

„Czy Instagram niszczy Twoje życie seksualne?

Analiza wpływu korzystania z mediów społecznościowych na życie seksualne młodych kobiet- protokół badania”

Weronika Tuszyńska*¹, Anna Gryc¹, Monika Grudzień¹, Aleksandra Nowińska¹

Opiekun merytoryczny pracy:

prof. dr hab. n. med. Hanna Karakuła-Juchnowicz², dr n. społ. Natalia Kajka²

1. Studenckie Koło Naukowe przy I Klinice Psychiatrii, Psychoterapii i Wczesnej Interwencji, Uniwersytet Medyczny w Lublinie

2. I Klinika Psychiatrii, Psychoterapii i Wczesnej Interwencji, Uniwersytet Medyczny w Lublinie

Wstęp: Dotychczas przeprowadzone w innych krajach badania nad wpływem mediów społecznościowych na samoocenę kobiet wykazały, że częste korzystanie z mediów społecznościowych prowadzi do tworzenia nierealistycznych ideałów obrazu ciała, znacznej troski o wygląd i niepokoju. Czas spędzony w mediach społecznościowych został powiązany ze zwiększonym niezadowoleniem z ciała oraz z rozwojem obcesyjnych myśli na temat swojego wyglądu.

Cel: Celem badania jest ustalenie związku między korzystaniem z mediów społecznościowych przez młode kobiety w Polsce a różnymi aspektami ich seksualności, takimi jak postrzeganie własnego ciała, samoocena i satysfakcja z życia seksualnego.

Metody: Badanie ma charakter przekrojowy. Przy pomocy ankiety on-line zostanie objęta badaniem grupa 600 młodych kobiet i osób identyfikujących się jako kobiety w wieku 18-35 lat korzystających z mediów społecznościowych. W skład ankiety wejdą pytania socjo-demograficzne, dotyczące korzystania z mediów społecznościowych oraz kwestionariusze: celem oceny własnego ciała i wyglądu- Skala Oceny Własnego Ciała i Wyglądu (BESAA), celem oceny samoświadomości własnego ciała- Skala Samoświadomości Własnego Ciała (BISC-PL), celem oceny satysfakcji seksualnej- Skala Satysfakcji Seksualnej Kobiet (SSS-W).

Wyniki: Zakłada się, iż korzystanie z mediów społecznościowych wpływa negatywnie na życie seksualne młodych kobiet poprzez spadek ich samooceny i tworzenie nierealnych wymagań względem swojego wyglądu w wyniku oglądanych wyidealizowanych treści publikowanych w mediach społecznościowych.

Słowa kluczowe: *życie seksualne kobiet, media społecznościowe, Instagram, samoocena*