

## Аннотация

Взаимосвязь стратегий самопрезентации и ориентации на социальное сравнение студентов: аннотация к дипломной работе / Елизавета Андреевна Харитоновна ; БГУ, факультет философии и социальных наук, кафедра социальной и организационной психологии ; науч. рук. Галина Александровна Фофанова.

**Структура и объем дипломной работы.** Дипломная работа *состоит* из оглавления, реферата дипломной работы, введения, 2 глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий *объем* работы составляет 123 страницы, в том числе 10 рисунков, 1 таблица, 9 приложений, 103 источника.

**Ключевые слова:** САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ, СТРАТЕГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ, СЕТЕВАЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ, САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ СТУДЕНТОВ, СОЦИАЛЬНОЕ СРАВНЕНИЕ, ОРИЕНТАЦИЯ НА СОЦИАЛЬНОЕ СРАВНЕНИЕ, ОРИЕНТАЦИЯ НА СОЦИАЛЬНОЕ СРАВНЕНИЕ СТУДЕНТОВ.

*Объект исследования:* социальное сравнение.

*Предмет исследования:* взаимосвязь ориентации на социальное сравнение и стратегий самопрезентации студентов.

*Цель исследования:* охарактеризовать взаимосвязь стратегий самопрезентации и ориентации на социальное сравнение студентов.

Для достижения поставленной цели использовался метод теста-опроса с применением трёх методик: «Стратегии самопредъявления» (И.П. Шкуратова), «Опросник самопрезентации в социальной сети» (адаптация Д.С. Корниенко и соавт.), а также «Опросник ориентации на социальные сравнения» (Е.С. Самойленко и соавт.).

Установлено, что ведущей стратегией самопрезентации в нецифровой среде является «Стремление понравиться», а в электронных социальных сетях – «Реальное демонстративное Я». Женщины чаще прибегают к просоциальным стратегиям, а пользователи TikTok и Instagram – к более выраженному самопродвижению, демонстрации примерности и проявлению «Реального демонстративного Я» в электронных социальных сетях. Ориентация на социальное сравнение преимущественно проявляется через сравнение с собой.

Исследование показало статистически значимые связи между просоциальными стратегиями самопрезентации («Стремление понравиться», «Примерность», «Самопродвижение»), а также стратегии «Демонстрация слабости» и ориентацией на социальное сравнение. Стратегии «Фальшивое обманное Я» и «Запугивание» таких связей не продемонстрировали, что может

свидетельствовать об их независимости от социально-сравнительных мотивов.

Научная новизна исследования состоит в комплексном анализе взаимосвязи стратегий самопрезентации и ориентации на социальное сравнение с учётом специфики онлайн- и оффлайн-контекста среди студентов. Практическая значимость работы заключается в возможности применения полученных результатов в образовательной среде, консультировании студентов и разработке программ по развитию коммуникативной компетентности и цифровой этики.

Дипломная работа является самостоятельным научным исследованием автора, оригинальность составила 80,43%.

Результаты исследования могут быть использованы практическими психологами при анализе взаимодействий в электронных социальных сетях в контексте дистанционного образования, при формировании и управлении образовательными и развивающимися сообществами в электронных социальных сетях, при создании обучающих программ, целью которых является расширение набора стратегий и тактик для эффективной виртуальной самопрезентации в личных и профессиональных целях, в процессе предотвращения зависимости от интернета, при оказании поддержки молодежи в процессе социализации и адаптации в условиях информационного общества.

## **Анотацыя**

Узаемасувязь стратэгий самапрэзентацыі і арыентацыі на сацыяльнае параўнанне студэнтаў: анатацыя да дыпломнай працы / Елізавета Андрэеўна Харытонова ; БДУ, факультэт філасофіі і сацыяльных навук, кафедра сацыяльнай і арганізацыйнай псіхалогіі; навук. кір. Галіна Аляксандраўна Фафанава.

**Структура і аб'ём дыпломнай працы.** Дыпломная праца складаецца з зместу, рэферату, уступу, 2 раздзелаў, заключэння, спіса выкарыстаных крыніц і дадаткаў. Агульны аб'ём працы — 123 старонкі, у тым ліку 10 малюнкаў, 1 табліца, 9 дадаткаў, 103 крыніцы.

**Ключавыя словы:** САМАПРЭЗЕНТАЦЫЯ, СТРАТЭГІІ САМАПРЭЗЕНТАЦЫІ, СЕТКАВАЯ САМАПРЭЗЕНТАЦЫЯ, САМАПРЭЗЕНТАЦЫЯ СТУДЭНТАЎ, САЦЫЯЛЬНАЕ ПАРАЎНАННЕ, АРЫЕНТАЦЫЯ НА САЦЫЯЛЬНАЕ ПАРАЎНАННЕ, АРЫЕНТАЦЫЯ НА САЦЫЯЛЬНАЕ ПАРАЎНАННЕ СТУДЭНТАЎ.

*Аб'ект даследавання:* сацыяльнае параўнанне.

*Прадмет даследавання:* узаемасувязь стратэгіі самапрэзентацыі і арыентацыі на сацыяльнае параўнанне студэнтаў.

*Мэта даследавання:* ахарактарызаваць узаемасувязь стратэгіі самапрэзентацыі і арыентацыі на сацыяльнае параўнанне студэнтаў.

Для дасягнення пастаўленай мэты быў выкарыстаны метада тэставага апытання з ужываннем трох методак: «Стратэгіі самапрадстаўлення» (І.П. Шкуратава), «Апытальнік самапрэзентацыі ў сацыяльнай сетцы» (адаптацыя Д.С. Карніенка і сааўт.), а таксама «Апытальнік арыентацыі на сацыяльныя параўнанні» (Я.С. Самайленка і сааўт.).

Устаноўлена, што вядучай стратэгіяй самапрэзентацыі ў афлайн-асяроддзі з'яўляецца «Імкненне спадабацца», а ў анлайн-прасторы – «Рэальнае дэманстратыўнае Я». Жанчыны часцей ужываюць прасацыяльныя стратэгіі, а карыстальнікі TikTok і Instagram – больш выяўленае самапрасоўванне, дэманстрацыю прыкладнасці і праяўленне «Рэальнага дэманстратыўнага Я» ў інтэрнэце. Арыентацыя на сацыяльнае параўнанне пераважна праяўляецца праз параўнанне з самім сабой.

Даследаванне паказала статыстычна значныя сувязі паміж прасацыяльнымі стратэгіямі самапрэзентацыі («Імкненне спадабацца», «Прыкладнасць», «Самапрасоўванне»), а таксама стратэгіяй «Дэманстрацыя слабасцяў» і арыентацыяй на сацыяльнае параўнанне. Стратэгіі «Фальшывае падманнае Я» і «Запалохванне» такіх сувязяў не выявілі, што можа сведчыць пра іх незалежнасць ад сацыяльна-параўнальных матываў.

Навуковая навізна даследавання заключаецца ў комплексным аналізе ўзаемасувязі стратэгіі самапрэзентацыі і арыентацыі на сацыяльнае параўнанне з улікам спецыфікі анлайн- і афлайн-кантэксту сярод студэнтаў. Практычная значнасць работы – у магчымасці выкарыстання атрыманых вынікаў у адукацыйным асяроддзі, кансультаванні студэнтаў і распрацоўцы праграм па развіцці камунікатыўнай кампетэнтнасці і лічбавай этыкі.

Дыпломная праца з'яўляецца самастойным навуковым даследаваннем аўтара, арыгінальнасць склала 80,43%.

Вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны практыкуючымі псіхолагамі пры аналізе ўзаемадзеянняў у электронных сацыяльных сетках у кантэксце дыстанцыйнай адукацыі, пры фарміраванні і кіраванні адукацыйнымі і развіваючымі супольнасцямі ў сацыяльных сетках, пры стварэнні навучальных праграм, скіраваных на пашырэнне набору стратэгіі і тактык эфектыўнай віртуальнай самапрэзентацыі ў асабістых і прафесійных мэтах, у прафілактыцы інтэрнэт-залежнасці, а таксама для падтрымкі моладзі ў працэсе сацыялізацыі і адаптацыі да ўмоў інфармацыйнага грамадства.

## Annotation

The relationship between students' self-presentation strategies and their orientation toward social comparison: annotation to the thesis / Elizabeth Kharitonova ; BSU, faculty of Philosophy and Social Sciences, department of Social and Organizational Psychology ; scientific supervisor: Galina Fofanova.

**Structure and scope of the diploma work.** The thesis consists of a table of contents, an abstract, an introduction, two chapters, a conclusion, a list of references, and appendices. The total length is 123 pages, including 10 figures, 1 table, 9 appendices, and 103 references.

**Keywords:** SELF-PRESENTATION, SELF-PRESENTATION STRATEGIES, ONLINE SELF-PRESENTATION, STUDENT SELF-PRESENTATION, SOCIAL COMPARISON, ORIENTATION TOWARD SOCIAL COMPARISON, STUDENTS' ORIENTATION TOWARD SOCIAL COMPARISON.

*The object of the research:* social comparison.

*The subject of the research:* the relationship between students' self-presentation strategies and their orientation toward social comparison.

*The purpose of the research:* to characterize the relationship between students' self-presentation strategies and their orientation toward social comparison.

To achieve this objective, a test-based survey method was used, incorporating three instruments: «Self-Presentation Strategies» (I.P. Shkuratova), «Social Network Self-Presentation Questionnaire» (adapted by D.S. Kornienko et al.), and the «Social Comparison Orientation Questionnaire» (E.S. Samoylenko et al.).

It was found that the leading self-presentation strategy in offline settings is «The Desire to Be Liked,» while in social network it is «Real Demonstrative Self.» Women tend to use more prosocial strategies, and users of TikTok and Instagram are more inclined toward self-promotion, demonstration of exemplary behavior, and expression of the «Real Demonstrative Self» in social network. Orientation toward social comparison is primarily manifested through self-comparison over time.

The study revealed statistically significant correlations between prosocial self-presentation strategies («Desire to Be Liked,» «Exemplarity,» «Self-Promotion»), as well as the strategy «Demonstration of Weaknesses,» and orientation toward social comparison. The strategies «Fake Deceptive Self» and «Intimidation» showed no such correlations, which may indicate their independence from social comparison motives.

Scientific novelty of the study lies in its comprehensive analysis of the relationship between self-presentation strategies and orientation toward social comparison, considering the specifics of online and offline contexts among students. Practical significance lies in the applicability of the results in educational

environments, student counseling, and the development of programs aimed at enhancing communication skills and digital ethics.

Practical significance includes the applicability of the findings in educational settings, student counseling, and the development of programs aimed at improving communication skills and digital ethics.

This thesis is an independent research project by the author, with an originality score of 80.43%.

The research results may be used by practicing psychologists when analyzing interactions in online social networks in the context of distance education, when building and managing educational and developmental communities online, when designing training programs aimed at expanding the repertoire of strategies and tactics for effective virtual self-presentation for personal and professional purposes, in preventing internet addiction, and in supporting youth during their socialization and adaptation to the information society.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Амяга, Н.В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении / Н.В. Амяга // Личность. Общение. Групповые процессы : сб. обзоров. - М. : АН СССР : ИНИОН, 1991. - С. 37-74.
2. Бороздина, Г.В. Психология делового общения: Учебное пособие / Г.В. Бороздина. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 224 с.
3. Головина, Г.М. Удовлетворенность жизнью и направленность на социальное сравнение людей разных динамических типов / Г.М. Головина, Т.Н. Савченко //Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2021. – Т. 6. – №. 4. – С. 55-75.
4. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – М. : ЧеРо, 1997. – 344 с.
5. Ефимова Г.З. Профессиональная самопрезентация научно-педагогических работников в виртуальных социальных сетях / Г.З. Ефимова //Социологическая наука и социальная практика. – 2023. – Т. 11. – №. 2 (42). – С. 57-79.
6. Жуков, Ю.М. Технологии командообразования. Учебное пособие / Ю.М. Жуков, А.В. Журавлев, Е.Н. Павлова. – М. : Аспект-Пресс. – 2008. – 320 с.
7. Корниенко, Д.С. Психометрические характеристики шкалы самопрезентации в социальной сети / Д.С. Корниенко, Ф. Дериш, Н.А. Руднова, Е.А. Горбушина // Психологические исследования. – 2021. – Т. 14. – №. 75. – 22 с.

8. Корниенко, Д.С. Особенности самопрезентации в социальной сети в связи с чертами большой пятерки и темной триады / Д.С. Корниенко, Н.А. Руднова, Е.А. Горбушина // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». – 2021. – Т. 31. – №. 1. – С. 45-53.
9. Крылов, Е.Ю. Формирование тактик целенаправленной самопрезентации у студентов в виртуальной среде : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / Е.Ю. Крылов. - СПб., 2012. - 22 с.
10. Кузнецова Е.В. Виртуальная самопрезентация лиц с различным типом личностной идентичности / Е.В. Кузнецова // Вестник экспериментального образования. – 2021. – №. 2. – С. 1-16.
11. Куницына, В.Н. Трудности межличностного общения : автореф. дис. ... д-ра психол. наук / В.Н. Куницына. – СПб., 1991. – 38 с.
12. Лабунская, В.А. Невербальное поведение: социально-перцептивный подход / В.А. Лабунская. – Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 1986. – 362 с.
13. Михайлова, Е.В. Самопрезентация: теории, исследования, тренинг / Е.В. Михайлова. – СПб. : Речь, 2007. – 224 с.
14. Петрова, Е.А. Визуальная психосемиотика общения / Е.А. Петрова. – Москва : Академия имиджеологии, 2015. – 322 с.
15. Пикулёва, О.А. Классификации самопрезентации личности: теоретические основания и проблемные аспекты / О.А. Пикулева // Вестник Ленинградского государственного университета им. АС Пушкина. – 2013. – Т. 5. – №. 1. – С. 63-69.
16. Пикулёва, О.А. Психологическая многозначность понятия «самопрезентация личности» и современные научные подходы к пониманию его содержания / О.А. Пикулева // Социальная психология и общество. – 2013. – Т. 4. – №. 2. – С. 21-37.
17. Пикулёва, О.А. Психология самопрезентации личности: гендерные и возрастные аспекты / О.А. Пикулева // Психологическая наука и образование. – 2013. – Т. 18. – № 4. – С. 37-44.
18. Пикулева, О.А. Социальная психология самопрезентации личности : дис. д-ра психол. наук : 19.00.05 / О.А. Пикулева – СПб., 2014. – 426 с.
19. Самойленко, Е.С. Методический инструмент измерения ориентированности на виды социального сравнения / Е.С. Самойленко, Т.Н. Савченко, А.В. Корбут // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития. – 2017. – С. 532-539.
20. Харитонова Е.А. Мотивы использования электронных социальных сетей белорусских студентов / Г.А.Фофанова, Е.А.Харитонова // Социально-психологические факторы межкультурной компетентности: сб.науч.статей (ред. И.А.Фурманов). – Минск, БГУ, 2025. – с.189-207

21. Хороших, В.В. Психологические факторы успешности самопрезентации : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / В.В. Хороших. – СПб., 2001. – 193 с.
22. Чалдини, Р. Психология влияния. Убеждай, воздействуй, защищайся / Р. Чалдини. – СПб: Питер, 2017. – 464 с.
23. Шкуратова, И. П. Самопредъявление личности в общении / И.П. Шкуратова. - Ростов н/Д : Изд-во ЮФУ, 2009. - 192 с.
24. Albert, S. Temporal comparison theory / S. Albert //Psychological review. – 1977. – Vol. 84. – №. 6. – P. 485.
25. Arkin, R.M. Self-presentation and self-evaluation: Processes of self-control and social control / R.M. Arkin, A.H. Baumgardner // Public self and private self. – NY : Springer New York, 1986. – P. 75-97.
26. Baker, N. A qualitative study exploring female college students' Instagram use and body image / N. Baker, G. Ferszt, J.G. Breines //Cyberpsychology, behavior, and social networking. – 2019. – Vol. 22. – №. 4. – P. 277-282.
27. Baumeister, R.F. Paradoxical effects of supportive audiences on performance under pressure: The home field disadvantage in sports championships / R.F. Baumeister, A. Steinhilber // Journal of personality and social psychology. – 1984. – Vol. 47. – №. 1. – P. 85.
28. Brandenburg, G. The relation between use intensity of private and professional SNS, social comparison, self-esteem, and depressive tendencies in the light of self-regulation / G. Brandenburg, P. Ozimek, H.W. Bierhoff, C. Janker //Behaviour & Information Technology. – 2019. – Vol. 38. – №. 6. – P. 578-591.
29. Brickman, P. Pleasure and pain in social comparison / P. Brickman, R.J. Bulman //Social comparison processes: Theoretical and empirical perspectives. – NY : Hemisphere, 1977. – P. 98-107.
30. Burke, M. Social comparison and Facebook: Feedback, positivity, and opportunities for comparison / M. Burke, J. Cheng, B. de Gant //Proceedings of the 2020 CHI conference on human factors in computing systems. – 2020. – P. 1-13.
31. Butzer, B. Relationships between the frequency of social comparisons and self-concept clarity, intolerance of uncertainty, anxiety, and depression / B. Butzer, N.A. Kuiper //Personality and individual differences. – 2006. – Vol. 41. – №. 1. – P. 167-176.
32. Buunk, A.P. Social comparison orientation: A new perspective on those who do and those who don't compare with others / A.P. Buunk, F.X. Gibbons //Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup relations, and culture. – NY : Cambridge University Press, 2006. – P. 15-32.
33. Buunk, B.P. The affective consequences of social comparison: either direction has its ups and downs / B. Buunk, R. Collins, S.E. Taylor, N. Vanyperen, G. Dakof //Journal of personality and social psychology. – 1990. – Vol. 59. – №. 6. – P. 1238-1249.

34. Carson, S.H. Mindfulness and self-acceptance / S.H. Carson, E.J. Langer // *Journal of rational-emotive and cognitive-behavior therapy*. – 2006. – Vol. 24. – P. 29-43.
35. Chae, J. Virtual makeover: Selfie-taking and social media use increase selfie-editing frequency through social comparison / J. Chae // *Computers in Human Behavior*. – 2017. – Vol. 66. – P. 370-376.
36. Collins, R.L. Among the better ones: Upward assimilation in social comparison / R.L. Collins // *Handbook of social comparison: Theory and research*. – NY : Kluwer Academic/Plenum, 2000. – P. 159-171.
37. Collins, R.L. For better or worse: The impact of upward social comparison on self-evaluations / R.L. Collins // *Psychological bulletin*. – 1996. – Vol. 119. – №. 1. – P. 51-69.
38. Cooley, C.H. Human nature and the social order / C.H. Cooley. – Routledge, 2017. – 480 p.
39. Demir S. Social comparison as a determinant of self-presentation / S. Demir. – 2017. – 171 p.
40. Demir, S. Social comparison orientation mediates the association between HEXACO and self-presentation / S. Demir, T. Özkan, B. Demir // *Scandinavian Journal of Psychology*. – 2022. – Vol. 63. – №. 4. – P. 405-414.
41. Dijkstra, P. Social comparison theory / P. Dijkstra, F.X. Gibbons, A.P. Buunk // *Social psychological foundations of clinical psychology*. – NY : The Guilford Press, 2010. – P. 195-211.
42. Djafarova, E. Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users / E. Djafarova, C. Rushworth // *Computers in human behavior*. – 2017. – Vol. 68. – P. 1-7.
43. Fan, X. Do others' self-presentation on social media influence individual's subjective well-being? A moderated mediation model / X. Fan, N. Deng, X. Dong, Y. Lin, J. Wang // *Telematics and Informatics*. – 2019. – Vol. 41. – P. 86-102.
44. Fenigstein, A. Public and private self-consciousness: Assessment and theory / A. Fenigstein, M.F. Scheier, A.H. Buss // *Journal of consulting and clinical psychology*. – 1975. – Vol. 43. – №. 4. – P. 522-527.
45. Festinger, L. A theory of social comparison processes / L. Festinger // *Human relations*. – 1954. – Vol. 7. – №. 2. – P. 117-140.
46. Fox, J. Selective self-presentation and social comparison through photographs on social networking sites / J. Fox, M.A. Vendemia // *Cyberpsychology, behavior, and social networking*. – 2016. – Vol. 19. – №. 10. – P. 593-600.
47. Gao, W. Motivations for social network site use and users' well-being: mediation of perceived social support, positive self-presentation and honest self-presentation / W. Gao, J. Wei, Y. Li, D. Wang, L. Fang // *Aslib Journal of Information Management*. – 2023. – Vol. 75. – №. 1. – P. 171-191.

48. Gibbons, F.X. Individual differences in social comparison: development of a scale of social comparison orientation / F.X. Gibbons, B.P. Buunk // *Journal of personality and social psychology*. – 1999. – Vol. 76. – №. 1. – P. 129-142.
49. Gilbert, D.T. When comparisons arise / D.T. Gilbert, R.B. Giesler, K.A. Morris // *Journal of personality and social psychology*. – 1995. – Vol. 69. – №. 2. – P. 227-236.
50. Gleitman, H. *Psychology: Eighth International Student Edition* / H. Gleitman, J. Gross. – WW Norton & Company, 2010. – 864 p.
51. Goethals, G.R. Social comparison theory: Self-evaluation and group life / G.R. Goethals, J.M. Darley // *Theories of group behavior*. – New York, NY : Springer New York, 1987. – P. 21-47.
52. Goffman, E. *The presentation of self in everyday life* / E. Goffman // Garden City, NY. – 2002. – 259 p.
53. Hakmiller, K.L. Threat as a determinant of downward comparison / K.L. Hakmiller // *Journal of experimental social psychology*. – 1966. – Vol. 1. – P. 32-39.
54. Heider, F. Attitudes and cognitive organization / F. Heider // *The Journal of psychology*. – 1946. – Vol. 21. – №. 1. – P. 107-112.
55. Huang, X. "Finsta gets all my bad pictures": Instagram Users Self-Presentation Across Finsta and Rinsta Accounts / X. Huang, J. Vitak // *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*. – 2022. – Vol. 6. – №. 69. – P. 1-25.
56. Jones, E.E. Toward a general theory of strategic self-presentation / E.E. Jones, T.S. Pittman // *Psychological perspectives on the self*. – 1982. – Vol. 1. – №. 1. – P. 231-262.
57. Kim, T.Y. Authenticity or self-enhancement? Effects of self-presentation and authentic leadership on trust and performance / T.Y. Kim, E.M. David, T. Chen, Y. Liang // *Journal of Management*. – 2023. – Vol. 49. – №. 3. – P. 944-973.
58. Kruglanski, A.W. Lay epistemologic-process and contents: Another look at attribution theory / A.W. Kruglanski // *Psychological review*. – 1980. – Vol. 87. – №. 1. – P. 70-87.
59. Kruglanski, A.W. Classic and current social comparison research: Expanding the perspective / A.W. Kruglanski, O. Mayseless // *Psychological bulletin*. – 1990. – Vol. 108. – №. 2. – P. 195-208.
60. Latif, K. Social comparison as a double-edged sword on social media: The role of envy type and online social identity / K. Latif, Q. Weng, A.H. Pitafi, A. Ali, A.W. Siddiqui, M.Y. Malik, Z. Latif // *Telematics and Informatics*. – 2021. – Vol. 56. – P. 1-14.
61. Leary, M.R. Impression management: A literature review and two-component model / M.R. Leary, R.M. Kowalski // *Psychological bulletin*. – 1990. – Vol. 107. – №. 1. – P. 34.

62. Lee, E.J. When using Facebook to avoid isolation reduces perceived social support / E.J. Lee, E. Cho // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. – 2018. – Vol. 21. – №. 1. – P. 32-39.
63. Lee, J.K. The effects of social comparison orientation on psychological well-being in social networking sites: Serial mediation of perceived social support and self-esteem / J.K. Lee // *Current Psychology*. – 2022. – Vol. 41. – №. 9. – P. 6247-6259.
64. Mann, R.B. Adolescents and social media: The effects of frequency of use, self-presentation, social comparison, and self esteem on possible self imagery / R.B. Mann, F. Blumberg // *Acta Psychologica*. – 2022. – Vol. 228. – P. 313-322.
65. McComb, S.E. The effect of physical appearance perfectionism and social comparison to thin-, slim-thick-, and fit-ideal Instagram imagery on young women's body image / S.E. McComb, J.S. Mills // *Body Image*. – 2022. – Vol. 40. – P. 165-175.
66. Mead, G.H. *Self and society* / G.H. Mead, H. Mind // Chicago: University of Chicago. – 1934. – P. 173-175.
67. Meier, A. The positive side of social comparison on social network sites: How envy can drive inspiration on Instagram / A. Meier, S. Schäfer // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. – 2018. – Vol. 21. – №. 7. – P. 411-417.
68. Michikyan, M. Linking online self-presentation to identity coherence, identity confusion, and social anxiety in emerging adulthood / M. Michikyan // *British Journal of Developmental Psychology*. – 2020. – Vol. 38. – №. 4. – P. 543-565.
69. Miller, R.L. Helping, self-attribution, and the size of an initial request / R.L. Miller, J. Suls // *The Journal of Social Psychology*. – 1977. – Vol. 103. – №. 2. – P. 203-208.
70. Mun, I.B. Influence of false self-presentation on mental health and deleting behavior on Instagram: The mediating role of perceived popularity / I.B. Mun, H. Kim // *Frontiers in Psychology*. – 2021. – Vol. 12. – P. 6-12.
71. Mussweiler, T. Comparison processes in social judgment: mechanisms and consequences / T. Mussweiler // *Psychological review*. – 2003. – Vol. 110. – №. 3. – P. 472.
72. Mussweiler, T. Consequences of social comparison: Selective accessibility, assimilation, and contrast / T. Mussweiler, F. Strack // *Handbook of social comparison: Theory and research*. – Boston, MA : Springer US, 2000. – P. 253-270.
73. Myers, D. G. *Social psychology* / D.G. Myers, J.M. Twenge. – McGraw-Hill, 2019. – 503 p.
74. Nezlek, J.B. Individual differences in self-presentational motives in daily social interaction / J.B. Nezlek, M.R. Leary // *Personality and Social Psychology Bulletin*. – 2002. – Vol. 28. – №. 2. – P. 211-223.

75. Pang, H. Examining associations between university students' mobile social media use, online self-presentation, social support and sense of belonging / H. Pang // *Aslib Journal of Information Management*. – 2020. – Vol. 72. – №. 3. – P. 321-338.
76. Park, S.Y. Two faces of social comparison on Facebook: The interplay between social comparison orientation, emotions, and psychological well-being / S.Y. Park, Y.M. Bark // *Computers in Human Behavior*. – 2018. – Vol. 79. – P. 83-93.
77. Schachter, S. The psychology of affiliation: Experimental studies of the sources of gregariousness / S. Schachter. – California : Stanford University Press. – 1959. – 152 p.
78. Schlenker, B.R. Social anxiety and self-presentation: A conceptualization model / B.R. Schlenker, M.R. Leary // *Psychological bulletin*. – 1982. – Vol. 92. – №. 3. – P. 641.
79. Schlenker, B.R. Interpersonal processes involving impression regulation and management / B.R. Schlenker, M.F. Weigold // *Annual review of psychology*. – 1992. – Vol. 43. – № 1. – P. 133-168.
80. Schlosser, A.E. Self-disclosure versus self-presentation on social media / A.E. Schlosser // *Current opinion in psychology*. – 2020. – Vol. 31. – P. 1-6.
81. Schütz, A. Self-presentational tactics of talk-show guests: a comparison of politicians, experts, and entertainers / A. Schütz // *Journal of Applied Social Psychology*. – 1997. – Vol. 27. – №. 21. – P. 1941-1952.
82. Shi, Y. Affective experience on social networking sites predicts psychological well-being off-line / Y. Shi, Y.L. Luo, Y. Liu, Z. Yang // *Psychological Reports*. – 2019. – Vol. 122. – №. 5. – P. 1666-1677.
83. Smith, T. An exploratory analysis of the relationship of problematic Facebook use with loneliness and self-esteem: the mediating roles of extraversion and self-presentation / T. Smith // *Current Psychology*. – 2023. – Vol. 42. – №. 28. – P. 24410-24424.
84. Snyder, M. Public appearances, Private realities: The psychology of self-monitoring / M. Snyder. – NY : W. H. Freeman and Company. – 1987. – 266 p.
85. Suls, J. Social comparison: Why, with whom, and with what effect? / J. Suls, R. Martin, L. Wheeler // *Current directions in psychological science*. – 2002. – Vol. 11. – №. 5. – P. 159-163.
86. Suls, J. A selective history of classic and neo-social comparison theory / J. Suls, L. Wheeler // *Handbook of social comparison: Theory and research*. – Boston, MA : Springer US, 2000. – P. 3-19.
87. Swallow, S.R. Social comparison and negative self-evaluations: An application to depression / S.R. Swallow, N.A. Kuiper // *Clinical Psychology Review*. – 1988. – Vol. 8. – №. 1. – P. 55-76.

88. Tai, K. Envy as pain: Rethinking the nature of envy and its implications for employees and organizations / K. Tai, J. Narayanan, D.J. McAllister // *Academy of Management Review*. – 2012. – Vol. 37. – №. 1. – P. 107-129.
89. Taylor, S.E. Social comparison activity under threat: downward evaluation and upward contacts / S.E. Taylor, M. Lobel // *Psychological review*. – 1989. – Vol. 96. – №. 4. – P. 569.
90. Tedeschi, J. T. Identities, the phenomenal self, and laboratory research / J.T. Tedeschi, M. Riess // *Impression management theory and social psychological research*. – 1981. – Vol. 3. – P. 22.
91. Tesser, A. Toward a self-evaluation maintenance model of social behavior / A. Tesser // *Advances in experimental social psychology*. – Massachusetts : Academic Press. – 1988. – Vol. 21. – P. 181-227.
92. Thornton, D.A. Self-evaluation, self-enhancement, and the locus of social comparison / D.A. Thornton, A.J. Arrowood // *Journal of Experimental Social Psychology*. – 1966. – Vol. 1. – P. 40-48.
93. Utz, S. The relationship between use of social network sites, online social support, and well-being / S. Utz, J. Breuer // *Journal of media psychology*. – 2017. – Vol. 29. – №. 3. – P. 115-125.
94. Van Tran, D. Understanding how upward social comparison stimulates impulse buying on image-sharing social commerce platforms: A moderated mediation model of benign envy and self-esteem / D. Van Tran, T. Nguyen, D.M. Nguyen // *Current Psychology*. – 2023. – Vol. 42. – №. 22. – P. 18777-18792.
95. Vandenbosch, L. The interrelated roles of mass media and social media in adolescents' development of an objectified self-concept: A longitudinal study / L. Vandenbosch, S. Eggermont // *Communication Research*. – 2016. – Vol. 43. – №. 8. – P. 1116-1140.
96. Vogel, E.A. Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes / E.A. Vogel, J.P. Rose, B.M. Okdie, K. Eckles, B. Franz // *Personality and individual differences*. – 2015. – Vol. 86. – P. 249-256.
97. Wang, H. The dark side of upward social comparison for social media users: an investigation of fear of missing out and digital hoarding behavior / H. Wang, P. Miao, H. Jia, K. Lai // *Social Media+ Society*. – 2023. – Vol. 9. – №. 1. – P. 1-13.
98. Wheeler, L. The proxy model of social comparison for self-assessment of ability / L. Wheeler, R. Martin, J. Suls // *Personality and Social Psychology Review*. – 1997. – Vol. 1. – №. 1. – P. 54-61.
99. Wicklund, R. A. Objective self-awareness / R.A. Wicklund // *Advances in experimental social psychology*. – Academic Press, 1975. – Vol. 8. – P. 233-275.
100. Wills, T. A. Downward comparison principles in social psychology / T.A. Wills // *Psychological bulletin*. – 1981. – Vol. 90. – №. 2. – 245 p.

101. Wood, J. V. Theory and research concerning social comparisons of personal attributes / J.V. Wood //Psychological bulletin. – 1989. – Vol. 106. – №. 2. – 231 p.
102. Zell, E. The local dominance effect in self-evaluation: Evidence and explanations / E. Zell, M.D. Alicke //Personality and Social Psychology Review. – 2010. – Vol. 14. – №. 4. – P. 368-384.
103. Zhu, X. Exploring association between social media addiction, fear of missing out, and self-presentation online among university students: A cross-sectional study / X. Zhu, Z. Xiong //Frontiers in Psychiatry. – 2022. – Vol. 13. – P. 1-9.