–281.

Morrow R., Rodriguez A., King N. Colaizzi's descriptive phenomenological method. *The Psychologist*, 2015, 28(8), 643-644.

Park N., Lee S. College students' motivations for Facebook use and psychological outcomes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2014, Vol. 58, No. 4, 601-620.

Phu B., Gow A.J. Facebook use and its association with subjective happiness and loneliness. *Computers in Human Behavior*, 2019, Vol. 92, 151–159.

Sagioglou C., Greitemeyer T. Facebook's emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. *Computers in Human Behavior*, 2014, Vol. 35, 359-363.

Satici S.A., Uysal R. Well-being and problematic Facebook use. *Comput. Human. Behav*, 2015, Vol. 49, 185–190.

Sheldon K.M., Gunz A. Psychological needs as basic motives, not just experiential requirements. *J. Pers*, 2009, Vol. 77, No.5, 1467–1492.

Skues J.L., Williams B., Wise L. The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Comput. Hum. Behav*, 2012, Vol. 28, No.6, 2414–2419.

Valenzuela S., Park N., Kee K.F. Is there social Capital in a Social Network Site? Facebook use and college Students' life satisfaction, trust, and participation. *J. Comput. Mediat. Commun*, 2009, Vol. 14, No.4, 875–901.

Valkenburg P.M., Peter J. Online communication and adolescent well-being: testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Comput.-Mediat. Commun*, 2007, Vol. 12, No.4, 1169–1182.

Verduyn P., Lee D.S., Park J., Shablack H., Orvell A., Bayer J., ... Kross E. Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 2015, Vol. 144, No. 2, 480.

Wallsten S. What we are not doing when we're online. *Economic Analysis of the Digital Economy*. University of Chicago Press, Chicago, IL (forthcoming), 2015.

Wang S.S. 'I share, therefore I Am': personality traits, life satisfaction, and Facebook check-ins. *Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw*, 2013, Vol. 16, No.12, 870–877.

Wilcox K., Stephen A.T. Are close friends the enemy? Online social networks, self-esteem, and self-control. *J. Consum. Res*, 2013, Vol. 40, No.1, 90–103.

Сильченко Д.В., Шумский В.Б. Психологическое благополучие пользователей...

Yu S.-C., Hsu W.-H., Yu M.-N., & Hsu H.-Y. Is the use of Social Networking Sites Correlated with Internet Addiction? Facebook Use among Taiwanese College Students. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 2012, Vol. 68, P. 1659-1661.

Zywica J., Danowski J. The faces of Facebookers: investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *J. Comput.-Mediat. Commun.*, 2008, Vol. 14, No.1, P. 1–34.

Information about authors

Silchenko Daria V. MSc, Post-graduate student of the School of Psychology of National Research University Higher School of Economics, ul. Myasnitskaya, 20, 101000 Moscow, Russia.

E-mail: daria.silchenko@yandex.ru

Shumskiy Vladimir B. PhD, Associate Professor, Centre for Fundamental and Consulting Personology, Psychological Department, Faculty of Social Sciences, National Research University Higher School of Economics, ul. Myasnitskaya, 20, 101000 Moscow, Russia.

E-mail: vshymsk@hse.ru

To cite this article

Silchenko D.V., Shumskiy V.B. Psychological well-being of social networks users with different level of involvement