

ФИЛЬТРЫ И МАСКИ, МЕНЯЮЩИЕ ВНЕШНОСТЬ: ХАРАКТЕРИСТИКА ПОЛЬЗОВАТЕЛЬНИЦ В СЕТИ INSTAGRAM

Газарян З. Е., Жилова Я. Н.

Научный руководитель: д.м.н., профессор кафедры психиатрии, Меринов А.В.

Кафедра психиатрии

Рязанский государственный медицинский университет имени академика И.П. Павлова

Контактная информация: Газарян Зинаида Егоровна — студентка 5 курса лечебного факультета.

E-mail: gazaryan.zinaida@mail.ru

Ключевые слова: социальные сети, дисморфофобия, тревожность, опросник HADS, BDD-YBOCS.

Актуальность исследования: в январе 2021 года в Российской Федерации насчитывалось 99 млн пользователей социальных сетей, за прошлый год аудитория соцсетей выросла на 4,8 миллиона (+5,1%) [1]. Популярность виртуального мира растет, увеличивается функционал для привлечения населения, одними из которых являются маски и фильтры, изменяющие пропорции лица и тела.

Цель исследования: изучить поведение пользователей социальных сетей, использующих маски и фильтры, меняющих внешность и сравнить их с группой контроля — таковых не использующих.

Материалы и методы: были опрошены 347 пользователей Instagram женского пола в возрасте от 18 до 26 лет (средний возраст — 21,21±2,03 лет). Анкетирование проводилось с помощью госпитальной шкалы тревоги и депрессии HADS, опросника, направленного на изучение паттернов сети Instagram и модификации обсессивно-компульсивной шкалы Йеля-Брауна (BDD-YBOCS), который был переведен и адаптирован на русский язык [2]. Анализ данных осуществлялся с помощью χ^2 , t критерия Стьюдента, Excel 2016 и Statistica 12.

Результаты: в ходе исследования установлено, что 40% пользователей применяют фильтры/маски, совершенствующие пропорции лица/тела в Stories. По результатам шкалы тревоги опросника HADS и опросника BDD-YBOCS (достоверно при наборе больше 20 баллов) были найдены отличия между исследуемой и контрольной группами: девушки, использующие маски, более тревожны ($t=2,2$; $p=0,03$), больше подвержены дисморфофобии ($\chi^2=4,42$; $p=0,0394$). На основании опросника, изучающего паттерны сети Instagram выявлено, что исследуемая группа по критерию желаний «усовершенствования» своей внешности с эстетической точки зрения опережает группу контроля ($\chi^2=20,19$ $p=0,0000$). Также обнаружены следующие статистически значимые данные: пользователи, использующие маски, проводят больше времени в соцсети (среднее количество времени — 81,4±55,53 минут; $t=4,25$ $p=0,00003$, группа контроля в среднем тратит на Instagram 57,9±45,8 минут); у данной группы больше подписчиков ($t=5,28$, $p=0,0000002$), подписок ($t=2,7$, $p=0,007$), а число подписчиков превышает число подписок ($\chi^2=15,72$, $p=0,0001$).

Выводы: пользователи, использующие маски, больше проводят времени в соцсети и более активны в ней по сравнению с лицами, не применяющими их. Удалось установить связь между использованием масок и фильтров и желанием усовершенствования внешности в реальности. Выявлена склонность к дисморфофобии и тревоге по сравнению с пользователями, не применяющими данные инструменты.

Литература

1. Интернет и соцсети в России в 2021 году — вся статистика // WebCanape URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/> (дата обращения: 20.03.2021).
2. Katharine A. Phillips The Broken Mirror: Understanding and Treating Body Dysmorphic Disorder. Oxford University Press, 2005. — p.381-387.