

УДК 159.99

## ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА САМООЦЕНКУ ЖЕНЩИНЫ

Жембровская Анна Сергеевна

магистрант 1 курса Академии гуманитарных технологий

ЧОУ ВО ЮУ, e-mail: Advrcva4440564@mail.ru

Научный руководитель – Бюндюгова Татьяна Вячеславовна,

к.псих.н., доцент кафедры «Психология и управление персоналом»

e-mail: tach\_29@mail.ru

**Аннотация:** Статья посвящена проблеме влияния социальных сетей на самооценку женщины в условиях цифровизации. Затрагивается тема восприятия женщинами своей внешности на фоне цифровой информации. Рассматривается вопрос влияния чувства зависти у женщин, по отношению к другим пользователям социальных сетей, на психоэмоциональный фон и самооценку. А также мотивы вовлечения женщин в различные марафоны и тренинги и их эффективность.

**Ключевые слова:** самооценка, психология личности, социальная сеть, тело, современная женщина, внешность, красота, тренинги, марафоны, средства для коррекции фигуры и ухода за телом, чувство зависти.

## THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON A WOMAN'S SELF-ESTEEM

Zhembrovskaya A. S.

**Abstract:** The article is devoted to the problem of the influence of social networks on a woman's self-esteem in the context of digitalization. The topic of women's perception of their appearance against the background of digital information is touched upon. The question of the influence of the feeling of envy in women, in relation to other users of social networks, on the psychoemotional background and self-esteem is considered. As well as the motives for involving women in various marathons and trainings and their effectiveness.

**Keywords:** Self-esteem, personality psychology, social network, body, modern woman, appearance, beauty, trainings, marathons, body correction and body care products, feelings of envy.

*«Духовная красота бесконечно прекраснее всех других, и поэтому тела, будучи лишь тенями сущего, должны обладать очарованием, говорящим о красоте духовной. Такой тип красоты принадлежит природе и превосходит искусство, сотворенное человеком»*

*Джонатан Эдвардс*

Социальные сети - это неотъемлемая часть современного человека. По данным статистики показатель общей численности пользователей по состоянию на октябрь 2020 года вырос на 12,3% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. 55,7 % всех пользователей являются женщины, что составляет 2,3 млрд. уникальных представительниц прекрасного пола. В эпоху цифровизации и активного развития социальных сетей проблема стремления изменить внешности в пользу принятых обществом стандартов и шаблонов, становится еще более актуальной. Так как это оказывает значительное влияние на отношения к себе и окружающим.

Многие исследователи занимались изучением восприятия индивидом своей внешности. Стоит выделить работы А.А. Бодалева (роль первого впечатления на формирование понятия о другом человеке как личности), А. Н. Гусевой (о влиянии представления о собственной внешности и общения). И. С. Кон отмечает что внешность, влияет на формирование самооценки личности. [1]

Самооценка является уровнем восприятия человеком самого себя, своих внутренних качеств, внешних данных. Она начинает формироваться в детском возрасте и с течением жизни корректируется, в зависимости от внешнего окружения. Для женщин особое значение в формировании нормальной самооценки имеет внешность. [2]

Социальная сеть в условиях цифровизации занимает ведущую роль в информировании женщин о новинках в индустрии красоты. Она демонстрирует необходимость сделать себя лучше и увереннее в себе, поднять самооценку, следуя за модными тенденциями и используя современные методы коррекции внешности. Стоит отметить, что женщины

чаще поддаются влиянию внешних факторов на формирование самооценки.[3]

Для анализа влияния социальных сетей на самооценку женщины, был проведен опрос среди женщин разных слоев населения в возрасте от 20 до 45 лет. В опросе приняли участие 110 женщин.

В результате опроса выяснилось, что 87 % женщин с разной частотой испытывают зависть по отношению к другим пользователям социальной сети. Существует вероятность уже имеющихся некоторых проблем с самооценкой, а именно присутствие сомнений в себе. [5] Согласно представленному анализу Гельмута Шека, зависть приводит к «эго-истощению», дает состояние психической усталости. Г. Шек относит ее к болезни. [6] Следовательно, частое возникновение чувства зависти провоцирует появление депрессии, стрессов и других психоэмоциональных расстройств. Также чувство зависти провоцирует человека на необдуманные действия и поступки.

По результатам опроса 33% признались, что испытывают к себе негативные эмоции при просмотре контента привлекательных (на их взгляд) женщин. Что говорит о трудности в осознании и принятии себя.

Тренды в индустрии современной косметологии и пластической хирургии склоняют женщин к кардинальным изменениям в своей внешности: коррекция формы губ, пластика груди, контурная подтяжка лица и т.п.- о всех этих процедурах много доступной информации, которая чаще всего появляется в социальной сети, намекая представительницам прекрасного пола, что без этих процедур, женщина не может быть уверенной в себе. По результатам опроса 31,5 % женщин хотели бы внести изменения в свою внешность с помощью косметологических инъекционных процедур (7.4 % уже внесли изменения), а 36,1% хотели бы

внести изменения в свою внешность более кардинальным методом - с помощью пластической хирургии.

Почти 54 % респондентов положительно ответили на вопрос об использовании фильтров для фото перед публикацией у себя на странице. Это подтверждение того, что больше половины женщин в разной мере испытывают негативные эмоции по отношению к своей внешности и пытаются улучшить ее, в том числе и посредством фильтров. Стоит подчеркнуть, что увлечение фильтрами может привести к возникновению отвращения к своей истинной внешности и еще большего обесценивания.

В цифровой среде набирают активный рост и популяризируются тренинги личностного роста, марафоны желаний и похудений, где основной аудиторией также являются женщины. В ходе опроса четверть женщин принимали участие в марафонах по <<прокачке>> внутренних ресурсов и столько же участвовали в марафонах похудения. Однако большинству участниц так и не удалось достичь стабильного эффекта. Это вызвано тем, что методы, используемые в марафонах, носят краткосрочный характер, направленный на быстрый, но не устойчивый результат. Что может спровоцировать болезненное переживание в случае неудачи, разочарования в себе и как следствие, возникновение психоэмоциональных расстройств.

По результатам теоретического анализа социальных сетей выяснилось, что женщины, имеющие авторитет среди широкого круга подписчиц, используют свою целевую аудиторию для монетизации товаров и услуг. Демонстрируя с экрана спортивное тело и дорогие уходовые средства, производят своего рода однозначный посыл о несовершенстве женщины от природы и необходимости это менять. По результатам проведённого опроса 36,1 % респондентов воспользовались

рекомендацией блогера или иного авторитетного лица для приобретения товара или услуги по уходу за телом.

С целью сделать себя лучше и повысить самооценку, женщины стремятся идеализировать свою внешность в соответствии с модой. Осознанно и рационально используя получаемую информацию из социальных сетей можно следовать модным тенденциям, не принося ущерб здоровью и естественности. Но статистика опроса показала, что входя в социальную сеть большинство женщин уже имеют нестабильную самооценку. Такое состояние делает женщину наиболее восприимчивой к влияниям извне и толкает на неосознанные действия. Бесконтрольное применение диет, препаратов для похудения приводит к развитию таких психических заболеваний, как анорексия, булимия. Занятия некоторыми видами спорта в домашних условиях без консультации врача и инструктора приводят к физическим травмам и стрессам. Психические заболевания, наряду с физиологическими, напрямую влияют на дальнейшую продуктивность и жизнь человека в целом.

Несмотря на то, что некоторые результаты опроса не на критической отметке, все же стоит заметить, что социальные сети вносят существенные коррективы в процесс формирования самооценки женщины. Они диктуют современной женщине идти к косметологам и хирургам, покупать средства, проходить марафоны, чтобы повышать свою самооценку и стать счастливой женщиной. Но псевдо помощь носит временный эффект, а во многих случаях и обратный, стирая естественную красоту, данную женщине природой и формируя комплексы не только касающиеся внешности, но и обесценивая внутренние достижения.

#### Библиографический список

1. Кон И.С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. – М., 1984. – 335 с.

2. Зависть; теория социального поведения / Гельмут Шек ; пер. с англ. В. Кошкина под ред. Ю. Кузнецова. — М.; ИРИСЭН, 2008. — 544 с. — (Серия «Социология»).

3. Милова Ю.В. Личностное здоровье и регуляция эмоций // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2016. – № 2. – С. 84-87. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26133881> (дата обращения 10.04.2021).

4. Цидик Л.И. Анализ психометрических параметров шкалы фобических переживаний шкалы коррекции опросника невротических расстройств // Психиатрия, психотерапия и клиническая психология – 2019. – Т. 10, № 4 . – С. 589-599. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41514374> (дата обращения: 01.02.2021).

5. Шестопалова Л. Ф., Бородавко О. А., Кожевникова В. А., Бучок Ю.С. Доверие как фактор формирования терапевтического альянса между врачом и пациентом // Психиатрия, психотерапия и клиническая психология – 2019. – Т. 10, № 4 . – С. 758-764. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41514392> (дата обращения: 01.02.2021).