

*Е.В. Роговая, М.Н. Жданович*  
**ИЗУЧЕНИЕ ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ СТУДЕНТОВ  
ПОСЛЕ ПРОСМОТРА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

*Научный руководитель: канд. мед. наук, доц. Н.Л. Батукова*

*Кафедра общей гигиены*

*Белорусский государственный медицинский университет, г. Минск*

*E.V. Rogovaia, M.N. Zhdanovich*  
**STUDYING THE PSYCHO-EMOTIONAL STATE OF STUDENTS  
AFTER VIEWING SOCIAL NETWORKS**

*Tutor: PhD, associate professor N.L. Batsukova*

*Department of General Hygiene*

*Belarusian State Medical University, Minsk*

**Резюме.** Просмотр социальных сетей, а именно контента на тему красоты, здоровья, спорта, личностного и карьерного роста может влиять на психоэмоциональное состояние как положительно, так и отрицательно.

**Ключевые слова:** социальные сети, фотография, СМИ, психоэмоциональное состояние, самообъективация.

**Resume.** Viewing social networks, namely content on the topic of beauty, health, sports, personal and career growth, can affect the psycho-emotional state both positively and negatively.

**Keywords:** social media, photography, mass media, psycho-emotional state, self-objectification.

**Актуальность.** Длительный просмотр социальных сетей, а именно контента на тему красоты, здоровья, спорта, личностного и карьерного роста являются одной из причин возникновения апатии, грусти, тревожности и демотивации. Данная привычка заставляет заниматься самообъективацией, что часто приводит к возникновению таких расстройств как депрессивное расстройство, дисморфофобия, невроз. Фотографии с наложенными фильтрами, правильно подобранный ракурс или профессиональная видеосъемка зачастую не соответствуют реальной картине. Увлечение социальными сетями и замена ими социального взаимодействия с обществом усугубляют данную проблему, приводя к недовольству индивида своим отражением и формированию чувства собственной неполноценности. Постоянное сравнение себя и своей жизни с «экранным идеалом» может привести к тяжелым расстройствам пищевого поведения как булимия и анорексия, с которыми без медицинского вмешательства справиться почти невозможно.

**Цель:** установить связь между просмотром контента на тему красоты, здоровья, личностного и карьерного роста и психоэмоциональным состоянием студентов.

**Задачи:**

1. Поиск связи между просмотром различного медиа контента и психоэмоциональным состоянием студентов.

2. Установить влияние положительных и отрицательных комментариев в социальных сетях на психоэмоциональное состояние респондентов.

3. Провести анкетирование студентов с целью сбора статистических данных о влиянии медиа контента на психоэмоциональное состояние.

**Материалы и методы.** Анкетирование (129 респондентов в возрасте от 18 до 23 лет, из них 116 женщин, 13-мужчин). Анализ научных статей.

**Результаты и их обсуждение.** Установлена связь между просмотром медиа контента на тему красоты, здоровья, личностного и карьерного роста и нестабильностью психоэмоционального состояния у некоторых студентов. Отмечено, что чем больше пользователь взаимодействует с социальными сетями, тем больше на него влияют отзывы. Положительные, такие как комплименты, повышают их самооценку. В отличие от отрицательной обратной связи, которая вызывает чувство собственной непривлекательности. По результатам тестирования выявлено, что 27,6% студентов чувствуют себя некрасивыми после просмотра бьюти-контента, что приводит к тревожности и апатии, недовольству своим телом, к голоданию или строго ограничительным диетам, чтобы выглядеть определенным образом. Также, после просмотра медиа о личностном и карьерном росте 13,7% респондентов становятся недовольны своей жизнью и чувствуют себя неполноценной личностью.

В ходе анализа анкеты выяснено, что 44% респондентов испытывают негативные чувства, такие как тревожность, зависть и чувство собственной непривлекательности, после просмотра социальных сетей.



Рис. 1 – Эмоции после просмотра социальных сетей

Из них 86% имеют различные комплексы по поводу своего тела и считают, что они развились из-за пропаганды «идеального» тела в социальных сетях.



Рис. 2 – Связь между комплексами и пропагандой "идеального" тела

75% прошедших анкетирования зависят от мнения окружающих.

54% заменяют активный отдых социальными сетями.

46% заменяют живое общение с людьми общением в интернете.

65% респондентов отметили, что в детстве их часто сравнивали с другими детьми, говорили им, что они хуже кого-то, 68% подвергалось травле.

54% считают, что необходимо оповещать потребителей контента о том, что фото или видео отредактировано и улучшено.

56% опрошенных испытывают только позитивные эмоции, вдохновляются просмотренным контентом. Из них 25% зависят от чужого мнения. 28% сравнивали в детстве с другими детьми. 25% ответивших обижали в детстве сверстники.



Рис. 3 – Субъективные ощущения после просмотра контента

**Выводы:** использование социальных сетей дает множество положительных преимуществ, таких как связь с обществом, но и может привести к проблемам со здоровьем. Профилактика психоэмоциональных нарушений, возникших по причине злоупотребления социальными сетями, является наиболее правильным решением данной проблемы. Соблюдение цифровой гигиены необходимо в особенности тем, кто наиболее подвержен агрессивной пропаганде недостижимого «идеального» образа жизни и внешности без изъянов. В ходе анализа пройденных анкет выявлено, что большинство опрошенных, у которых возникают негативные эмоции в ходе просмотра данного контента в социальных сетях, в детстве были подвержены травле сверстниками и сравнению с другими детьми взрослыми, что вызывает неуверенность в себе и в взрослом возрасте. Необходимо свести к минимуму просмотр ленты социальных сетей, увеличить живое общение с людьми, заниматься красотой и развитием в своем комфортном темпе.

#### Литература

1. Макарова, М. М. Влияние Инстаграма на самооценку подростков / М. М. Макарова, А. М. Сигаева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 44 (334). — С. 42-45. — URL: <https://moluch.ru/archive/334/74523/> (дата обращения: 12.06.2023).
2. Harper, B., Tiggemann, M. The Effect of Thin Ideal Media Images on Women's Self-Objectification, Mood, and Body Image. *Sex Roles* **58**, 649–657 (2008). <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9379-x>.