

Міністерство освіти і науки України

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Факультет педагогіки, психології та соціальної роботи

Кафедра практичної психології

**СПОЖИВАННЯ КОНТЕНТУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ЯК
ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ТІЛА**

Дипломна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:

студентка 6 курсу, 622 групи

спеціальності: «Практична психологія»

Хмара Анастасія Богданівна

Керівник: професор,

доктор медичних наук Кушнір І.Г.

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри № __

Від «__» _____ 2022р.

Зав кафедри _____ доц. Радчук В.М.

Чернівці

2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ОБРАЗ ТІЛА ТА ФАКТОРИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ.....	5
1.1. Історія виникнення поняття «образ тіла».....	5
1.2. Фактори формування образу тіла.....	9
1.3. Місце візуальної культури у формуванні образу тіла.....	13
Висновки до розділу 1.....	17
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ТІЛА.....	18
2.1. Соціальні мережі як феномен ХХІ сторіччя.....	18
2.2. Психологічні явища, пов'язані зі споживанням контенту в соціальних мережах.....	24
2.3. Контент соціальних медіа як фактор формування образу тіла.....	28
Висновки до розділу 2.....	30
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЗЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	31
3.1. Загальна характеристика методів дослідження образу тіла та використання соціальних медіа.....	31
3.2. Методика виявлення інтернет-залежності Кімберлі Янг.....	35
3.3. Статистика екранного часу в Instagram та Tiktok.....	36
3.4. Багатофакторний опитувальник образу тіла та «Я» Томаса Кеша.....	38
3.5. Кореляційний аналіз результатів.....	41
ВИСНОВКИ.....	44
Додаток 1.....	45

Додаток 2.....	46
Додаток 3.....	50
Додаток 4.....	55
Використані літературні джерела.....	56

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний світ перенаповнений найрізноманітнішим візуальним контентом. Соціальні медіа, переглядаючи які, в середньому, ми проводимо близько 2,5 год на добу, є важливою платформою для публікації такого роду інформації. Значну частину цього візуального контенту складають зображення людей. Таким чином, контент соціальних медіа стає одним із факторів, завдяки яким суспільство, зокрема, молодь, формує уявлення про стандарти краси та привабливості та зіставляє їх зі своїм баченням власного тіла. В свою чергу, адекватний образ тіла є важливою складовою психологічного благополуччя, а його порушення виявляються пов'язаними із афективними розладами, порушеннями харчової поведінки, соціальною тривожністю та іншими проблемами.

Використання соціальних медіа має позитивні наслідки, наприклад, розширення кола спілкування, доступ до актуальної інформації та товарів тощо. Однак надмірне чи некоректне використання соціальних медіа може призвести до порушення розвитку особистості підлітків, проблем із самооцінкою, порушень сну та настрою, спотворення образу тіла.

Об'єкт дослідження: структурно-динамічні показники особливостей сприйняття образу тіла у споживачів контенту соціальних медіа.

Предмет дослідження: образ тіла та його взаємозв'язок зі споживанням контенту соціальних медіа.

Мета дослідження: вивчення образу тіла серед студенток-першокурсниць, користувачів соціальних медіа, та його взаємозв'язок із часом, витраченим на споживання контенту соціальних медіа.

Основною гіпотезою дослідження стало припущення про те, що збільшення часу перегляду контенту соціальних медіа призводить до порушення образу тіла споживачів.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати існуючі дані про основні фактори формування образу тіла.
2. Проаналізувати психологічні феномени, пов'язані зі споживанням візуального контенту.
3. Проаналізувати теоретико-методологічні підходи до проблеми особливостей сприйняття образу тіла серед споживачів соціальних медіа.
4. Дослідити структуру споживання контенту соціальних медіа студентками першого курсу.
5. Здійснити експериментально-діагностичне дослідження взаємозв'язку між особливостями споживання контенту соціальних медіа та характеристиками сприйняття образу тіла серед студенток першого курсу.

Методи, використані в дослідженні:

- *теоретичні*: аналіз, синтез та узагальнення теоретико-методологічних засад досліджуваної проблеми, представлених у науковій літературі;
- *психодіагностичні*:
 - опитувальник «MBSRQ» (Багатофакторний опитувальник образу тіла та «Я»);
 - тест на інтернет-залежність Кімберлі Янг;
- *статистичні*:
 - дані «екранного часу» в додатках соціальних медіа Instagram та TikTok.

Структура та обсяг роботи.

Робота складається з 3 розділів та налічує 60 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ОБРАЗ ТІЛА ТА ФАКТОРИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

1.1. Історія виникнення поняття «образ тіла».

Образ тіла – один із найважливіших компонентів «Я-концепції» особистості. Це базова, глибинна частина особистості, що впливає на особистість загалом та її життєвий шлях. Прийняття і усвідомлення свого тілесного Я, об'єктивне, адекватне сприйняття свого тіла та ставлення до себе як до особистості в цілому, а також адаптація людини в соціумі значною мірою залежать від формування образу тіла та його вдосконалення.

Інтерес до механізму психічного відображення тіла існував ще з давніх часів. У таблиці 1.1. наведено ключові моменти у вивченні явищ, пов'язаних з образом тіла.

Таблиця 1.1.

Історичні етапи дослідження феномену образу тіла

Рік	Автор	Концепція/термін
1545	А. Паре	Феномен «фантомної кінцівки»
1794	К. Губнер	«Синестезія»
1880	Ж. Котар	Синдром «ходячого мерця»
1886	Е. Морселлі	Дисморфофобія
1989	Л. Дюга	Деперсоналізація
1900	К. Верніке	«Соматопсихіка»
1903	П. Жане	«Обсесія сорому тіла»
1905	П. Бонье	«Схема тіла»
1908	А. Пік	Аутопагнозія
1914	Ж. Бабінскі	Анозогнозія
1935	П. Шільдер	«Образ тіла»
1937	В. Пенфілд	«Кортикальний гомункулус»
1939	Ж. Лермітт	«Образ власного тіла»
1967	А. Стункард	Ожиріння та образ тіла
1984	Ж. Родін	«Нормативна невдоволеність»
2000	Т. Кеш	Образ тіла та зовнішність людини
2001	К. Семенза	Нейрофізіологічна теорія відображення тіла

Вченими різних епох були описані дивовижні феномени сприйняття власного тіла. Ще у 1545 році французький військовий хірург Амбруаз Паре задокументував таке явище, як фантомний біль в ампутованій кінцівці. Французький невролог Жюль Котар у 1880 році описав випадок, який трапився з 43-річною пацієнткою «Мадемаузель Х», яка стверджувала, що вона мертва і в неї немає мозку. Такий стан був пізніше названий, на його честь, синдромом Котара, який характерний для шизофренічного та афективного маячення.

Термін дисморфофобія, тобто спотворення образу тіла, був запропонований в 1886 році італійським психіатром Енріко Морселлі, та стосувався осіб, які занадто критично сприймали власну зовнішність, незважаючи на відсутність значущих дефектів. У 1898 році французьким філологом і філософом Людовіком Дюга для позначення «відділення» або втрати свого «Я» був запропонований термін «деперсоналізація». Обидва поняття все ще застосовуються в сучасній науці.

Першим вченим, хто досліджував формування уявлення про орієнтацію тіла, був німецький фізіолог Герман Мунк (1839–1912). Він запропонував новий погляд на значення так званої рухової ділянки мозку, яку він розглядав як групу чутливих центрів, в яких локалізуються сприйняття та уявлення, що виникають із різних відчуттів, що доходять до свідомості з кожної частини тіла; запропонував для цієї області назву чутливої сфери (нім. *Fühlsphäre*) та розділив її на 7 окремих ділянок. Руйнування в межі кожної, на його думку, з них призводило до порушень виключно у відповідній частині тіла. Німецький невропатолог, автор психоморфологічного напрямку у психіатрії, Карл Верніке (1848-1905), оскаржив теорію Мунка, стверджуючи, що сигнали, що надсилаються різними частинами тіла, відрізняються один від одного. Він також вважав, що усвідомлення нашого фізичного стану та просторового розміщення тіла становлять одне ціле, яке він позначив терміном «соматопсихіка».

У 1905 році Гастон Боньє ввів термін «схема тіла», визначаючи його як ментальне уявлення тіла, необхідне мозку для сприйняття об'єктів поблизу, вдалині або всередині самого тіла. Він був першим, хто визнав порушення просторової схеми тіла скоріше фізіологічними, ніж психіатричними. Чеський психіатр Арнольд Пік у 1908 році ввів поняття «аутопагнозія», тобто нездатність до визначення розміщення частин тіла в межах його цілісної структури. У серії досліджень Пік зосереджувався на пацієнтах, які не могли вказати на власні частини тіла та частини тіла експерта, та зробив висновок про порушення «візуального» образу тіла та його усвідомлення.

Хед і Холмс у 1911 році розширили поняття схеми тіла, ввівши поняття «постуральної схеми» та «поверхневої схеми». Вони описали пацієнтку, яка могла визначати місцезнаходження подразників, що прикладаються до її тіла, але не могла визначити місцезнаходження своєї руки у просторі. Вони також визначили різницю між схемою та образом тіла. «Схема» окреслює несвідоме уявлення, необхідне для руху та локалізації у просторі, а «образ» - це свідоме сприйняття тіла.

Поняття «образ тіла» вперше у психологію запровадив американський психіатр Пауль Шільдер у 1935 році в своїй роботі «Образ і зовнішній вигляд людського тіла». Він стверджував, що образ тіла – це суб'єктивне переживання людиною свого тіла як психічного просторового образу, що формується за допомогою міжособистісної взаємодії. Шільдер припустив, що тіло формується за рахунок вражень і стимулів, які передаються через тілесність, і що між тілом і навколишнім світом існує взаємозв'язок.

У 1986 році американський філософ Шон Галлахер запропонував «феноменологічне прояснення» понять «образ тіла» та «схема тіла» [1]. Він припустив, під «образом тіла» мається на увазі «перцептивне, когнітивне, емоційне та диференційоване від навколишнього середовища усвідомлення власного тіла». На противагу цьому, він визначив «схему тіла» як «несвідому систему сенсорно-моторних здібностей, передособистісне, цілісне уявлення

тіла, яке функціонує у контакті з навколишнім середовищем». У 2005 році Галлахер підтвердив і розгорнув ці відмінності у книзі, яка в подальшому стала вагомим внеском у теорію «втіленого пізнання» [2]. Ця теорія припускає, що розум потрібно розглядати в його взаємозв'язках з фізичним тілом, яке в свою чергу взаємодіє з навколишнім середовищем. На думку вченого, існує складний зв'язок між чуттєво-моторним досвідом і поведінкою, емоціями та ухваленням рішень.

У радянській психології основоположником напряму, пов'язаного з вивченням впливу тілесності на формування особистості, був Лев Виготський. Він стверджував, що тіло людини є частиною культурно детермінованої перспективи. На його думку, проблеми з порушенням тілесності виникають під час відхилення людини від її культурно-історичного шляху, що може призвести до різних психосоматичних розладів.

Професор кафедри психології ХНПУ імені Г.С. Сковороди, Лариса Миколаївна Абсалямова, досліджувала образ тіла як психологічний чинник порушень харчової поведінки [3].

1.2. Фактори формування образу тіла.

З еволюційної точки зору, красиве обличчя та привабливе тіло є маркерами фізичного та психологічного здоров'я [4]. Мислителі та художники різних епох вважали, що краса та симетрія людського обличчя і тіла пов'язані з такими особистісними характеристиками, як чесність та надійність [5].

В сучасних психологічних роботах під поняттям «образ тіла» зазвичай мається на увазі сприйняття, думки, почуття та дії людини відносно власного тіла [6]. Клінічний психолог М. Джонсон виділяє 4 основні компоненти образу тіла: перцепційний, когнітивний, афективний та поведінковий, як показано в таблиці 1.2 [7]. Науковці різних галузей досліджують взаємозв'язки між різними сферами життя та уявленнями людини про власне та «ідеальне» тіло, зокрема, формуючі фактори образу тіла.

Таблиця 1.2.

Компоненти образу тіла

Компонент	Значення
Перцепційний	Сприйняття самого себе
Когнітивний	Думки, уявлення, переконання
Афективний	Емоційне ставлення
Поведінковий	Дії, направлені на зміну зовнішності

Найбільш вживаною на даний час є трьохвимірна модель, запропонована американським психологом Дж. Томпсоном (рис.1.1.). На його думку, найбільшу роль у формуванні образу тіла відіграють три основні соціокультурні чинники: сім'я та друзі, а також візуальна культура, зокрема, медіа [8]. Даний вплив здійснюється через два посередницькі механізми: інтерналізацію суспільних стандартів зовнішності та надмірне порівняння зовнішності. Згідно з цією теорією, соціальні впливи, такі як однолітки, родина та тиск ЗМІ, змушують людей дотримуватися культурно визначених

стандартів краси. З часом, уявлення про «ідеальну зовнішність» стають частиною особистих переконань людей щодо того, що таке привабливість і краса, тобто людина починає інтерналізувати ідеали зовнішнього вигляду, і, врешті-решт, інтерпретує їх як свої власні. Ті, хто більшою мірою сприймає домінуюче повідомлення у своєму соціокультурному середовищі, але водночас не відчуває, що відповідає стандартам, піддаються найбільшому ризику незадоволення образом свого тіла.

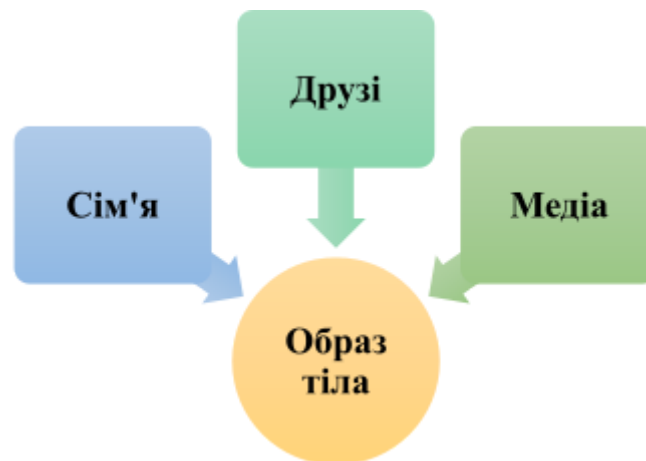


Рис.1.1. Тривимірний модель образу тіла Томпсона

Подальші дослідження підтверджують, що уявлення про те, яка зовнішність вважається привабливою, починають формуватися ще в дитинстві [9]. Батьки, безперечно, відіграють велику роль у становленні образу тіла дітей. Частина цього впливу є прямою, наприклад, часті коментарі щодо розміру тіла своїх дітей або харчових звичок. Але часто ці уявлення «закарбовуються» опосередковано через поведінку, яку моделюють члени сім'ї. Таким чином, якщо хтось із батьків або опікун дотримується екстремальної дієти, ненавидить власну фігуру чи вагу, це, ймовірно, вплине на наше власне прийняття тіла. Лонгітюдне дослідження 2020 року показало наявність взаємозв'язку між образом тіла та розладами харчової поведінки матерів, та самооцінкою дітей [10].

Другий важливий формуючий фактор образу тіла – вплив людей поза сімейним колом, кого ми наділяємо авторитетом, зокрема, друзів, колег,

товаришів, тренерів, романтичних партнерів. Порівнювати себе з іншими властиво людській природі, тож якщо у вашому найближчому соціальному колі людини, наприклад, всі стрункі та високі (а ви – ні), ймовірно, ви відчуватимете своє тіло інакше, ніж якби вас оточували більш різноманітні приклади. Крім того, те, що і як ці люди говорять про ваше тіло та своє власне, впливає на ваші думки та інтерпретації. Дослідження, проведене в 2013 році, підтверджує, що серед підлітків фізична привабливість пов'язана з кращою соціальною інтеграцією, меншою стигматизацією, та вищою академічною успішністю [11].

Для спортсменів тренери також володіють величезним авторитетом, і коли ним не користуються розумно, це може завдати шкоди. Спортивний психолог С. Фернандес [12] стверджує наступне: «Іноді ми бачимо, як тренери все ще наголошують на тому, що вам потрібно мати конкретну вагу, інакше ви не досягнете успіху; хоча насправді вага тіла є лише однією з багатьох змінних, які можуть відігравати роль у тому, як спортсмен виступає. Але коли тренери наголошують на цьому, наполегливі бігуни можуть зосередити свої зусилля на зменшенні цифри на вагах, завдаючи шкоди своєму здоров'ю та продуктивності. З іншого боку, тренери, які відкрито й прямо говорять про зовнішній вигляд тіла та харчування (і слідкують за спортсменами, які страждають харчовими розладами), можуть сприяти більш позитивного ставлення спортсменів до власного тіла. Тренери можуть створити культуру, яка може або бути справді корисною та підтримувати, або, на жаль, закріпити деякі з тих проблем, які вже існують.

Деякі дані свідчать і про біологічну обумовленість сприйняття власного тіла. Зокрема, дослідження, проведене на базі Кембриджського університету у 2003 році, виявило, що ставлення до власного тіла може бути обумовлене не лише чинниками навколишнього середовища, а й генетичними факторами [13].

Дослідження, проведене в Німеччині у 2019 році [14], виявило, що існує також гормональний вплив на задоволеність власним тілом. Сприйняття жінками своєї привабливості коливається протягом фаз менструального циклу. Виявилось, що жінки, які приймають гормональні контрацептиви, більш стабільно оцінюють свою привабливість. Однак, згідно з дослідженням 2017 року, останні частіше страждають на депресивні розлади та в цілому нижче оцінюють рівень свого благополуччя [15].

Незважаючи на біологічну та соціальну важливість людського тіла та увагу, яку люди приділяють своєму зовнішньому вигляду в повсякденному житті, нещодавно з'явився новий напрямок наукових досліджень – нейроестетика. Дослідження, проведене у 2015 році, розглядає естетичну оцінку людського тіла як відображення динамічної взаємодії між системою винагороди мозку, перцептивної та моторної обробки. Таким чином, естетичне сприйняття обличчя та тіла може мати нейрофізіологічне пояснення [16].

На відміну від попередніх епох, сучасний культурний простір переповнений прикладами «красивих» обличчя та тіл, які нерідко є перебільшеними та видозміненими, порівняно із «класичними», усередненими стандартами класи [17]. Контент соціальних медіа як формуючий фактор образу тіла буде розглянуто в наступному розділі.

Варто зазначити, що людина, яка має порушений образ тіла, ймовірно, буде зіштовхуватись із труднощами в самооцінці, а також психологічними та психічними проблемами, як-от: соціофобія, дисморфофобія, депресія, розлади харчової поведінки [18], а в деяких випадках – навіть суїцидальні тенденції [19]. Дослідження, проведене у 2017 році [20], показало зв'язок між незадоволеністю образом свого тіла, страхом негативної оцінки та соціальною тривожністю.

1.3. Місце візуальної культури у формуванні образу тіла.

Візуальна культура – це частина культури, яка представлена візуальними засобами: зображеннями, скульптурами та, іноді, танцями. Найдавнішими свідченнями людської інтелектуальної та культурної діяльності, що датуються приблизно 25 000 років до нашої ери, є зображення предметів, людських фігур, тварин та символів у печерах. Хоча тоді люди могли володіти мовою, їхня культура була переважно візуальною. Таким чином, візуальна культура, як наочне відображення людської винахідливості та культурної творчості, виникла ще до писемної культури.

Основні форми візуальної культури наведені на рис.1.2.



Рис.1.2. Форми візуальної культури

Перше важливе технологічне надбання візуальної культури – це винахід фотографії. У 1839 році французький художник і хімік Луї Дагер зробив можливою фіксацію зображень, яку в подальшому назвали на його честь – дагеротипією. Фотографія не потребувала художніх навичок, але вимагала володіння технічною майстерністю. Сама технологія була швидкою і відносно дешевою. Крім того, наприкінці 1840-х років було досягнуто

важливих успіхів у виготовленні лінз і в процесах, запроваджених Дагером і Фоксом Тальботом. Невдовзі фотографія поширилася по всій Європі, Росії, Америці, Південній Америці, аж до Токіо. У перші два-три десятиліття більшість дагеротипів були портретами людей, хоча також виконувались знімки міст, архітектурні етюди, панорами та фотографії подорожей. Окрім художнього засобу, фотографія швидко стала новою формою спілкування.

Другим важливим винаходом кінця XIX ст. став кінетоскоп Томаса Едісона, який дозволяв демонструвати рухомі зображення. Так започаткувалась величезна індустрія та форма мистецтва, що стала домінуючою в XX ст., та не втрачає свою актуальність і дотепер – кінематограф. Сам Едісон не передбачав використання кінофільмів для розваги; він думав, що фільми будуть використовуватися лише або переважно для навчання. На початку стрічки були німими, тому ця форма вираження була суто візуальною. Лише приблизно в 1930 р. з'явився звукозапис, і поєднання звуку та кінофільму створило гібридний носій, який поєднав візуальну та вербальну культури.

Третім технологічним нововведенням, яке привело до ще більшого проникнення візуальної культури в повсякденне життя, було телебачення. Робота над ним почалася ще в 1890-х роках, але фактичне винайдення телебачення відбулося в період між Першою та Другою світовими війнами, і в той же час почалася трансляція деяких телевізійних програм у Сполучених Штатах, Англії та Німеччині. Проте з початком війни ця діяльність майже припинилася, і телебачення набуло свою справжню популярність через деякий час після Другої світової війни.

Дослідження показують, що перегляд телешоу, присвячених екстремальним перевтіленням за допомогою засобів пластичної хірургії та макіяжу, негативно впливає на самооцінку глядачів [21]. У 2009 році було проведено дослідження, яке показало, що навіть коли жінки дивляться розважальні телешоу (наприклад, ситуаційну комедію «Друзі»), вони все одно

порівнюють себе з жіночими персонажами цього шоу, що призводить до збільшення незадоволеності своїм тілом після перегляду [22]. Мета-аналіз, проведений у 2001 році, виявив, що перегляд зображень худорлявих жінок у телевізійній рекламі, також спричиняє порушення образу власного тіла [23]. Найбільш вразливими до впливу зображень надмірно стрункого жіночого тіла є дівчата старшого підліткового віку та жінки, які в анамнезі мали розлади харчової поведінки. Автори припускають, що перегляд ідеалізованих образів тіла у засобах масової інформації та спричинена цим незадоволеність власним тілом пов'язані зі збільшенням ризику виникнення психопатології, зокрема, розладів харчової поведінки.

Останній значний винахід – це комп'ютери. Перші їх зразки були створені ще в середині 1940-х років, але справжня популярність прийшла розвитком персональних комп'ютерів у 70-80-х роках ХХ ст. Комп'ютери та комп'ютерні екрани насправді є гібридом, який поєднує візуальну та вербальну культури. Хоча значна кількість комп'ютерів використовується для ігор та інших візуальних програм, ще ширше вони використовуються для обробки текстів, електронних таблиць, баз даних тощо. Комп'ютери також використовуються для представлення й обробки і звуків. Особливо цікавим гібридним елементом цифрових технологій є інтернет, зокрема, соціальні мережі, які є платформою для розміщення неймовірної кількості візуального контенту.

Цифрові зображення та технології роблять створення та розповсюдження зображень ще простішим, ніж це було раніше. Зараз навіть маленькі діти створюють зображення на комп'ютерах, використовують мобільні телефони, які дозволяють робити фото чи відео. Крім того, за допомогою комп'ютерних технологій та інтернету ці зображення можна розповсюджувати по всьому світу за лічені секунди. Люди можуть переглядати ці зображення на екрані, або роздруковувати їх за допомогою сучасних принтерів. Таким чином, роль, сила, розповсюдженість і вплив

візуальної культури в усьому світі помітно збільшилась за останні десятиріччя.

Кожна з цих технологічних інновацій породила величезну індустрію, і кожна мала глибокий вплив на людське мислення та поведінку. Ще близько 100 років тому суспільство стикалось з візуальними образами переважно у художніх музеях, журналах та інших друкованих засобах масової інформації. В наш час, завдяки інтенсивному технологічному розвитку, візуальна культура знаходить своє відображення майже в кожному аспекті нашого життя. Ми дивимося телевізор, граємо у відео-ігри, читаємо комікси, бачимо вуличну рекламу, і найголовніше – проводимо час в Інтернет-мережі, особливо, в соціальних медіа-платформах, такі як Instagram. Із цим збільшенням впливу візуальних засобів масової інформації зростає культурний вплив на ідентичність молоді, особливо в контексті образу тіла.

Висновки до розділу 1

Поняття «схема тіла» та «образ тіла» зустрічаються в різноманітних неврологічних, психіатричних, психологічних, соціологічних та феноменологічних дослідженнях. Часом їх використовують як синоніми, в інших випадках – як окремі поняття.

Інтерес до психічного відображення фізичного тіла людини існував ще віддавна, однак, ґрунтовне вивчення феномену образу тіла припало здебільшого на останнє сторіччя. Від формування образу тіла, його усвідомлення та прийняття, значною мірою залежить самооцінка особистості та рівень її адаптації в соціумі. Важливу роль у цьому процесі відіграє найближче оточення – члени сім'ї та друзі – а також візуальна культура, яку споживає людина, зокрема, медіа: журнали, кіно, реклама, комп'ютерні ігри, контент соціальних мереж.

Таким чином, по-перше, ми взаємодіємо зі своїм тілом через інтеро- та пропріоцепцію, рух, зір, дотик, смак та нюх. По-друге, ми володіємо певними концептуальними уявленнями про те, яким буває та повинно бути людське тіло. По-третє, після зіставлення того, що ми бачимо в дзеркалі, та наших уявлень про зовнішність, виникає певне емоційне ставлення до власного тіла. І, в решті-решт, у випадку незадоволеності своїм зовнішнім виглядом, ми можемо зробити вибір в бік її корекції: самостійної чи з допомогою професіоналів (фітнес-тренерів, косметологів, пластичних хірургів та ін.). Отже, образ тіла передбачає наявність рефлексії, тобто здатності людської свідомості в процесі діяльності спрямовувати фокус уваги на саму себе.

Люди з порушеннями образу тіла, частіше стикаються з різноманітними психологічними та психічними проблемами: низькою самооцінкою, тривожністю, депресивними розладами, соціофобією, дисморфофобією, розладами харчової поведінки, та, в деяких випадках, мають вищий суїцидальний ризик.

РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ТІЛА

2.1. Соціальні мережі як феномен XXI сторіччя.

Інтернет є основою для розміщення величезної кількості інформаційних ресурсів, зокрема, соціальних мереж. Без них життя сучасної людини складно уявити. Вони стали технологією, яку можна використовувати в різноманітних цілях: як джерело новин, соціальний інструмент, засіб для самопрезентації, бізнес-платформу та багато іншого.

Станом на жовтень 2022 року [24], 5,07 млрд людей користуються інтернетом, серед них – 4,74 млрд користувачів соціальних мереж, що становить 59,3% всього світового населення, тобто 7,99 млрд людей. Мобільними телефонами користуються 5,58 млрд людей в усьому світі. Саме їх у 92,1% випадках використовують для доступу в інтернет.

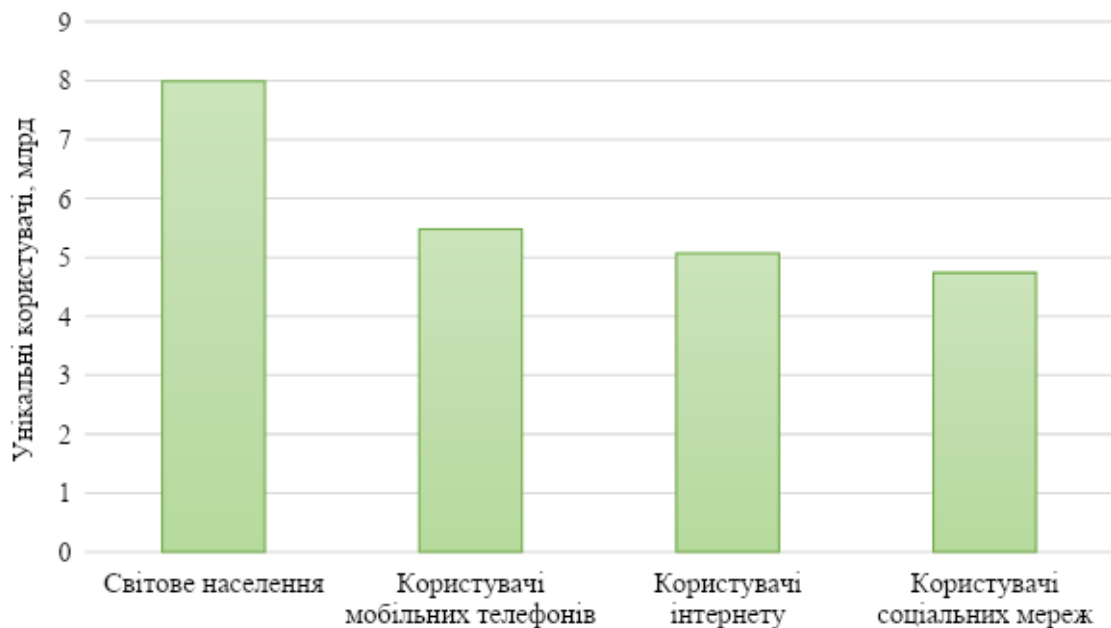


Рис. 2.1. Користування цифровими послугами населенням світу

Що стосується часу, проведеному онлайн, то в середньому це 6 год 37 хв щодня, з яких 2 год 28 хв пересічний користувач проводить у соціальних мережах. Це менше, ніж час, проведений за переглядом телебачення (3 год 25

хв), але більше, ніж середній час прослуховування музики (1 год 37 хв) та час, користування ігровими консолями (1 год 13 хв).

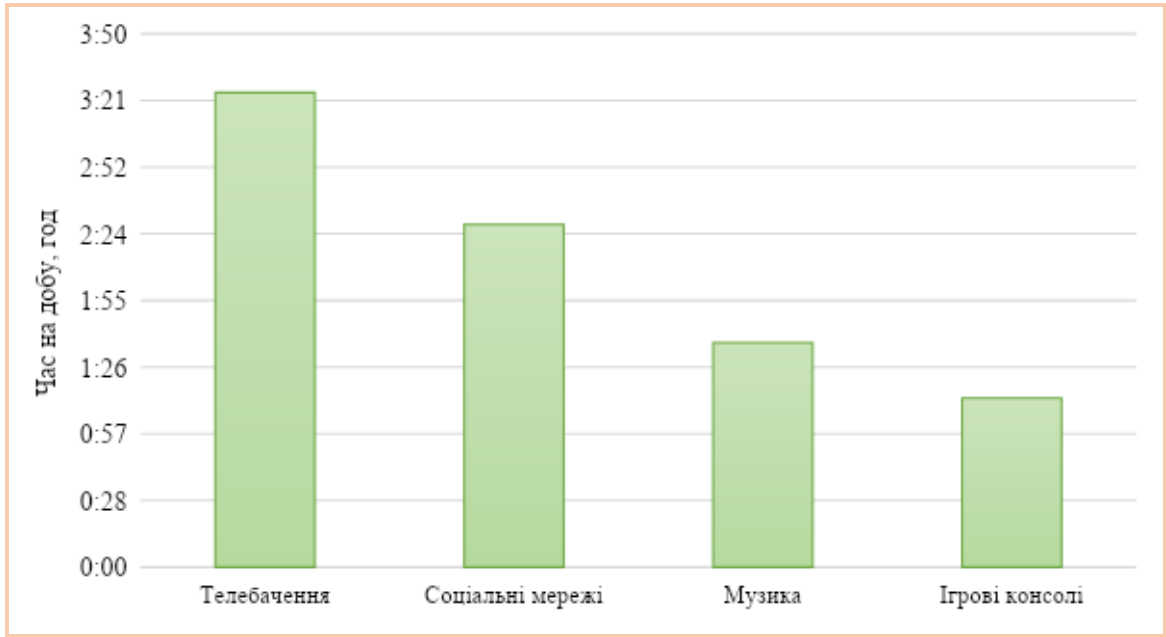


Рис. 2.2. Середньодобовий час, проведений в медіа-ресурсах

Жінки в середньому за добу проводять на 15 хв більше в соціальних мережах, ніж чоловіки. Найбільші відмінності у віковій групі від 16 до 24 років – 3 год 10 хв та 2 год 39 хв відповідно.

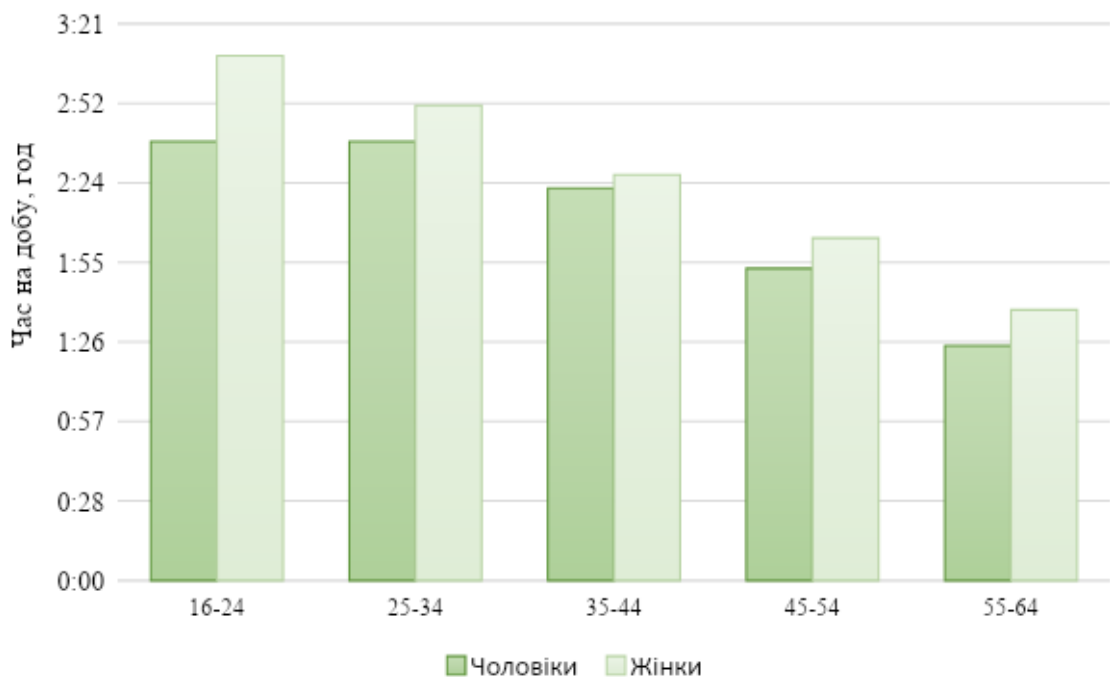


Рис. 2.3. Статеві відмінності в часі, проведеному в соціальних мережах

Найуживанішою соціальною платформою у світі є Facebook – 2,93 млрд користувачів. На другому місці – Youtube (2,515 млрд), на четвертому – Instagram (1,386 млрд), на шостому – Tiktok (1 млрд). Третє та п'яте місце посідають Whatsapp та WeChat відповідно, однак, вони є не надто популярними в Україні.

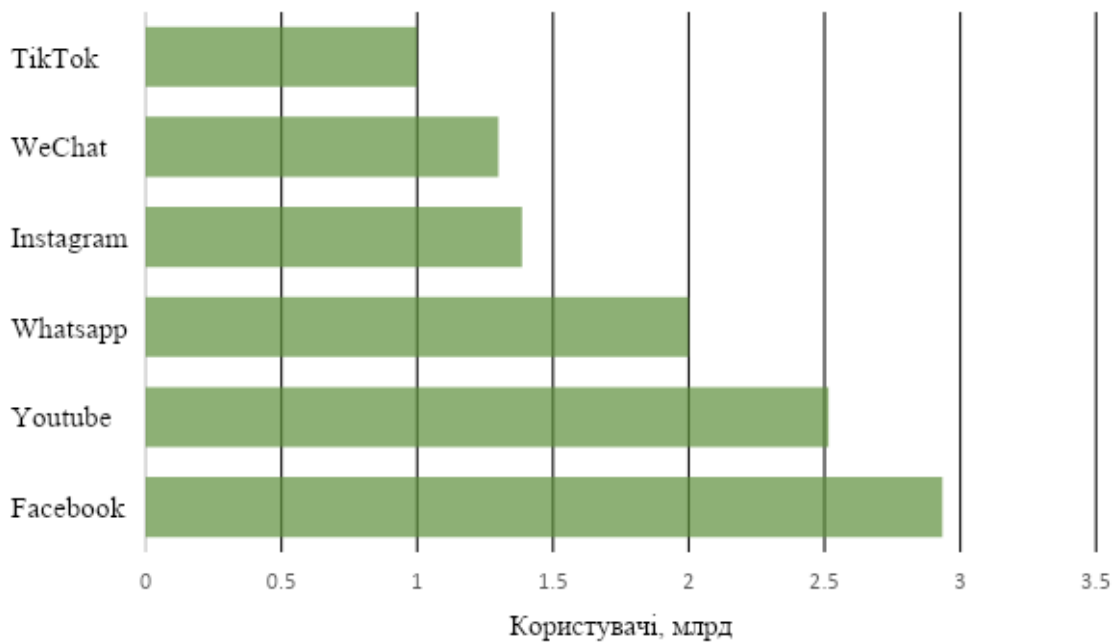


Рис.2.4. Кількість користувачів соціальних мереж у світі

Найбільше часу користувачі проводять на платформі Youtube – 23,4 год/місяць, трохи менше – в TikTok (22,9 год/міс.), на третьому місці Facebook – 19,7 год/міс., на четвертому – Whatsapp (17,3 год/міс.), на п'ятому – Instagram (11,7 год/міс.).

45,1% користувачів підписані на сторінки в соціальних мережах, які належать друзям, членам сім'ї та іншим знайомим людям. Часто підписуються на профілі акторів (28,8% користувачів), музикантів (26,7%), так званих «інфлуенсерів» (21,9%), спортсменів (21,6%), експертів в сфері краси (17%), фітнес-тренерів (16,9%), а також на сторінки ресторанів, брендів, розважальний контент та ін.

31,4% дівчат та 23,4% хлопців (віком від 16 до 24 років) називають головною метою використання соціальних платформ спостереження за «інфлуенсерами». Люди старших вікових категорій менш зацікавлені у споживанні такого роду контенту (від 10,8% до 26,7%).

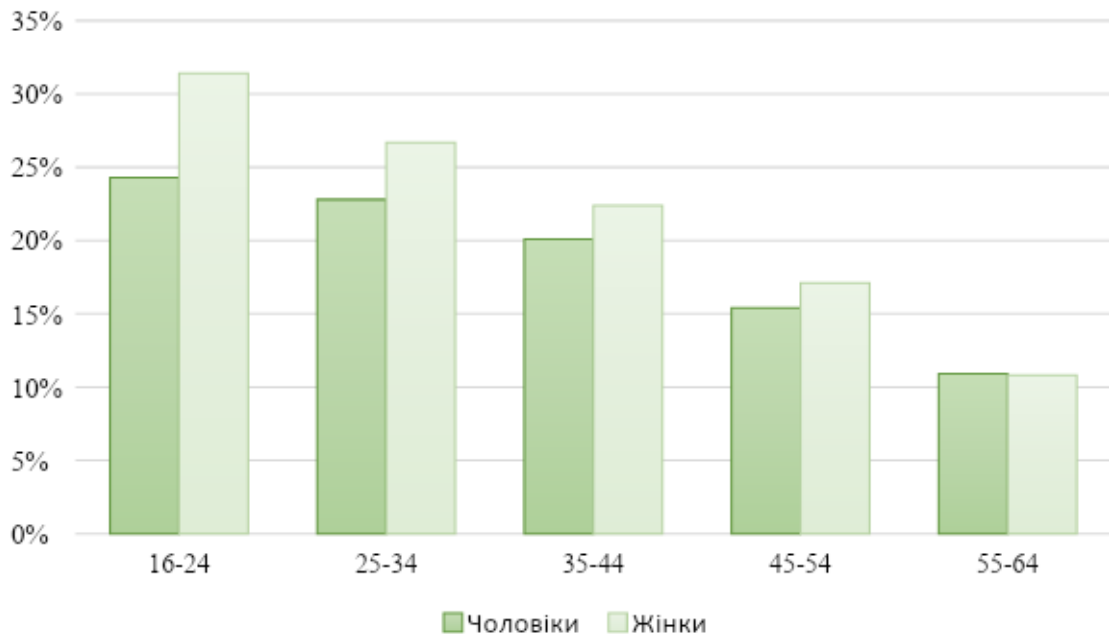


Рис. 2.5. Зацікавленість у контенті «інфлуенсерів» за статтю та віком

В Україні у 2021 році, до початку війни, за даними дослідження агентства PlusOne [25], загальна статистика користування соціальними мережами виглядала так: YouTube – 23,5 млн, Facebook – 16,4 млн, Instagram – 15,8 млн, TikTok – 12 млн.

Повномасштабна війна Росії проти України призвела до величезної хвилі міграції Українців, що не могло не вплинути на користування соціальними мережами, особливо, в регіонах, які після 24 лютого опинились в окупації та там, де ведуться чи велися бойові дії (Харківська, Херсонська, Миколаївська, Київська та Запорізька області). Серед українців віком 18-35 років понад 60% користуються Facebook, а понад 70% – Instagram. В обох соціальних мережах жіноча аудиторія переважає чоловічу в усіх вікових категоріях.

Станом на липень 2022 року, YouTube залишається на колишній позиції – 23 млн користувачів, Facebook – 15,6 млн, Instagram – 13,2 млн, TikTok – 12 млн. Сильно змінилася після початку війни в Україні статистика соціальних мереж Instagram та Facebook: кількість українських користувачів зменшилася на 2,5 млн та 150 тис відповідно.

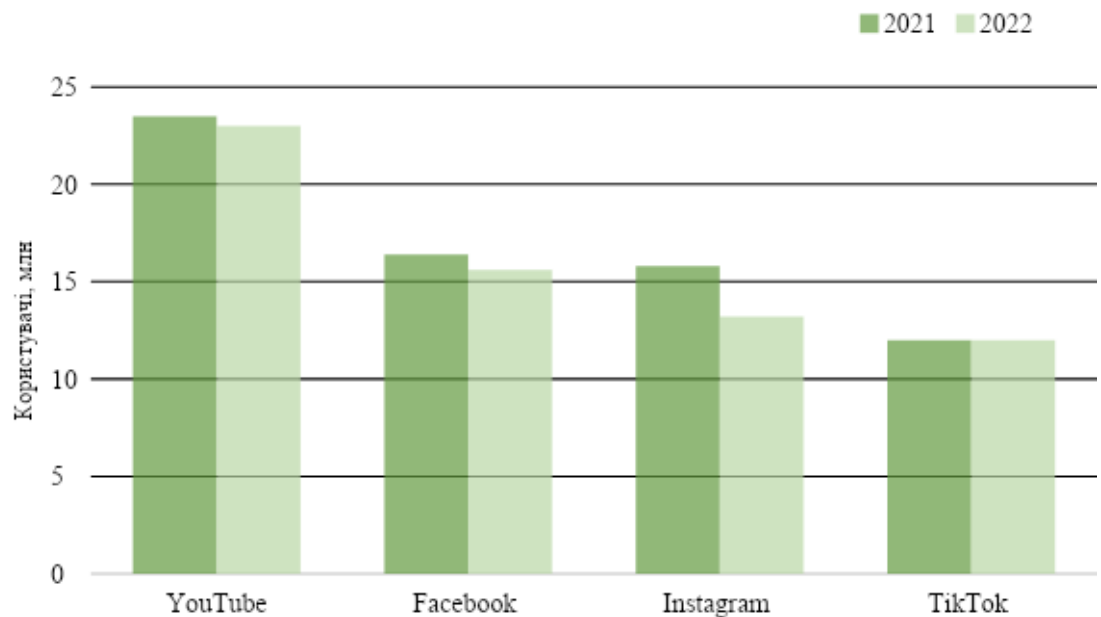


Рис. 2.6. Зміни в кількості користувачів соціальних мереж в Україні за останній рік

Згідно з дослідженням, на коливання могло вплинути, те що значна кількість користувачів Instagram виїхала за кордон. Окрім того, ймовірно, українці стали менше проводити часу у соцмережах. Також можливо, що алгоритми обчислювання географічної прив'язки користувачів у вищеназваних мережах відрізняються: наприклад, якщо людина поїхала до Польщі, то Facebook може віднести її до української аудиторії, а Instagram – уже до польської.

Що стосується відеохостингів, Youtube випереджає TikTok за аудиторією в Україні серед більшості вікових груп, але суттєво поступається серед молоді (18-24 роки).

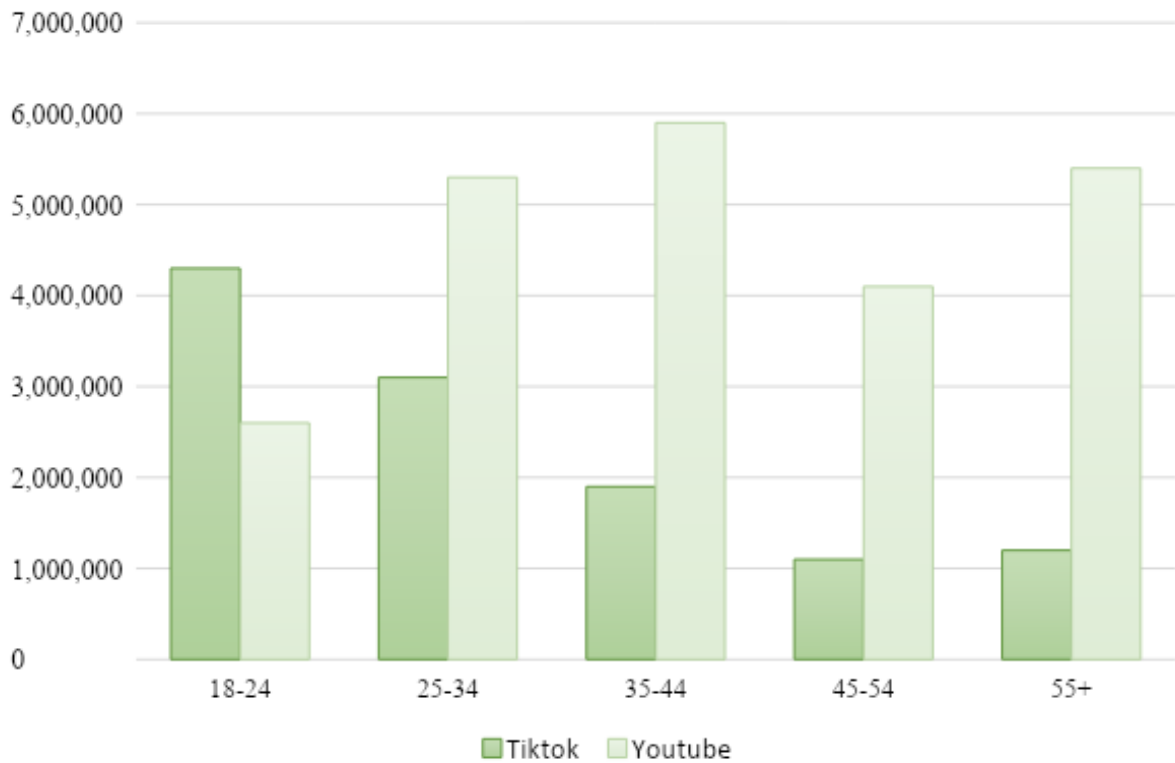


Рис. 2.7. Рейтинг Youtube та TikTok серед користувачів різних вікових груп.

Така сама тенденція спостерігається у протистоянні Facebook та Instagram. Пік Instagram припадає на користувачів 21-22 років (626,3 тис. та 617,8 тис. відповідно). Починаючи з 30 років, користувачі надають перевагу Facebook. Найбільше прихильників мережі серед 35-річних – 469,6 тис., а також сукупно серед тих, кому за 65 – 1 млн.

Таким чином, соціальні мережі є одним із основних джерел інформації для людей з усього світу в цілому, та в Україні зокрема.

2.2. Психологічні явища, пов'язані зі споживанням контенту в соціальних мережах.

Не викликає сумнівів той факт, що міцні соціальні зв'язки позитивно впливають на психічне здоров'я та благополуччя. Регулярне використання соціальних мереж може компенсувати зменшення кількості особистих соціальних взаємодій у житті сучасних людей. Соціальні медіа надають людям платформу, яка долає бар'єри відстані та часу, дозволяє розширювати та зміцнювати особисте коло спілкування, отримувати доступ до актуальної інформації, розважатись та купувати різноманітні товари.

З іншого боку, зростає кількість досліджень, які показують, що використання соціальних мереж може чинити негативний вплив на психічне здоров'я та благополуччя, особливо, серед молоді, наприклад, сприяти підвищенню ризику депресії та симптомів тривоги.

Характер впливу соціальних мереж на психологічний стан зумовлений способом, частотою та тривалістю їх використання. Розглянемо основні негативні явища, пов'язані з використанням соціальних мереж.

Кібербулінг

Одним із досить небезпечних для користувачів явищ є кібербулінг – умисне цькування людини із застосуванням цифрових технологій. Він може відбуватися в соціальних мережах, платформах обміну повідомленнями (месенджерах), ігрових платформах та мобільних телефонах. Це неодноразова поведінка, спрямована на залякування, провокування гніву чи приниження тих, проти кого він спрямований [26].

Американський педагог Ненсі Віллард виділяє наступні форми кібербулінгу:

- **Образа.** Як правило, відбувається у відкритому публічному просторі Інтернету, за допомогою образливих коментарів, вульгарних звернень і зауважень.

- Домагання. Цілеспрямовані, систематичні кібератаки від незнайомих людей, користувачів соціальних мереж, людей з найближчого реального соціального оточення.
- «Очорнення», поширення чуток. Навмисне виставлення жертви в чорному світлі за допомогою публікації фото- або відеоматеріалів на Інтернет-сторінках, форумах, в новинних групах, через електронну пошту.
- Використання фіктивного імені. Навмисне видавання себе за іншу людину, використовуючи пароль жертви.
- Публічне розголошення особистої інформації. Поширення особистої інформації, наприклад, інтимних фотографій, фінансового стану, роду діяльності з метою образи або шантажу.
- Соціальна ізоляція. Відмова спілкуватися (як на діловому, так і на неформальному рівні), виключення з месенджеру групи або ігрової спільноти і так далі.
- Тривале домагання і переслідування. Систематичне сексуальне переслідування, що супроводжується погрозами та домаганнями.
- Відкрита загроза фізичної розправи. Прямі або непрямі погрози вбивства або заподіяння тілесних ушкоджень [27].

Системний аналіз 377 статей, розміщених на ресурсах PubMed та Virtual Health Library, показав наступне:

1. Поширеність кібербулінгу коливається від 6,5% до 35,4%.
2. Попередній або поточний досвід традиційного булінгу притаманний як жертвам кібербулінгу, так і кривдникам.
3. Щоденне використання трьох і більше годин Інтернету, веб-камери, текстових повідомлень, публікація особистої інформації в інтернеті асоціюється з кібербулінгом.
4. «Кібержертви» та «кіберхулігани» мають більше емоційних і психосоматичних проблем, ніж у середньому, частіше зазнають соціальних труднощів і та не почувуються безпечно в школі.

5. Кібербулінг пов'язаний з емоційним стресом, соціальною тривогою, вживанням психоактивних речовин, симптомами депресії, суїцидальними думками та спробами самогубства [28].

Розвиток підлітків

У 2014 році на базі Університету Бриджпорт було проведено дослідження впливу соціальних медіа на розвиток особистості підлітків. Його результати свідчать про те, що підлітки присвячують соціальним мережам значну частину свого повсякденного життя, оскільки вони є не лише засобом спілкування, а й мають розважальну функцію. За часом соціальні мережі поступаються лише сну. Дослідження демонструє, що соціальні мережі негативно впливають на розвиток особистості підлітків. Було виділено наступні фактори, які впливають на розвиток особистості:

1. популярна культура;
2. нереалістичні стандарти зовнішнього вигляду;
3. пошук схвалення
4. збільшення частоти депресії та тривоги [29].

Дослідження, проведене в розвинутих країнах, показало, що підлітки витрачають більшу частину свого часу на нові медіа порівняно з будь-якою іншою діяльністю, поступаючись лише сну [30]. Нові медіа є важливою частиною повсякденного життя підлітків, вони використовують численні пристрої (смартфони, ноутбуки, планшети тощо), щоб залишатися на зв'язку в соціальних мережах, таких як Instagram, TikTok, Facebook та Twitter.

У 2012 році на базі Белградського університету було проведено дослідження серед 160 старшокласників, яке показало статистично значущу кореляцію між часом, проведеним в соціальних мережах та інтенсивністю депресивних проявів [31].

Постійне спілкування є основною мотивацією одержимості новими медіа. Часом підлітки використовують декілька соціальних медіа одночасно, а не по черзі. Вони є місцем пошуку розв'язань домашніх завдань, спілкування

з однолітками та розваг. Таким чином, можна сказати, що підлітки перебувають під постійним та сильним впливом соціальних мереж.

Порушення сну

Опитування серед 1763 молодих людей віком від 19 до 32 років, проведене у 2017 році на базі Піттсбурзького медичного університету, показало, що ті, хто часто або дуже часто користуються соціальними мережами за 30 хвилин до сну, на 62% частіше мають проблеми зі сном. Порушення сну також були пов'язані із загальною кількістю використовуваних соціальних мереж, старшим віком, жіночою статтю, расовою приналежністю та низьким соціально-економічним статусом [32].

Афективні порушення

У 2016 році у США було проведене дослідження взаємозв'язку споживання контенту соціальних медіа та тривожно-депресивних розладів. Результати показали, що у осіб, що проводять найбільше часу за використанням соціальних платформ, найбільші показники тривоги та депресії [33].

Дослідження, проведене на базі Піттсбурзького медичного університету у 2016 році серед 1798 людей віком від 19 до 32 років, показало наступне: люди, які регулярно використовують від 7 до 11 соціальних платформ, значно частіше страждають на тривогу та депресію, порівняно з цими, хто користуються 2 платформами або менше [34].

Дослідження 2022 року виявило, що тижнева перерва в використанні соціальних медіа зменшує прояви тривоги, депресії та покращує загальне благополуччя [35].

2.3. Контент соціальних медіа як фактор формування образу тіла.

Існує ряд унікальних особливостей соціальних мереж, які відрізняють їх від традиційних медіа та зумовлюють їх помітний вплив на образ тіла сучасної людини.

По-перше, у соціальних мережах представлені самі користувачі (а не лише моделі та знаменитості). Таким чином, особа, яка споживає контент соціальних медіа, швидше співвідносить те, що вона бачить у дзеркалі, з тілами та обличчями інших користувачів. Значна частина оприлюднених зображень в соціальних медіа – це так звані селфі, тобто, автопортрет. Дослідження на цю тему виявили зв'язок між нарцисизмом та публікацією селфі. Виявилось, що розміщення своїх фото корелює з рівнем самозакоханості [36]. Інші дослідження показали, що вміст селфі відображає особистість людей [37] і гендерні стереотипи [38]. Основними мотивами публікації селфі були пошук уваги, розваг, спілкування та збереження спогадів [39].

По-друге, люди часто презентують в соціальних мережах певною мірою ідеалізовану версію себе, завантажуючи лише найпривабливіші зображення (які можна редагувати та покращувати) у свій профіль і видаляючи будь-які зображення, які вони вважають непривабливими. Тому кінцевий користувач (глядач) бачить дещо «відфільтровану», нерепрезентативну вибірку образів. Ті недоліки фігури чи обличчя, які можна помітити при живому спілкуванні, зникають після ретельної обробки в графічних редакторах. Дослідження, проведене в 2021 році [40], показало наступні результати: близько 25% користувачів редагують понад 40% фотографій, опублікованих у соціальних мережах. Найпоширенішою причиною (36,3%) було приховування проблем зі шкірою (вугрі, рубці, пігментація та темні кола). Крім того, більшість учасників (64%) коректували фото, тому їм подобався ідеальний вигляд шкіри після редагування. Переважна більшість учасників визнали, що використання соціальних мереж (71%) і програм для редагування фотографій (66%) змусило їх звернути більше уваги на проблеми та недоліки шкіри. Половина

учасників видаляли свої позначки (теги) на фото, опублікованих іншими користувачами, якщо їх не влаштувало, як воно відредаговано.

По-третє, хоча соціальні медіа містять зображення різних людей (наприклад, друзів, родини, незнайомих людей, знаменитостей), вони зазвичай використовуються для взаємодії з однолітками. Дослідження показують, що порівняння своєї зовнішності з однолітками може значною мірою впливати на образ тіла. Окрім зображень, люди часто публікують у соціальних мережах коментарі стосовно зовнішнього вигляду, що також може вплинути на те, як користувачі ставляться до своєї зовнішності. Негативна думка навіть анонімних користувачів може відобразитись на самооцінці людини, яка викладає свої фото в простір інтернету.

В цілому, самооцінка – це ставлення людини до себе й оцінка своїх особистих якостей, можливостей і місця серед інших людей у різних сферах життя. Попередні дослідження показали, що самооцінка впливає на те, як людина використовує соціальні мережі. Люди з вищою самооцінкою були більш мотивовані використовувати соціальні медіа для спілкування з однолітками і частіше коментували фотографії профілів інших. Люди з нижчою самооцінкою, як правило, витрачають більше часу на обмін миттєвими повідомленнями, мають сильнішу залежність від Facebook [41].

Зв'язок між соціальними медіа та самооцінкою є складним, як показав мета-аналіз, проведений на базі Каліфорнійського університету у 2022 році. Дослідження, як правило, виявляють змішану модель взаємозв'язків самооцінки та користування соціальними мережами. Це можна пояснити тим, що самооцінка більшості користувачів не залежить від користування соціальними мережами, тоді як окремі соціальні групи відчувають або позитивні, або негативні впливи на самооцінку. Це свідчить про те, що справжній зв'язок між використанням соціальних медіа та самооцінкою є індивідуальним і ґрунтується на способі користування соціальними медіа та індивідуальній сприйнятливості [42].

Соціальні медіа також грають неабияку роль у виникненні розладів харчової поведінки, особливо у молодих дівчат. Дослідження, проведене у 2019 році, підтверджує, що соціальні медіа є засобом, за допомогою якого популяризуються нереалістичні ідеали краси, що, в свою чергу, збільшує ризик виникнення розладів харчової поведінки. Результати показали, що неадекватне ставлення до їжі пов'язане з самооцінкою, зовнішнім виглядом, уявленнями про ідеальне тіло, використанням соціальних мереж і внутрішньоутробним рівнем тестостерону [43].

Висновки до розділу 2

Життя сучасної людини неможливо уявити без використання смартфонів та комп'ютерів, які мають доступ до інтернету. Середньостатистична людина проводить більше чверті доби онлайн, з яких третина припадає на користування соціальними медіа. На цих платформах розміщується значна кількість візуального контенту, здебільшого, зображення людей – їх обличчя та тіла, які нерідко піддаються попередній графічній обробці. Спожитий контент не може не здійснювати вплив на психічне та фізичне благополуччя: самооцінку, сон, настрій, стосунки з іншими, харчову поведінку та ставлення до власного тіла, що підтверджується численними науковими дослідженнями.

Таким чином, взаємозв'язок між часом, проведеним на соціальних платформах та образом тіла споживача представляє інтерес для подальшого вивчення.

РОЗДІЛ 3

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1. Загальна характеристика методів дослідження образу тіла та використання соціальних медіа.

Для дослідження використання соціальних медіа мною був використаний тест Кімберлі Янг на інтернет-залежність, а також зібрана статистична інформація щодо екранного часу на платформах Instagram та TikTok.

Для дослідження образу тіла було використано Багатофакторний опитувальник образу тіла та «Я» Томаса Кеша (Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire).

Для проведення дослідження були залучені студентки першого курсу Чернівецького національного університету за спеціальністю «Початкова освіта і дошкільна освіта». В дослідженні взяло участь 67 осіб жіночої статі.

Тест Кімберлі Янг на інтернет-залежність

Ця методика розроблена та апробована у 1994 році Кімберлі Янг, професором психології Пітсбурзького університету в якості інструменту для самодіагностики патологічної пристрасті до інтернету [44]. Подібно до будь-якої іншої нехімічної залежності, інтернет-залежність (інтернет-адикція) є феноменом поведінкової пристрасті, тобто емоційною залежністю від певної форми поведінки. Розробляючи дану методику, автор спиралася в основному на вже наявні уявлення та тестові методики діагностики алкоголізму та патологічної схильності до азартних ігор (гемблінгу). Янг припускає, що залежність від інтернету характеризується трьома головними симптомами:

1. Нарощування дози (збільшується час, проведений в інтернеті).

2. Зміна форми поведінки (інтернет-активність починає підміняти собою форми реального життя).
3. Синдром відміни (погіршення емоційного самопочуття поза інтернет-активністю)

На думку Кімберлі Янг, адиктивність інтернету визначається трьома головними факторами:

1. Доступність інформації, інтерактивних зон та порнографічних зображень.
2. Персональний контроль і анонімність інформації, що передається.
3. Внутрішні почуття, які на підсвідомому рівні встановлюють більший рівень довіри до спілкування онлайн.

Досліджуванам пропонувався тест-опитувальник, який містить 20 тверджень, з приводу яких можливі 5 варіантів відповідей, кожний із яких кодується балами за 5-бальною шкалою Лайкерта (Likert scale): завжди – 5 балів, часто – 4 бали, іноді – 3 бали, дуже рідко – 2 бали, ніколи – 1 бал. Таким чином, максимальний сумарний бал становить 100.

Інтерпретація результатів

Сума балів від 0 до 30 свідчить про нормальне використання інтернету, яке не заважає повсякденному життю. Сума балів від 31 до 49 вказує на легкий, а від 50 до 79 балів – на помірний ступінь інтернет-залежності. У випадку, якщо сума балів від 80 до 100, можна говорити про надмірне користування інтернетом, яке зазвичай супроводжується проблемами в інших сферах життя, зазвичай, міжособистісних стосунках.

Враховуючи те, що в середньому більше третини часу в інтернеті, користувачі проводять саме в соціальних мережах, найпопулярнішими з яких є Instagram та TikTok, досліджуванам було запропоновано коротке опитування стосовно екранного часу, проведеного в даних соціальних мережах, з 3 варіантами відповідей: до 30 хв на добу; від 31 до 60 хв на добу;

більше 60 хв на добу. Отримані дані були використані для подальшого розподілу досліджуваних на групи.

Багатофакторний опитувальник образу тіла Т. Кеша

Для різнобічного аналізу образу тіла досліджуваних мною було використано четверте видання Багатофакторного опитувальника ставлення до власного тіла, розроблене американським професором, доктором філософії з психології Томасом Кешем [45]. Опитувальник включає 69 питань, спрямованих на дослідження оціночного, когнітивного та поведінкового компонентів сприйняття людиною свого фізичного тіла, здоров'я, та фізичної форми.

В інтерпретації результатів використовується 7 основних та 3 додаткових шкали.

Основні шкали:

1. «Оцінка зовнішності» включає 7 тверджень. Люди з високими балами по цій шкалі відчують себе фізично привабливими, задоволені своїм зовнішнім виглядом.
2. «Орієнтація на зовнішність» включає 12 тверджень. Люди з високими балами по цій шкалі надають великого значення своєму зовнішньому вигляду, догляду за собою.
3. «Оцінка фізичної форми» включає 3 твердження. Люди з високими балами по цій шкалі відчують себе «підтягнутими», атлетичними.
4. «Орієнтація на фізичну форму» включає 13 тверджень. Дана шкала відображає кількість зусиль, які досліджуваний готовий докласти для підтримання своєї фізичної форми.
5. «Оцінка здоров'я» включає 6 тверджень. Дана шкала відображає ступінь задоволеності своїм фізичним здоров'ям.

6. «Орієнтація на здоров'я» включає 8 тверджень. Люди з високими балами по цій шкалі зазвичай ведуть здоровий спосіб життя та надають велике значення стану свого здоров'я.
7. «Орієнтація на хворобу» включає 5 тверджень. Люди з високими балами по цій шкалі більш насторожені стосовно симптомів певних хвороб та частіше звертаються за медичною допомогою.

Додаткові шкали:

1. «Задоволеність частинами тіла» включає 9 складових: обличчя, волосся, нижня, середня та верхня частини тулуба, м'язовий тонус, вага, зріст та зовнішність в цілому. Люди з високим сумарним балом зазвичай в цілому задоволені своїм тілом. Низькі бали по окремим пунктам говорять про незадоволеність певними частинами тіла.
8. «Зосередженість на вазі» включає 4 твердження та відображає рівень переживань стосовно зайвої ваги, дієт та харчових обмежень.
9. «Оцінка власної ваги» містить 2 питання та відображає те, як людина сприймає ступінь своєї вгодованості: від дуже низької до дуже надмірної.

3.2. Методика виявлення інтернет-залежності Кімберлі Янг.

У дослідженні взяло участь 67 студенток-першокурсниць. Результати наведені на Рисунку 3.1.

Середня кількість балів – 46, що відповідає легкому рівню інтернет-залежності. Лише одна учасниця набрала менше 30 балів, таким чином, інші 66 досліджуваних мають ознаки залежності від інтернету.

Більшість досліджуваних (42 учасниці, 62,7%) набрали від 30 до 49 балів, тобто мають легку інтернет-залежність. Решта досліджуваних (24 учасниці, 35,8%) від 50 балів і більше, що відповідає помірній залежності від інтернету. Максимальний бал – 67.

Учасниць з ознаками надмірного користування інтернетом (80-100 балів) при дослідженні виявлено не було.

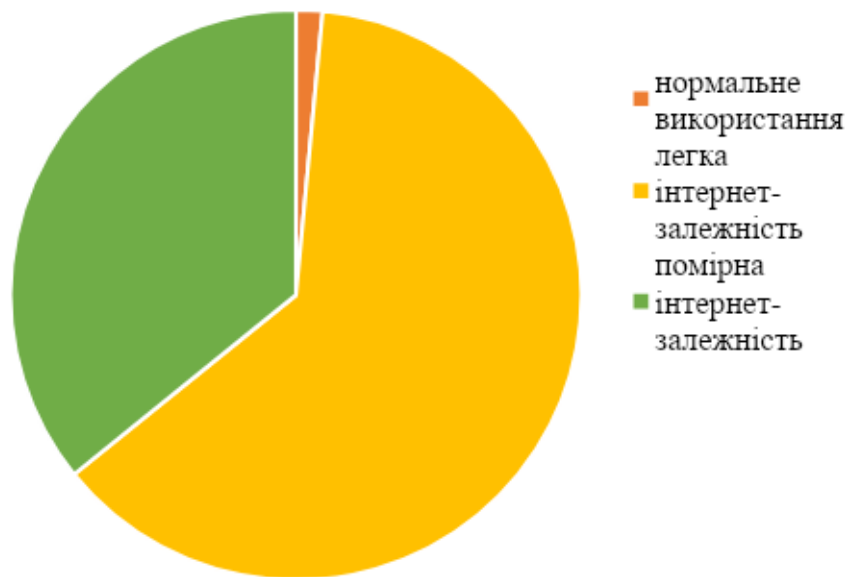


Рис 3.1. Ступінь інтернет-залежності

3.3. Статистика екранного часу в Instagram та TikTok.

Результати наведені на Рисунку 3.2.

При опитуванні виявилось наступне:

- лише 4 учасниці проводять менше 30 хв на добу в кожній із соціальних медіа, що складає всього 6% опитуваних.
- 9 учасниць, тобто 13,4% проводять в одній із соціальних медіа до 30 хв на добу, а в іншій – менше години.
- 6 учасниць (9%) проводять від 31 до 60 хв на добу в обох соціальних медіа.
- 14 учасниць (20,9%) надають перевагу мережі Instagram, проводячи там більше години на добу, при цьому не користуються TikTok або проводять там менше, ніж 30 хв на добу.
- 17 учасниць (25,4%) витрачають більше години на добу в Instagram, і від 31 до 60 хв в TikTok.
- 14 учасниць (20,9%) витрачають в обох соціальних медіа більше години на добу.
- 2 учасниці (3%) проводять більше години на добу в TikTok, і від 31 до 60 хв в Instagram.
- 1 учасниця витрачає менше 30 хв на добу в Instagram, і від 31 до 60 хв в TikTok.

Таким чином, 45 досліджуваних, тобто 67%, принаймні на одну із соціальних медіа витрачають більше години на добу.

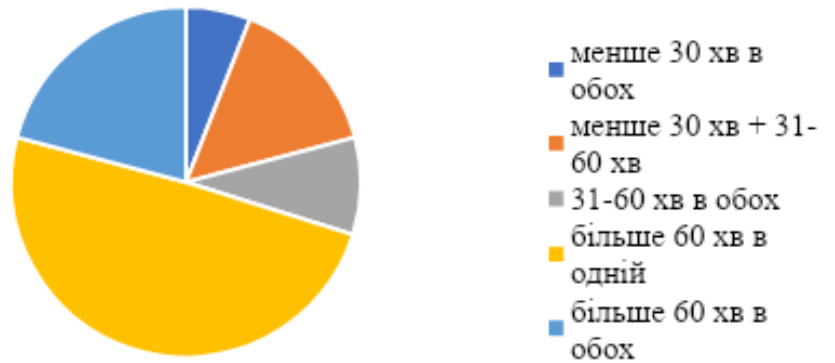


Рис.3.2. Статистика екранного часу в Instagram та TikTok.

Співвідношення результатів тесту на інтернет-залежність та екранного часу в Instagram та TikTok наведено в таблиці 3.1. Очікувано, найнижчий результат за тестом на інтернет-залежність спостерігався серед студенток, що витрачають на соціальні мережі менше 30 хв на добу – 34,4 бали. Ті, хто проводять більше години у TikTok, в середньому набрали 49,1 балів, активні користувачі Instagram – 48,1 балів.

Таблиця 3.1.

Середні результати тесту К. Янг та екранний час в Instagram та TikTok

Час в соціальних медіа, хв	Результат тесту на інтернет-залежність, бали
<30	34,4
31-60	38,3
60+ (TikTok)	49,1
60+ (Instagram)	48,1

3.4. Багатофакторний опитувальник образу тіла та «Я» Томаса Кеша.

У керівництві до використання даного опитувальника автор наводить середні нормативні значення, встановлені при опитуванні 1064 американських жінок у 1985-1986 рр. В Таблиці 3.2. представлені отримані в даному дослідженні результати та нормативні показники.

Таблиця 3.2.

Порівняння нормативних та отриманих показників у студенток 1 курсу

Шкала	НП	SD	ОП	SD
Оцінка зовнішності	3,36	0,87	3,90	0,86
Орієнтація на зовнішність	3,91	0,60	3,98	0,62
Оцінка фізичної форми	3,48	0,97	3,46	0,95
Орієнтація на фізичну форму	3,20	0,85	3,01	0,77
Оцінка здоров'я	3,86	0,80	3,51	0,58
Орієнтація на здоров'я	3,75	0,70	3,60	0,59
Орієнтація на хворобу	3,21	0,84	3,49	0,84
Задоволеність частинами тіла	3,23	0,74	3,78	0,7
Зосередженість на вазі	3,03	0,96	2,05	0,93
Оцінка власної ваги	3,57	0,73	3,18	0,63

Примітка. НП – нормативні показники; ОП – отримані показники; SD – стандартне відхилення.

Результати опитування виявились наближеними до нормативних показників. Порівняно зі стандартною вибіркою, наші учасниці в середньому суттєво вище оцінюють свою зовнішність та більше задоволені своїм тілом, значно менше зосереджені на вазі, вважають себе стрункішими, однак, нижче оцінюють своє здоров'я, більш насторожені стосовно хвороб, менше орієнтовані на фізичну форму.

Таблиця 3.3.

Взаємозв'язок показників багатфакторного опитувальника образу тіла та екранного часу в соціальних мережах

Шкала	Екранний час	Менше 30 хв на добу	Від 31 до 60 хв на добу	60+ хв на добу (TikTok)	60+ хв добу (Instagram)
Оцінка зовнішності	3,77	4,1	3,87	3,94	
Орієнтація на зовнішність	3,1	3,51	4,14	4,03	
Оцінка фізичної форми	3,4	3,89	3,32	3,48	
Орієнтація на фіз. форму	3,13	3,31	2,93	2,94	
Оцінка здоров'я	3,53	3,92	3,54	3,48	
Орієнтація на здоров'я	3,66	4,04	3,45	3,52	
Орієнтація на хворобу	2,84	3,47	3,36	3,43	
Задоволеність част. тіла	3,58	3,87	3,75	3,81	
Зосередженість на вазі	1,35	2,08	1,97	2,04	
Оцінка власної ваги	3,25	3	3,1	3,2	

Серед усіх досліджуваних ті, хто проводять на кожній з соціальних платформ менше 30 хв на добу, виявились найменш орієнтованими на

зовнішність (3,1), найменш зосередженими на вазі (1,35) та найменш орієнтованими на хворобу (2,84).

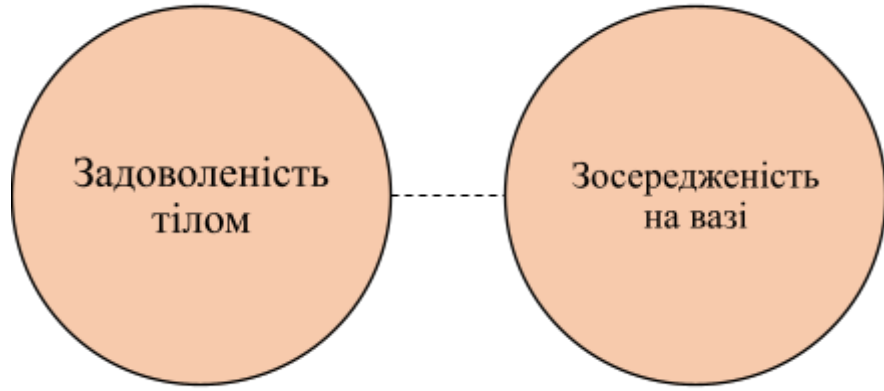
Ті студентки, які проводять в кожній з соціальних медіа від 31 до 60 хв на добу, найвище оцінили свою зовнішність (4,1), здоров'я (3,92) та фізичну форму (3,89). Водночас ця група виявилась найбільш орієнтованою на фізичну форму (3,31) та здоров'я (4,04), а також найвище оцінила своє здоров'я (3,92).

Найбільш орієнтованими на зовнішність (4,14) та найменш орієнтованими на здоров'я (3,45) виявились ті, хто проводять в соціальній мережі TikTok більше 60 хв на добу. Подібні результати по всім показникам продемонстрували активні користувачки (більше 60 хв на добу) соціальної платформи Instagram.

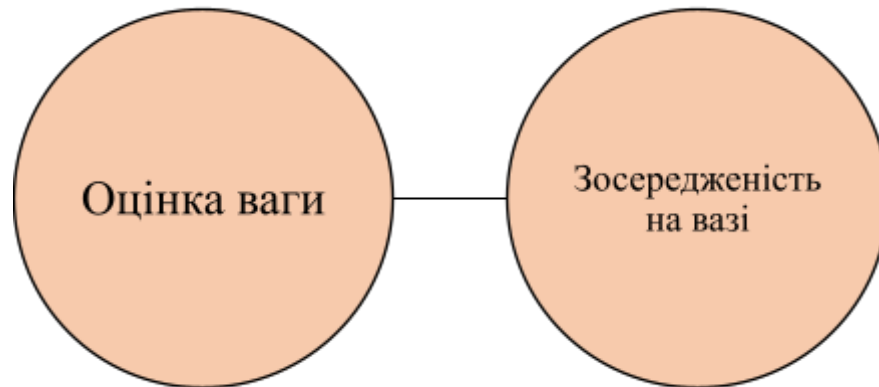
3.5. Кореляційний аналіз результатів.

За результатами дослідження був проведений кореляційний аналіз між інтернет-залежністю та показниками шкал багатофакторного опитувальника образу тіла, а також між окремими показниками шкал MBSRQ. Отримано наступні результати:

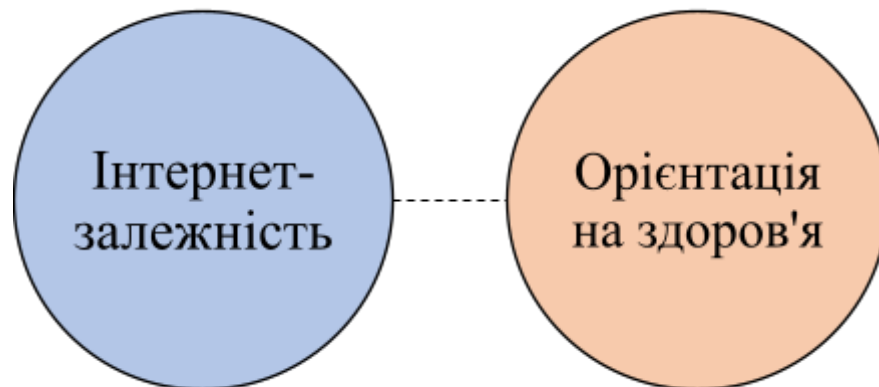
- 1) Був виявлений кореляційний зв'язок (-0,47787) між задоволеністю тілом та зосередженістю на вазі. Це вказує на те, що більша зосередженість на вазі спостерігається у осіб, менш задоволених власним тілом.



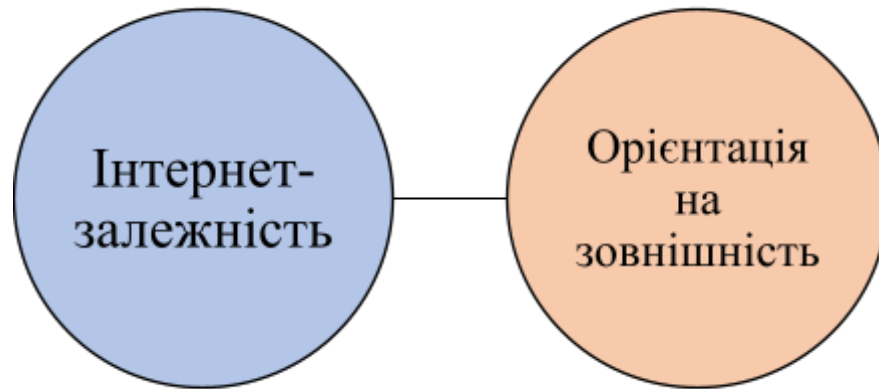
- 2) Був виявлений кореляційний зв'язок (0,59189) між оцінкою власної ваги та зосередженістю на вазі. Це говорить про те, що досліджувані, які вважають себе повнішими, в середньому більш зосереджені на власній вазі.



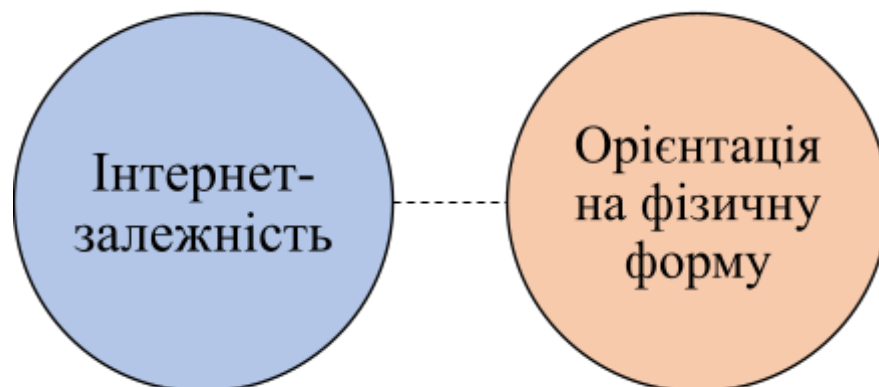
- 3) Був виявлений кореляційний зв'язок (-0,38375) між інтернет-залежністю та орієнтацією на здоров'я. Це вказує на те, що опитувані, які менш орієнтовані на здоров'я, більш залежні від користування інтернетом.



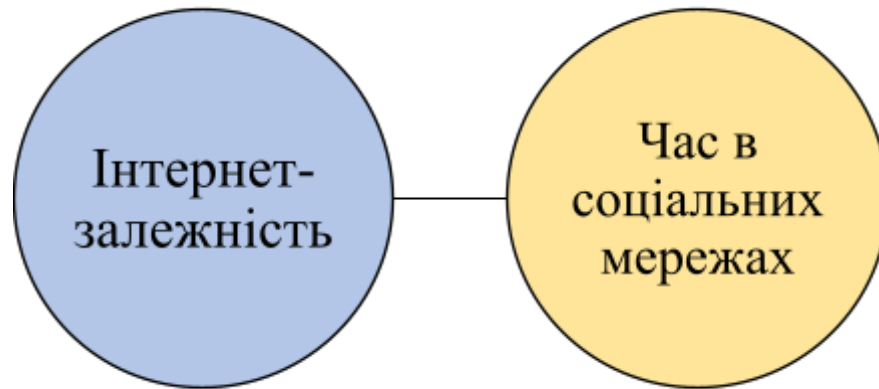
- 4) Був виявлений кореляційний зв'язок (0,74454) між інтернет-залежністю та орієнтацією на зовнішність. Таким чином, більш орієнтовані на зовнішній вигляд ті, хто більше часу проводять в мережі.



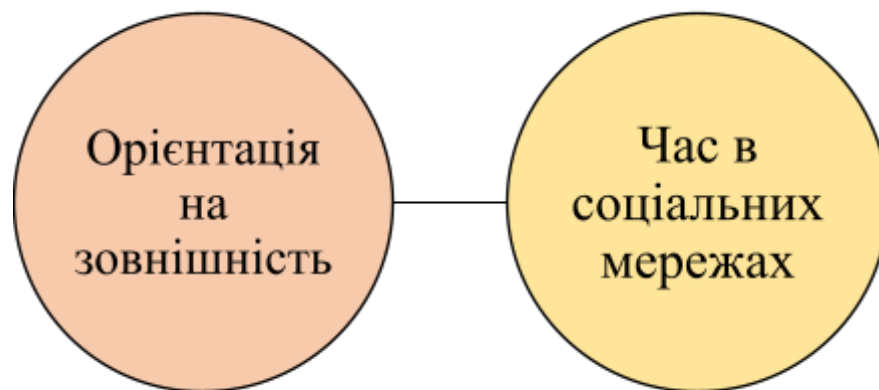
- 5) Був виявлений кореляційний зв'язок (-0,59667) між інтернет-залежністю та орієнтацією на фізичну форму. Таким чином, інтернет-залежні менш сфокусовані на власній фізичній формі.



- 6) Був виявлений кореляційний зв'язок (0,54515) між інтернет-залежністю та часом, проведених у соціальних мережах. Це говорить про те, що користувачі з більш вираженою залежністю від інтернету більше часу проводять в соціальних мережах.



- 7) Був виявлений кореляційний зв'язок (0,33417) між часом, проведеним в соціальних мережах та орієнтацією на зовнішність. Це говорить про те, що люди з сильнішою орієнтацією на зовнішність більш інтенсивно споживають контент соціальних медіа.



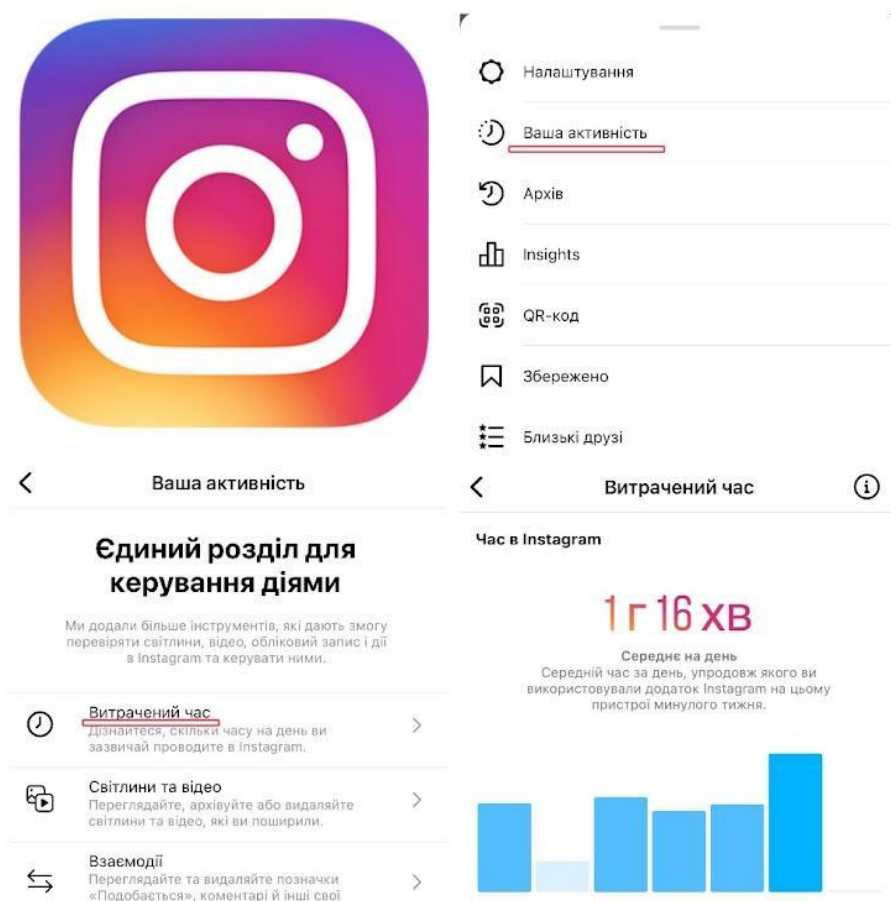
Висновки

1. Образ тіла – це феномен, який цікавить людство ще з давніх часів. Від формування образу тіла та відчуття задоволеності своїм зовнішнім виглядом значною мірою залежить адаптація людини в соціумі. За тривимірною моделлю Томпсона, основними формуючими факторами образу тіла є: вплив сім'ї, друзів та медіа-контент.
2. Інтернет-залежність є феноменом поведінкової пристрасті, який полягає у надмірному споживанні контенту мережі Інтернет. Як правило, значна частину часу, проведеного онлайн, припадає на використання соціальних платформ.
3. В результаті проведеного дослідження виявилось, що лише 1 з 67 учасниць не мала ознак інтернет-залежності. 62,7% опитуваних мали прояви легкої інтернет-залежності, а 35,8% мали ознаки помірної залежності від користування інтернетом. Учасниць з вираженою інтернет-залежністю виявлено не було.
4. При порівнянні з нормативною вибіркою, виявилось, що опитувані студентки в середньому вище оцінили свою зовнішність та більшою мірою задоволені своїм тілом, значно менше зосереджені на вазі, вважають себе стрункішими, однак, нижче оцінюють своє здоров'я, більш насторожені стосовно хвороб, менше орієнтовані на фізичну форму.
5. Був проведений кореляційний аналіз отриманих результатів, який виявив позитивні кореляційні зв'язки між інтернет-залежністю та орієнтацією на зовнішність, а також між оцінкою ваги та зосередженістю на вазі. Було виявлені негативні кореляційні зв'язки між задоволеністю тілом та зосередженістю на вазі, між інтернет-залежністю та орієнтацією на здоров'я, а також між інтернет-залежністю та орієнтацією на фізичну форму.

Додаток 1

Перш ніж розпочати, зазначте Ваш **середній щоденний екранний час** соціальних платформ Instagram та TikTok.

Цю інформацію можна переглянути в налаштуваннях телефону або параметрах додатку.



Instagram

- o до 30 хв на добу
- o 31-60 хв на добу
- o більше 60 хв на добу

TikTok

- o до 30 хв на добу
- o 31-60 хв на добу
- o більше 60 хв на добу

Додаток 2

Тест Кімберлі Янг на інтернет-залежність

1. Чи часто ви помічаєте, що проводите онлайн більше часу, ніж планували?
 - Ніколи
 - Дуже рідко
 - Іноді
 - Часто
 - Завжди

2. Чи часто ви нехтуєте домашніми справами, щоб провести більше часу в мережі?
 - Ніколи
 - Дуже рідко
 - Іноді
 - Часто
 - Завжди

3. Чи вважаєте ви, що з людиною легше спілкуватися "онлайн", ніж особисто?
 - Ніколи
 - Дуже рідко
 - Іноді
 - Часто
 - Завжди

4. Чи часто ви заводите знайомства з іншими користувачами інтернету?
 - Ніколи
 - Дуже рідко
 - Іноді
 - Часто
 - Завжди

5. Чи проводите ви в мережі більше 3-х годин на день?
 - Ніколи
 - Дуже рідко
 - Іноді
 - Часто
 - Завжди

6. Чи страждають ваші успіхи у навчанні чи роботі, через те, що ви занадто багато часу проводите у мережі?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

7. Чи часто ви перевіряєте соціальні мережі раніше, ніж зробите щось інше, більш необхідне?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

8. Чи говорили вам друзі або члени сім'ї, що ви занадто багато часу проводите "онлайн"?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

9. Чи часто ви приховуєте те, чим ви займаєтеся в мережі?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

10. Чи часто ви тікаєте від думок про ваше реальне життя, проводячи час онлайн?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

11. Чи часто ви з нетерпінням чекаєте можливості скористатись інтернетом?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

12. Чи часто ви відчуваєте, що життя без інтернету нудне, порожнє і безрадісне?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

13. Чи часто ви дратуєтесь, коли хтось намагається відволікти вас від перебування у мережі?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

14. Чи часто ви нехтуєте сном, засиджуючись в інтернеті допізна?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

15. Чи траплялося Вам нехтувати прийомом їжі або їсти прямо за комп'ютером/смартфоном, щоб залишитися в мережі?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

16. Чи часто ви говорите собі "ще хвилинку", перебуваючи онлайн?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

17. Чи часто вам не вдається скоротити час в мережі, незважаючи на всі зусилля?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

18. Чи часто ви намагаєтеся приховати справжню кількість часу, який ви проводите в мережі?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

19. Чи часто ви обраєте провести час в інтернеті, замість того, щоб піти кудись із друзями?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

20. Чи часто ви відчуваєте депресію, пригніченість або роздратування, будучи не в мережі та відзначаєте, що цей стан проходить, як тільки ви опиняєтеся онлайн?

- Ніколи
- Дуже рідко
- Іноді
- Часто
- Завжди

Додаток 3

Опитувальник MBSRQ

Інструкція: Позначте відповідною цифрою, наскільки Ви погоджуєтесь із наведеними твердженнями стосовно Вас особисто.

1	2	3	4	5
Ні	Скоріше ні, ніж так	Складно відповісти	Скоріше так, ніж ні	Так

- _____ 1. Перш ніж «вийти в люди», я завжди звертаю увагу на свій зовнішній вигляд.
- _____ 2. Я ретельно обираю одяг, у якому я виглядатиму найкраще.
- _____ 3. Я склала би більшість тестів на фізичну підготовку.
- _____ 4. Мені важливо мати значну фізичну силу.
- _____ 5. Я вважаю своє тіло привабливим.
- _____ 6. У мене немає програми спортивних тренувань.
- _____ 7. Я контролюю своє здоров'я.
- _____ 8. Я знаю багато про те, що впливає на моє фізичне здоров'я.
- _____ 9. Я свідомо дотримуюсь здорового способу життя.
- _____ 10. Я постійно переживаю, що я товста або можу розповніти.
- _____ 11. Я люблю свою зовнішність такою, якою вона є.
- _____ 12. Завжди, коли є нагода, я дивлюсь на себе в дзеркало.
- _____ 13. Зазвичай, я витрачаю багато часу на те, щоб підготуватися до виходу з дому.
- _____ 14. У мене хороша фізична витривалість.
- _____ 15. Заняття спортом не важливі для мене.
- _____ 16. Я не роблю активних зусиль, щоб зберегти свою фізичну форму.
- _____ 17. Моє здоров'я – це послідовність неочікуваних «злетів» і «падінь».
- _____ 18. Міцне здоров'я – одна з найважливіших речей у моєму житті.
- _____ 19. Я не роблю нічого, що може загрожувати моєму здоров'ю.

Продовження на наступній сторінці

- _____ 20. Я звертаю увагу на навіть незначні зміни у моїй вазі.
- _____ 21. Думаю, більшість людей вважають мене гарною.
- _____ 22. Мені важливо завжди добре виглядати.
- _____ 23. Я використовую дуже мало засобів для догляду.
- _____ 24. Мені легко розвивати фізичні здібності.
- _____ 25. Фізична підготовка не є головним пріоритетом у моєму житті.
- _____ 26. Я намагаюсь збільшити свою фізичну силу.
- _____ 27. Я рідко хворію.
- _____ 28. Я сприймаю своє здоров'я як належне.
- _____ 29. Я часто вивчаю інформацію на тему здоров'я.
- _____ 30. Мені подобається, як я виглядаю без одягу.
- _____ 31. Я соромлюся, якщо виглядаю «не доглянуто».
- _____ 32. Зазвичай я одягаю першу-ліпшу річ, не переймаючись тим, як це виглядатиме.
- _____ 33. В мене не дуже виходить займатися спортом.
- _____ 34. Я рідко думаю про свої спортивні здібності.
- _____ 35. Я працюю над покращенням своєї фізичної витривалості.
- _____ 36. Моє фізичне самопочуття змінюється без явної на це причини.
- _____ 37. Коли я хворію, я не звертаю особливої уваги на симптоми.
- _____ 38. Я не докладаю особливих зусиль для збалансованого та поживного харчування.

Продовження на наступній сторінці

- _____ 39. Мені подобається, як на мені сидить мій одяг.
- _____ 40. Мені байдуже, що люди думають про мою зовнішність.
- _____ 41. Я особливо ретельно доглядаю за своїм волоссям.
- _____ 42. Мені не подобається моя фігура.
- _____ 43. Я не хочу вдосконалювати свої здібності у фізичних навантаженнях.
- _____ 44. Я намагаюся бути фізично активною.
- _____ 45. Я часто відчуваю себе вразливою до хвороб.
- _____ 46. Я уважно стежу за своїм тілом, щоб виявити будь-які ознаки хвороби.
- _____ 47. Якщо я хворію на застуду, я не звертаю на це особливої уваги.
- _____ 48. Я фізично неприваблива.
- _____ 49. Я ніколи не думаю про свою зовнішність.
- _____ 50. Я завжди намагаюся покращити свій зовнішній вигляд.
- _____ 51. У мене хороша координація рухів.
- _____ 52. Я багато знаю про фітнес.
- _____ 53. Я регулярно займаюся спортом, незалежно від пори року.
- _____ 54. Я фізично здорова людина.
- _____ 55. Я помічаю навіть незначні зміни у моєму фізичному здоров'ї.
- _____ 56. При перших ознаках хвороби я звертаюся до лікаря.
- _____ 57. Я сиджу на дієті для схуднення.

Продовження на наступній сторінці

_____ 58. Я намагався схуднути, голодуючи або сідаючи на швидкі дієти.

1. Ніколи
2. Рідко
3. Іноді
4. Часто
5. Дуже часто

_____ 59. Я вважаю, що я:

1. Дуже низька вага
2. Дещо недостатня вага
3. Нормальна вага
4. Дещо надмірна вага
5. Дуже надмірна вага

_____ 60. Дивлячись на мене, більшість інших людей подумає, що я:

1. Дуже низька вага
2. Дещо недостатня вага
3. Нормальна вага
4. Дещо надмірна вага
5. Дуже надмірна вага

Продовження на наступній сторінці

Оцініть від 1 до 5, наскільки Ви задоволені наступними частинами свого тіла:

1	2	3	4	5
дуже незадоволена	скоріше незадоволена	складно відповісти	скоріше задоволена	дуже задоволена

- _____ 61. Обличчя (риси обличчя, колір обличчя)
- _____ 62. Волосся (колір, густина, структура)
- _____ 63. Нижня частина тулуба (сідниці, стегна, гомілки)
- _____ 64. Середина тулуба (поперек, живіт)
- _____ 65. Верхня частина тулуба (грудна клітка або груди, плечі, руки)
- _____ 66. М'язовий тонус
- _____ 67. Вага
- _____ 68. Висота
- _____ 69. Зовнішність в цілому

Додаток 4

Нормативні показники MBSRQ

Шкала	Жінки	SD	Чоловіки	SD
Оцінка зовнішності	3,36	0,87	3,49	0,83
Орієнтація на зовнішність	3,91	0,60	3,60	0,68
Оцінка фізичної форми	3,48	0,97	3,72	0,91
Орієнтація на фізичну форму	3,20	0,85	3,41	0,89
Оцінка здоров'я	3,86	0,80	3,95	0,72
Орієнтація на здоров'я	3,75	0,70	3,61	0,70
Орієнтація на хворобу	3,21	0,84	3,18	0,83
Задоволеність частинами тіла	3,23	0,74	3,50	0,63
Зосередженість на вазі	3,03	0,96	2,47	0,92
Оцінка власної ваги	3,57	0,73	2,96	0,62

Список використаної літератури

1. Gallagher S. Body image and body schema: a conceptual clarification. *The Journal of Mind and Behavior*, 1986, P. 541–554.
2. Gallagher S. How the body shapes the mind. *Oxford University Press*, 2005.
3. Абсалямова Л. М. Образ тіла як психологічний чинник порушень харчової поведінки. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*, 2017.
4. Brüne M.. Textbook of Evolutionary Psychiatry and Psychosomatic Medicine. The Origins of Psychopathology. *Oxford University Press*, 2015.
5. Wald C. Neuroscience: The aesthetic brain. *Nature*, 2015, P. 526.
6. Cash, T. F., and Brown, T. A. Body image in anorexia nervosa and bulimia nervosa: A review of the literature. *Behavior Modification*. V11. 1987, P. 487-521.
7. The 4 Components of Body Image [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-savvy-psychologist/202202/the-4-components-body-image>
8. Thompson, J. K., Coovert, M. D., and Stormer, S. M. . Body image, social comparison, and eating disturbance: a covariance structure modeling investigation. *International Journal of Eating Disorders*, 1999, P. 43–51.
9. Ricciardelli, L. A., McCabe, M. P. Children’s body image concerns and eating disturbance: A review of the literature. *Clinical Psychology Review*. V21. 2001, P. 325–344.
10. Rodgers RF, Wertheim EH, Damiano SR, Paxton SJ. Maternal influences on body image and eating concerns among 7- and 8-year-old boys and girls: Cross-sectional and prospective relations. *International Journal of Eating Disorders*, 2020, P. 79-84.
11. Gordon R.A., Crosnoe R., Wang X. Physical attractiveness and the accumulation of social and human capital in adolescence and young adulthood: Assets and distractions. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 2013.

12. 10 Factors That Affect Your Body Image - Women's Running [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.womensrunning.com/health/wellness/factors-that-affect-body-image/>
13. Wade TD, Wilkinson J, Ben-Tovim D. The genetic epidemiology of body attitudes, the attitudinal component of body image in women. *Psychological Medicine*, 2003, P. 1395-1405.
14. Krohmer K, Derntl B, Svaldi J. Hormones Matter? Association of the Menstrual Cycle With Selective Attention for Liked and Disliked Body Parts. *Frontiers in Psychology*, 2019.
15. Zethraeus N., Dreber A., Ranehill E., Blomberg L., Labrie F., von Schoultz B., et al. A first-choice combined oral contraceptive influences general well-being in healthy women: a double-blind, randomized, placebo-controlled trial. *Fertility and Sterility*, 2017, P. 1238–1245.
16. Kirsch L.P., Urgesi C., Cross E.S. Shaping and reshaping the aesthetic brain: Emerging perspectives on the neurobiology of embodied aesthetics. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 2016, P. 56–68.
17. Becker A.E. Television, Disordered Eating, and Young Women in Fiji: Negotiating Body Image and Identity during Rapid Social Change. *Culture, Medicine and Psychiatry*, 2004, P. 533–559.
18. Hrabosky JI, Cash TF, Veale D, Neziroglu F, Soll EA, Garner DM, Strachan-Kinser M, Bakke B, Clauss LJ, Phillips KA. Multidimensional body image comparisons among patients with eating disorders, body dysmorphic disorder, and clinical controls: a multisite study. *Body Image*, 2009, P. 155-63.
19. Kim DS. Body image dissatisfaction as an important contributor to suicidal ideation in Korean adolescents: gender difference and mediation of parent and peer relationships. *Journal of Psychosomatic Research*, 2009, P. 297-303.
20. Pawijit, Yada, Likhitsuwan, Watcharaphon, Ludington, Jason and Pisitsungkagarn, Kullaya. Looks can be deceiving: body image dissatisfaction relates to social anxiety through fear of negative evaluation. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*. V31, 2019.

21. Mazzeo, S. E., Trace, S. E., Mitchell, K. S., & Gow, R. Effects of a reality TV cosmetic surgery makeover program on eating disordered attitudes and behaviors. *Eating Behaviors*, 2007, P. 390-397.
22. Barry, C. T., Doucette, H., Loflin, D. C., Rivera-Hudson, N., & Herrington, L. L. "Let Me Take a Selfie": Associations Between Self-Photography, Narcissism, and Self-Esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 2015.
23. Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal Of Eating Disorders*, 2002, P. 1-16.
24. The Global State of Digital in October 2022 — DataReportal – Global Digital Insights [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-october-global-statshot/>
25. Facebook та Instagram в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://plusone.com.ua/research/>
26. Кібербулінг – що це та як це зупинити? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unicef.org/ukraine/cyberbullying>
27. Cyberbullying and Cyberthreats: Responding to the Challenge of Online Social Aggression, Threats, and Distress, 2007.
28. Bottino SM, Bottino CM, Regina CG, Correia AV, Ribeiro WS. Cyberbullying and adolescent mental health: systematic review. *Cad Saude Publica*, 2015, P. 463-475.
29. Sultan Alzahrani and Christian Bach, Impact of Social Media on Personality Development. *International Journal of Innovation and Scientific Research*, 2014, P. 111–116.
30. Pirdehghan A, Khezme E, Panahi S. Social Media Use and Sleep Disturbance among Adolescents: A Cross-Sectional Study. *Iranian Journal of Psychiatry*, 2021, P.137-145.
31. Pantic I, Damjanovic A, Todorovic J, Topalovic D, Bojovic-Jovic D, Ristic S, Pantic S. Association between online social networking and depression in high

- school students: behavioral physiology viewpoint. *Psychiatria Danubina*, 2012, P. 90-93.
32. Levenson JC, Shensa A, Sidani JE, Colditz JB, Primack BA. Social Media Use Before Bed and Sleep Disturbance Among Young Adults in the United States: A Nationally Representative Study. *Sleep*. 2017.
33. Lin LY, Sidani JE, Shensa A, Radovic A, Miller E, Colditz JB, Hoffman BL, Giles LM, Primack BA. Association between social media use and depression among u.s. young adults. *Depression and Anxiety*, 2016, P. 323-331.
34. Brian A. Primack, Ariel Shensa, César G. Escobar-Viera, Erica L. Barrett, Jaime E. Sidani, Jason B. Colditz, A. Everette James. Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among U.S. young adults. *Computers in Human Behavior*. V69. 2017, P. 1-9.
35. Jeffrey Lambert, George Barnstable, Eleanor Minter, Jemima Cooper, and Desmond McEwan. Taking a One-Week Break from Social Media Improves Well-Being, Depression, and Anxiety: A Randomized Controlled Trial. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2022, P. 287-293.
36. Barry, C. T., Doucette, H., Loflin, D. C., Rivera-Hudson, N., & Herrington, L. L. "Let Me Take a Selfie": Associations Between Self-Photography, Narcissism, and Self-Esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 2015.
37. Lin Qiu, Jiahui Lu, Shanshan Yang, Weina Qu, Tingshao Zhu. What does your selfie say about you? *Computers in Human Behavior*. V52. 2015, P. 443-449.
38. Döring, Nicola & Reif, Anne & Poeschl-Guenther, Sandra. How gender-stereotypical are selfies? A content analysis and comparison with magazine adverts. *Computers in Human Behavior*. V55. 2016, P. 955-962.
39. Sung, Y.-T., Chang, K.-E., & Liu, T.-C. The effects of integrating mobile devices with teaching and learning on students' learning performance: A meta-analysis and research synthesis. *Computers & Education*. V94. 2016, P. 252-275.

40. Agrawal H, Agrawal S. Impact of Social Media and Photo-Editing Practice on Seeking Cosmetic Dermatology Care. *Clinical, Cosmetic and Investigational Dermatology*, 2021, P. 1377-1385.
41. Ruoxu Wang, Fan Yang, Michel M. Haigh. Let me take a selfie: Exploring the psychological effects of posting and viewing selfies and groupies on social media. *Telematics and Informatics*, 2017, P. 274-283.
42. Cingel DP, Carter MC, Krause HV. Social media and self-esteem. *Current Opinion in Psychology*, 2022.
43. Aparicio-Martinez P, Perea-Moreno AJ, Martinez-Jimenez MP, Redel-Macías MD, Pagliari C, Vaquero-Abellan M. Social Media, Thin-Ideal, Body Dissatisfaction and Disordered Eating Attitudes: An Exploratory Analysis. *Int International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2019.
44. Internet Addiction Test (IAT)/ Kimberly S. Young, 2017.
45. Thomas F. Cash. The Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire Users' Manual. Fourth Revision, 2018.