

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

Шеремета Сергій Ростиславович

УДК 316.628

ДИСЕРТАЦІЯ
ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЯЦІЇ ХАРЧОВОЇ ПОВЕДІНКИ
КОРИСТУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ МОЛОДОГО ВІКУ

за спеціальністю 053 «Психологія»
у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
(спеціалізація: соціальна психологія; психологія соціальної роботи)

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати
власних досліджень.
Використання ідей, результатів
і текстів інших авторів мають
посилання на відповідне джерело

Науковий керівник –
Васютинський Вадим Олександрович,
доктор психологічних наук, професор

_____ С. Р. Шеремета

Київ – 2025

АНОТАЦІЯ

Шеремета С. Р. Психологічні механізми регуляції харчової поведінки користувачів соціальних мереж молодого віку. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 053 – Психологія (05 – Соціальні та поведінкові науки). Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ, 2025.

У роботі представлено результати теоретичного та емпіричного дослідження психологічних механізмів регуляції харчової поведінки користувачів соціальних мереж молодого віку. Актуальність дослідження зумовлено істотним впливом соціальних мереж як ретрансляторів культури на культурно-поведінкові звичаї та норми молоді, зокрема, на харчову поведінку.

Поряд із позитивними змінами поведінки інтенсивне використання соціальних мереж може призводити до того, що користувачі перестають звертати увагу на реальну життєву ситуацію, пов'язану з харчуванням, на відчуття свого тіла та розуміння себе. Така постава спонукає до регуляції харчової поведінки, що спирається переважно на зовнішні чинники і формує викривлений підхід до харчування – у край важливої сфери життєдіяльності.

На тлі помірної уваги українських і зарубіжних науковців до зв'язку соціальних мереж і харчової поведінки виразно бракує ґрунтового вивчення змісту й ролі психологічних механізмів регуляції харчової поведінки, насамперед у молодому віці, коли відбуваються істотні зміни правил і стилів поведінки, зокрема під впливом взаємодії із соціальними мережами.

Дисертаційна робота пов'язана з проблематикою науково-дослідної роботи відділу психології мас і спільнот Інституту соціальної та політичної психології НАПН України за темою «Технології соціально-психологічної підтримки стигматизовуваних меншин», державний реєстраційний № 0119U000139.

Об'єкт дослідження – харчова поведінка молоді.

Предметом дослідження є психологічні механізми регуляції харчової поведінки користувачів соціальних мереж молодого віку.

У першому розділі «Теоретико-методологічні засади вивчення харчової поведінки» розглянуто теоретичні підходи до теми харчової поведінки. Виявлено, що харчова поведінка є складним біопсихосоціальним явищем, яке охоплює комплекс стереотипних поведінкових дій, спрямованих на споживання їжі, що включають отримання необхідних поживних речовин (психофізіологічний аспект), пов'язані з їдою та вибором продуктів звички й ритуали (рефлексивний аспект), переживання задоволення від споживання їжі (психоемоційний аспект), дотримання правил, традицій і заборон щодо харчування (соціокультурний аспект).

Здійснено диференціацію понять харчової поведінки, порушень харчової поведінки, розладів харчової поведінки, гармонійного харчування. Визначено, що в багатьох наукових розвідках стосовно теми харчової поведінки її зміни пов'язують саме із соціальним впливом. Показано, що одним з провідних впливів є дія соціальних мереж на харчову поведінку.

Узагальнено поділ механізмів харчової поведінки на індивідуально-психологічні та соціально-психологічні. Серед індивідуально-психологічних виявлено: механізми формування харчової поведінки в рамках Я-концепції, механізми опосередкування тілесності та процесів психологічної саморегуляції, порушення харчової поведінки як механізми захисту психіки, механізми емоційної саморегуляції в жінок із порушеннями харчової поведінки. Серед соціально-психологічних: механізми впливу тривалості медіапрактик на надлишковість маси тіла дитини, механізм висхідного соціального порівняння, механізм інтерналізації «худого» ідеалу тіла.

В основу емпіричного дослідження психологічних механізмів регуляції харчової поведінки покладено концепцію механізмів розвитку власної суб'єктності М. Смульсон: механізми саморегуляції, пріоритетизації та рефлексії. Стосовно інформаційного впливу на особистість дослідження спирається на групи механізмів інформаційного впливу Є. Кузіної: процес відображення інформації, соціальну та особистісну зумовленість інформаційної поведінки.

У другому розділі «Методологія дослідження впливу соціальних мереж на харчову поведінку молоді» описано етапи емпіричного дослідження: підготовчий, адаптації тесту на визначення харчових уподобань, пілотажний та основний.

На підготовчому етапі було визначено три групи диференційних параметрів, що характеризують вибірку респондентів, обґрунтовано зміст і доцільність використання методичного інструментарію, показано перелік і послідовність використання методів математичної статистики.

За результатами пілотажного дослідження (за участі 50 респондентів) перевірено адекватність підібраних методик та встановлено недоцільність вимірювання часу, що його користувачі витрачають на соціальні мережі.

Результатом адаптації тесту на визначення харчових уподобань Д. Гарнера (було залучено 25 експертів та 309 респондентів) стало вироблення його часткової версії як робочого інструменту в межах дослідження.

Під час основного етапу (вибіркова сукупність склала 251 особу) отримано масив даних за запланованими параметрами та шкалами методик, що ліг в основу подальшої інтерпретації змісту механізмів регуляції харчової поведінки молоді.

У третьому розділі «Емпіричне дослідження психологічних механізмів регуляції харчової поведінки молоді» висвітлено результати емпіричного етапу дослідження: механізмів особистісно зумовленої інформаційної поведінки – на основі параметру задоволеності власною фігурою; механізмів процесу відображення інформації – на основі використання дієт; механізмів соціально зумовленої інформаційної поведінки – на основі частоти звертання уваги на фігури інших людей у соціальних мережах.

У процесі опрацювання результатів дослідження в першій групі виявлено механізм диспозиційного викривлення відчуття тіла (часте не прислухання до фізіологічних сигналів та відчуттів тіла, що може негативно впливати на розвиток інтуїтивності, і призводити до порушень харчової поведінки) та механізм диспозиційної вибіркості сприймання зовнішності (відповідь на контент, пов'язаний із зовнішністю інших, коли формуються переконання

стосовно того, якою має бути фігура і тіло, через що особа може поступово втрачати контакт із собою); у другій групі – механізми емоційної оцінки стилю харчування (коли харчування формується на основі емоційного ставлення під впливом контенту соціальних мереж, що стосується тем зовнішності, такий підхід може витіснити індивідуальні особливості життєвої ситуації і призводити до обмежень та заборон у харчуванні) та когнітивної процесуальності стилю харчування (категоризація корисного і не корисного, формування упереджень стосовно певних стилів харчування та перенесення таких уявлень на реальне життя); у третій групі описано механізми інтеріоризації соціальних норм зовнішності (формування системи цінностей і норм, що зумовлює приймання або відкидання певних стандартів зовнішності, які накладаються на власне тіло і впливають на самооцінку з подальшими обмеженнями в їжі), рефлексивного порівняння тіла (порівняння себе з нереальними формами на зображеннях, що призводить до меншого прислухання до власного тіла) та визнання авторитетності зовнішності (тривале перебування в онлайн-середовищі формує критерії зовнішності, які ґрунтуються на суб'єктивній оцінці впливовості джерел інформації). Розглянуто особливості прояву цих механізмів на різних стадіях молодого віку.

Відповідно до результатів дослідження запропоновано рекомендації, які базуються на методі позитивної психотерапії та розвитку рефлексивних якостей особистості. У рекомендаціях кожену групу механізмів представлено у вигляді кейсів і процедур, які демонструють виявлені механізми та способи роботи з ними в процесі індивідуального консультування або психотерапії.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше:

- розглянуто залежність харчової поведінки молоді від взаємодії із соціальними мережами на основі аналізу механізмів її регуляції;
- з'ясовано, що основними психологічними підходами до проблеми харчової поведінки є психофізіологічний, рефлексивний, психоемоційний та соціокультурний;
- показано, що в дослідженнях харчової поведінки вагоме місце посідає аналіз її психологічних механізмів, які поділяють на

індивідуально-психологічні (у т. ч. захисні) і соціально-психологічні, на механізми особистісно зумовленої інформаційної поведінки, процесу відображення інформації та соціальної зумовленості інформаційної поведінки;

- виявлено психологічні механізми регуляції харчової поведінки молоді під впливом соціальних мереж: диспозиційного викривлення відчуття тіла (прислухання до фізіологічних сигналів та відчуттів), диспозиційної вибіркості сприймання зовнішності (переконання стосовно того, якими мають бути фігура і тіло), емоційної оцінки стилю харчування (харчування на основі емоційного ставлення), когнітивної процесуальності стилю харчування (упередження стосовно певних стилів харчування), інтеріоризації соціальних норм зовнішності (приймання або відкидання певних стандартів зовнішності), рефлексивного порівняння тіла (порівняння себе з нереальними формами на зображеннях) та визнавання авторитетності зовнішності (оцінка зовнішності на основі суб'єктивного сприймання впливовості джерел інформації);
- зафіксовано, що найбільш стійкими в часі є механізми емоційної оцінки стилю харчування та інтеріоризації соціальних норм зовнішності, а найменш вираженим на різних вікових стадіях молодого віку був механізм диспозиційної вибіркості сприймання зовнішності;
- встановлено, що регуляція харчової поведінки молоді на основі виявлених психологічних механізмів має стосуватися індивідуально-психологічної підтримувальної роботи, опанування рефлексивних умінь і практик усвідомлення особистості, компетентностей усвідомленого використання соціальних мереж та профілактики кіберадикцій.

Поглиблено та розширено:

- знання про такі аспекти впливу на харчову поведінку молоді, як відображення інформації, соціальна зумовленість та особистісна зумовленість;

- розуміння специфіки дії індивідуально-психологічних та соціально-психологічних механізмів регуляції харчової поведінки в середовищі користувачів соціальних мереж.

Практичне значення результатів дослідження полягає в тому, що: використання їх у консультативній і терапевтичній роботі сприятиме усвідомленню клієнтами можливостей і способів саморегуляції харчової поведінки; урахування виявлених особливостей залучення молодих користувачів до соціальних мереж допоможе спрямувати їхній вплив у напрямі поліпшення свого психологічного і фізіологічного благополуччя; отримані напрацювання будуть корисними для викладання таких навчальних дисциплін, як соціальна психологія, психологічне консультування та психотерапія, основи здоров'я, основи психогігієни, медіапсихологія; адаптація тесту на визначення харчових уподобань збагатить україномовний психодіагностичний інструментарій, зокрема для скринінгу розладів харчової поведінки.

Ключові слова: медіапрактики, механізм, репрезентативна рефлексія, психологічне благополуччя, психологічна допомога, соціальні мережі, соціальні медіа, студентська молодь, харчова поведінка.

SUMMARY

Sheremeta S.R. Psychological mechanisms of regulation of eating behavior of young social network users. – Qualification scientific work on the rights of a manuscript.

The thesis for the Philosophy Doctor degree in specialty – 053 “Psychology.” (knowledge area 05 “Social and behavioral sciences). Institute for Social and Political Psychology of National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Kyiv, 2025.

The dissertation presents the results of a theoretical and empirical study of the psychological mechanisms of regulation of eating behavior of young social network users. Research relevance is due to the significant influence of social networks as cultural transmitters on the cultural and behavioral customs and norms of young people, in particular, on eating behavior.

Along with positive behavioral changes, the intensive use of social media can lead to the fact that users stop paying attention to the real life situation related to eating behavior, body image, and self-understanding. This attitude encourages the regulation of eating behavior, which relies mainly on external factors and forms a distorted approach to eating behavior, an extremely important area of life.

Against the background of moderate attention of Ukrainian and foreign scholars to the relationship between social networks and eating behavior, there is a distinct lack of a thorough study of the content and role of psychological mechanisms of eating behavior regulation, especially at a young age, when there are significant changes in rules and styles of behavior, in particular under the influence of interaction with social networks.

The dissertation is connected to the research work of the Department of Psychology of Masses and Communities of the Institute of Social and Political Psychology of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine on the topic “Technologies of social and psychological support for stigmatized minorities”, state registration number 0119U000139.

The object of the study is the eating behavior of young people.

The subject of the study is the psychological mechanisms of regulation of eating behavior of young social network users.

The first chapter, “Theoretical and Methodological Foundations of Eating Behavior Research,” discusses theoretical approaches to the topic of eating behavior. It is revealed that eating behavior is a complex biopsychosocial phenomenon that covers a set of stereotypical behavioral actions aimed at food consumption, including obtaining the necessary nutrients (psychophysiological aspect), habits and rituals related to food (reflexive aspect), experiencing pleasure from eating (psycho-emotional aspect), observing rules, traditions and prohibitions regarding food (socio-cultural aspect).

The concepts of research are differentiated by eating behavior, disordered eating, eating disorders, and harmonious eating behavior. It is determined that in many scientific studies on the topic of eating behavior, its changes are associated with

social influence. It is shown that one of the leading influences is the impact of social networks on eating behavior.

The division of mechanisms of eating behavior into individual psychological and socio-psychological is generalized. Among the individual psychological ones, the following are identified: mechanisms of formation of eating behavior within the self-concept, mechanisms of mediation of corporeality and processes of psychological self-regulation, eating disorders as mechanisms of mental protection, mechanisms of emotional self-regulation in women with eating disorders. Among the socio-psychological ones: mechanisms of influence of the duration of media practices on the child's overweight, the mechanism of upward social comparison, the mechanism of internalization of the “thin” body ideal.

The empirical study of the psychological mechanisms of eating behavior regulation is based on the concept of mechanisms of self-development by M. Smulson: mechanisms of self-regulation, prioritization, and reflection. With regard to the information influence on the personality, the study is based on the groups of mechanisms of information influence by E. Kuzina: the process of information reflection, social and personal conditionality of information behavior.

The second chapter, “Methodology for Studying the Impact of Social Networks on Youth Eating Behavior,” describes the stages of the empirical study: preparatory, adaptation of the food preference test, pilot and main.

At the preparatory stage, three groups of differential parameters characterizing the sample of respondents were identified, the content and feasibility of using methodological tools were substantiated, and the list and sequence of mathematical statistics methods were shown.

Based on the results of a pilot study (with the participation of 50 respondents), the adequacy of the selected methods was verified and the inappropriateness of measuring the time spent by its users on social networks was established.

The result of the adaptation of D. Garner's eating attitude test (25 experts and 309 respondents were involved) was the development of its partial version as a working tool within the study.

During the main stage (the sample population amounted to 251 people), an array of data was obtained according to the planned parameters and scales of the methods, which formed the basis for further interpretation of the content of the mechanisms of regulation of youth eating behavior.

The third chapter, “Empirical Study of Psychological Mechanisms of Regulation of Youth Eating Behavior,” highlights the results of the empirical stage of the study: mechanisms of personally determined information behavior - based on the parameter of satisfaction with one's own figure; mechanisms of the information display process - based on the use of diets; mechanisms of socially determined information behavior - based on the frequency of paying attention to the figures of other people in social networks.

Based in the results of the study, the first group revealed the mechanism of dispositional distortion of body sensation (frequent failure to listen to physiological signals and body sensations, which can negatively affect the development of intuition and lead to eating disorders) and the mechanism of dispositional selectivity of appearance perception (response to content related to the appearance of others, when beliefs are formed about what the figure and body should be like, which can gradually cause a person to lose contact with himself or herself); in the second group - me The peculiarities of the manifestation of these mechanisms at different stages of young age are considered.

In accordance with the results of the study, recommendations based on the method of positive psychotherapy and the development of reflective qualities of the individual are proposed. In the recommendations, each group of mechanisms is presented in the form of cases and procedures that demonstrate the identified mechanisms and ways to work with them in the process of individual counseling or psychotherapy.

The scientific novelty and obtained data. In the work, for the first time:

- reviewed the dependence of youth eating behavior on interaction with social networks based on the analysis of the mechanisms of its regulation;
- it was found that the main psychological approaches to the problem of eating behavior are psychophysiological, reflective, psychoemotional and socio-cultural;

- it is shown that in the study of eating behavior, an important place is occupied by the analysis of its psychological mechanisms, which are divided into individual psychological (including and socio-psychological, into mechanisms of personally determined information behavior, the process of information reflection and social determination of information behavior;

- psychological mechanisms of regulation of youth eating behavior under the influence of social networks are revealed: dispositional distortion of body sensation (listening to physiological signals and sensations), dispositional selectivity of appearance perception (beliefs about what the figure and body should be like), emotional assessment of eating style (eating on

Clarified:

- knowledge about such aspects of the impact on youth eating behavior as information reflection, social conditioning and personal conditioning;

- understanding of the specifics of the action of individual psychological and socio-psychological mechanisms of regulation of eating behavior among social media users.

The practical significance of the obtained results lies in counseling and psychotherapeutic work will help clients to realize the possibilities and ways of self-regulation of eating behavior; taking into account the identified features of young users' involvement in social networks will help to direct their influence towards improving their psychological and physiological well-being; the obtained developments will be useful for teaching such disciplines as social psychology, psychological counseling and psychotherapy.

Keywords: media practices, mechanism, representative reflection, psychological well-being, psychological assistance, social networks, social media, student youth, eating behavior.

СПИСОК НАУКОВИХ ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА

Публікація в періодичному науковому виданні іншої держави, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку та Європейського Союзу

1. Sheremeta S. The Meaning and Role of the Body in Adolescents with Eating Disorders: a Description of the Meaning of the Symptom. The Global Psychotherapist. 2024. Vol. 4, no. 1. P. 100–103.

Публікації у виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України з присвоєнням категорії «Б»

2. Шеремета, С. (2024). Дослідження впливу соціальних мереж на харчову поведінку користувачів соціальних мереж. Психологічні перспективи, 44, с. 158-171.

3. Шеремета, С. (2023). Проблема порушень харчової поведінки в дослідженнях українських психологів. Габітус (47), с. 209-214.

4. Шеремета, С. (2023). Проблематика досліджень соціально-психологічного впливу соціальних мереж на харчову поведінку користувачів. Психологія та соціальна робота, (1), с. 46-55.

Публікації, у яких додатково відображені результати дослідження (статті в інших виданнях, матеріали конференції, тощо)

5. Шеремета, С. (2023). Проблема використання психодіагностичного інструментарію в українських наукових дослідженнях. Українська психологія. XXI століття. Початок. (Дні української психології в Берліні): матеріали науково-практичної конференції з міжнародною участю 27-28 квітня 2023 року. с. 339-341.

6. Шеремета, С. (2024). Важливість якісного розуміння термінології при перекладі з англомовних джерел на прикладі порушень харчової поведінки. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції: «Психосоціальні ресурси особистісного та соціального розвитку в епоху глобалізації» м. Тернопіль 1 листопада 2024 року. с. 29–31.

7. Шеремета, С. (2024). Використання методу позитивної психотерапії в регуляції харчової поведінки в реаліях використання соціальних мереж.

Матеріали XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Формування особистості сучасного фахівця як суб'єкта самотворення в умовах освітнього простору». с. 348–352.

8. Шеремета, С. (2023). Вплив соціальних мереж на харчову поведінку в дослідженнях англомовних авторів. Матеріали V Всеукраїнської наукової інтернет-конференції: «Медіаторчість в часи війни: протистояння медіатравмі» 2023. с. 73-77.

9. Шеремета, С. (2023). До проблеми вивчення психологічного впливу соціальних мереж на особистість як залежності. Психосоціальні ресурси особистісного та соціального розвитку в епоху глобалізації: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Тернопіль, Західноукраїнський національний університет, 3-4 листопада 2023 р.). Тернопіль: ЗУНУ, 2023. с. 267.

10. Шеремета, С. (2022), Соціокультурний вплив на порушення харчової поведінки особистості. Збірник матеріалів X Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених «Наукова молодь-2022»(Київ, 15 листопада 2023 р.). с. 162-165.

ЗМІСТ

ВСТУП	16
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ	
ХАРЧОВОЇ ПОВЕДІНКИ	22
1.1. Теоретичні підходи до вивчення харчової поведінки як соціально-психологічного явища.....	23
1.2. Психологічні механізми харчової поведінки.....	37
1.3. Соціально-психологічні механізми інформаційного впливу на користувачів соціальних мереж.....	46
1.4. Психологічні складові впливу соціальних мереж на харчову поведінку молоді.....	52
Висновки до першого розділу.....	68
РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ	
МЕРЕЖ НА ХАРЧОВУ ПОВЕДІНКУ МОЛОДІ.....	73
2.1. Методологічні основи та обґрунтування психодіагностичного інструментарію емпіричного дослідження.....	73
2.2. Українська адаптація тесту на визначення харчових уподобань.....	84
2.3. Апробація психодіагностичного інструментарію емпіричного дослідження.....	91
Висновки до другого розділу	95
РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ	
МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЯЦІЇ ХАРЧОВОЇ ПОВЕДІНКИ	
МОЛОДІ.....	99
3.1. Психологічний зміст механізмів харчової поведінки молодих користувачів під час взаємодії із соціальними мережами.....	99
3.2. Особливості прояву психологічних механізмів регуляції харчової поведінки на різних стадіях молодого віку.....	119
3.3. Рекомендації щодо регуляції харчової поведінки молоді на основі виявлених психологічних механізмів.....	127

Висновки до третього розділу.....	150
ВИСНОВКИ.....	154
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	157
ДОДАТКИ.....	175

ВСТУП

Актуальність дослідження. Харчова поведінка формується під впливом багатьох чинників, більшість яких має соціальну природу. У житті сучасної людини важливе місце посідають соціальні мережі як провідні ретранслятори культури, що сприяють формуванню нових способів поведінки. Для багатьох молодих осіб соціальні мережі стали потужним інститутом формування культурно-поведінкових звичаїв та норм.

Поряд із позитивними змінами поведінки інтенсивне використання соціальних мереж може призводити до того, що користувачі перестають звертати увагу на реальну життєву ситуацію, пов'язану з харчуванням, на відчуття свого тіла та розуміння себе. Така постава спонукає до регуляції харчової поведінки, що спирається переважно на зовнішні чинники і формує викривлений підхід до харчування – у край важливої сфери життєдіяльності.

Харчову поведінку ми розглядаємо як комплекс стереотипних поведінкових дій, спрямованих на споживання їжі, які включають отримання необхідних поживних речовин (психофізіологічний аспект), пов'язані з їдою та вибором продуктів звички й ритуали (рефлексивний аспект), переживання задоволення від споживання їжі (психоемоційний аспект), дотримання правил, традицій і заборон щодо харчування (соціокультурний аспект).

Під час взаємодії із соціальними мережами на тему харчування і тіла користувачі отримують величезний потік інформації і найрізноманітніші рекомендації з відповідного приводу. Відтак люди, часто без об'єктивної потреби, починають змінювати або коригувати свої харчові звички, що, своєю чергою, впливає на регуляцію харчової поведінки. Є велика кількість таких рекомендацій і порад, які здебільшого мало враховують реальні життєві ситуації, формують орієнтації на зовнішні параметри і майже ніколи не вчать адекватного ставлення до свого тіла.

Харчова поведінка відносно нечасто ставала предметом уваги сучасних українських дослідників. У цій сфері є наукові праці, спрямовані на розробку психодіагностичного інструментарію для вивчення харчової поведінки

(Л. Бурлачук, А. Нижник, О. Мойзріст та ін.), психологічні аспекти порушень харчової поведінки в жінок (Л. Абсалямова, О. Вальдамірова, З. Ковальчук, Г. Ілемкова та ін.), становлення Я-образу та формування порушень харчової поведінки (А. Ворошилїна, М. Фатєєва, Н. Капталан, Д. Кононенко, В. Шебанова та ін.).

Порівняно більше українських досліджень присвячено темі впливу цифрового простору загалом та соціальних мереж зокрема на особистість і поведінку споживачів, серед яких можна виділити таких авторів, як Т. Галіч, О. Готько, Л. Березовська, О. Чайковська, Є. Кулик, О. Онищенко, Н. Малєєва, Н. Наливайко та ін., механізми впливу соціальних мереж вивчали Ю. Данько, Л. Найдьонова, О. Стрільчук, А. Сурїна, А. Юр'єва тощо.

У змісті сучасних зарубіжних досліджень впливу соціальних мереж на харчову поведінку звичайно йдеться про вплив інформації із соціальних мереж та спеціалізованих сайтів на розлади харчової поведінки, взаємозв'язок між впливом соціальних мереж, непорядкованою харчовою поведінкою і ставленням до тіла, взаємодію і протидію соціальних мереж і традицій та ритуалів, використання Інстаграму і поширення харчових розладів (М. Pilecki, K. Sałapa, B. Józefik, P. Turner, C. Lefevre та багато інших).

Окремої ваги набуло питання про психологічні механізми регуляції харчової поведінки. У цьому напрямі можна виокремити дослідження механізмів формування харчової поведінки в рамках Я-концепції (З. Ковальчук), систему механізмів опосередкування тілесності та процесів психологічної саморегуляції і дисрегуляції (В. Шебанова), концепцію порушень харчової поведінки як механізмів захисту психіки (Л. Абсалямова), механізми емоційної саморегуляції жінок із порушеннями харчової поведінки (О. Травенко). Більшість цих механізмів має індивідуально-психологічний характер.

На тлі помірної уваги науковців до зв'язку соціальних мереж і харчової поведінки виразно бракує ґрунтовного вивчення змісту й ролі соціально-психологічних механізмів регуляції харчової поведінки, насамперед у молодому віці, коли відбуваються істотні зміни правил і стилів поведінки, зокрема під впливом взаємодії із соціальними мережами.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Тема дисертації входить до комплексної науково-дослідної теми відділу психології мас і спільнот Інституту соціальної та політичної психології НАПН України «Технології соціально-психологічної підтримки стигматизовуваних меншин», державний реєстраційний № 0119U000139.

Мета роботи полягає в розкритті психологічного змісту механізмів регуляції харчової поведінки осіб молодого віку у взаємодії із соціальними мережами.

Відповідно до мети поставлено такі **завдання дослідження**:

1. Здійснити теоретичний аналіз харчової поведінки молоді.
2. Визначити психологічні особливості та наслідки взаємодії молодих користувачів із соціальними мережами, які змінюють харчову поведінку.
3. Обґрунтувати методологічні засади, розробити процедуру та провести емпіричне дослідження індивідуально- і соціально-психологічних механізмів регуляції харчової поведінки осіб молодого віку у взаємодії із соціальними мережами.
4. Виявити психологічний зміст індивідуально- і соціально-психологічних механізмів регуляції харчової поведінки молоді.
5. Розробити практичні рекомендації з регуляції харчової поведінки молодих користувачів у взаємодії із соціальними мережами.

Об'єкт дослідження – харчова поведінка молоді.

Предмет дослідження – психологічні механізми регуляції харчової поведінки користувачів соціальних мереж молодого віку.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети і розв'язання завдань було використано такі методи:

- теоретичні: системно-теоретичний аналіз, логіко-історичний аналіз, порівняння й узагальнення отриманої інформації з проблеми дослідження – для з'ясування стану розробленості предмета дослідження; систематизація та інтерпретація науково-психологічних даних – із метою визначення впливу соціальних мереж на харчову поведінку та соціально-психологічні можливості її регуляції;

- емпіричні: спостереження і тестування – для визначення параметрів емпіричного дослідження і змісту порушень харчової поведінки; авторська анкета респондента – для отримання загальної інформація про спосіб життя респондентів, визначення особливостей їхньої харчової поведінки та аналізу споживаного ними контенту соціальних мереж; тест на визначення харчових уподобань – для виявлення особливостей ставлення до прийому їжі; нідерландський опитувальник харчової поведінки – для визначення типів харчової поведінки; шкала інтуїтивного харчування – для оцінки харчової поведінки і пов’язаної з нею харчової інтуїції; опитувальник «комфортний спосіб медіакомунікації» – для виявлення індивідуального стилю медіакомунікації; шкали «селфетісу» та «кіберкомунікативної адикції» тесту-опитувальника на виявлення кіберадикції – для визначення наявності кіберадикції за відповідними шкалами.

- математико-статистичні методи: методи описової статистики, порівняльний, кореляційний та факторний аналізи.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше:

- розглянуто залежність харчової поведінки молоді від взаємодії із соціальними мережами на основі аналізу механізмів її регуляції;
- з’ясовано, що основними психологічними підходами до проблеми харчової поведінки є психофізіологічний, рефлексивний, психоемоційний та соціокультурний;
- показано, що в дослідженнях харчової поведінки вагоме місце посідає аналіз її психологічних механізмів, які поділяють на індивідуально-психологічні (у т. ч. захисні) і соціально-психологічні, на механізми особистісно зумовленої інформаційної поведінки, процесу відображення інформації та соціальної зумовленості інформаційної поведінки;
- виявлено психологічні механізми регуляції харчової поведінки молоді під впливом соціальних мереж: диспозиційного викривлення відчуття тіла (прислухання до фізіологічних сигналів та відчуттів), диспозиційної вибіркової сприймання зовнішності (переконання

стосовно того, якими мають бути фігура і тіло), емоційної оцінки стилю харчування (харчування на основі емоційного ставлення), когнітивної процесуальності стилю харчування (упередження стосовно певних стилів харчування), інтеріоризації соціальних норм зовнішності (приймання або відкидання певних стандартів зовнішності), рефлексивного порівняння тіла (порівняння себе з нереальними формами на зображеннях) та визнавання авторитетності зовнішності (оцінка зовнішності на основі суб'єктивного сприймання впливовості джерел інформації);

- зафіксовано, що найбільш стійкими в часі є механізми емоційної оцінки стилю харчування та інтеріоризації соціальних норм зовнішності, а найменш вираженим на різних вікових стадіях молодого віку був механізм диспозиційної вибірковості сприймання зовнішності;
- встановлено, що регуляція харчової поведінки молоді на основі виявлених психологічних механізмів має стосуватися індивідуально-психологічної підтримувальної роботи, опанування рефлексивних умінь і практик усвідомлення особистості, компетентностей усвідомленого використання соціальних мереж та профілактики кіберадикцій.

Поглиблено та розширено:

- знання про такі аспекти впливу на харчову поведінку молоді, як відображення інформації, соціальна зумовленість та особистісна зумовленість;
- розуміння специфіки дії індивідуально-психологічних та соціально-психологічних механізмів регуляції харчової поведінки в середовищі користувачів соціальних мереж.

Практичне значення результатів дослідження полягає в тому, що: використання їх у консультативній і терапевтичній роботі сприятиме усвідомленню клієнтами можливостей і способів саморегуляції харчової поведінки; урахування виявлених особливостей залучення молодих користувачів до соціальних мереж допоможе спрямувати їхній вплив у напрямі поліпшення свого психологічного і фізіологічного благополуччя; отримані напрацювання будуть корисними для викладання таких навчальних дисциплін,

як соціальна психологія, психологічне консультування та психотерапія, основи здоров'я, основи психогігієни, медіапсихологія; адаптація тесту на визначення харчових уподобань збагатить україномовний психодіагностичний інструментарій, зокрема для скринінгу розладів харчової поведінки.

Апробація результатів дисертації.

Основні положення дисертації було апробовано на міжнародних науково-практичних конференціях: Міжнародна науково-практична конференція: «Українська психологія. XXI століття (Дні української психології в Берліні)» (Київ, 2023), II Міжнародна науково-практична конференція «Психосоціальні ресурси особистісного та соціального розвитку в епоху глобалізації» (Тернопіль, 2023), III Міжнародна науково-практична конференція «Психосоціальні ресурси особистісного та соціального розвитку в епоху глобалізації» (Тернопіль, 2024), на всеукраїнських науково-практичних конференціях: X Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених «Наукова молодь – 2022» (Київ, 2022), V Всеукраїнська наукова інтернет-конференція «Медіаторчість в часи війни: протистояння медіатравмі» (2023), XIV Всеукраїнська науково-практична конференція «Формування особистості сучасного фахівця як суб'єкта самотворення в умовах освітнього простору» (Хмельницький, 2024).

Публікації: зміст і результати дослідження представлено в 10 публікаціях автора, серед них 3 публікації у фахових виданнях України категорії «Б», 1 публікація в журналі в країні, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку і Європейського Союзу, 6 – матеріали науково-практичних конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (164 найменувань, із них 54 – англійською мовою) та 8 додатків. Загальний обсяг дисертації становить 259 сторінок, основний зміст викладено на 150 сторінках. Текст дисертації містить 9 таблиць.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ХАРЧОВОЇ ПОВЕДІНКИ

У розділі І описуються теоретичні підходи до теми харчової поведінки: виявлено, що харчова поведінка є складним біопсихосоціальним явищем, яке охоплює комплекс стереотипних поведінкових дій, спрямованих на споживання їжі, що включають отримання необхідних поживних речовин (психофізіологічний аспект), пов'язані з їдою та вибором продуктів звички й ритуали (рефлексивний аспект), переживання задоволення від споживання їжі (психоемоційний аспект), дотримання правил, традицій і заборон щодо харчування (соціокультурний аспект). Відповідно до цих аспектів було здійснено класифікацію підходів серед чотирьох груп досліджень.

Здійснено диференціацію понять харчової поведінки, порушень харчової поведінки, розладів харчової поведінки, гармонійного харчування. Визначено, що у багатьох наукових розвідках стосовно теми харчової поведінки її зміни пов'язують саме з соціальним впливом. Показано, що одним з провідних впливів є дія соціальних мереж на харчову поведінку.

Описано поділ механізмів харчової поведінки на індивідуально-психологічні та соціально-психологічні. Серед індивідуально-психологічних виявлено: механізми формування харчової поведінки в рамках Я-концепції (З. Ковальчук); система механізмів опосередкування тілесності та процесів психологічної саморегуляції і дисрегуляції (В. Шебанова); порушення харчової поведінки, як механізми захисту психіки (Л. Абсалямова); механізми емоційної саморегуляції у жінок з порушеннями харчової поведінки (О. Травенко). Серед соціально-психологічних: група механізмів впливу тривалості медіапрактик на надлишковість маси тіла дитини: заміщення руху сидінням, реклама «сміттєвої» їжі та переїдання перед екраном (Л. Найдьонова), механізм висхідного соціального порівняння (М. Коннер та Дж. Армїтейдж), механізм інтерналізації «худого» ідеалу тіла (В. Стріен, К. Герман та М. Верхейден).

Емпіричне дослідження психологічних механізмів регуляції харчової поведінки спиратиметься на концепцію механізмів розвитку власної суб'єктності, запропоновану М. Смульсон: механізми саморегуляції, пріоритетизації та рефлексії. Стосовно інформаційного впливу на особистість дослідження спирається на групи механізмів інформаційного впливу Є. Кузіної: процес відображення інформації; соціальну зумовленість інформаційної поведінки (на основі факторів інформаційного суспільства); особистісну зумовленість інформаційної поведінки (на основі суб'єктивних чинників).

1.1. Теоретичні підходи до вивчення харчової поведінки як соціально-психологічного явища

Харчова поведінка людини зумовлена єдністю біологічних, психологічних та соціокультурних факторів, що являє собою міжфункціональну психологічну систему, в якій істотним є не лише задоволення потреби, а й сам процес прийому їжі (Абсалямова, 2019, с. 84). У психології під харчовою поведінкою розуміють ціннісне ставлення до їжі та її вживання, стереотипи харчування у звичайних умовах та умовах стресу, поведінку, орієнтовану на образ власного тіла і формування цього образу. Л. Абсалямова зазначає, що проблема вивчення споживання їжі набула самостійного значення, коли вона була відокремлена від проблем вивчення процесу травлення (Абсалямова, 2019).

Найпростішою формою харчової поведінки є прийом їжі з метою задоволення потреби в поживних речовинах, коли їжа є засобом підтримки енергетичної рівноваги. Проте харчова потреба, будучи чисто біологічною за своєю природою у тварин, у людини набуває більш складних функцій, стаючи засобом: розрядки психоемоційної напруги; чуттєвої насолоди як самодостатньої мети; спілкування, коли їжа пов'язана з перебуванням у групі; самоствердження, коли первинну роль грають уявлення про престижність їжі та про відповідну «солідну» зовнішність; підтримка певних ритуалів або звичок (релігійні, національні, сімейні традиції); компенсації незадоволених потреб (потреба у спілкуванні, батьківській турботі і т. д.); нагороди або заохочення за

рахунок смакових якостей їжі; задоволення естетичної потреби (Абсалямова, 2019, 2018, 2017).

Наприклад, А. Нижник виділяє в харчовій поведінці індивідуальні установки, звички, переживання та форми поведінки щодо їжі. Оскільки харчова поведінка спрямована на задоволення не лише біологічних і фізіологічних, але й психологічних та соціальних потреб індивіда, то дослідження харчової поведінки повинно також вивчатись окремо від процесів травлення і виступати на сьогодні самостійним предметом наукового дослідження у психології (Нижник, 2018).

Здійснюючи теоретичний аналіз досліджень з теми харчової поведінки серед українських наукових праць у галузі психології за ключовими словами: порушення харчової поведінки, харчова поведінка, розлади харчової поведінки, переїдання, стрес та їжа, ожиріння, харчування на базі електронних ресурсів Національної бібліотеки імені В. І. Вернадського та Google Scholar, ми виділили 105 наукових робіт. З них обрали 41 дослідження, пов'язане з темою власне харчової поведінки. Відповідно до аналізу цих робіт із заданої теми було встановлено провідні аспекти наукового розуміння явища харчової поведінки (Шеремета, 2023).

Відповідно до цих аспектів у роботі здійснено спробу класифікувати напрями досліджень харчової поведінки людини за такими групами: *психофізіологічний, психоемоційний, рефлексивний, соціокультурний*. Метою такого розподілу досліджуваних робіт є, по-перше, можливість класифікувати роботи за основним критерієм, що буде корисним для впорядкування великого масиву наукових робіт. По-друге, такий розподіл не має бути досить вузьким, що надає змогу відносити тематичні роботи до відповідної групи.

Провідними роботами в групі досліджень *психофізіологічного* аспекту харчової поведінки виявились праці В. Шебанової, яка провела аналіз великої кількості психологічно-фізіологічних досліджень, що стосуються харчової поведінки (Шебанова, 2014). Також слід виділити роботи Н. Зубар, П. Карпенко, Н. Мельничук, О. Кокуна, В. Левченко та ін. (Зубар, 2010; Карпенко & Мельничук, 2002; Кокун, 2006; Левченко et al., 2011).

Так, В. Шебанова зазначає, що основна суть психологічно-фізіологічної складової харчової поведінки полягає у підтримці гомеостазу та забезпеченні організму поживними речовинами й енергією для виконання різноманітної діяльності. Водночас аналіз наукової літератури з проблеми розладів харчової поведінки та ожиріння дає змогу стверджувати, що розробка цієї проблематики можлива лише з урахуванням психологічного аспекту таких порушень (Шебанова, 2014).

У психофізіологічній складовій харчової поведінки можна виокремити дві сторони. Перша – біологічна, пов'язана з потребою в їжі та фізіологічними процесами, що відбуваються на рівні організму. Друга сторона – це сам процес харчування, завдяки якому у людини підтримується енергетичний баланс (за умови відповідності надходження енергії та її витрат на хімічні процеси, м'язову роботу, відновлення тканин, втрату тепла, зростання та формування усіх систем організму та ін.) (Шебанова, 2014).

Наприклад, відповідно до глюкостатичної теорії, вважається, що відчуття голоду виникає внаслідок гіпоглікемії (Н. Зубар, Л. Левченко, Т. Заведєя, О. Воробйова та ін.) (Зубар, 2010; Левченко et al., 2011). У 60-70-х роках ХХ сторіччя нейрофізіологами щодо регуляції харчової поведінки було виокремлено також аміноацидостатичну, ліпостатичну, метаболічну (Кокун, 2006), нейрогуморальну теорії (Карпенко & Мельничук, 2002).

В основі групи робіт, присвячених *психоемоційному* аспекту харчової поведінки, дослідники виокремлюють їжу як спосіб, що слугує задоволенню емоційної потреби, специфічним способом боротьби з різного виду стресами. У роботах цієї групи емоційний аспект харчової поведінки є ключовим у розумінні становлення та змін харчової поведінки.

З цієї точки зору, при відхиленні від норми харчування можуть формуватися психологічні адикції (Абсалямова, 2018; Бойко & Лапіна, 2021; Капталан & Кононенко, 2020), що характеризуються такими двома моментами:

1. Психологічна залежність від їжі, коли вона використовується для корекції настрою, подібно до алкоголю чи нікотину.

2. Так звана гіперфагічна реакція на стрес, коли їжа використовується під час або після стресу. У цьому випадку переїдання стає свого роду предметом забави, прагненням «сховатися від реальності» (Капталан & Кононенко, 2020).

Дослідження психоемоційної групи свідчать про те, що їжа слугує потужним емоційним компонентом життя. Якщо реакція на стрес регулюється людиною шляхом поглинання їжі, то це може призводити до надмірного зациклення на за рахунок механізмів, подібних до тих, що формують адиктивну поведінку. Результати цих досліджень доводять, що регуляція харчової поведінки відбувається завдяки емоціогенним механізмам, які допомагають особистості у гармонізації власних емоційних станів. Тобто найважливішим у самому процесу їди стає здатність викликати позитивні емоційні реакції у людини.

Дослідження харчової поведінки в *рефлексивному* аспекті спираються на розуміння структурних компонентів власного Я, таких як самоствавлення, самоприйняття, самоінтерес, які, вже своєю чергою, впливають на психоемоційний стан людини (Ворошилїна, 2020; Мухамедьяров, 2006; Шебанова & Яблонська, 2018; Щербак, 2019).

Як зазначає Т. Хомуленко, когнітивний компонент тілесного Я включає такі здібності і процеси як знання про своє тіло (тіло як продукт пізнання і продукт аналізу тілесного досвіду); вміння фіксувати увагу на внутрішніх відчуттях, міра розвитку інтрацептивної чутливості, здатність моніторити її якісні та кількісні зміни; здатність до вербалізації інтрацептивної чутливості (що, де, як); здатність закарбовувати, зберігати і відтворювати тілесну інформацію (тілесна пам'ять, тілесні навички); здатність до образного уявлення про тіло, його диференційованість (деталізованість, багатокomпонентність) та інтегрованість (повнота і цілісність); здатність оперувати образом тіла у власній уяві; активність асоціативного мислення стосовно тілесної інформації; здатність сприймати тілесну інформацію як знаково-символічну, що опосередковує розуміння послань несвідомого; здатність приймати раціональні рішення відносно проблемних ситуацій, пов'язаних з тілом (Хомуленко, 2017; Ворошилїна, 2020).

Негативний образ фізичного Я сприяє появі дисфункційних переконань щодо ваги та форми тіла. Неприйняття власної зовнішності, негативна оцінка фігури та ваги підштовхує особистість до пошуку різних способів реконструкції власного тіла, які найчастіше приносять шкоду фізичному та психічному здоров'ю (Шебанова & Яблонська, 2018).

Також було визначено, що тип харчової поведінки стає виміром та формою, через яку людина історизує себе, формує особистісний вектор самоставлення, створюючи єдину рамку конститування себе. З цієї точки зору, їжа створює в особистісній свідомості певний порядок, або уявний, або символічний, оформлюючи тим самим тип ставлення до неї (Шебанова & Яблонська, 2018).

Ще одним з механізмів, через який формується ставлення до власного тіла, є інтероцепція, завдяки якій у людини утворюються внутрішні схеми тіла та процес сприйняття, інтерпретації й об'єднання сигналів, що надходять від тіла, забезпечуючи миттєве відображення внутрішнього стану тіла на свідомому й несвідомому рівнях, що своєю чергою неодмінно впливає на харчову поведінку людини (Бойко & Лапіна, 2021). Іншим механізмом, який впливає на харчову поведінку є особистісний перфекціонізм, адже він може призводити до нескінченного прагнення досконалості і ставати причиною болісного бажання надмірно контролювати себе, свій апетит і своє тіло (Фатєєва, 2021, с.47).

Отже, розуміння свого Я відіграє вагому роль у формуванні багатьох процесів, у тому числі, формування харчової поведінки. А певні психологічні механізми (перфекціонізм, інтероцепція та інші) можуть призводити до порушень харчової поведінки. Я-образ впливає і на зовнішню реальність, у якій особистість живе, відповідаючи на виклики оточення відповідно до власної їх інтерпретації. А також тип та спосіб реакцій у відповідь на зовнішні впливи залежить від того, наскільки цілісним або розщепленим є власне Я особистості.

Група досліджень *соціокультурного* аспекту харчової поведінки наголошує на тому, що харчування людини з самого народження пов'язане з міжособистісною взаємодією. Згодом їжа стає невід'ємною складовою процесу спілкування, соціалізації: святкування різних подій, встановлення і формування

ділових і дружніх взаємин тощо. У свою чергу, традиції та харчові звички відбивають рівень розвитку культури, національну, територіальну і релігійну приналежність, а також сімейне виховання у сфері харчової поведінки (Абсалямова, 2017; Федотова et al. 2021).

Харчова поведінка людини розглядається як особливий досвід, у якому «соціокультурне» тіло виступає посередником між їжею (як джерела поживних речовин та енергії), гастрономічною культурою (як знака, що залучує до культури та нормативності у сфері харчування, ситуації вибору тих чи інших харчових продуктів та приготування їжі), ситуацією вживання їжі (як ситуації фіксування певних відносин з їжею – психологічних смислів їжі, які формуються під впливом позитивних та негативних емоційних переживань у ході засвоєння соціально-культурних та сімейних установок щодо їжі) та соціокультурними установками краси та привабливості тіла (як широко розтиражованих стандартів жіночої та чоловічої фізичної краси) (Шебанова, 2017).

В. Шебанова описувала, що харчова поведінка як феноменологічне явище тілесності є метасиндромним системно-процесуальним утворенням метакаузальної природи, що здатне до самоорганізації нелінійних зворотних зв'язків і саморозвитку в умовах хаотичного спонтанного структурування (Шебанова, 2017).

Відповідно до зазначеного вище, зв'язок сприймання власної тілесності та впливу соціуму є невід'ємними складовими розвитку особистості.

С. Литвин-Кіндратюк зазначає, що культура їди українців пов'язана з кропіткою працею з вирощування їжі, вибором продуктів з орієнтуванням на низькі ціни, приготуванням їжі та зберіганням харчових продуктів, сімейними традиціями (Литвин-Кіндратюк, 2000). Таким чином, психіка й тіло є не лише невід'ємними складовими особистості, а вони формуються паралельно та під соціальним впливом. Тіло як «посередник», медіатор зовнішньої та внутрішньої реальності відображає собою гармонійний або дисгармонійний стан здоров'я людини. Разом з цим, від того, яка динаміка впливу зовнішньої об'єктивної реальності на

внутрішній суб'єктивний світ людини формується і харчова поведінка особистості.

Отже, підводячи підсумки аналізу досліджень харчової поведінки, можемо зазначити наступне.

По-перше, немає одного чітко визначеного підходу до розуміння проблеми харчової поведінки. Кожен підхід формує певні рамки, в яких досліджується і розуміється проблемне питання. Що своєю чергою може зумовлювати певні відмінності в баченні причин розвитку харчової поведінки, динаміки механізмів її формування та змін.

По-друге, спектр наукових досліджень харчової поведінки є досить широким та різнобічним. Це сприяє детальному теоретичному та емпіричному вивченню проблеми, дає змогу прослідкувати в роботах авторів та їх висновках глибокі нюанси досліджуваної нами проблематики. Але при цьому не вистачає системного погляду на психологію харчової поведінки, групування теорій та концепцій, наукових узгоджень та узагальнень.

По-третє, подальші розвідки з досліджуваної теми потребують створення класифікації українських наукових робіт. Ми виділили такі провідні напрями досліджень харчової поведінки: психофізіологічний, психоемоційний, рефлексивний та соціокультурний.

Досліджуючи харчову поведінку потрібно більш детально розглянути також суміжні поняття, як порушення харчової поведінки, розлади харчової поведінки та гармонійне харчування.

Так, Л. Абсалямова пише, що харчова поведінка може бути гармонійною (нормальною, адекватною) або девіантною (ненормальною, з відхиленнями), це залежить від безлічі параметрів, зокрема від того, яке місце посідає процес харчування в ієрархії цінностей індивіда, а також від кількісних та якісних показників харчування. Етнокультурні чинники здійснюють величезний вплив на стереотипи харчової поведінки, особливо в період стресу (Абсалямова, 2019, с.20).

Проблеми та розлади харчової поведінки досліджувались вченими у сфері психології ще починаючи з XVII століття. Одним з перших, хто описав випадок

порушення харчової поведінки, був Р. Мортон у 1694 році, даний випадок був названий як «самоголодування», що супроводжується різким схудненням, відмовою від їжі, запереченням хвороби, спотворенням картини власного тіла і летальним результатом. В. Галл у 1874 році дав цьому стану назву – *anorexia nervosa* (Мойзріст, 2009). У 1979 році Джеральд Рассел описав варіант незвичної анорексії, яку він назвав нервовою булімією (Morton, 1693, as cited in Мойзріст, 2009).

Розлади харчової поведінки – це система поведінкових актів, що мають місце у процесі харчування, які перешкоджають повноцінному функціонуванню людини через надмірне або недостатнє споживання їжі, що призводять до фізичного та психологічного нездоров'я, і являють собою комплексну медико-психологічну проблему (Абсалямова, 2017). Люди, що страждають від цієї групи розладів завжди потребують кваліфікованої психологічної допомоги.

Відповідно до Міжнародної класифікації хвороб 11-го перегляду розлади харчування або харчової поведінки – це аномалії харчової поведінки, які не пояснюються іншими захворюваннями, не відповідають рівню розвитку або не є культурно схвалюваними. Розлади харчування включають поведінкові порушення, які не пов'язані з вагою тіла або фігурою, наприклад, вживання неїстівних речовин або мимовільне зригування їжею (International Classification of Diseases Eleventh Revision [ICD-11], 2022).

Вони включають ненормальну харчову поведінку і заклопотаність їжею, що в більшості випадків супроводжується вираженою стурбованістю щодо маси тіла або фігури. Розлади харчування або харчової поведінки включають наступне: нервова анорексія; нервова булімія; розлад харчової поведінки; розлад харчової поведінки, пов'язаний з уникненням та обмеженням прийому їжі; розлад смоктання-відрижки; інші специфічні розлади харчування або прийому їжі (International Classification of Diseases Eleventh Revision [ICD-11], 2022).

Що стосується порушень харчової поведінки, то Л. Абсалямова пише про них як про систему поведінкових актів, що мають місце у процесі харчування (стереотип харчування), які перешкоджають повноцінному функціонуванню

людини внаслідок надмірного або недостатнього споживання їжі, але не є хворобою (Абсалямова, 2019, с.32). Також порушення харчової поведінки як процес, перешкоджає нормальному функціонуванню людини, але ще не несе загрози її життю чи здоров'ю і не підпадає критеріям розладу і тим самим порушення є проблемою більше психологічного характеру, а розлад – медичного та психологічного (Абсалямова, 2017).

На думку З. Ковальчук, порушення харчової поведінки пов'язані із високим рівнем схильності до стресу, тривожністю, невпевненістю в собі, порушеннями «Я-концепції» (Ковальчук, 2019). А такі види харчової поведінки як екстернальна, емоціогенна та обмежувальна слід відносити до категорії порушень харчової поведінки. Попри те, що ці види харчової поведінки висвітлюються у зв'язку з проблематикою вивчення харчових стереотипів у людей з надмірною вагою, деякі з них діагностуються у досліджуваних з вагою категорії норми (Ковальчук, 2019).

Також серед частих порушень харчової поведінки визначають *часті переїдання* та *синдром нічного переїдання*. Люди з такими порушеннями часто страждають від ожиріння. Хоча синдром нічного переїдання не включений до спектру розладів у Міжнародній класифікації хвороб 11-го перегляду, тому можемо відносити його до власне порушень харчової поведінки (Tanofsky-Kraff & Yanovski, 2004).

В цілому, серед порушень харчової поведінки часто виділяють екстернальну, емоціогенну та обмежувальну. Ці типи полягають у наступному.

Екстернальна харчова поведінка пов'язана з чутливістю до певних факторів вживання їжі, особливо зовнішніх (вітрини магазинів, естетично сервіровані столи, реклама продуктів, привабливі люди за столом тощо). Найчастіше в осіб з таким типом харчової поведінки з'являється проблема ожиріння. В осіб, які схильні до ожиріння, як правило, засобом корекції настрою і «швидкою допомогою» є їжа, що допомагає «трансформувати» негативні емоції у жир. Варто зазначити, що гіперфагічна реакція (пожирання) на стрес сприяє втечі особистості від реальності та створенню ілюзії емоційного добробуту (Ковальчук, 2019).

Емоціогенна харчова поведінка – коли особистість у відповідь на негативне переживання намагається знизити емоційний дискомфорт, що проявляється через неспокій, тривожність, дратівливість за допомогою споживання їжі. Як правило, такий тип поведінки представлений компульсивною харчовою поведінкою, яка проявляється у короткотривалих «нападах» апетиту і втрати контролю над вживанням їжі, а також синдромом нічного вживання їжі, який характеризується ранковою втратою апетиту, і навпаки, підвищеним апетитом ввечері та вночі (Ковальчук, 2019).

Обмежувальна харчова поведінка пов'язана з надмірним контролем над їжею, самообмеженнями і безсистемним дотриманням дієти. Внаслідок такого виду харчової поведінки виникає «дієтична депресія», симптомами якої стають дратівливість, втома, внутрішнє напруження, агресивність та ворожість (Ковальчук, 2019).

Окремо слід звернути увагу на те, що аналізуючи термінологію порушень харчової поведінки та розладів харчової поведінки в англomовних джерелах виявлено, що розлади харчової поведінки (eating disorders – скор. EDs) це група розладів, які мають чіткі критерії та відповідають Міжнародній класифікації хвороб 11-го перегляду або Diagnostic and Statistacal Manual of Mental Disorders, 5th edition. Поняття порушень харчової поведінки при перекладі на англійську не зовсім відповідає термінам в літературі, тому при дослівному пошуку порушення харчової поведінки (Eating behaviour disorders) відповіді на запити часто є некоректними. В англomовних джерелах цей термін описується як порушення харчування або ж невіпорядковане харчування. Також в англomовній літературі не використовується термін поведінка, тобто розлади харчової поведінки дослівно перекладаються як розлади харчування, відповідно порушення харчової поведінки – порушення харчування. У зв'язку із цим неякісний переклад та диференціація цих понять може призводити до заплутаності й некоректного застосування термінології, використання діагностичного інструментарію і т. п. (Sanzari et al., 2023).

В англomовних джерелах термін порушення харчування включає весь спектр проблем, пов'язаних з харчуванням, від простого дотримання дієти до

клінічних розладів харчової поведінки, таких як нервова анорексія та нервова булімія. Порушення харчування можна визначити як проблемну харчову поведінку, таку як свідомі тілесні очисні практики (викликання блювоти, вживання пігулок пов'язаних з навмисним очищенням кишково-шлункового тракту і т. п.), запої, обмеження в їжі та інші неадекватні методи схуднення або контролю ваги, які трапляються рідше або є менш вираженими, ніж ті, що відповідають повним критеріям для встановлення діагнозу розладу. Розвиток розладів харчової поведінки пояснюється біопсихосоціальними багатфакторними моделями і повинен розглядатися як багатовимірний конструкт з деякими основними симптомами, включаючи занепокоєння щодо образу тіла. Хоча ненормативні харчові патерни не можуть вважатися психічними розладами, вони можуть бути важливими з огляду на їхній шкідливий або руйнівний вплив на масу тіла та здоров'я (Pilecki et al. 2016; Sanzari et al., 2023).

З короткого огляду описаного вище, можемо сформулювати такі висновки стосовно диференціації понять розладів та порушень харчової поведінки:

Порушення харчової поведінки не мають чітких критеріїв діагностики на відміну від розладів харчової поведінки, які є на межі медицини та психології.

Порушення харчової поведінки є більш широким терміном і містить в собі розлади харчової поведінки, порушення не мають чітких критеріїв діагностики. Проте, вони напряду пов'язані із нормами культури в якій перебуває особистість.

Варто відзначити, що з погляду поведінки, термін «нормальний» може означати «такий, що не відхиляється від норми, правила або принципу; відповідає типу, стандарту або регулярному зразку або відбувається природним чином». Тому, коли порушення харчової поведінки практикується великою кількістю людей, сприймання може зміститися в бік прийняття порушень харчової поведінки як нормальної поведінки.

Що ж стосується гармонійної харчової поведінки, то це – форма поведінки, що ґрунтується на різних чинниках, від психофізіологічних до соціальних та культурних. Така поведінка передбачає здоровий вибір їжі,

регулярне харчування, відсутність переїдання або недоїдання, а також і відсутність нездорових зв'язків з їжею, зокрема харчова залежність або розлади харчування. Разом із тим, важливою частиною гармонійної харчової поведінки є також здатність прислухатися до власного тіла і відповідати на його потреби. Це означає, що людина вміє: відрізнити голод від апетиту; контролювати свої порції; визначити потребу тіла у певних поживних речовинах; адекватно реагувати на потреби. При цьому, харчова поведінка передбачає не лише здоровий вибір їжі, але й здорове ставлення до їжі та харчування загалом (Абсалямова, 2017).

На нашу думку, гармонійне харчування входить до більш ширшого поняття психологічного благополуччя особистості. Н. Володарська описує, що в сучасних наукових роботах психологічне благополуччя все більше пов'язується із задоволеністю життям в цілому, його окремими сторонами пов'язаних з оцінкою якості життя, в яку входять життєві цілі, перспективи, поставлені особистістю на певних життєвих етапах. Особистість ставить певні життєві цілі на фоні як позитивних, так і негативних емоцій. Задоволення вона набуває від результату їх досягнення (Володарська 2021).

Авторка пише, що психологічне благополуччя репрезентує особливості організації життєвих перспектив і стратегій їх досягнення. Життєві стратегії формуються в певних життєвих обставинах і характеризуються певними емоційними переживаннями: негативними і позитивними, баланс яких формує суб'єктивне переживання психологічного благополуччя. Життєва перспектива, будучи елементом суб'єктивної картини життєвого шляху особистості, є складною ієрархічною системою, що регулює початок життєдіяльності, й структурними одиницями якої вважають ціннісні орієнтації, життєві цілі, програми, плани, а також емоційну, когнітивну й поведінкову складові (Володарська, 2021).

Важливою складовою у формуванні гармонійної харчової поведінки є загальний розвиток особистості, а також вміння балансувати різні сфери у житті. Психологічне благополуччя є ціллю інтервенцій пов'язаних із регуляцією харчової поведінки.

Важливим питанням пов'язаним із харчовою поведінкою це процес її формування. Так, В. Шебанова в своїх дослідженнях стосовно харчової поведінки розглядає її як культурно – детермінований та психологічно опосередкований феномен в структурі тілесності. Спираючись на теорію множин (коли кожен елемент системи має властивості всієї системи), вважає, що харчову поведінку людини можна розглядати як психосоматичний синдром, модель якого являє собою ієрархічно організовану квазісистему, яка містить у собі чотири рівні (аспекти): соматичний, інтрапсихічний, соціокультурний та духовний (екзистенційний) (Шебанова, 2017).

В даній роботі фокус дослідження буде на соціальному аспекті саме харчової поведінки, адже харчування людини з самого народження пов'язане з міжособистісною взаємодією. Їжа є невід'ємною складовою процесу соціалізації: святкування різних подій, встановлення і формування ділових і дружніх взаємин. У свою чергу, традиції, харчові звички відбивають рівень розвитку культури, національну, територіальну і релігійну приналежність, а також сімейне виховання у сфері харчової поведінки (Абсалямова, 2019, с.34).

Людині притаманно жадати їжі, їсти більше, коли їжа доступна, харчуватися по-іншому через зміну соціальних та емоційних факторів, менше рухатися, коли сучасні зручні машини можуть замінити працю, а також бути емоційно прив'язаними до їжі. Однак люди також дотримуються різних моделей поведінки через власну культуру та часто правила та заборони прийняті в сім'ї протягом процесу виховання, а також норми які транслюється в сучасному суспільстві можуть суттєво відрізнятись. В такому досвіді різноманітності та можливих суперечностей культури харчування, особистості без корисних інструментів регуляції харчової поведінки складно сформувати гармонійну харчову поведінку (Sanzari et al., 2023).

Слід зазначити, що психологічне благополуччя включає в себе гармонійне харчування, завдяки такому стилю харчування особистість може повноцінно функціонувати, насолоджуватись життям та має внутрішні ресурси для вирішення життєвих складнощів.

Загалом ці висновки відповідають тим, що викладені у дослідженнях з теми харчової поведінки, які підкреслюють, що одним з провідних чинників її формування є соціальний. Груповий тиск, реклама та інші культурно обумовлені чинники можуть суттєво протирічити рекомендованим харчовим змінам. Соціальні та політичні цінності й економічні міркування, насамперед доступність продуктів до придбання, також можуть стати значними перешкодами на шляху до втілення бажаних харчових змін (Absalyamova, 2018). Соціально-культурний тиск щодо худого тіла є актуальним фактором, який також може призводити до порушень харчової поведінки (Коннер & Армитейдж, 2012). Експериментальні висновки підтвердили, що уявлення про слабкий тиск та інтерналізація ідеалу худого тіла є причинним фактором ризику незадоволеності тілом, дією, негативним впливом і харчовою патологією (Гелунець, 2020, с.25; Чубарова, 2020). Деякі дослідники припускають, що побудова ідеального тіла стала обов'язковою для сучасних жінок і викликала глибоке відчуття недосконалості власного тіла, почуття провини та сорому (Леонова, 2017; Лимар, 2018; Маслюк, 2011). З цієї точки зору худорлявість можна розглядати як модифікацію тіла, характерну для західної культури (Михайлова, 2020; Мілютіна & Богуславська, 2021).

Попри певні сумніви щодо важливості культури у формуванні харчової поведінки, деякі її аспекти видаються важливим фактором ризику (Landrum et al., 2019). Значущу вагу соціокультурних чинників у розвитку харчової поведінки було підтверджено в дослідженнях (Marks et al., 2020); а непряме підтвердження було забезпечено розробкою ефективних профілактичних програм (Raquel & Marle, 2007). Окрему роль грає такий фактор змін харчової поведінки як сімейні обставини. Емпіричним шляхом було встановлено, що не менше половини сімей, в яких хоча б один з членів страждає від порушень харчової поведінки, мають «довгу історію» надмірного занепокоєння власним зовнішнім виглядом і дотримання дієти (Pilecki et al., 2023).

Загалом ці результати підтверджують, що харчова поведінка є складним біопсихосоціальним явищем, яке охоплює отримання необхідних поживних речовин (психофізіологічний аспект), задоволення від споживання їжі

(психоемоційний аспект), пов'язані з їдою та вибором продуктів звички й ритуали (рефлексивний аспект), правила, традиції та заборони (соціокультурний аспект). Відповідно до цих аспектів було здійснено класифікацію за чотирма групами досліджень з теми харчової поведінки серед українських науковців-психологів.

Зміни в харчовій поведінці пов'язані з соціальним впливом і тому необхідно дослідити теоретичні напрацювання з даної теми. Вбачаємо, що соціальні мережі стали новими провідниками норм та заборон суспільства, через соціальні мережі особистість переймає транскультуральний досвід, який теж формує харчову поведінку. Саме тому варто зосередитись на впливі соціальних мереж на особистість, а також варто проаналізувати механізми впливу цифрового середовища на регуляцію харчовою поведінки.

1.2. Психологічні механізми харчової поведінки

Згідно з А. Кульчицькою та Т. Федотовою, споживання їжі стало невід'ємною частиною процесу спілкування й соціалізації загалом (святкування різних подій, установлення та оформлення ділових і дружніх взаємин тощо). Традиції та харчові звичаї відображають рівень розвитку культури, національну, територіальну й релігійну приналежність, сімейне виховання у сфері харчової поведінки, певним чином свідчать про рівень суб'єктивного добробуту особистості (Кульчицька & Федотова, 2019). О. Самойлова і Т. Яблонська зазначають про те, що з психологічного погляду процес поглинання їжі являє собою контакт зі світом (як перша форма контакту поряд із диханням); режимний відлік, розпорядок дня; стосунки в родині (передусім із матір'ю); проєкцією сімейної історії та традицій країни; харчову моду (здебільшого характерно для дітей молодшого шкільного та підліткового віку) (Самойлова & Яблонська, 2006).

Таке багатовимірне психологічне явище має певні закономірності виникнення, протікання та зміни, тобто завжди має психологічні механізми.

О. Самойлова, розглядаючи проблеми розвитку в юнацькому віці, вважає, що психологічний механізм – це цілісна психологічна система засобів, яка діє

постійно або виникає ситуативно, і забезпечує виконання тих або інших регулятивних функцій і включає до себе основні підсистеми регуляції (Самилова, 2013, с. 130, as cited in Смульсон, 2017, с. 21). О. Фалуніна зі співавторами тлумачить психологічні механізми як змістовну категорію, яка дозволяє описувати процес внутрішньоособистісних змін та індивідуальних психічних перетворень (Фалуніна та ін., 2015 as cited in Смульсон, 2021 с.118). У концепції психологічних механізмів Ю. Машбиця, на яку опирається М. Смульсон у дослідженні, психічні явища і процеси пропонується розглядати як системи і підсистеми. Поняття психологічний механізм – це не метафора, а теоретичний конструкт, і різниця між ними, як зазначає Ю. Машбиць, – в евристичній цінності, тобто значенні для постановки та проведення психологічних досліджень, реалізації підходів до психолого-педагогічного обґрунтування дидактичних рішень тощо. За Ю. Машбицем, про механізм можна говорити тоді і тільки тоді, коли йдеться про систему. Інакше кажучи, психічні явища і процеси в контексті розгляду психологічних механізмів він пропонує розглядати як системи і підсистеми. «Ми розуміємо під механізмом системи навчання, – писав він, – теоретичний конструкт, який описує взаємодію компонентів системи, що забезпечує її функціонування. Якщо система є предметом психології, ці механізми мають описувати взаємодію на психологічному рівні, тобто бути психологічними механізмами» (Машбиць, 2019, с. 3).

Механізм як пояснювальний принцип, теоретичний конструкт та модель. Механізм завжди є «механізмом чогось», він пояснює, як саме, яким чином, в який спосіб здійснюється або відбувається певна діяльність або явище. З цієї точки зору механізм є «пояснювальним принципом» – такий термін як релевантний запропоновано Грегорі Бейтсоном. За Г. Бейтсоном, пояснювальний принцип пояснює все, ну, майже все, що потрібно, щоб він пояснював (Bateson, 1969).

В нашій роботі ми спираємось на розуміння механізму в рамках розвитку власної суб'єктності, що описувала в своїх роботах М. Смульсон. Зокрема авторка описувала, що важливим за значенням психологічним механізмом

розвитку суб'єктності є саморегуляція та пріоритетизація. Завдяки саморегуляції і самоконтролю власних станів, процесів і спрямувань особистість вибудовує таку внутрішню організацію, що сприяє продуктивності діяльності та досягненню бажаних цілей. Саморегуляція дозволяє особистості підтримувати внутрішню цілісність навіть під час адаптації до умов середовища. Пріоритетизація полягає у когнітивно-мотиваційному виділенні ціннісно-орієнтувальних структур так, що одні з них займають в межах ментальної моделі дійсності провідні позиції, тоді як інші – другорядні або підлеглі. Пріоритетизація є необхідною для розвитку суб'єктності, тому що перебуває в основі вибору цілей, які будуть досягатися під час діяльності, а також вибору стратегій досягнення цілей. Розвиток пріоритетизації, через підвищення упорядкованості ціннісно-орієнтувальних структур ментальної моделі та розв'язання протиріч між ними, призводить до розвитку мотивації та цілепокладання (Смұльсон, 2021, с. 87-88).

Ще один важливий психологічний механізм розвитку суб'єктності – рефлексія. Рефлексія як концентрація уваги та пізнання суб'єктом на самому собі, на своїй свідомості, забезпечує самоаналіз особистості, власного досвіду, діяльності, що є одним з чинників їх розвитку та збільшення продуктивності. Виникає на психологічному ґрунті протиріч чи конфліктів у практичній діяльності, даючи змогу перейти на той рівень, де ці протиріччя будуть розв'язані, тобто на більш високий системний рівень. Результатом рефлексії стає переосмислення самого себе, переструктурування суб'єктивного досвіду, самоусвідомлення, самопізнання, інтелектуальний розвиток. Рефлексія призводить до знання про свої знання, тобто допомагає суб'єкту перейти в метапозицію пізнання. Крім того, рефлексія дає особистості можливість усвідомити, як саме вона сприймається іншими людьми, зокрема партнерами по спілкуванню та іншим видам діяльності (Павелків, 2019; Смұльсон, 2013; Смұльсон, 2003). Також процес рефлексії як механізму описувала в своїй роботі Л. Найдьонова, зокрема групову рефлексію як механізм реконструкції соціальних настановлень (Найдьонова, 2014), а також репрезентативна рефлексія – це рефлексія, яка оперує порівнянням актуалізованої позиції,

вираженої в даних суб'єкта (індивідуального чи групового), з репрезентативними (доказовими) даними (країна, громада), та через унаочнення місця суб'єкта серед інших суб'єктів при застосуванні проблематизації веде до самовизначення щодо виявлених відмінностей (Найдьонова et al., 2016).

Стосовно ж вивченням механізмів регуляції поведінки серед українських дослідників здійснювали: Ю. Алексєєва, К. Гавриловська, Т. Кириченко, І. Тарасюк І., Р. Чіп та багато інших (Алексєєва & Кустов, 2013; Кириченко, 2001; Тарасюк, 2011; Чіп, 2019). Становлення харчової поведінки починається з перших років життя. Тому важливо сприяти її правильному формуванню й запобігати утворенню звички переїдати чи недоїдати, одностороннього чи вибіркового харчування, харчовим страхам та іншим розладам (Серга & Білоусенко, 2022).

Дослідники виділяють дві головні групи впливів, які формують харчову поведінку людини: безпосередні та опосередковані. Перша група становить безпосередні соціальні впливи, такі як кулінарні стереотипи, традиції та груповий досвід, а друга – опосередковані соціальні впливи, які передбачають наявність іншої людини під час харчування. Вчені також вважають, що соціальні фактори посилюють вплив на формування харчової поведінки через соціальну фасилітацію, вплив родинних харчових правил на ранніх стадіях життя та соціальне навчання. Таким чином, соціальне оточення відіграє важливу роль у формуванні харчових звичок та підтриманні невідповідної харчової поведінки. Розглядаючи причини формування неправильних харчових стереотипів.

Для кращого розуміння регуляції механізмів харчової поведінки важливо здійснити розподіл на індивідуально-психологічні та соціально-психологічні. Серед індивідуально-психологічних закономірностей формування та порушень харчової поведінки можемо виділити декілька поглядів, що зустрічаються в науковій спільноті: механізми формування харчової поведінки в рамках Я-концепції (З. Ковальчук); система механізмів опосередкування тілесності та процесів психологічної саморегуляції та дисрегуляції (В. Шебанова); концепція порушень харчової поведінки, як механізми захисту психіки (Шебанова &

Шебанов); механізми емоційної саморегуляції у жінок з порушеннями харчової поведінки (О. Травенко).

Механізми формування харчової поведінки в рамках Я-концепції запропоновані З. Ковальчук та іншими. Особливості харчової поведінки впливають на формування фізичної складової Я-концепції (Я-фізичне), а також на когнітивний та емоційний розвиток особистості. Оскільки фізичний образ «Я» впливає на формування системи уявлень про себе, то можна говорити про те, що система харчування опосередковано впливає на особливості особистості та на всі психічні процеси, в тому числі й на самосвідомість (Ковальчук, 2019).

Таким чином, харчова поведінка є невід'ємною складовою функціонування особистості. Недостатньо сформована Я-концепція та особистісна ідентичність, неусталена мотиваційно-сміслова система, мінливі погляди є сприятливим віковим чинником, що в умовах соціального тиску до образу сучасного ідеалу краси стає соціально-психологічним підґрунтям до дестабілізації образу тіла і, згодом, формування порушень харчової поведінки. Дестабілізація образу тіла, його негативне сприйняття є безпосереднім чинником розвитку розладів харчової поведінки, депресії, obsесивно-компульсивних розладів та соціальної ізоляції (Голубка, 2022; Ковальчук, 2019).

Формування образу тіла у процесі розвитку дитини відбувається через різні соціальні фільтри: сім'я, спільнота, етнічна або референтна група, релігія тощо. Відповідно у свідомості отримується образ, який відповідає вимогам часу і суспільства. В результаті може створитися образ нереальний, часто придуманий, порівнюваний з тим, що оточує людину. Суспільство здійснює значний внесок не лише у формування людського тіла, а й у створення його індивідуального образу. Іноді ще дитиною вони отримують перші психічні травми у власній родині, які, в свою чергу, можуть надалі стати причиною психічної дезінтеграції, соматичного руйнування і невротизації, до труднощів в інтимних і міжособистісних відносинах. Знижена фрустраційна толерантність призводить до того, що будь-яка ситуація стресу вводить у стан пасивності та формування вираженої емоціогенної харчової поведінки (Голубка, 2022)

Найбільш вразливим віковим періодом для порушень харчової поведінки є підлітковий, оскільки це період становлення особистості та формування образу тіла, а невідповідність тіла особистим ідеалам або соціокультурним еталонам краси, викликає негативні емоції, породжує тривогу та незадоволеність собою, призводить до дезадаптації та незадоволеності власним життям у цілому. Зокрема для підлітків жіночої статі з порушеннями харчової поведінки характерна тенденція «відмови від жіночності», прагнення зберегтися в стані дитини, не дорослішати. За допомогою голодування фізичні ознаки статевого дозрівання зводяться нанівець, що дозволяє дівчині «залишатися дитиною» і ухилятися від властивих її віку психосексуальних норм поведінки.

Слід зазначити, що недостатньо теплі відносини з батьками і проблеми, реакції опозиції призводять до нестійкості самооцінки і труднощів у формуванні зрілої, дорослої особистості. Звідси схильність до перфекціонізму, залежність від схвалення оточення. Під постійним тиском і контролем батьків розвивається соціально-психологічний інфантилізм та залежність. За тотальної опіки батьків формується нездатність до власного активного втручання в обставини життя, емоційна лабільність, не сформованість потреби в саморегуляції, неузгодженість, нестійкість або вузькість мотиваційної ієрархії.

Підвищена тривожність і схильність до депресивних реакцій дає наявність психологічного ґрунту до легкого формування дисморфофобії, викривлене сприйняття себе й хибна інтерпретація зміни ставлення з боку оточення. Попри різноманітність проявів порушень харчової поведінки, вони є результатом спотвореного образу тіла з неадекватною і травмованою Я-концепцією (Малина & Чиганов, 2019).

Система механізмів опосередкування тілесності та процесів психологічної саморегуляції та дисрегуляції за В. Шебановою. Харчова поведінка як явище (феномен) – це, з одного боку, тілесне Я, яке безпосередньо існує у реальності повсякденного буття, з іншого боку, – чуттєвий образ тіла та концепт тіла (як результат осмислення чуттєвого образу) (Шебанова, 2017). Інакше кажучи, харчова поведінка людини як психосоматичний синдром – це

система механізмів опосередкування тілесності та процесів психологічної саморегуляції та дисрегуляції суб'єкта у процесі повсякденного буття. Ця взаємопов'язана та ієрархічна система включає як механізми, що розвиваються, так і такі, що збережені та порушені. Відповідно, порушена харчова поведінка (дефект тілесності, перекручений або ситуація розвитку тілесності, у т. ч. соціальна організація формування харчової поведінки, яка містить у собі як вплив родини, так і вплив культурних тенденцій (наприклад, моди). Особливим рівнем регуляції харчової поведінки виступає екзистенціальний рівень регуляції, який опирається на екзистенціальні смисли власного існування.

«Харчова поведінка» як феноменологія буттєвої тілесності містить у собі, з однієї сторони взаємодію у свідомості суб'єкта соматичного (біологічного), інтрапсихічного, соціокультурного та духовного (екзистенціального). З іншого боку – це співвіднесеність самого тілесного явища, у нашому випадку, харчової поведінки (стратегій, стилів, особливостей) та текстів свідомості (дискурсів турботи про себе та тіло, можливих «загроз» собі та тілу, способів боротьби з загрозами та ін.) (Шебанова et al., 2018).

Якщо розглядати розлади харчової поведінки з точки зору механізмів захисту, то саме предметом захисту у випадку порушень харчової поведінки є тіло людини та його функціонування. Захисні механізми виникають як реакція на стрес (зовнішні чи внутрішні конфлікти), що й призводить до відчуття людиною дискомфорту та прагнення до його подолання (Шебанова, 2013).

Доречним буде відзначити, що у випадку розладів поведінки в людей з анорексією в індивідів зростає бажання контролю над ситуацією. Саме це дозволяє підсилити опір зовнішньому тиску (людину змушують їсти члени її родини – вона відмовляється від прийому їжі поруч із ними; заперечує зауваження щодо її худорлявості; через страх набрати вагу, «очищує» свій організм, щоб вивести їжу, яку спожила).

Індивіди, що хворіють на булімію, навпаки, не здатні до опору, бо вважають, що їхнє надмірне переїдання є неконтрольованим, тобто можна сказати, що відбувається зняття власної відповідальності за «напади обжерливості». Коли травматичні події із низьким рівнем контролю та

переживанням власної безпорадності нагромаджуються, це сприяє формуванню гіперфагічних реакцій (гіперфагією вважається збільшення апетиту, що призводить до прийому більшої кількості їжі, ніж зазвичай), при цьому домінують мотивації до запобігання неспіху на фоні депресивного настрою (Шебанова & Łodygowska, 2018).

Часто дослідники описують важливість контролю для людей, що страждають від порушень харчової поведінки. Порушення харчової поведінки супроводжуються наступними ознаками: страх повноти, яка частково обумовлена модою на струнку, худу фігуру. Однак про розлади харчової поведінки можна говорити в тому випадку, коли тривога про власну вагу і фігуру сильніша, ніж у «нормальної» особи тієї ж етнічної приналежності. Захворюванню сприяють певні властивості особистості: патологічне прагнення до досконалості (перфекціонізм), нарцисизм, надмірна чутливість до думки оточення, що може визначатися різними способами психодіагностики. Самообмеження в їжі, як наслідок страх повноти. Найбільш жорсткі ці обмеження при нервовій анорексії, найменш – при компульсивному переїданні у осіб з ожирінням. Хворі виробляють різноманітні правила харчування і намагаються неухильно їх дотримуватися. Ці правила часто абсолютно не обґрунтовані. При нервовій булімії і компульсивному переїданні періоди самообмеження в їжі чергуються з нападами обжерливості. Напади обжерливості – епізоди втрати контролю над харчовим потягом, під час яких хворий не може побороти бажання з'їсти певні продукти. Напади обжерливості слід відрізняти від звичайного переїдання – наприклад, на свята (Карвацька et al., 2021).

Механізми емоційної саморегуляції у жінок з порушеннями харчової поведінки виділено О. Травенко. Авторкою було схарактеризовано основні механізми емоційної саморегуляції у жінок з порушенням харчової поведінки доклінічного рівня, до яких було віднесено механізми емоційного регулювання взаємодії з оточенням, опрацювання негативних стимулів, звільнення від емоційного навантаження (Травенко, 2018). Механізм емоційного регулювання взаємодії з оточенням, коли заради самозаспокоєння жінки розв'язують

проблему шляхом надмірного споживання харчових продуктів. Крім того, інколи жінки з порушенням харчової поведінки проявляють схильність до маніпулювання, звинувачують інших у своїх проблемах. Механізм опрацювання негативних стимулів, коли жінки з порушенням харчової поведінки для покращення свого тіла суворо ставляться до свого харчування, виключають корисні продукти, наслідком чого стає авітаміноз, виснаження, нервові розлади. Головним наслідком переживання цього стану стає його «застрягання» у психіці у формі переживань роздумів, смутку. Механізм звільнення від емоційного навантаження, коли жінки з порушенням харчової поведінки практикують сувору, але несистемну дієту. Коли вони починають усвідомлювати невідповідність їхньої поведінки зовнішнім очікуванням, жінки починають переживати страх осуду, сором. Здивування, на думку О. Травенко, зменшує емоційне навантаження на нервову систему, яке гальмує адаптацію до непередбачуваних реакції інших людей (Травенко, 2018).

Таким чином, з описаного вище можемо сформулювати наступні висновки: Харчова поведінка тісно пов'язана з формуванням фізичного образу «Я» та впливає на емоційний, когнітивний розвиток і самосвідомість людини. Викривлене сприймання власного тіла може призводити до психологічних порушень та розладів харчової поведінки.

Важливу роль у формуванні образу тіла відіграють соціальні чинники, а саме формування образу тіла відбувається під впливом родини, соціального оточення, культурних і медійних стандартів. Соціальний тиск щодо ідеалів краси може стати причиною незадоволеності собою, що в підлітковому віці є особливо критичним.

Як захисний механізм порушення харчової поведінки є реакцією на стресові ситуації, внутрішні конфлікти та соціальний тиск. Анорексія часто асоціюється з прагненням до повного контролю, тоді як булімія – зі зняттям відповідальності за епізоди переїдання.

Вразливість до порушень харчової поведінки підсилюється низькою самооцінкою, схильністю до перфекціонізму, залежністю від думки оточення та

проблемами у відносинах із батьками. Це може призводити до депресії, обсесивно-компульсивних розладів та соціальної ізоляції.

Жінки з порушеннями харчової поведінки використовують їжу як механізм емоційної регуляції: через переїдання або жорсткі дієти намагаються справитися зі стресом, почуттям провини чи соціальним тиском. Це може призводити до психоемоційного виснаження та порушення здоров'я.

Враховуючи біопсихосоціальну природу харчової поведінки, її корекція потребує комплексного підходу: психологічної підтримки, корекції самооцінки, роботи з сім'єю та зміни соціальних настанов щодо ідеалу краси.

Теоретичний аналіз наведений вище показав, що існує велика кількість робіт, що механізми формування харчової поведінки формуються під впливом індивідуальних та соціальних особливостей. Серед індивідуальних: Механізми формування харчової поведінки в рамках Я-концепції; харчова поведінка людини як психосоматичний синдром – це система механізмів опосередкування тілесності та процесів психологічної саморегуляції та дисрегуляції суб'єкта запропонований В. Шебановою (Шебанова & Łodygowska, 2018); Концепція порушень харчової поведінки, як механізми захисту психіки, що описувала Л. Абсалямова (Абсалямова, 2019). Механізми емоційної саморегуляції у жінок з порушеннями харчової поведінки виділено О. Травенко (Травенко, 2018).

1.3. Соціально-психологічні механізми інформаційного впливу на користувачів соціальних мереж

В концептуальних підходах до соціальних медіа і кіберпростору (Смультсон, Лотоцька, Назар, Дітюк, Коваленко-Кобилянська, 2015; Смультсон, 2016; Смультсон, Дітюк, Коваленко-Кобилянська, Мещеряков, & Назар, 2018; Назар, 2019; Назар, 2020) вказують на необхідність створення такого віртуального простору, що відповідає власному вибору дорослої людини. Принциповим моментом є вибір таких медіапрактик, які надають можливості розвитку суб'єктності, інтелектуальної децентрації, розвитку критичного мислення. Коли у зв'язку з пандемією і карантинном різнопланові стресогенні інформаційні потоки буквально «заливають» людину, і без того подекуди

розгублену і дезорієнтовану, проблема створення власного інформаційного (цифрового, віртуального, кібер) простору стає ще більш актуальною.

При цьому вони вважають, що у психологічному аналізі варто розрізняти віртуальне (інформаційне, цифрове, кібер) середовище і віртуальний простір. Під середовищем ми розуміємо весь комплекс мережевих ресурсів, різноманітного контенту в Інтернеті, що може бути використаний користувачем з різними цілями, а може й не зацікавити конкретну людину. А віртуальний простір є результатом власного цілепокладання дорослої людини, її вибору в Інтернеті і мережах ресурсів для праці, діяльності, навчання, розваг. Для цього, безумовно, потрібні розвинені стратегічність інтелекту та суб'єктність, які і визначають адекватність виборів та їх відповідність меті розвитку, є засадами самостійності та критичного мислення. Можна сказати, що людина, яка сама є всесвітом, створює для себе всесвіт віртуальний, тобто власний віртуальний простір (Смұльсон, 2016; Смұльсон, Лотоцька, Назар, Дітюк, & Коваленко-Кобилянська, 2015; Назар, 2020)

Саме тому при дослідженні впливу соціальних мереж на харчову поведінку важливо здійснити теоретичний аналіз вже існуючих наукових робіт з тем соціально-психологічного впливу на поведінку особистості, особливо увагу варто звернути на описані психологічні механізми. Серед таких робіт можемо виділити наступні: В. Татенко виділяє серед вказаних механізмів санкціонування маніпулювання, типологію (Татенко, 2003; Татенко, 2000). Ідеї Ю. Чаплинської та П. Кабанової, які описували вісімнадцять ризиків, що виявляються як на індивідуальному рівні або на рівні малої групи, так і на загальносвітовому рівні, а саме: збіднення емоційної сфери людини, надмірна довіра до новітніх технологій, послаблення когнітивних функцій людини, психологічна залежність людей від техніки, загроза здоров'ю і блокування фізичного розвитку, кіборгізація людського тіла, руйнування соціальних стосунків та віддалення людей одне від одного, переорієнтація емоційних прихильностей, спотворення уявлень про сексуальне життя, викривлення уявлення про людську красу, нав'язування феномену «фальшивого життя», поширення кіберзлочинності, руйнування репутації, витіснення людей з

робочих місць і заміна їх роботами, руйнування соціальної структури суспільства, посилення інформаційної диктатури держави, парасоціальність та симулякризація політичних суб'єктів, загроза людському життю з боку роботів та штучного інтелекту (Чаплинська, Кабанова, 2021).

Є. Кузіна виокремила такі психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини що пояснюють: процес відображення інформації; соціальну зумовленість інформаційної поведінки (на основі факторів інформаційного суспільства); особистісну зумовленість інформаційної поведінки (на основі суб'єктивних чинників) (Кузіна, 2023, с.56).

Психологічні механізми відображення інформації.

Емоційна залученість. Сприйняття, переробка, інтерпретація та використання інформації відбивається через високу емоційну чутливість та реактивність особистості до певних аспектів цієї інформації: джерело та спосіб подання. Якщо інформація викликає сильні емоції, то вона має більший вплив на особистість, ніж об'єктивні факти. Тому в людини виникає бажання діяти, змінювати свої думки і переконання.

Когнітивна процесуальність. Відображення нової інформації залежить від існуючих знань, досвіду і когнітивних структур особистості та забезпечується когнітивними процесами, характер функціонування яких, з одного боку, впливає на спосіб обробки інформації, з іншого – визначається тим, наскільки інформаційний вплив викликав емоційну залученість особистості: – якщо інформація емоційно забарвлена, то когнітивна обробка має реактивний характер (тобто забезпечує безпосередньо відображення інформації) (Кузіна, 2023, с.58).

Відповідно до досліджуваного феномену наукової роботи схиляємось до думки, що власне види соціальних мереж впливають на емоційну залученість та когнітивну процесуальність користувачів. Адже контент соціальних мереж часто поєднує різного роду формати інформаційного впливу (зображення, звуки, текст і т. п.). Споживаючи його користувачі все більше можуть сприймати певний тип контенту як норму, навіть, попри його відмінність від реальної життєвої ситуації та користі для безпосередньої людини.

Психологічні механізми соціальної зумовленості інформаційної поведінки.

Соціальне порівняння. Дорослі люди мають тенденцію порівнювати себе з іншими, особливо з тими, з ким вони ідентифікуються. Тому сприймання інформації та ухвалення рішення щодо неї (прийняти чи відхилити) відбувається на основі критерію особистісної ідентифікації з певними персоналіями: людина порівнює себе з іншими людьми, яких вона вважає важливими або схожими на себе.

Соціальне прийняття. Особистість завжди є членом певної соціальної групи і керується власною системою норм і цінностей, які є внутрішньою (інтеріоризованою) версією групових. Тому сприймання інформації та ухвалення рішення щодо неї (прийняти чи відхилити) відбувається на основі критерію групової ідентифікації.

Соціальна авторитетність. Доросла людина для аналізу та інтерпретації інформації використовує критерій достовірності, який ґрунтується на суб'єктивній оцінці авторитетності джерела інформації (експертність, знання та досвід у певній галузі). Тому оцінки, думки, які містяться в інформації авторитетного джерела, вважаються безумовно достовірними, правильними, переконливими. Тобто довіра до джерела розповсюджується на інформацію, яка походить від нього (Кузіна, 2023, с.59).

Контент пов'язаний із здоровим харчуванням, фітнес контент та групи схудення є саме тим типом інформаційного впливу, що містить в собі порівняння, авторитетність та прийняття оскільки в такому контенті є особистості та норми на які варто рівнятись. Користувачі схильні до порівняння свого тіла й зовнішності з іншими, адже саме для цього створені такі групи, блоги.

Психологічні механізми особистісної зумовленості інформаційної поведінки:

Диспозиційна вибірковість. Люди, здійснюючи пошук інформації, зосереджуються на тих джерелах, даних або аргументах, які відповідають їхнім диспозиціям (соціальним установкам щодо готовності до певного сприйняття умов діяльності та до певної поведінки за цих умов (Татенко, 2003).

Диспозиційні викривлення. Диспозиції особистості – штампи свідомості, які втілюють уявлення про соціальні явища (соціальні групи та про їхніх типових представників) відображаючи суб'єктивно приписані цим явищам певні дескриптивні (реальні), ціннісні та прескриптивні (нормативні) значення (Кузіна, 2023, с.59).

Іншим важливим внеском у розуміння досліджуваного феномену є дослідження Ю. Чаплинської, в якому досліджувалось явище парасоціальної взаємодії. У своїй роботі зазначає, що терміном «парасоціальна взаємодія» (*parasocial interaction – PSI*) Хортон і Воль визначили односторонню опосередковану форму соціальної взаємодії між аудиторією та медіаперсонажами. Вони припускали, що парасоціальна взаємодія схожа за своєю природою на взаємодію між двома реальними людьми, але вона не демонструє взаємність та двосторонній комунікаційний процес, хоча реальна соціальна взаємодія характеризується цими особливостями. Ю. Чаплинська у своїй роботі дійшла висновків, що медіаефекти можна умовно поділити на такі групи: *ілюзорні ефекти*, коли медіаспоживачі під час ситуації перегляду відчують або переживають те, чого в реальності не існує (ефект парасоціальної присутності, ефект параідентифікації, ефект парасоціальної віртуальної зворотної проєкції); *ефекти емоційного викривлення*, коли медіаспоживачі емоційно занурюються у стосунки з медіаперсоною, починають сприймати її як реальну і близьку людину (хоча це не так) і, відповідно, емоційний компонент заважає об'єктивно сприймати та аналізувати дії медіаперсони (ефект парампатії, ефект парасоціальної приналежності, ефект впливу на сприйняття медіафігури); *ефекти зміни світосприйняття*, коли медіаспоживачі під впливом парасоціальної взаємодії змінюють свої судження або цінності (Ефект парасоціального контакту, Ефект видозміни Я-концепції) та *поведінкові ефекти*, коли наявність парасоціальних стосунків змінює звичні поведінкові патерни та додає нові (ефект фанатської паратворчості, ефект споживацької поведінки послідовників, ефект видозміни Я-концепції). Але поруч із цим не можна говорити про те, що парасоціальні ефекти носять якийсь однозначний позитивний або негативний характер. Кожен із них залежно від

обставин та умов життя людини може привносити як конструктивні, так і деструктивні наслідки в людське життя. Визначені медіаефекти в майбутньому можуть сприяти кращому розумінню проблемного питання та на які особливості взаємодії слід звертати, проводячи дослідження аналізу контенту, що споживається, і дають відповідь яким чином здійснюється вплив (Чаплинська, 2020).

У зв'язку із цим параметри віку, показника індексу маси тіла та звертання уваги на фото часто слугують тими диспозиціями, що знаходять відгук в середині користувачів соціальних мереж. Така приналежність до певної вікової категорії, що накладається на індекс маси тіла можуть схилити особу до вибору певного типу контенту.

Авторка зазначає, що задля здійснення ефективної інформаційної поведінки необхідний певний рівень готовності індивіда до взаємодії з соціальними медіа. І, відповідно, постає питання про необхідність сформованості таких особистісних якостей, що відповідають вимогам сучасного інформаційного суспільства. Вона виділяє, що важливою складовою особистості при взаємодії з віртуальним середовищем є інформаційна компетентність. Яка розуміється як загальна здатність до ефективної взаємодії з інформацією та має декілька показників. Мотиваційний аспект відображає потреби особистості у самовираженні та вирішенні завдань, когнітивний – рівень сприйняття, мислення та спілкування, проектно-поведінковий – сформованість навичок планування та прагнення до досягнення успіху, емоційно-вольовий – наявність емоцій та почуттів в роботі за обраним фахом та рівень вольових якостей, правовий – рівень сформованості громадянської активності, позиції, правової обізнаності та світогляду (Кузіна, 2023, с.47).

Таке розуміння механізмів інформаційного впливу дає зрозуміти, що вплив соціальних мереж на харчову поведінку не є простим процесом в якому всі індивіди підпадають під вплив, що призводить до недоцільних чи деструктивних форм харчової поведінки. Механізми диспозиційної вибірковості та диспозиційного викривлення дають відповідь на те чи людина реагує на інформацію надану в соціальних мережах. Відповідно до цього інформаційний

вплив може сприяти змінами в харчовій поведінці, що підтверджують результати закордонних досліджень.

Також механізм емоційної оцінки та когнітивної процесуальності можуть бути основними закономірностями регуляції харчової поведінки людини. Адже люди які незадоволені власним тілом та харчуванням більш зосереджені на контенті пов'язаним з їдою.

Власне тому в процесі вивчення впливу соціальних мереж на харчову поведінку важливо не лише проводити зв'язки між затрачуваним часом та показниками опитувальників метою яких є визначення порушень харчової поведінки, а й більш якісно здійснювати опитування респондентів. З цього виходить, що схема механізмів Є. Кузіної може слугувати прикладом для формування запитань/параметрів за якими доцільно проводити дослідження такого впливу.

Так, в процесі аналізу механізмів регуляції харчової поведінки користувачів соціальних мереж молодого віку ми покладемося на концепцію механізмів розвитку власної суб'єктності запропоновану М. Смульсон, серед яких вона виділяє механізм саморегуляції, пріоритетизації та рефлексії. Водночас стосовно інформаційного впливу на особистість, то ми опираємося на три групи механізмів інформаційного впливу Є. Кузіної: процес відображення інформації; соціальну зумовленість інформаційної поведінки (на основі факторів інформаційного суспільства); особистісну зумовленість інформаційної поведінки (на основі суб'єктивних чинників).

1.4. Психологічні складові впливу соціальних мереж на харчову поведінку молоді

Як зазначає О. Скулатова, соціальні мережі існують завдяки тому, що люди реалізують через них низку своїх особистісних потреб, таких як спілкування, отримання інформації, віднесеність та приналежність, компенсація почуття самотності, соціальна активність, статус, підтримка, пошук однодумців, перебування у центрі подій, можливість впливати на певні процеси та події, самореалізація, схвалення та інші. У соціальній мережі людина отримує

можливості «спілкуватися» зі своїми кумирами, читати пости людей, яких вона поважає або яким довіряє, що своєю чергою сприяє підвищенню її самооцінки, статусу, впевненості (Скулатова, 2015).

Що ж до використання глобальної мережі серед користувачів в Україні, то в попередніх дослідженнях використання соціальних мереж Л. Березовська та А. Хмара, посилаючись на дані агенцій PlusOne (Березовська, 2022; Хмара, 2022, с.23; Plusone social impact, 2022); та компанії Research & Branding Group, зазначають таку статистику, що у 2021 році, до початку повномасштабного вторгнення сусіда-агресора, загальна статистика користування соціальними мережами виглядала так: YouTube – 23,5 млн, Facebook – 16,4 млн, Instagram – 15,8 млн, TikTok – 12 млн. Відповідно, інша компанія дослідила, що згідно з опитуванням в Україні найбільш популярними соціальними мережами є Facebook (58% від усіх респондентів), YouTube (41%), Instagram (28%), Telegram (14%) (РБК Україна, 2023 as cited in Березовська, 2023).

У власному дослідженні І. Остапенко встановлені наступні особливості використання молоддю соціальних медіа: основним джерелом новин про події в світі країні/світі для молоді виступають такі соціальні медіа як Telegram, TikTok, Youtube, Twitter; найбільш релевантними з них молоді люди вважають Telegram, Instagram, TikTok; для людей з активною життєвою позицією найбільше підходять, на думку молоді, Telegram, Youtube, TikTok, Instagram (Остапенко, 2023).

Серед попередніх досліджень можемо виділити такі теми та науковців, які займались науковими розвідками з виділеного проблемного питання: дослідження впливу соціальних мереж – А. Ганзуля, Т. Галіч, О. Готько, Л. Березовська, О. Чайковська, О. Самойлова, Є. Кулик, О. Онищенко, Н. Малєєва, Н. Наливайко та інші (Ганзуля & Абсалямова, 2022; Готько et al., 2016; Березовська, 2023; Голубка, 2022; Кулик, 2010; Малєєва, 2015; Онищенко, 2013; Сиротенко & Бугайова, 2023); механізми впливу соціальних мереж – Ю. Данько, Є. Кузіна, Л. Найдьонова, О. Стрільчук, А. Юр'єва (Данько, 2012; Найдьонова, 2013; Стрільчук, 2020; Юр'єва, 2015). Виявлено дослідження пов'язані з темою

впливу соціальних мереж на особистість (Березовська, 2023; Бохонкова et al., 2018; Підгірна, 2016; Остапенко & Соснюк, 2021; Кременець et al., 2022).

Передусім слід враховувати, що явище соціальних мереж є досить широким, оскільки охоплює багато їх різновидів та форм. Соціальні мережі відрізняють за видами, типом взаємодії, кількістю наявних користувачів та можливостями користувачів і багато чим іншим. Для кращого розуміння проблемного питання типології соціальних мереж варто розглянути їх види, які виділяє О. Романенко за критерієм відкритості: зокрема, публічні (з відкритим доступом для всіх охочих) або закриті (лише для співробітників певної компанії, корпорації, де працівники обговорюють власні проекти та розміщують конфіденційну інформацію). Соціальні мережі також поділяють за спрямованістю: для розваги та відпочинку (загального характеру), для пошуку роботи, професійного зростання, наукової комунікації та співпраці тощо (Романенко, 2012).

Вважаємо за необхідне більш детально розглянути соціально-психологічні особливості категорії молодих людей, адже вони найбільш часто використовують соціальні медіа. Так, Я. Васильєв пропонує вікову періодизацію психічного розвитку особистості, яка спирається на футурреальний підхід у психології як орієнтацію на майбутнє. Автор описує, що провідною ланкою між теперішнім часом і майбутнім є цілі. У даній періодизації є чотири макроцикли та 12 вікових періоди (Васильєв, 2012). В нашій роботі ми розглянемо вікові категорії юності та дорослості.

У віковій категорії юності (від 15 до 21 року) провідним є психологічний фактор розвитку, отже, визначальним є вирішення особистісних проблем. Криза цього періоду – відкриття «Я» особи протилежної статі, яка викликає почуття любові. Це дає змогу змінити погляди на минуле життя та надихнути на перетворення себе, що може зробити тільки справжнє кохання. Юнак за рахунок цього відмовляється від підліткового егоцентризму та дивиться на світ «очима іншого». Він ставить цілі, які спрямовані на самовизначення як процес саморозвитку, що дає можливість продовжити пошук цікавої діяльності, але тепер у майбутній професійній сфері. Цілі цієї сфери в основному середньої

віддаленості від ситуацій теперішнього часу і вони спрямовані на бажання відмінно здати сесію, підготуватися до семінарських занять, стати гарним спеціалістом тощо. На другому місці перебуває самодіяльна сфера, яка в юнацькому віці має найбільш високі показники кількості цілей серед усіх вікових періодів. У цій сфері наявні цілі, які відносяться до хобі, діяльностей, пов'язаних з проведенням дозвілля, але змістовного, а не розважального характеру. Тому самодіяльна сфера розглядається у широкому значенні, а не тільки як заняття художньою самодіяльністю. Вона є яскравим проявом особливостей перехідного періоду, тому що у цей період відбувається розширення спектра дій особистості, яка шукає себе у різних сферах діяльності та проявляє інтерес до творчості й саморозвитку. Автор вважає за необхідне підкреслити, що провідний процес саморозвитку у цьому віці – самовизначення, коли особа тяжіє до саморозвитку, то процес самовизначення триває протягом усього життя (Васильєв, 2012).

Категорія дорослості містить в собі періоди молодість (21–28 років), подорослішання (28–36 років) та власне дорослість (36–45 років).

Віковий період молодості триває від 21 року до 28 років. Провідним фактором цього періоду є біологічний фактор розвитку. У цьому періоді виникає криза біологічного характеру, яка пов'язана зі збереженням здоров'я для виконання репродуктивної функції. Можна констатувати, що період молодості найбільш здоровий період у житті людини. На першому місці у цьому віці стоїть дружба сфера, тому що адаптуючись до нових ситуацій макроциклу, молодим людям необхідна підтримка друзів у всіх сферах життя. Там, де провідним є біологічний фактор розвитку, завжди існує залежність від інших. У періоді немовля це була мати, а у періоді початкового навчання – перша вчителька. На її місці знаходиться особиста сфера цільової спрямованості, котра є індикатором біологічного фактора, для якого характерний егоцентризм особистості. У цьому віковому періоді провідними процесами саморозвитку є самореалізація та самовдосконалення (Васильєв, 2012). Окремо слід зазначити про роботи С. Позняк стосовно формування компетентності студентської молоді (Позняк, 2020; Позняк, 2021).

Період подорослішання починається у 28 років і закінчується у 36. Статистично він припадає на середину життя у наших соціально-економічних умовах. Провідним фактором цього мікроциклу є соціальний фактор. Кризою цього періоду є соціальна криза перетину середини життя. Людині необхідно замислюватись над майбутнім. Далі вже мало перспектив, тому що може бути тільки погано, ніж краще. Такі песимістичні думки періодично виникають у кожного у цьому віці. У цільовій спрямованості на першому місці – сімейна сфера, на другому – навчально-професійна та на третьому – дружба. Усі ці три сфери відображають соціальний характер провідного фактора розвитку. Осмислення й усвідомлення кризи середини життя штовхає представників цієї вікової групи до переходу до провідного процесу саморозвитку – самоактуалізації. Це і є новоутворенням цього віку і в цьому полягає вихід із кризи середини життя.

Період дорослості починається у 36 років та продовжується до 45. Провідним фактором розвитку у цей період є психологічний фактор. У цей період виникає криза відкриття світу інших людей, які мають зразки референтності у суспільному житті та на цій основі відбувається переоцінка цінностей. На першому місці перебуває самодіяльна сфера, що характерно для перехідного періоду, та на другому місці – особиста сфера, тому що всі інші в цей період стають менш значущими. Відзначимо, що новоутворенням цього віку є потреби у самоактуалізації як процесу саморозвитку (Васильєв, 2012).

Загалом на даних вікових етапах формуються загальні компетенції особистості, тобто в людини завершується формування багатьох фізіологічних, соціальних та психологічних процесів. В подальшому розвиток особистості припиняється і стає більш усталеним.

О. Вознесенська в результаті власного емпіричного дослідження зазначає, що молоді люди користуються одночасно кількома медіа, або використовують медіа фоном для інших справ. Інтернет є найбільш привабливим медіа для студентської молоді (засобом роботи, навчання та спілкування, джерелом новин та різноманітної інформації). Студенти проявляють високу активність в обговоренні медіаконтенту, що свідчить о достатньо високому рівні їх

медіакомпетентності. Медіаторчість як складова медіа-активності передбачає перехід зі споживацького рівня взаємодії з медіа на рівень створення медіаконтенту, впливу на медіа-змісти і медіа-сенси, мотивами медіаторчості є бажання задоволення та жага самовдосконалення, розвитку, а також спілкування, але медіаторчість не є основною розвагою сучасного студентства (Вознесенська, 2011).

Окреме питання, пов'язане з дослідженнями впливу соціальних мереж на психіку, полягає в тому, що науковці часто описують такий вплив, використовуючи термінологію, пов'язану із залежностями, що відсилає нас до розгляду розладів психіки.

Слід зауважити, що термін інтернет-залежність (Internet Addiction Disorder) – це психічний стан, для якого характерно нав'язливе бажання користуватися Інтернетом і неможливість припинити це робити (Griffiths et al., 2019).

Ю. Асєєва вважає, що відповідно до Міжнародної класифікації хвороб-11 найбільше темі залежності від соціальних мереж відповідає рубрика «Розлади внаслідок адиктивної поведінки», що входить до групи «Психічні та поведінкові розлади та розлади нейропсихічного розвитку». Розлади внаслідок адиктивної поведінки – це розпізнавані та клінічно значущі синдроми, пов'язані з дистресом або порушенням особистісних функцій, які розвиваються внаслідок повторюваної поведінки, що приносить задоволення, окрім вживання речовин, які викликають залежність. Розлади, спричинені адиктивною поведінкою, включають розлад азартних ігор та ігровий розлад, які можуть включати поведінку як онлайн, так і офлайн (ICD 11, 2022 as cited in Асєєва, 2021. Ці порушення характеризуються такими суттєвими ознаками, які мають спільні первинні клінічні симптоми з іншими розладами, пов'язаними з адиктивною поведінкою, включаючи стійку модель повторюваної поведінки, за якої людина демонструє порушення контролю над поведінкою (наприклад, початок, частота, інтенсивність, тривалість, припинення, контекст); зростаючий пріоритет, що надається поведінці до такої міри, що вона переважає над іншими життєвими інтересами та повсякденною діяльністю; продовження або ескалація поведінки,

незважаючи на негативні наслідки (наприклад, сімейні конфлікти, погана успішність у навчанні, негативний вплив на здоров'я) (Асєєва, 2021, с.113).

Якщо ж відійти від клінічного визначення залежності впливу соціальних мереж на особистість, то серед науковців-психологів можемо побачити наступні роботи та ідеї: Р. Девіс запропонував когнітивно-біхевіоральну модель для патологічного використання інтернету, а саме виділив такі категорії, як специфічне патологічне використання інтернету і генералізоване патологічне використання інтернету (там само). Перше включає в себе активацію вже існуючих специфічних видів комп'ютерних адикцій – гемблінг або порнографічні сайти, а друге – всі види комп'ютерних технологій (чати, пошук інформації й інше). Тобто Р. Девіс доповнив визначення К. Янг, виділивши головний зміст та коморбідність, і показав, що патологічне використання інтернету може активізувати вже існуючу патологію або ставати окремим видом залежності (Devis, 1999, as cited in Мельник & Кресан, 2023). Ю. Асєєва пропонує розділяти поняття комп'ютерної залежності (комп'ютерної адикції), інтернет-залежності (інтернет-адикції) та кіберадикції (Асєєва, 2021).

Проте ми не можемо стверджувати, що надмірне використання соціальних мереж призводить до адикції. Так, К. Янг у своїх дослідженнях з'ясувала, що інтернет-незалежні мешканці кіберпростору користуються тими аспектами мережі, що дають їм змогу збирати інформацію та підтримувати раніше встановлені знайомства (перегляд новин, тематичні групи й товариства, функція пошуку друзів та спільних знайомих, обмін повідомленнями чи коментарями тощо), а залежні користувачі вибирають ті аспекти, які надають їм можливості зустрічатися, обмінюватися ідеями з новими людьми у віртуальному просторі (сервіси знайомств, онлайн-ігри, участь у зустрічах членів груп за інтересами тощо) (Шеремета, 2023; Young & Rodgers, 1998).

З наведеного вище короткого огляду можна зробити наступні висновки, що поведінка, в якій приділяється значна кількість часу та уваги за надмірного споживання контенту соціальних медіа, може призводити до симптомів розладів адиктивної поведінки, котрі зазначені в Міжнародній класифікації хвороб 11-го перегляду. Проте самого розладу залежності від використання соціальних

мереж у переліку немає. Однак це не завжди так, адже існують дослідження, які не підтверджують такого зв'язку, що своєю чергою вказує на те, що використання соціальних мереж користувачем може бути безпечним та корисним. Вбачаємо, що до термінології залежності та визначення діагнозу мають звертатись лікарі-психіатри або ж лікарі-наркологи відповідно до законодавчих норм.

Серед ґрунтовних теоретичних розробок з теми впливу соціальних мереж було проаналізовано: як зображення ЗМІ обрамляють події, обмежуючи аудиторію в їх інтерпретації. Це може відбуватися за допомогою різних текстових особливостей заголовків, аудіовізуальних компонентів, використовуваних метафор та способу розповіді, де називаються лише декілька компонентів історії і опускаються, навмисно приховуються інші. Такі аспекти впливу дослідник Гофман позначив як «Frame Analysis». Він висловив думку, що люди інтерпретують те, що відбувається у всьому світі через певні рамки подання інформації (Goffman, 1974, as cited in Чубарова, 2020, с. 32).

В іншій серії досліджень було встановлено, що інтерпретація інформації залежить, з одного боку, від цінностей, переконань та світогляду людини, а з іншого – від тих медіаприйомів, які були використані (Landrum et al., 2019). Загалом наукова грамотність як поєднання аналітичного мислення, обсягу міркувань та знання наукових фактів позитивно корелює з рівнем освіти та стилями мислення (Kahan, 2017). Проте очевидно, що цього недостатньо для того, щоб помітити та протистояти такому інформаційному впливу, як, наприклад, пропаганда. Люди часто упереджено ставляться до нової інформації, яку вони знаходять, сприймають, оцінюють і включають нову інформацію у свої наявні знання, адже надають перевагу і пріоритет інформації, яка відповідає їхнім попереднім поглядам та цінностям (Кузіна, 2023; Alvesson & Skoldberg, 2019).

В дослідженні Л. Березовської описується особливість взаємозв'язку самооцінки та самопрезентації молоді, що користуються соціальними мережами. Авторка дійшла таких висновків, що самопрезентація у соціальних мережах має, як правило, соціальний характер, який відображається у

демонстрації користувачем на своїй сторінці (акаунті) свого соціального статусу, рівня освіти, соціального оточення та інше. Результати її дослідження вказують, що при підвищенні рівня самооцінки молодь менше користується тактиками та стратегіями самопрезентації захисного типу. Тобто за умов підвищення рівня самооцінки особистість починає схилитися до стратегій самопрезентації, спрямованих першочергово на керування враженнями, а не на захист власного образу в очах інших (Березовська, 2023).

Також, здійснюючи аналіз іноземної наукової літератури, Л. Березовська описує такі позитивні ефекти активності у соціальних мережах, що впливають на психологічне благополуччя: ширші можливості для соціалізації підлітків та їхнього спілкування, розширення можливостей для отримання освіти, доступ до інформації щодо здоров'я, підвищення самооцінки. Серед негативних ефектів авторка виділяє можливе виникнення депресивного стану, стресу, кібербулінг, переслідування в інтернеті, секстинг/текстові повідомлення, відсутність концентрації, втома, пригнічення емоцій, проблеми зі сном тощо (Березовська, 2023).

Серед сучасних досліджень закордонних авторів, які виявили, що соціальні мережі впливають на харчову поведінку, йдеться про вплив інформації на розлади харчової поведінки у соціальних мережах та спеціалізованих сайтах (Cohen & Slater, 2017); взаємозв'язок між невідповідною харчовою поведінкою, ставленням до тіла і впливом соціальних мереж (Branley & Covey, 2017); взаємодію й протидію соціальних мереж і традицій та ритуалів (Raquel & Marle, 2007); використання Інстаграму і поширення харчових розладів (Uzunian & Vitalle, 2015).

Розглянемо їх більш детально, щоб зрозуміти складність вивчення взаємодії користувачів з соціальними мережами та їхні зміни в харчовій поведінці. Схиляємось до думки, що варто розпочати короткий огляд відповідно до вікового розвитку людини. Так, в науковій праці Л. Найдьонової, де авторка аналізує механізми, які забезпечують вплив тривалості медіапрактик на надлишковість маси тіла дитини (Найдьонова, 2013). Йдеться про те, що науковці висували щодо цих механізмів різні гіпотези. Основні з них такі:

1) сидіння перед телевизором замінює інші види більш активних практик; 2) під час спілкування з медіа збільшується споживання калорій (або безпосередньо, коли дитина їсть перед екраном, або під впливом реклами харчової продукції).

Надлишкова маса тіла виникає внаслідок дисбалансу спожитої та витраченої організмом енергії. Причини такого дисбалансу є складними й різноманітними, і соціальні медіа відіграють у цьому не основну, але достатньо значущу роль за допомогою принаймні трьох основних механізмів: 1) ефект заміщення руху сидінням (призводить до зменшення енерговитрат); 2) ефект реклами «сміттєвої» їжі, що збільшує рівень її споживання; 3) ефект переїдання перед екраном (останні два зумовлюють збільшення вживання калорій) (Найдьонова, 2013).

Окремо Л. Найдьонова досліджувала проблему в українському інформаційному просторі. Вона дійшла висновку, що загалом в Україні порівняно з іншими державами проблема дитячого ожиріння ще не є надто актуальною. Не так, наприклад, як у США, де завдяки державній підтримці фермерів, які вирощують фураж (це 78% усіх дотацій сільському господарству), знижуються ціни на м'ясо і молочну продукцію; дотації надаються також виробникам цукру, олії, крохмалю (11%) і набагато меншою мірою – селянам, які вирощують овочі та фрукти (0,37%). Унаслідок цього гамбургер, наприклад, дешевший, ніж салат. В Україні, щоправда, фастфуд не коштує менше, ніж здорова їжа (Найдьонова, 2013).

Стосовно дорослих людей дослідники М. Коннер та Дж. Армїтейдж у своїй роботі «Соціальна психологія їжі» описали низку типів впливу на вибір їжі людиною, яка відрізняється від переваг у самих продуктах. Один з можливих механізмів, за допомогою яких ЗМІ можуть викликати незадоволеність тілом, полягає в тому, що засоби масової інформації є джерелом ідеалів тіла з малою вагою, з якими люди порівнюють себе, часто не на свою користь. Цей процес називається «висхідним соціальним порівнянням», тому що власна форма тіла порівнюється не на свою користь із субтильними ідеалами, представленими в засобах масової інформації.

Фахівці з соціальної психології також відзначилися у вивченні ролі соціальних медіа стосовно просуванні різних образів тіла. Наприклад, Сілверштейн і його колеги помітили, що засоби масової інформації відображають той факт, що жінки зазнають більшого тиску стосовно вигляду тіла, ніж чоловіки. Вони повідомили, що результати контент-аналізу 33 телевізійних шоу показали, що 69% учасниць худі та лише 5% гладкі. Для порівняння: лише 18% чоловіків виявилися худими, а 26% гладкими (Коннер & Армитейдж, 2012).

В іншому проведеному дослідженні у 2019 році було визначено, що дівчата юнацького віку частіше за хлопців публікують фотографії людей в Instagram та Snapchat. Дівчата вдвічі частіше, ніж хлопці, розміщували зображення того, що вони їдять. Це свідчить про те, що дівчата приділяють більше уваги зовнішньому вигляду та їжі, ніж хлопці. Дослідження також показують, що підвищена активність, орієнтована на зовнішній вигляд в соціальних медіа (наприклад, коментування фотографій, розміщення фотографій), була пов'язана з більш високим рівнем інтерналізації «худого» ідеалу, прагненням до витонченості та невдоволенням власною вагою. Дівчата із соціальної мережі Snapchat мали такі особливості: споживання малої кількості їжі; пропуски прийомів їжі; слідування суворій дієті, суворі фізичні навантаження, надмірна оцінка себе і порівняння зовнішності інших людей зі своєю. У дівчат з обліковими записами Instagram та Facebook значно підвищені рівні показників з виконання фізичних вправ та пропускання прийомів їжі (Wilksch et al., 2019). Слід зазначити, що за останні роки Instagram взяв до уваги всі скарги психологів як активних користувачів та створив окремий розділ про розлади харчової поведінки в довідковому центрі мережі, де описано, що це таке, як зрозуміти, що у тебе або у твого друга розлад, та надано пояснення, що Instagram буде видаляти та блокувати будь-які зображення або публікації, які так чи інакше погано впливають на психіку інших користувачів (Wilksch et al., 2019).

Загальновизнано, що порушення харчової поведінки стали поширюватися ще до того, як з'явилися соціальні медіа, але кіберпростір сприяє гостроті

сприйняття проблеми за допомогою націленої реклами та відповідними веб-сайтами, які рекламують нереалістичні ідеали тіла та способу життя. Проте основна практична проблема вивчення впливу соціальних мереж на харчову поведінку полягає в тому, що підтвердити вплив цифрового середовища лише через визначення кількості затраченого часу в соціальних мережах не вдається можливим. Дослідження переважно зосереджуються на таких медіапрактиках як кількісний аналіз проведеного часу користувачів соціальних мереж та результатах опитувальників спрямованих на виявлення порушень харчової поведінки. Це призводить до спрощеного бачення проблеми. В таких працях не беруться до уваги: аналіз контенту, що споживають користувачі, взаємодія користувачів з контентом соціальних мереж, особливості поводження в соціальних мережах.

Наші роздуми знаходять відгук у сучасних дослідженнях в англomовній літературі, зокрема, що соціальна мережа Facebook може впливати на прийняті норми щодо фактичного споживання і норми, схваленням або заборонаю. Соціальні мережі можуть по-різному впливати на споживання низькокалорійних і висококалорійних продуктів і напоїв (Holland & Tiggemann, 2016). Дослідження про вплив однолітків у середовищі соціальних мереж охоплює спектр від здорового харчування до розладів харчової поведінки (Chung, et al., 2021).

В роботі C. Sanzari, S. Gorrell та їхніх колег зазначається, що останні декади використання соціальних мереж стало повсякденним явищем. Посилаючись на роботу статистику попередніх досліджень виявлено, що у 2021 році 72% дорослого населення США повідомили, що використовують щонайменше один сайт у цифровому середовищі, що є більшим показником, ніж 60% у 2014 році (Sanzari et al., 2023). Також зазначається, що зараз американці мають в середньому сім акаунтів у соціальних мережах (Dean, 2022).

Ці тенденції свідчать про те, що використання соціальних мереж розширюється з точки зору загального використання, а також кількості та різноманітності доступних платформ. Частково це може бути пов'язано з

пандемією COVID-19, під час якої використання мереж зросло, особливо серед молоді (Fitzgerald et al., 2022). Споживання контенту соціальних мереж має багато переваг, включаючи посилення соціальної взаємодії та підтримку з боку однолітків (Naslund et al., 2020). Однак все більше даних свідчать про потенційний негативний вплив соціальних мереж на якість життя та психічне здоров'я, зокрема про можливий зв'язок між використанням цифрового середовища і поганим образом тіла та порушенням харчування (Holland & Tiggemann, 2016). Наприклад, було доведено, що використання Facebook позитивно корелює з показниками занепокоєння щодо образу тіла та патологією, пов'язаною з харчуванням (Sanzari et al., 2023).

В проаналізованих вище роботах автори зазначають, що дослідження, пов'язані з визначенням зв'язку між кількістю затрачуваного часу в соціальних мережах та порушенням харчової поведінки мало виявляють такий зв'язок. Складність вивчення впливу соціальних мереж на харчову поведінку полягає в тому, що сила зв'язку між використанням соціальних мереж і незадоволеністю образом тіла є незрозумілою, частково через те, як використання соціальних мереж було операціоналізовано в різних дослідженнях.

Відповідно, слід розглянути велике дослідження С. Sanzari, S. Gorrell більш ґрунтовно, адже в ньому вони, спираючись на емпіричні результати описують складність вивчення впливу соціальних мереж на зміни в харчовій поведінці. Автори разом з колегами провели дослідження, в якому студентам старших курсів великого університету США за допомогою онлайн-сервісу SurveyMonkey були опитали дві демографічно різноманітні вибірки студентів у 2015 та 2022 роках, щоб дослідити споживання контенту соціальних мереж у двох часових точках та зв'язок різних аспектів використання соціальних мереж із розладами в образі тіла та харчовій поведінці (Sanzari et al., 2023).

Було визначено дві цілі дослідження: Перша – порівняти патерни вживання їжі користувачами соціальних мереж, розладів образу тіла та порушень харчової поведінки між вибірками, в тому числі у зв'язку з пандемією COVID-19, у двох вибірках студентів старших курсів. Та друга ціль – з'ясувати, чи є зв'язок між споживанням контенту соціальних мереж з розладами образу

тіла та харчовою поведінкою обумовленим конкретним контентом, який споживають студенти в поточній вибірці (Sanzari et al., 2023).

В ході дослідження учасники повідомляли про свій поточний вік, гендерну ідентичність, расову та етнічну приналежність, а також зріст і вагу для формування показника індексу маси тіла. Стосовно використання соціальних мереж учасники вказували види та загальну кількість акаунтів у соціальних мережах, якими вони користуються, а також приблизну кількість хвилин, які вони проводять у соціальних мережах щодня. Їм було запропоновано пройти опитування за методиками «Шкала оцінки тіла» (BAS) та «Шкала оцінки страху негативної зовнішності» (FNAES), частоту переїдання, блювоти та вживання проносних засобів з метою контролю ваги та фігури протягом останніх 28 днів було кількісно оцінено за допомогою окремих пунктів опитувальника «Обстеження розладів харчової поведінки» – широко використовуваного та добре перевіреного інструменту скринінгу розладів харчової поведінки, в тому числі у вибірках спільнот (Naslund et al., 2020).

На підтримку гіпотез авторів дослідження учасники вибірки 2022 року повідомили про більшу кількість часу, витраченого на соціальні мережі, і про наявність акаунтів, порівняно з учасниками вибірки 2015 року, причому більшість учасників пояснили ці зміни, принаймні частково, впливом пандемії COVID-19. Учасники розповіли про споживання широкого спектра різноманітного контенту цифрового середовища, включаючи контент про схуднення та бодіпозитив/нейтральність. Як і передбачалося, учасники вибірки 2022 року підтримали значно більшу кількість порушень образу тіла та порушень харчової поведінки, порівняно з учасниками вибірки 2015 року (Sanzari et al., 2023).

Загалом аналіз не підтвердив гіпотези щодо керівної ролі споживаного контенту у взаємозв'язку між інтенсивністю використання (тобто тривалістю та кількістю платформ, до яких здійснюється доступ) і показниками образу тіла та порушеної харчової поведінки. Однак спостерігався стійкий значний вплив перегляду контенту на тему схуднення в соціальній мережі на індекси задоволеності образом тіла та порушень харчової поведінки, причому перегляд

контенту на тему схуднення асоціювався з нижчою оцінкою свого тіла, більшим страхом негативної оцінки своєї зовнішності та частішим переїданням (Sanzari et al., 2023).

Такі висновки дослідження узгоджуються з останніми дослідженнями, які свідчать про те, що вплив «бодіпозитивних медіа» посилює позитивний зв'язок між використанням TikTok і незадоволеністю тілом, а менший вплив ідеальних та суспільних очікувань щодо худорлявих тіл не пом'якшує зв'язок між використанням TikTok і незадоволеністю тілом (Mink & Szymanski, 2022). Можливо, люди, які повідомляють про вищий рівень прийняття свого тіла і критикують очікування щодо зовнішності, можуть приділяти більше, а не менше уваги ідеалізованим образам тіла в соціальних мережах, що може призвести до підвищеного порівняння зовнішності. Взаємозв'язок між вживанням контенту соціальних мереж і порушенням образу тіла може бути меншою мірою обумовлений соціокультурними ідеалами краси, а більшою мірою – більшою можливістю порівнювати свою зовнішність із зовнішністю людей, які не споживають таку кількість контенту в цифровому середовищі (Mink & Szymanski, 2022).

У сукупності результати свідчать про те, що не стільки час, який людина витрачає на використання соціальних мереж, чи широта й кількість платформ, до яких вона має доступ, а саме тип контенту, з яким вона взаємодіє, пов'язаний з порушенням образу тіла та порушеннями харчової поведінки. Дійсно, єдина значуща взаємодія, виявлена в роботі, вказує на те, що велика кількість часу, проведеного в соціальних мережах, прогнозує частоту переїдання, тільки якщо учасники також мають доступ до контенту, спрямованого на схуднення.

Враховуючи згубний вплив самого лише впливу контенту, спрямованого на схуднення, на результати фізичного та психічного здоров'я, важливим є профілактика та лікування з урахуванням цього впливу, а також враховувати етичну відповідальність платформ цифрового середовища та відповідних зацікавлених сторін, коли йдеться про моніторинг такого типу контенту (Marks et al., 2020).

У дослідженнях, проведених К. Талбот, Дж. Гевін, Т. Стін та І. Морей, було здійснено контент-аналіз зображень за хештегами в популярних соціальних мережах. Дослідники порівнювали типи контенту: проводився аналіз між зображенням худого тіла та підтягнутого тіла. Також науковці досліджували, як тип світлини повністю продемонстрованого тіла чи лише об'єктивізація певної частини впливають на харчову поведінку. В результаті їхніх розвідок публікації худого та підтягнутого тіл мають багато спільних рис, особливо зосередженість на зовнішньому вигляді, сексуальній сугестивності та обмеженні в їжі. В результаті тип такого контенту впливає на стигматизацію ваги, об'єктивацію тіла, що викликають почуття провини стосовно ваги, тіла, дієти та обмеженнях у їжі. Загалом ці висновки відповідають висновкам, викладеним у великому дослідженні, що вказує на важливість фактора контенту соціальних мереж М. Меснера та колег (Moessner et al., 2018). В роботі Дж. Харінгер, К. Томпсон, М. Тігеманн, котрі зазначають, що доцільним для аналізу впливу соціальних мереж варто дотримуватися таких рекомендацій:

По-перше, дослідження соціальних мереж та образу тіла не мають обмежуватися вибіркою молодих білих жінок, а охоплювати дітей і людей старшого віку, хлопчиків і чоловіків, а також не досить представлені групи. По-друге, закликають дослідників відійти від спрощеного вимірювання соціальних мереж і використовувати змішані методи (кількісний та якісний аналізи). По-третє, виступають за розробку нових теорій, які можуть бути перевірені в довгостроковій перспективі і які враховують унікальний вплив соціальних медіа, замість того, щоб покладатися виключно на наявні моделі, розроблені для традиційних медіа. По-четверте, надають рекомендації щодо практичних стратегій, таких як включення кампаній з медіаграмотності, посилення досліджень ролі відмов від відповідальності за правдивість інформації та подальше вивчення ролі бодипозитиву в профілактиці та втручанні (Harriger et al., 2023).

Було виявлено, що дослідження впливу соціальних мереж на особистість пов'язують із поняттям залежності, хоча варто досить обережно використовувати даний термін. Велика кількість досліджень підтверджують, що

надмірне споживання контенту цифрового середовища призводить до ознак, багато в чому подібних до залежності, проте більш доцільним буде використання поняття схильності до адикцій.

Харчова поведінка також піддається змінам при значному споживання контенту соціальних мереж та дослідження визначення даного впливу не мають зосереджуватись лише на визначенні параметру кількості затрачуваного часу чи екранного часу смартфонів, а мають враховувати й інші параметри (якісний аналіз спожитого контенту, аналіз життєвої ситуації і т. п.).

Висновки до першого розділу.

Харчову поведінку розглянуто як комплекс стереотипних поведінкових дій, спрямованих на споживання їжі, які включають отримання необхідних поживних речовин (психофізіологічний аспект), пов'язані з їдою та вибором продуктів звички й ритуали (рефлексивний аспект), переживання задоволення від споживання їжі (психоемоційний аспект), дотримання правил, традицій і заборон щодо харчування (соціокультурний аспект)..

Теоретичні підходи до вивчення харчової поведінки як соціально-психологічного явища класифіковано за такими групами: психофізіологічний, психоемоційний, рефлексивний та соціокультурний.

У дослідженнях *психофізіологічного* аспекту харчової поведінки можна виокремити дві сторони. Перша – біологічна, пов'язана з потребою в їжі та фізіологічними процесами, що відбуваються на рівні організму. Друга сторона – це сам процес харчування, завдяки якому у людини підтримується енергетичний баланс.

В основі групи робіт, присвячених *психоемоційному* аспекту харчової поведінки, дослідники виокремлюють їжу як спосіб, що служить задоволенню емоційної потреби, специфічним способом боротьби з різного виду стресами. У роботах цієї групи емоції є ключовими в розумінні становлення та змін харчової поведінки. У разі відхилення від норм харчування можуть формуватися психологічні адикції. Регуляція харчової поведінки відбувається завдяки

емоціогенним механізмам, які допомагають особі гармонізувати її емоційні стани.

Дослідження харчової поведінки в *рефлексивному* аспекті спираються на розуміння структурних компонентів Я, таких як самоставлення, самоприйняття, самоінтерес, які, своєю чергою, впливають на психологічний стан особи. Негативний образ фізичного Я сприяє появі дисфункційних переконань щодо ваги та форми тіла. Неприйняття власної зовнішності, негативна оцінка фігури та ваги спотворюють внутрішні схеми тіла та його сприймання, інтерпретації й об'єднання сигналів, що надходять від тіла.

Група досліджень *соціокультурного* аспекту харчової поведінки наголошує на тому, що харчування людини від самого народження пов'язане з міжособовою взаємодією. Харчова поведінка – це особливий досвід, у якому «соціокультурне» тіло постає як посередник між їжею, гастрономічною культурою, ситуацією вживання їжі та соціокультурними установками краси й привабливості тіла. Зв'язок між сприйманням власної тілесності і впливу соціуму є невід'ємними складовими розвитку особистості.

Поряд із дослідженнями харчової поведінки розглядають такі суміжні поняття, як порушення харчової поведінки, розлади харчової поведінки та гармонійне харчування. Харчова поведінка може бути гармонійною (нормальною, адекватною) або девіантною (ненормальною, із відхиленнями)

Розлади харчової поведінки – це система поведінкових актів у процесі харчування, які перешкоджають повноцінному функціонуванню людини через надмірне або недостатнє споживання їжі, що призводить до фізичного і/або психологічного нездоров'я. Подібний, але ширший зміст мають порушення харчової поведінки, які не є хворобою, не містять загрози життю або здоров'ю. Порушення є проблемою більш психологічного характеру, а розлад – медичного та психологічного.

Серед типів порушень харчової поведінки виділяють екстернальну, емоціогенну та обмежувальну. Екстернальна харчова поведінка пов'язана з чутливістю до певних факторів вживання їжі, особливо зовнішніх. Емоціогенна поведінка – це тоді, коли особа у відповідь на негативне переживання

намагається знизити емоційний дискомфорт за допомогою споживання їжі. Обмежувальна харчова поведінка пов'язана з надмірним контролем над їжею, самообмеженнями і безсистемним дотриманням дієти.

Гармонійна харчова поведінка передбачає здоровий вибір їжі, регулярне харчування, брак переїдання або недоїдання, а також брак нездорових зв'язків із їжею, зокрема харчову залежність або розлади харчування.

Для кращого розуміння регуляції харчової поведінки ми здійснили поділ її особливостей на індивідуально- і соціально-психологічні. Можна виділити кілька розумінь індивідуально-психологічних аспектів формування та порушень харчової поведінки – як механізмів формування харчової поведінки в рамках Я-концепції (З. Ковальчук), системи механізмів опосередкування тілесності та процесів психологічної саморегуляції та дисрегуляції (В. Шебанова), концепції порушень харчової поведінки як механізмів захисту психіки (Л. Абсаямова), механізмів емоційної саморегуляції в жінок із порушеннями харчової поведінки (О. Травенко).

Серед соціально-психологічних аспектів – група механізмів впливу тривалості медіапрактик на надлишковість маси тіла дитини (Л. Найдьонова), механізм висхідного соціального порівняння (М. Коннер та Дж. Армїтейдж), механізм інтерналізації «худого» ідеалу тіла (В. Стріен, К. Герман та М. Верхейден).

Услід за Є. Кузіною виділяємо психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини, що пояснюють: процес відображення інформації, соціальну зумовленість інформаційної поведінки (на основі факторів інформаційного суспільства), особистісну зумовленість інформаційної поведінки (на основі суб'єктивних чинників).

Зрозуміло, що порушення харчової поведінки існували задовго до появи соціальних медіа, проте дедалі більше даних свідчить про негативний вплив соціальних мереж на якість життя та психічне здоров'я, зокрема, про можливий зв'язок між використанням цифрового середовища і поганим образом тіла та порушенням харчування. Кіберпростір різко загострив сприймання проблеми за

допомогою націленої реклами та численних вебсайтів, які рекламують нереалістичні ідеали тіла та способу життя.

У дослідженнях впливу соціальних мереж науковці часто-густо не беруть до уваги контенту споживачів. Проте сам цей контент, як і психологічні механізми його споживання потребують ретельного вивчення на основі не лише кількісного, а й якісного аналізу.

Матеріали даного розділу висвітлені в публікаціях автора:

3. Шеремета С. Проблема порушень харчової поведінки в дослідженнях українських психологів. *Габітус* (47), 2023. С. 209-214.

4. Шеремета С. Проблематика досліджень соціально-психологічного впливу соціальних мереж на харчову поведінку користувачів. *Психологія та соціальна робота*, (1), 2023. С. 46-55.

5. Шеремета С. Проблема використання психодіагностичного інструментарію в українських наукових дослідженнях. *Українська психологія. XXI століття. Початок.* (Дні української психології в Берліні): матеріали науково-практичної конференції з міжнародною участю 27-28 квітня 2023 року: Зб. Матеріалів.

6. Шеремета С. Важливість якісного розуміння термінології при перекладі з англomовних джерел на прикладі порушень харчової поведінки. *Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції 1 листопада 2024 року, 1.* С. 29–31.

8. Шеремета С. Вплив соціальних мереж на харчову поведінку в дослідженнях англomовних авторів. Київ, 2023. С. 73-77.

9. Шеремета С. До проблеми вивчення психологічного впливу соціальних мереж на особистість як залежності. Психосоціальні ресурси особистісного та соціального розвитку в епоху глобалізації: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Тернопіль, Західноукраїнський національний університет, 3-4 листопада 2023 р.). Тернопіль: ЗУНУ, 2023. С. 267.

10. Шеремета С. Важливість компетентності стосовно розладів харчової поведінки під час війни і повоєнного відновлення України серед фахівців психічного здоров'я. Київ, 2023. С. 220-221.

11. Шеремета С. Соціокультурний вплив на порушення харчової поведінки особистості. Збірник матеріалів X Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених «Наукова молодь-2022»(Київ, 15 листопада 2023 р.). С. 162-165.

РОЗДІЛ II

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ХАРЧОВУ ПОВЕДІНКУ МОЛОДІ

У розділі описано етапи емпіричного дослідження: підготовчий, адаптації тесту на визначення харчових уподобань, пілотажний та основний.

На підготовчому етапі було визначено три групи диференційних параметрів, що характеризують вибірку респондентів, обґрунтовано зміст і доцільність використання методичного інструментарію, показано перелік і послідовність використання методів математичної статистики.

За результатами пілотажного дослідження перевірено адекватність підібраних методик та встановлено недоцільність вимірювання часу, що його користувачі витрачають на соціальні мережі.

Результатом адаптації тесту на визначення харчових уподобань Д. Гарнера стало вироблення його часткової версії як робочого інструменту в межах дослідження.

Під час основного етапу отримано масив даних за запланованими параметрами та шкалами методик, що ліг в основу подальшої інтерпретації змісту механізмів регуляції харчової поведінки молоді.

2.1. Методологічні основи та обґрунтування психодіагностичного інструментарію емпіричного дослідження

Відповідно до описаного теоретичного аналізу проблеми механізмів регуляції харчової поведінки молодих користувачів соціальних мереж було визначено етапи емпіричного дослідження. Дослідження складається із трьох етапів: підготовчого, на якому визначено диференційні параметри вибірки досліджуваних респондентів; підбір психодіагностичного інструментарію, в тому числі апробація методик; опис застосування методів статистичного аналізу. Головні завдання емпіричного етапу дослідження полягали у виявленні психологічного змісту індивідуально-психологічних механізмів регуляції харчової поведінки молодих користувачів соціальних мереж.

На підготовчому етапі емпіричної програми було сформовано три групи диференційних параметрів вибірки респондентів, за якими і здійснювався надалі аналіз механізмів харчової поведінки.

Перша група параметрів – *загальна інформація* про респондентів. Дана інформація охоплювала такі показники.

Вікові та статеві особливості. Віковий розподіл здійснювався відповідно до періодизації розвитку особистості за Я. Васильєвим, у якій виділені такі вікові періоди: завершення юності (від 18 до 21 років), молодість (від 21 до 28 років), дорослішання (від 28 до 36 років). Даний віковий розподіл здійснювався за футурреальним підходом у віковій періодизації в психології як орієнтацію особистості на майбутнє. Самі макроцикли поділяються на три підцикли відповідно. Загальна вибірка досліджуваних охоплює три макроцикли: юність, дорослість та зрілість (Васильєв, 2021). Відповідно ця періодиція охоплює такі категорії людей, як студентська молодь та молодь, що починає будувати власну кар'єру.

Показник індексу маси тіла відповідно до рекомендацій МОЗ України, а саме: менше 18.5 – низький; 18.5–24.9 – норма; 25–29.9 – зайва вага; 30+ – ожиріння. Для отримання цього параметру респонденти зазначали власний зріст (у см) та вагу (у кг).

Для врахування показника *задоволеності власною фігурою* респонденти дали відповідь на це запитання з трьома суб'єктивними варіантами: задоволений(-а); хочу схуднути; хочу набрати м'язову масу. Відповідно до цих варіантів здійснювався розподіл на три підгрупи, що було використано при статистичному аналізі, результати якого наводяться у третьому розділі.

Показник *частоти звертання уваги на тіла і фігури інших людей* на фото в соціальних мережах встановлювався теж за суб'єктивною оцінкою і був розподілений на такі чотири підгрупи: рідко (1), іноді (2), часто (3), завжди (4).

Друга група диференційних параметрів – *особливості харчової поведінки* молодих користувачів соціальних мереж – досліджувалась за допомогою таких опитувальників: Нідерландський опитувальник харчової поведінки; тест на визначення харчових уподобань; шкала інтуїтивного харчування. Ці

опитувальники дали змогу проаналізувати наявність (або відсутність) порушень харчової поведінки та показники «інтуїтивності» харчування. Детальна характеристика та аналіз цих параметрів буде здійснюватись нижче при описі самих методик.

Третя група параметрів стосувалась *особливостей використання соціальних мереж* респондентами, що аналізувались завдяки шкалам опитувальника комфортного способу медіакомунікації та шкалам кіберкомунікації та селфетіс тесту-опитувальника на виявлення кіберадикції. Так, ми змогли проаналізувати особливості проведення часу в соціальних мережах, активності в них, а також схильності до кіберадикції. Показник адикції вказує на вплив соціальних мереж на особистість, який проявляється у «витісненні» реального світу віртуальним середовищем.

На етапі підбору психодіагностичного інструментарію були підібрані методики, які найбільш оптимально відповідатимуть меті дослідження та є валідними і надійними. Зокрема, це інструментарій, що вже використовувався у дослідженнях впливу соціальних мереж на життя людей (Михайлова, 2020; Рахубовська, 2012; Нижник, 2018).

При цьому було з'ясовано, що більшість методик діагностики порушень харчової поведінки або ж розладів харчової поведінки не є адаптованими українською мовою, що становило проблему для проведення емпіричного дослідження. В результаті наших розвідок було підібрано діагностичний інструментарій, котрий відповідає особливостям вибірки серед молодих користувачів соціальної мережі в Україні.

Основним методом проведення емпіричної програми обрано опитування, яке дає можливість дослідити великі групи респондентів за оптимальну кількість часу. Застосування даного методу забезпечило визначення різних порушень харчової поведінки користувачів соціальних мереж, а також виділення безпосереднього впливу соціальних мереж на їхнє життя.

При реалізації завдань психодіагностики кожному досліджуваному пропонувались однакові вимоги участі, визначено єдиний стандартизований спосіб заповнення бланків, здійснено також стандартизований спосіб обробки

результатів. Інструкції пред'явлено в письмовій та усній формі при дистанційній та безпосередній формах проведення дослідження відповідно.

Діагностичні випробування проводились у природних умовах, практично у той самий час доби (перша половина дня), щоб звести таким чином до мінімуму вплив сторонніх чинників, які впливають на втому, перезбудження, відмову досліджуваних від роботи над опитувальниками тощо. Тобто ми намагались мінімізувати вплив ситуативних чинників, які могли сприяти нерівності серед опитуваних, і тим самим зменшити вплив погрішностей та помилок на результати діагностичних даних. Кожен з респондентів усно підтвердив добровільну згоду на участь у дослідженні, було надано інформацію про важливість дослідження в психологічній науці та його головну мету.

Як зазначалося раніше, було здійснено розподіл за параметрами загальної інформації про респондента, особливостей харчової поведінки та особливості використання соціальних мереж.

Для визначення *загальної інформації* про респондентів та аналізу споживаного контенту соціальних мереж було розроблено та впроваджено анкету респондента (Додаток А). Використання анкети дало змогу проаналізувати такі характеристики, як вікові та статеві особливості, показник індексу маси тіла, показник задоволеності власною фігурою, частота звертання уваги на тіла й фігури інших людей на фото в соціальних мережах.

Дослідження власне *особливостей харчової поведінки* проводилось за Нідерландським опитувальником харчової поведінки (The Dutch Eating Behaviour Questionnaire) (Додаток Б), що був розроблений нідерландськими психологами Т. Van Strien та С. Р. Herman на базі факультетів харчування людини та соціальної психології Нідерландського університету для вивчення основних типів харчової поведінки: обмежувального, емоціогенного та екстернального (Van Strien et al., 2008, as cited in Абсалямова, 2019, с. 263).

Цей опитувальник складається з 33 питань, кожне з яких має 5 варіантів відповіді: «ніколи», «рідко», «іноді», «часто» та «дуже часто». Кожна з обраних відповідей оцінюється за шкалою від 1 до 5, за винятком 31-го пункту, який має зворотні значення. Для підрахунку балів за кожною шкалою було необхідно

скласти значення відповідей за кожним пунктом та потім розділити отриману суму на кількість питань за цією шкалою, тобто визначити середні значення шкал.

Інструкція опитувальника. Перед вами низка питань, які стосуються вашої поведінки, пов'язаної з їжею. Дайте відповідь на них, обравши одну з п'яти можливих відповідей: «ніколи», «рідко», «іноді», «часто» і «дуже часто», поставивши галочку у відповідному стовпчику на бланку тесту.

Перші 10 питань представляли шкалу *обмежувальної* харчової поведінки, яка характеризується навмисними зусиллями, спрямованими на досягнення чи підтримку бажаної ваги за допомогою самообмеження в харчуванні. Наступні 13 питань представляють шкалу *емоційної* харчової поведінки, при домінуванні якої бажання респондента поїсти виникає як реакція на негативні емоційні стани. Дев'ять пунктів шкали стосуються конкретних емоційних станів, як-от роздратування, пригніченість (розгубленість), гнів, постійне очікування неприємностей, підвищена тривога (занепокоєння, напруга), постійне відчуття того, що все погано, переляк, розчарування, емоційне потрясіння (розлад), а чотири пункти розкривають вираженість станів зі змішаними емоціями, пов'язаними з великою кількістю вільного часу (немає що робити), самотністю, фрустрацією, нудьгою або, навпаки, сильним збудженням. Решта 10 питань стосуються *екстернальної* харчової поведінки, в якій стимулом для виникнення бажання поїсти є не справжнє почуття голоду, а зовнішній вигляд їжі, її запах, або вигляд інших людей, які із задоволенням приймають їжу.

Інтерпретація опитувальника відбувається внаслідок підрахування середніх значень по кожній шкалі опитувальника: обмежувальна харчова поведінка (середнє значення 2,4 бали); емоціогенна харчова поведінка (середнє значення 1,8 бали); екстернальна харчова поведінка (середнє значення 2,7 бали). Якщо за будь-якою зі шкал респонденти набрали кількість балів, більшу за середні значення, можна констатувати наявність відповідних проблем у харчовій поведінці, які можуть не тільки підвищити ризик зростання надлишкової маси тіла, але й спровокувати певні способи розв'язання психологічних проблем (там само).

Вибір цього опитувальника зумовлений тим, що метою дослідження було не виявлення розладу харчової поведінки, а визначення її можливих порушень при взаємодії з соціальними мережами. Опитувальник дає змогу більш детально описати зміст порушення харчової поведінки, оскільки обмеження харчової поведінки полягає у дотриманні власних жорстких рамок та правил харчування, емоціогенність харчової поведінки – «заїдання» у відповідь на стрес, а екстернальність харчової поведінки – «заїдання» через зовнішні стимули (вид їжі, її привабливість і т. п.) попри відсутність фізичного голоду.

Іншим опитувальником, використаним для дослідження харчової поведінки, є Тест на визначення харчових уподобань (EAT-26) (Додаток Б). Нами здійснено переклад на українську мову і подальшу адаптацію на українській вибірці цього тесту (див. розділ 2.2). Опитувальник розроблений та впроваджений Д. Гарнером (Garner et al., 1982) є одним з найбільш цитованих у публікаціях, пов'язаних з темою харчової поведінки (Shah et al., 2022). Але сам опитувальник не рекомендується застосовувати для встановлення остаточного діагнозу порушень харчової поведінки. Більшою мірою він доцільний для використання як засіб, що допоможе зрозуміти, чи є певні проблеми з харчуванням, а далі вже варто, залежно від результатів, звернутись до відповідного фахівця, аби він провів більш детальне професійне обстеження.

Відповідно до *інструкції опитувальника* респонденту пропонується 26 пунктів, за якими він має обрати один з наведених варіантів: «завжди» – 3 бали, «зазвичай» – 2 бали, «часто» – 1 бал, «іноді», «рідко» або «ніколи» – по 0 балів. Запитання під номером 26 оцінюється зворотнім підрахунком.

Інтерпретація опитувальника. Бали, вищі за 20, вказують на необхідність подальшого обстеження кваліфікованим фахівцем. Бали нижче 20 можуть свідчити про серйозні проблеми з харчуванням, оскільки заперечення симптомів може бути проблемою при розладах харчової поведінки. Результати слід інтерпретувати разом з даними про вагу в анамнезі та поточним індексом маси тіла. Позитивні відповіді на питання щодо поведінки при розладах харчової поведінки (питання з А по Д) можуть самі по собі вказувати на необхідність перенаправлення до спеціаліста.

Опитувальник використовувався як допоміжний для визначення ймовірності розладів харчової поведінки. Також він містить у собі три підшкали, які є подібними до шкал Нідерландського опитувальника харчової поведінки. Вибір опитувальника був зумовлений його лаконічністю та зручністю в опрацюванні. Як зазначалось раніше, він є серед числа найбільш популярних опитувальників з теми харчової поведінки (Garner et al., 1982).

Останнім опитувальником для визначення особливостей харчової поведінки було обрано «Шкалу інтуїтивного харчування». Шкала інтуїтивного харчування – 2 (IES-2 T. Tylka) в адаптації М. Фатєєвої і Ю. Ящишиної (додаток Б) використовується для оцінки харчової поведінки і пов'язаної з нею харчової інтуїції – схильності людей слідувати власним фізичним ознакам голоду та ситості при визначенні того, коли і що їм з'їсти (Tylka & Kroon Van Diest, 2013; Фатєєва, 2019).

Інструкція опитувальника містить у собі 23 пункти, в яких респонденту пропонується обрати варіант, який найбільш відповідний поведінці у кожній із описаних ситуацій. Потрібно дати відповідь на них одним із п'яти можливих варіантів: «повністю не згоден» (1), «не згоден» (2), «нейтрально» (3), «згоден» (4), «повністю згоден» (5).

Інтерпретація опитувальника. Підрахунок балів відбувається наступним чином: за пунктами 1, 2, 4, 5, 9, 10 та 11 бали розраховуються у зворотній послідовності (повністю не згоден – 5 балів, не згоден – 4 бали, нейтрально – 3 бали і т. д.) Загальний бал за шкалою інтуїтивності харчування обраховується сумою всіх пунктів і розділенням на 23, тобто визначенням середнього балу. Підшкала «безумовний дозвіл на їжу»: підсумовуються разом пункти 1, 3, 4, 9, 16 та 17; розділюються на 6, щоб визначити середній бал. Підшкала «їжа з огляду на фізичний голод, неемоційний»: підсумовуються разом пункти 2, 5, 10, 11, 12, 13, 14 та 15; розділюються на 8, щоб визначити також середній бал. Підшкала «покладаюся на сигнали голоду та ситості»: підсумовуються разом пункти 6, 7, 8, 21, 22 та 23; розділюються на 6, щоб визначити її середній бал. Підшкала «гармонія їжі та тіла» (я обираю продукти, які вважаю корисними і які дозволяють моєму тілу ефективно функціонувати): підсумовуються разом

пункти 18, 19 та 20; розділюються на 3, щоб визначити її середній бал (Tylka & Kroon Van Diest, 2013).

Методики використовувалась для аналізу розвинутості інтуїтивності харчування як показника гармонійної харчової поведінки при взаємодії респондентів із соціальними мережами. Зміст такої інтуїтивності є протилежним показникам Нідерландського опитувальника харчової поведінки, що є більш зовнішньо орієнтованими.

Особливості впливу соціальних мереж на молодих користувачів досліджувались за допомогою блоку питань в авторській анкеті, а також за допомогою розробленого І. С. Підгірною опитувальника «Комфортний спосіб медіакомунікації» (Підгірна, 2016) (додаток Б), основним призначенням якого є виявлення «індивідуального стилю медіакомунікації» особистості, тобто він переважно спрямований на виявлення стилістичних особливостей медіакомунікації особистості.

Запитання методики охоплюють п'ять шкал порядкового типу: дві з яких спрямовані на виявлення міри активності особистості у медіапросторі (інтернеті) загалом та соціальних мережах зокрема, а інші три шкали визначають міру відповідності віртуального образу особистості її реальному образу за такими ключовими критеріями: особливості самопрезентації, створення повідомлень та встановлення контактів (Підгірна, 2016, с. 61).

Інтерпретація результатів. Оцінювання результатів здійснюється за сумою даних балів: «відповідає реальності», «частково відповідає реальності», «не відповідає реальності». Щодо шкал, спрямованих на визначення рівня активності використання медіаресурсів та соціальних мереж зокрема, то їх результати оцінюються за шкалою інтервалів «низький», «середній», «високий». Інтервальні шкали побудовані згідно з вимогою рівності різниць між значеннями в усіх точках даної шкали. Опитувальник дає широкий зріз даних стосовно психологічних особливостей медіакомунікації та поведінки особистості у соціальних мережах загалом (там само).

Цей опитувальник допомагає у більш детальному аналізі того, як саме та з якою метою респонденти використовують соціальні мережі, що в подальшому

дасть змогу виявити або ж спростувати зв'язки між особливостями харчової поведінки при взаємодії з соціальними мережами.

Іншою методикою, яка використовувалась для аналізу споживання контенту соціальних мереж є субшкали «кіберкомунікації» та «селфетіс» опитувальника, розробленого Ю. Асєєвою та К. Аймедовим у Тесті-опитувальнику на виявлення кіберадикції (додаток Б), її ступеню прояву. Селфетіс – це вид нехімічної залежності, який виражається у нав'язливому бажанні постійного самофотографування та виставлення фото на власних сторінках у кіберпросторі, а неможливість самофотографування, обробки фото, викладення їх у мережі, а також недостатня кількість уподобань чи позитивних відгуків або отримання негативних відгуків стає причиною негативних змін у емоційно-вольовій, когнітивній та поведінковій сферах особистості (Асєєва, 2021, с. 164).

Інструкція. Тест включає 102 питання, відповіді оцінюються наступним чином: а – 1 бал, б – 2 бали; в – 3 бали; г – 4 бали; д – 5 балів. Тест містить три діади кіберадикцій: перша діада інтровертивна, включає в себе залежність від комп'ютера (ПК) та інтернет-адикцію; друга діада змішана, включає такі види кіберадикції, як ігрова адикція та гаджет-адикція; третя діада – екстравертивна, включає кіберкомунікативну адикцію та селфетіс. Шкала містить в собі 17 запитань (Асєєва, 2021, с. 165).

Інтерпретація результатів. Після отримання відповідей підраховується загальний бал, а саме: потрапляння в інтервал 17-24 балів свідчить про відсутність певного виду кіберадикції, що може вказувати на досвід використання ПК, інтернету, деяких видів гри, гаджетів, а також незначний досвід кіберкомунікації та селфі. Діапазон 25-34 бали вказує на те, що особистість не має патологічних ознак захопленості чи залежності. Свідчить про нормальне, соціально прийнятне використання інтерактивних технологій, яке відповідає сучасним потребам суспільства. 35-51 бали – це вже 1-й ступінь залежності, який не впливає на нормальний процес життєдіяльності та соціальну взаємодію респондента, вказує на пристрасне використання без наявності сформованості певного виду кіберадикції. Однак необхідно

застерегти респондента про наявну загрозу формування адикції. 52-68 бали – 2-й ступінь залежності, яка вже вважається сформованою, що характеризується виникненням проблем, які порушують нормальне соціальне життя респондента. Свідчить про необхідність проведення психокорекційних заходів, спрямованих на запобігання подальшому формуванню патологічної залежності. 69-85 бали – 3-й ступінь – патологічна залежність, яка має прояви вираженої соціальної дезадаптації респондентів. Такий респондент, скоріше за все, потребує загальних психокорекційних заходів, спрямованих на зниження залежності від виявленого виду кіберадикції. Дана стадія свідчить про психофізіологічні зміни, які потребують активних психокорекційних заходів.

Ці шкали є важливими для формування зв'язків між ними та проведенням часу в інтернеті, споживаним контентом і особливостями харчової поведінки, адже наявність адикції напряду свідчить про негативний вплив використання цифрового середовища, одним з проявів яких є «витіснення» реального світу цифровим. Так, контент соціальних мереж може впливати на інтуїтивність харчування, а також підсилювати обмежувальну харчову поведінку через нереалістичні стандарти краси і харчування.

На наступному етапі було описано методи статистичного аналізу, за допомогою яких здійснювався аналіз емпіричного дослідження. Процес аналізу результатів емпіричного дослідження містив у собі первинну обробку бланків відповідей, інтерпретацію результатів з використанням методів математичної статистики, оформлення результатів у таблиці та/або графічні моделі та формулювання висновків. Статистична обробка результатів дослідження здійснювалась у програмі StatPlus для операційної системи IOS. Серед методів математичної обробки даних було використано порівняльний аналіз, метод кореляцій, факторний аналіз.

Використання *порівняльного методу* дало змогу проаналізувати диференційні критерії: показники віку, індексу маси тіла, норму чи вихід за її межі, відповідно до рекомендацій МОЗ України; частоту звертання уваги респондентів на фото в соціальних мережах або ж не звертання уваги на фото в соціальних мережах серед користувачів; показники опитувальників,

спрямованих на виявлення стилю харчової поведінки, інтуїтивності харчування; показники використання соціальних мереж, таких як активності в соціальних мережах та можлива наявність кіберадикцій.

Коефіцієнт кореляцій Спірмена було спрямовано на виявлення статистичних зв'язків між показниками віку, індексу маси тіла, частоти звертання уваги респондентів на фото в соціальних мережах або ж не звертання уваги на фото в соціальних мережах серед користувачів; показників опитувальників, спрямованих на виявлення стилю харчової поведінки та інтуїтивності харчування; показників використання соціальних мереж, таких як активності в соціальних мережах та можлива наявність кіберадикцій, які вивчаються в дослідженні загалом та в обраних підгрупах за критеріями відповідно до груп механізмів, що будуть описані нижче.

Факторний аналіз та коефіцієнт альфа Кронбаха спрямовано на вивчення структурних складових визначеного психодіагностичного інструментарію, який дає змогу здійснити аналіз надійності та узгодженості інструментарію дослідження.

Відповідно до описаних вище досліджень С. Sanzari, S. Gorrell та інших авторів взаємозв'язку між інтенсивністю використання (тобто тривалістю та кількістю платформ, до яких здійснюється доступ) і показниками образу тіла та порушеної харчової поведінки не підтвердилась керівна роль споживання контенту такого роду контенту. Однак спостерігався стійкий значний вплив перегляду контенту на тему схуднення в соціальній мережі на індекси задоволеності образом тіла та порушень харчової поведінки, причому перегляд контенту на тему схуднення асоціювався з нижчою оцінкою свого тіла, більшим страхом негативної оцінки своєї зовнішності та частішим переїданням (Sanzari et al., 2023).

Проведено пілотажне дослідження впливу соціальних мереж на харчову поведінку. Дослідження здійснювалося за допомогою електронної гугл-форми, що дало змогу розширити географію охоплення і включити у вибірку мешканців багатьох міст України. Респонденти були відібрані серед осіб, які є користувачами соціальних мереж Instagram, Facebook, Telegram, Twitter та Tik-

Ток. Зокрема учасників запитували про їхню належність до груп з теми харчування, фітнес-контенту або ж інших пов'язаних зі схудненням каналів. Вибірка дослідження складала 50 респондентів, серед яких 34 жінки (68 %) та 16 чоловіків (32 %). Середній вік вибірки 30,4 роки, всі респонденти є впевненими користувачами соціальних мереж. Методики дослідження були спрямовані на декілька провідних параметрів, за якими власне здійснювалося дослідження. Параметри були розподілені на три групи: загальна інформація, особливості харчової поведінки та особливості використання соціальних мереж.

За результатами дослідження виявлено, що показники шкал порушень харчової поведінки та інтуїтивності харчування можуть вказувати на вихід показника за межі норми або ж свідчать про негативний вплив на особистість в різних групах досліджуваних (чоловіки, бажання схуднути, звертання уваги на фото і т. п.). Не було виявлено кореляції між часом, затрачуваним на використання соціальних мереж, і харчової поведінкою респондентів, тому ми зробили висновок про те, що показник часу не має важливого значення для її характеристики. Доцільно й важливо не вимірювати кількість затрачуваного часу, а аналізувати, як саме користувачі використовують соціальні мережі. Порівняння користувачів, які спостерігають за групами схуднення та фітнес-контентом, із загальною групою користувачів соціальних мереж дають більш чіткі дані про власне вплив соціальних мереж на особистість (Шеремета, 2024).

2.2. Українська адаптація тесту на визначення харчових уподобань

Наступним кроком емпіричного етапу роботи стала перевірка обраної батареї психодіагностичних методик за допомогою факторного аналізу та адаптація тесту на визначення харчових уподобань (EAT-26) українською мовою з його подальшою перевіркою на валідність та надійність.

Переклад і адаптація українською мовою тесту на визначення харчових уподобань (EAT-26) здійснювалась у 2023–2024 роках. Сам тест розроблений та описаний Д. Гарнером з колегами в 1982 році: це стандартизований опитувальник, що використовується для оцінки ризику розвитку розладів харчової поведінки. (Garner at al., 1982). Тест на визначення харчових

уподобань був запропонований як об'єктивний, ґрунтований на самозвіті метод оцінки симптомів порушень харчової поведінки. Спершу він використовувався як скринінговий інструмент для виявлення раніше не діагностованих випадків нервової анорексії в групах населення з високим розвитком розладу (Garner & Garfinkel, 1980). Автори в оригінальному дослідженні провели валідацію EAT-26 на вибірці зі 160 жінок із нервовою анорексією та 140 здорових жінок. У результаті оригінального дослідження підтвердилася висока внутрішня узгодженість опитувальника. Автори описують сильну кореляцію між результатами EAT-40 (початкова версія) та скороченої версії EAT-26. Опитувальник складається з 26 запитань, які оцінюють ставлення до їжі, а також містить 5 додаткових запитань про ризиковану поведінку. Має три основні субшкали: дієтоцентричне харчування; булімія та зацикленість на їжі; оральний контроль (Garner & Garfinkel, 1980).

Ми здійснювали адаптацію відповідно до рекомендацій зарубіжних авторів (Sousa & Rojjanasrirat, 2011; Ziegler, 2020). Попередньо було здійснено запит до автора тесту з проханням про переклад і адаптацію українською мовою. Д. Гарнер в електронному листуванні надав неформальний дозвіл на адаптацію його методики, після чого розпочалась робота над перекладом тексту.

Першим кроком у роботі над адаптацією опитувальника був переклад на українську мову. Відповідно текст опитувальника після нашого перекладу було надано трьом фахівцям-філологам на внесення правок та рекомендацій. В результаті першого перекладу в частині В запитання А фраза: «Gone on eating binges» була перекладена як «Впадаю в харчові запої», оскільки більш оптимального відповідника не було знайдено.

Після узгодження цих правок текст опитувальника був зворотно перекладений на англійську мову задля детального розгляду ще одного експерта. В результаті даної роботи було змінено друге запитання розділу А: «I find myself preoccupied with food» з «Я зациквився(-лась) на їжі» на «Я думаю про їжу весь час». Оскільки перша версія перекладу більше відповідає фразі «I am overfocused/obsessed with food», що не було зовсім коректно. Також третє запитання частини А: «Я продовжую переїдати, коли відчуваю, що не можу

зупинитися змінено» на «Я переїдаю, коли відчуваю, що не можу зупинитися», що мовою оригіналу звучить як «Have gone on eating binges where I feel that I may not be able to stop». Дані правки було внесено з метою зрозумілості тверджень для більш широкої аудиторії людей в Україні (див. Додаток В).

Другим кроком для роботи над опитувальником було залучення 25 психологів та психотерапевтів задля розгляду коректності застосування термінології. Даний етап був потрібен для професійного погляду на термінологію фахівців у галузі психології, оскільки терміни мають вживатись максимально коректно й точно відповідати змісту запитання. Після внесення рекомендацій розпочалася робота над формуванням вибірки досліджуваних.

Третім кроком було визначено, що вибірка досліджуваних має складатися з повнолітніх осіб різної статті. Вибірку було розділено на дві групи: люди з діагностованими розладами харчової поведінки та люди без діагностованих розладів, тобто група норми харчової поведінки. Аби надалі порівняти валідність опитувальника цих двох груп, опитувальник містить в собі два способи інтерпретації результатів:

1. Респонденту, який отримав більше 20-ти балів, рекомендується звернутись за більш детальною діагностикою ймовірності розладів харчової поведінки до лікаря-психіатра задля більш фахового й категоріального встановлення діагнозу або ж його спростування.

2. Запитання тесту розподіляються на три підшкали: 1) дієтоцентричне харчування; 2) булімія та зацикленість на їжі; 3) оральний контроль. Бали за цими шкалами підраховуються за підсумком всіх пунктів, віднесених відповідно до шкали: пункти підшкали дієтоцентричного харчування – 1, 6, 7, 10, 11, 12, 14, 16, 17, 22, 23, 24, 26; пункти підшкали булімії та харчової зацикленості – 3, 4, 9, 18, 21, 25; пункти підшкали орального контролю – 2, 5, 8, 13, 15, 19, 20 (Garner et al., 1982).

Четвертим кроком стало поширення опитувальника для заповнення основною групою респондентів. Відповідно до нашого дослідження Інститут соціальної та політичної психології НАПН України сформував офіційний запит до 17-ти психіатричних лікарень та психоневрологічних центрів України із

залученням людей, котрим було діагностовано розлади харчової поведінки. Також було залучено ГО «Українська асоціація позитивної психотерапії» та Національну асоціацію лікарів та психологів «Розлади харчової поведінки: терапія та превенція» з тією самою метою.

Дослідження проводилось у 2023–2024 роках, технічно здійснювалось через гугл-форму задля зручності та розширення кількості та географії охоплення досліджуваних. Разом такий підхід надав нам змогу зібрати відповіді від 415 респондентів.

П'ятим кроком стало психометричне опрацювання результатів дослідження. На попередньому етапі аналізу в результаті чистки анкет вибірка дослідження скоротилась з 415 відповідей респондентів до 309 досліджуваних. Було розглянуто та відкинуто результати тесту, в яких вік не відповідав повноліттю, а також всі відповіді, де було не вказана чи пропущена хоча б якась інформація, наведена в опитувальнику.

З даної вибірки група людей з діагностованими розладами харчової поведінки складала 79 осіб, серед яких 73 жінки (92 %) і 6 чоловіків (8 %) у віці від 18 до 61 року ($Me=26.3$, $SD=10.5$). Діапазон ваги (кг) та зросту (см) варіюється від 30 до 121 кг ($Me=66.6$, $SD=17.5$) та від 152 до 185 см ($Me=167$, $SD=7.5$). Показник індексу маси тіла в даній групі в діапазоні від 13.3 до 42.9 ($Me=24.5$, $SD=6$).

В групі норми нараховується 230 осіб, серед яких 195 жінок (84 %) та 35 чоловіків (16 %). ($Me=24.2$, $SD=8.8$). Діапазон ваги (кг) та зросту (см) варіюється від 39 до 128 кг ($Me=62.7$, $SD=15.5$) та від 151 до 196 см ($Me=168$, $SD=8.3$) відповідно. В даній групі діапазон показника індексу маси тіла варіюється від 13.4 до 51.2 ($Me=23.1$, $SD=5$).

Цей короткий аналіз даних показує, що за загальними індивідуальними показниками віку, а також показниками ваги та зросту суттєвих відмінностей у нашій вибірці немає. Аналіз за конкретним діагностованим розладом харчової поведінки на цьому етапі окремо не здійснювався, оскільки така кількість респондентів є занадто малою для здійснення статистичної обробки даних.

Таблиця 2.1

**Результати порівняльного аналізу середніх значень двох груп вибірки
адаптації опитувальника на визначення харчових уподобань**

Група вибірки	Кількість учасників	Середнє значення (Me)	Стандартне відхилення (SD)	Дисперсія	Мін.	Макс.
Не діагностовані	230	10.11	10.6	114.28	0.0	57.0
Діагностовані	79	26.63	15.9	254.74	1.0	66.0

Порівняльний аналіз середніх значень показав, що в людей з діагностованими розладами харчової поведінки середній показник більше 20-ти балів ($Me=26.6$, $SD=15.9$), що свідчить за нормами результатів опитувальника про ймовірність розладів харчової поведінки серед респондентів даної групи.

Респонденти з групи норми мають показник 10 ($Me=10.1$, $SD=10.6$), який відповідає нормі, зазначеній у рекомендації автора опитувальника, і не підпадають під критерій психічного розладу.

Таблиця 2.2

**Результати перевірки шкал тесту харчових уподобань
за коефіцієнтом альфа Кронбаха**

Шкала	Кількість тверджень	Коефіцієнт альфа Кронбаха	Рівень
Дієтоцентричне харчування	13	0,906	Високий
Булімія та харчова зацикленість	6	0,842	Високий
Оральна фіксація	7	0,727	Високий

Також нами було здійснено перевірку вибірки дослідження на показник альфа Кронбаха для аналізу внутрішньої узгодженості шкал тесту. Відповідно до результатів за підшкалою дієтоцентричного харчування альфа Кронабаха = 0.90, що свідчить про високий рівень внутрішньої узгодженості; за підшкалою

булімії та харчової зацикленості альфа Кронбаха = 0.84, що також свідчить про високий рівень внутрішньої узгодженості. Підшкала оральної фіксації (альфа Кронбаха = 0.72) отримала найнижчий показник серед шкал, проте також має високий рівень узгодженості. Загалом ці результати свідчать про високий показник внутрішньої узгодженості шкал (Tavakol & Dennick, 2011).

Факторний аналіз було використано для перевірки внутрішньої структури тесту. Застосовано метод головних компонентів з обертанням матриці Varimax normalized за допомогою програми SPSS Statistics V. 29. За результатами виділилися 3 фактори (шкали).

Відповідно до результатів, за шкалою дієтоцентричного харчування фактору відповідають 6 варіантів із 14: Я боюся мати зайву вагу (показник фактору 0,738); Я почуваю сильну провину після їди (0,735); Я переймаюся бажанням бути стрункішим (-ою) (0,816); Я думаю про спалювання калорій, коли займаюся спортом (0,691); Відчуваю дискомфорт після вживання солодощів (0,616); Мені подобається, коли мій шлунок порожній (0,575).

За шкалою булімії та харчової зацикленості жоден варіант із 6 не відповідає фактору, показник факторного аналізу варіюється в діапазоні від 0,084 до 0,353, що демонструє низький рівень узгодженості.

За шкалою орального контролю 3 варіанти із 7 зазначених відповідають фактору: Не їм, коли я голодний (-а) (0,452); Я відчуваю, що інші хотіли б, щоб я їв (-їла) більше (0,828); Я відчуваю, що інші тиснуть на мене, щоб я їв (-ла) (0,815) (див. додаток Г).

Шостий крок формування висновків роботи. За результатами дослідження порівняльний аналіз середніх значень вибірки з діагностованими розладами харчової поведінки ($M_e=26.6$) та людей без розладів харчової поведінки ($M_e=10.1$) показує, що люди з діагностованими розладами мають показник, що відповідає ймовірності наявності виникнення таких розладів за опитувальником, тобто показник більше як 20 балів. Показник коефіцієнту альфа Кронбаха вказує на високий показник внутрішньої узгодженості шкал дієтоцентричне харчування (0.90); за шкалою булімії та харчової зацикленості (0.84) та оральної фіксації (0.72).

Результат факторного аналізу показав, що всі три шкали мають велику кількість невірності внутрішньої узгодженості. Перша шкала відповідає 6 варіантів з 14. У другій шкалі жоден варіант з 6 не відповідає фактору. Також за третьою шкалою 3 варіанти із 7 зазначених відповідають фактору (див. додаток Г).

Таким чином, опитувальник може слугувати скринінговим інструментом відповідно до загального показника у 20 балів. У разі перевищення цього показника досліджуваного рекомендується надалі скеровувати до лікаря-психіатра для спростування або ж встановлення діагнозу, тобто для більш детального фахового обстеження. Проте використання трьох додаткових шкал не може слугувати якісним інструментом для повного і точного розуміння проблеми порушення харчової поведінки досліджуваного.

Адаптація опитувальника, що здійснювалася в рамках дисертаційної роботи, дала б змогу розширити наявний психодіагностичний інструментарій та отримати лаконічний і популярний тест для аналізу харчової поведінки. Проте результати адаптації не дали підстав для повноцінного використання цього тесту.

Слід зазначити, що в англomовній літературі трапляється подібна проблема з психометричними властивостями опитувальників. Так, в одному з досліджень на основі двофакторного підтверджувального факторного аналізу було продемонстровано, що EAT-26 вимірює загальну харчову патологію, але також вимірює більш специфічні фактори, такі як соціальний тиск, обізнаність про їжу, заклопотаність їжею і поведінку, пов'язану з очищенням організму (Ragoza et al., 2016). Проте це зовсім не ті субшкали, які наводить автор в оригіналі дослідження та у власних прикладах аналізу результатів опитувальника для досліджуваних. Інші дослідження показують, що опитувальник має високу специфічність (87-97%), але низьку чутливість (28-100%) у різних популяціях, зокрема в бразильському дослідженні чутливість тесту склала лише 40%, а прогностична цінність – 14% (Nunes et al., 2005). В іспанських дослідженнях з використанням тесту продемонстровано хорошу специфічність, але недостатню чутливість для виявлення повних або

часткових симптомів розладів харчової поведінки. Аналіз підтвердив здатність тесту розрізняти людей із симптомами та без них, але його ефективність була обмежена для клінічної діагностики (Rivas et al., 2010). В іншому дослідженні серед вегетаріанців і веганів також виявлено проблеми з психометричними властивостями опитувальника, включаючи низький рівень надійності, що ставить під сумнів його ефективність у цих групах досліджуваних (McLean et al., 2023).

Перспективами подальшої адаптації є робота над опрацюванням надійності та узгодженості підшкал опитувальника, що допоможе використовувати опитувальник як більш точний інструмент для визначення порушень та розладів харчової поведінки.

2.3. Апробація психодіагностичного інструментарію емпіричного дослідження

Емпіричне дослідження проводилось у 2023–2025 роках, загальна вибірка нараховує 251 респондента. Формування вибіркової сукупності дослідження здійснювалось з дотриманням принципу добровільності. Основна маса респондентів була відібрана серед студеньської молоді Західноукраїнського національного університету (м. Тернопіль), Львівського національного університету ім. І. Франка, Хмельницького національного університету, Національного університету «Чернігівська політехніка», Національного університету водного господарства та природокористування (м. Рівне) та Волинського національного університету ім. Лесі Українки (м. Луцьк) – 145 осіб (57.7 %). Також в загальну вибірку входять респонденти, що набирались стихійно методом снігової грудки – 106 респондентів (42.3 %).

Вік учасників варіюється від 18 до 64 років ($Me=26.2$, $SD=10.1$). Категорії молодих людей (до 45 років) за періодизацією Я. Васильєва відповідають 233 респонденти. Серед опитаних переважають представниці жіночої статі – 223 особи (88 %) і 28 чоловіків (22 %), що відповідає особливостям культури та контингенту осіб, котрі звертаються за допомогою психолога з приводу порушень харчової поведінки. Показник ваги варіюється від 42 до 150 кг

($Me=62.6$, $SD=15.4$), а показник зросту від 147 до 195 см ($Me=167.2$, $SD=7.9$). Показники зросту (см) та ваги (кг) дають можливість вирахувати показник індексу маси тіла, який у загальній вибірці варіюється між 15.8 та 51.9 ($Me=22.3$, $SD=4.7$).

Відповідно до результатів опитування за анкетною загальною інформацією задоволені власною фігурою 78 респондентів (31 %), хочуть набрати м'язову масу – 65 осіб (26 %), а бажання схуднути зазначено у 108 респондентів (43 %). Стосовно бажання змінити власну фігуру через звертання уваги на фото струнких людей виявлено такі результати: «ніколи» відповіли 53 респондента (21.1 %), «іноді» – 143 особи (56.9 %), «часто» – 39 (15.5 %), а «завжди виникає таке бажання» у 16-ти респондентів (6.5 %). Використовували дієти в своєму житті 125 респондентів (49.8 %), не застосовували дієтичні практики 124 респонденти (49.4 %), а 2 особи (0.8 %) вказали, що використовували їх у зв'язку з медичними рекомендаціями.

Здійснено факторний аналіз та визначено коефіцієнт альфа Кронбаха шкал психодіагностичних методик. Дослідження особливостей харчової поведінки проводилось за Нідерландським опитувальником харчової поведінки (The Dutch Eating Behaviour Questionnaire), що містить в собі три шкали: обмежувальне харчування, схильність до емоціогенного порушення харчування та екстернальна харчова поведінка. Іншим опитувальником з групи дослідження харчової поведінки є шкала інтуїтивного харчування – 2 (IES-2 T. Tylka) в адаптації М. Фатєєвої та Ю. Ящишиної, яка містить у собі наступні підшкали: загальна шкала інтуїтивності харчування; підшкала «безумовного дозволу на їжу»; підшкала їжі з огляду на фізичний, тобто неемоційний голод; підшкала «покладання на сигнали голоду та ситості»; підшкала «гармонії їжі та тіла».

Особливості впливу соціальних мереж на молодих користувачів досліджувались за допомогою опитувальника «Комфортний спосіб медіакомунікації». Запитання методики представленні п'ятьма шкалами, дві з яких спрямовані на виявлення міри активності особистості у медіапросторі (інтернеті) загалом та соціальних мережах зокрема, а інші три шкали визначають міру відповідності віртуального образу особистості її реальному

образу за такими ключовими критеріями: особливості самопрезентації, створення повідомлень та встановлення контактів. Використано також шкали кіберкомунікації та селфетісу розробленого Ю. Асеевою та К. Аймедовим тесту на виявлення кіберадикції.

Таблиця 2.3

Показники надійності та внутрішньої узгодженості психодіагностичних інструментів особливостей харчової поведінки дослідження за факторним аналізом та альфа Кронбаха

Назва шкали	Показник факторного аналізу	Значення показника	Альфа Кронбаха	Значення показника
Обмежувальна ХП (DEBQ)	0.804	високий	0.937	дуже добре
Емоціогенна ХП (DEBQ)	0.888	високий	0.962	дуже добре
Екстернальна ХП (DEBQ)	0.911	високий	0.827	добре
Загальна шкала інтуїтивного харчування (IES)	0.715	високий	0.894	добре
Шкала безумовного дозволу (IES)	0.860	високий	0.646	сумнівне
Шкала їжі на фізичний голод (IES)	0.404	середнє	0.629	сумнівне
Шкала покладання на сигнали голоду/ситості (IES)	0.320	середнє	0.936	дуже добре
Шкала гармонія їжі та тіла (IES)	0.465	середнє	0.901	дуже добре

Відповідно до результатів факторного аналізу опитувальник DEBQ за шкалами показав високі результати узгодженості, а саме обмежувальна (0.804), емоціогенна (0.888) та екстернальна (0.911). За результатами коефіцієнту альфа Кронбаха обмежувальна (0.937) та емоціогенна (0.962) шкали мають досить високі значення надійності, а екстернальна шкала відповідає достатньому показнику (0.827).

Результати опитувальника IES за факторним аналізом є такими: загальна шкала інтуїтивного харчування (0.715) та шкала безумовного дозволу на їжу

(0.860) відповідають високому рівню узгодженості; шкали їжі на фізичний голод (0.404), покладання на сигнали голоду/ситості (0.320) та гармонії їжі та тіла (0.465) продемонстрували середній рівень узгодженості. Результати коефіцієнту альфа Кронбаха демонструють, що загальна шкала інтуїтивного харчування (0.894) має достатнє значення, а шкали безумовного дозволу на їжу (0.646) та їжі на фізичний голод (0.629) показують сумнівне значення. Підшкали покладання на сигнали голоду/ситості (0.936) та гармонія їжі та тіла (0.901) мають дуже високий показник надійності.

Таблиця 2.4

Показники надійності та внутрішньої узгодженості психодіагностичних інструментів особливостей використання соціальних мереж дослідження за факторним аналізом та альфа Кронбаха

Назва шкали	Показник факторного аналізу	Рівень значення показника	Альфа Кронбаха	Рівень значення показника
Шкала рівня активності використання медіа (КСМ)	0.777	високий	0.816	добрий
Шкала рівня активності в соціальних мережах (КСМ)	0.887	високий	0.608	сумнівний
Шкала особливостей саморезентації (КСМ)	0.656	середній	0.612	сумнівний
Шкала встановлення контактів (КСМ)	0.574	середній	0.978	відмінний
Шкала кіберкомунікації (ТОК)	0.730	високий	0.933	відмінний
Шкала селфетіс (ТОК)	0.903	високий	0.964	відмінний

Відповідно до результатів факторного аналізу шкали опитувальника КСМ продемонстрували високий показник узгодженості у шкалах «рівень активності використання медіа» (0.777) та «рівень активності в соціальних мережах» (0.877), а також середній у шкалі «особливості самопрезентації» (0.656) та шкалі «встановлення контактів» (0.574). За результатами коефіцієнту альфа

Кронбаха шкала «рівень активності використання медіа» (0.816) – добре, а шкали «рівень активності в соціальних мережах» (0.608) та «особливості самопрезентації» (0.612) – сумнівне значення надійності, тоді як шкала встановлення контактів (0.978) продемонструвала дуже високе значення.

В опитувальнику ТОК за факторним аналізом шкала «кіберкомунікація» (0.730) та шкала «селфетіс» (0.903) демонструють високий показник. За коефіцієнтом альфа Кронбаха в опитувальника шкала кіберкомунікація (0.933), шкала селфетіс (0.964) – дуже високі значення.

Висновки до другого розділу.

На *підготовчому* етапі емпіричного дослідження було визначено три групи диференційних параметрів, що характеризують вибірку респондентів. Перша група: вік і стать, індекс маси тіла, час, який респонденти тратають на перебування в соціальних мережах.

Друга група параметрів стосувалась особливостей використання соціальних мереж респондентами. Їх ми досліджували на основі: опитувальника комфортного способу медіакомунікації (дві з п'яти шкали спрямовані на виявлення міри активності особи в медіапросторі загалом та соціальних мережах зокрема, а ще три – визначають міру відповідності віртуального образу особистості її реальному образу за такими критеріями, як особливості самопрезентації, створення повідомлень та встановлення контактів), шкал кіберкомунікації і селфетісу (вид нехімічної залежності, який виражається в нав'язливому бажанні постійно себе фотографувати та виставляти фото на сторінках у кіберпросторі) тесту-опитувальника на виявлення кіберадикції.

Третю групу параметрів склали особливості харчової поведінки молодих користувачів соціальних мереж. Їх відображено в змісті Нідерландського опитувальника харчової поведінки (шкали обмежувальної, емоційної та екстернальної харчової поведінки), шкали інтуїтивного харчування (оцінка харчової поведінки і пов'язаної з нею харчової інтуїції – схильності орієнтуватися на фізичні ознаки голоду і ситості під час визначення того, що і

коли з'їсти), тесту на визначення харчових уподобань (шкали дістоцентричного харчування, орального контролю, булімії та харчової зацикленості).

Було також заплановано перелік і послідовність використання методів математичної статистики – порівняльного, кореляційного та факторного аналізу, коефіцієнта альфа Кронбаха. одностороннього дисперсійного аналізу ANOVA.

За результатами *пілотажного* дослідження 50 користувачів соціальних мереж було перевірено адекватність підібраних методик та з'ясовано, що показники шкал порушень харчової поведінки та інтуїтивності харчування можуть виходити за межі норми або свідчити про негативний вплив на особу в різних групах досліджуваних. Було також встановлено, що між затрачуваним часом використання соціальних мереж та особливостями харчової поведінки немає значущого зв'язку, і зроблено висновок, що потрібно не вимірювати кількість затрачуваного часу, а аналізувати, як саме користувачі використовують соціальні мережі.

Наступним етапом стала часткова *адаптація* тесту на визначення харчових уподобань Д. Гарнера – з огляду на те, що більшість методик діагностики порушень або розладів харчової поведінки не були адаптованими українською мовою. У процесі адаптації тесту було здійснено його переклад на українську мову та, за участі 25 експертів, уточнено застосовану термінологію. Вибірку на цьому етапі склали 309 осіб, серед яких було 79 осіб із діагностованими розладами харчової поведінки і 230 – без діагностованих розладів. Проте результати проведеної адаптації тесту не забезпечили повноцінного відтворення його змісту, тому надалі ми розглядали його як робочий інструмент у межах нашого дослідження, а також пропонуємо як скринінгову методику для оцінки наявності або відсутності розладу харчової поведінки.

Під час *основного* етапу було опитано 251 респондента, більшість яких – 145 осіб – це студентська молодь закладів вищої освіти, а не студентів було 106 осіб. Відповідно до результатів, індекс маси тіла варіюється між 15.8 і 51.9 ($Me=22.3$, $SD=4.7$), задоволені власною фігурою 78 респондентів (31 %), хочуть набрати м'язову масу 65 осіб (26 %), бажання схуднути зазначили 108

респондентів (43 %), стосовно бажання змінити власну фігуру під впливом звертання уваги на фото струнких людей найчастішою була відповідь «іноді» – 143 особи (56.9 %), використовували дієти 125 респондентів (49.8 %), а не використовували – 124 (49.4 %).

За результатами виконання методик, високі або достатні показники узгодженості було зафіксовано за шкалами обмежувальної, емоціогенної та екстернальної харчової поведінки, загальною шкалою інтуїтивного харчування, шкалами безумовного дозволу на їжу, відповіді на фізичний голод, покладання на сигнали голоду і ситості, гармонії їжі і тіла, активності використання медіа, активності в соціальних мережах, особливостей самопрезентації, встановлення контактів, кіберкомунікації та селфетісу.

Кількісні показники зв'язків між наведеними шкалами та інтерпретацію психологічного змісту виявлених механізмів регуляції харчової поведінки молоді висвітлено в розділі III.

Матеріали даного розділу висвітлені в публікаціях автора:

Шеремета, С. (2024). Дослідження впливу соціальних мереж на харчову поведінку користувачів соціальних мереж. *Психологічні перспективи*, 44, С. 158-171.

РОЗДІЛ III

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЯЦІЇ ХАРЧОВОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДИ

У розділі описуються результати емпіричного дослідження соціально-психологічних механізмів регуляції харчової поведінки користувачів соціальних мереж. Першою аналізувалась група механізмів особистісно зумовленої інформаційної поведінки на основі параметру задоволеності власною фігурою. У другій групі механізмів процесу відображення інформації параметром для аналізу було використання респондентами дієт у власному житті. Параметром третьої групи механізмів соціально зумовленої інформаційної поведінки служила частота звертання уваги на фігури інших людей у соціальних мережах. Кожну групу механізмів аналізували також за віковим критерієм респондентів.

У процесі опрацювання результатів дослідження в першій групі виявлено механізм диспозиційного викривлення відчуття тіла та механізм диспозиційної вибірковості сприймання зовнішності. У другій групі – механізми емоційної оцінки стилю харчування та когнітивної процесуальності стилю харчування. У третій групі описано механізми інтеріоризації соціальних норм, рефлексивного порівняння тіла та визнавання авторитетності зовнішності. Розглянуто особливості прояву цих механізмів на різних стадіях вікової періодизації.

Відповідно до результатів дослідження запропоновано рекомендації, які базуються на методі позитивної психотерапії та розвитку рефлексивних якостей особистості. У рекомендаціях групи механізмів представлено у вигляді кейсів та видів психологічної допомоги, які демонструють виявлені механізми та способи роботи з ними в процесі індивідуального консультування, психотерапії або вмінню рефлексії.

3.1. Психологічний зміст механізмів харчової поведінки молодих користувачів під час взаємодії із соціальними мережами

Аналіз результатів дослідження відбувався відповідно до параметрів впливу соціальних мереж на харчову поведінку, що спираються на модель

механізмів інформаційного впливу на особистість, запропоновану Є. Кузіною: група механізмів особистісно зумовленої інформаційної поведінки; група механізмів процесу відображення інформації; група механізмів соціально зумовленої інформаційної поведінки (на основі факторів інформаційного суспільства). Дана модель була перенесена нами на контекст механізмів харчової поведінки користувачів під час взаємодії із соціальними мережами. Дослідження полягало у визначенні змісту та динаміки механізмів регуляції харчової поведінки молодих користувачів соціальних мереж.

Тож, базуючись на теоретичному аналізі, ми виокремлюємо такі психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини, що пояснюють: 1) процес відображення інформації; 2) соціальну зумовленість інформаційної поведінки (на основі факторів інформаційного суспільства); 3) особистісну зумовленість інформаційної поведінки (на основі суб'єктивних чинників).

Отримана від респондентів інформація розподілена на три категорії: загальна інформація, особливості харчової поведінки та особливості використання соціальних мереж. Відповідно першою групою параметрів була загальна інформація про респондентів, що охоплює індекс маси тіла, вік, а також параметр, за яким розподілялись групи досліджуваних відповідно до трьох груп механізмів: задоволеність власною фігурою; використання дієт; звертання уваги на фігури інших в соціальних мережах – за відповідями на анкету респондента.

Другою групою параметрів є особливостей власне харчової поведінки що досліджувалось за Нідерландським опитувальником харчової поведінки (її основні типи – обмежувальний, емоціогенний та екстернальний) та шкалою інтуїтивного харчування (для оцінки харчової поведінки та пов'язаної з нею харчової інтуїції).

За третьою групою параметрів досліджено особливості використання соціальних мереж, для чого було використано опитувальник комфортного способу медіакомунікації І. Підгірної на виявлення індивідуального стилю медіакомунікації особистості (із цього опитувальника ми не брали шкали

створення повідомлень, оскільки вона не стосується досліджуваної теми) і шкали селфетісу та кіберкомунікативної адикції тесту-опитувальника на виявлення кіберадикції Ю. Асєєвої та К. Аймедова – для визначення ймовірності наявності кіберадикції за відповідними шкалами.

При аналізі даних визначалось середнє значення отриманих показників за допомогою методу одностороннього дисперсійного аналізу ANOVA для порівняння результатів між групами досліджуваних. Також використовувався кореляційний аналіз Спірмена для встановлення зв'язків між показниками шкал.

Отже, першим здійснювався аналіз механізмів *особистісно зумовленої інформаційної поведінки*. Дана група механізмів аналізувалась відповідно до параметра задоволеності власною фігурою.

Респонденти відповідали на запитання в анкеті, наскільки вони задоволені власною фігурою на цей момент. Серед варіантів відповідей виявився такий розподіл: хочуть схуднути 108 респондентів (44%); хочуть набрати м'язову масу 65 осіб (25%); задоволені фігурою 78 респондентів (31%) (табл. 3.1).

За параметрами загальної інформації про респондентів аналіз середнього арифметичного показника віку демонструє, що всі три групи підпадають під період молодості (Me=27.5; 24.2; 26.1); показник індексу маси тіла у групах, що хоче схуднути (Me=24.3) та набрати м'язову масу (Me=24.2) є в межах норми, у групі задоволених власною фігурою (Me=26.1) наявна зайва вага.

За параметром особливостей харчової поведінки виявлено, що за шкалою обмежувальної харчової поведінки група тих, що бажають схуднути (Me=2.7), більш сувора до власного харчування, а в групах із бажанням набрати м'язову масу (Me=1.7) та задоволеності власною фігурою (Me=1.8) погано контролюють власне харчування. За шкалою емоціогенної харчової поведінки в усіх групах наявна схильність «заїдати» у відповідь на стрес (Me=2.5; 2; 1.9). Шкала екстернальної харчової поведінки продемонструвала, що респондентам груп із бажанням схуднути (Me=2.8) та набрати м'язову масу (Me=2.9) властиво

переїдати у відповідь на зовнішній вигляд їжі, а респонденти, котрі задоволені власною фігурою ($Me=2.6$), не схильні до такої харчової поведінки.

За шкалами опитувальника інтуїтивності харчування виявлено, що загальний показник інтуїтивності харчування у всіх трьох групах знаходиться на середньому рівні ($Me=3.1$; 3.3 ; 3.3). За шкалою безумовного дозволу на їжу низький рівень виявився у респондентів, що бажають схуднути ($Me=3$) та набрати м'язову масу ($Me=3$), а група задоволених власною фігурою ($Me=3.1$) демонструє середній рівень. Шкала їжа з огляду на фізичний голод у всіх групах також на середньому рівні ($Me=3.2$; 3.2 ; 3.2). Шкала покладаються на сигнали голоду та ситості у респондентів, що бажають схуднути ($Me=3.1$), на низькому рівні, а у двох інших групах ($Me=3.8$; 4) середній показник демонструє високий рівень інтуїтивності. За шкалою гармонія їжі і тіла у всіх трьох підгрупах учасників виявився середній рівень інтуїтивності харчування ($Me=3.4$; 3.6 ; 3.7).

За параметром особливостей використання соціальних мереж за шкалою рівня активності використання медіа у всіх групах респондентів виявився високий рівень ($Me=8.6$; 8.7 ; 8.6). За шкалою рівня активності в соціальних мережах у респондентів даних груп виявлено середній рівень ($Me=10.7$; 10.6 ; 11.1). Шкала особливостей самопрезентації продемонструвала, що у респондентів груп схуднення ($Me=13.2$) та набору м'язової маси ($Me=13.4$) рівень середній, а в групі задоволених фігурою ($Me=12.8$) – низький. Досліджувані усіх трьох груп ($Me=13.4$; 13.3 ; 13.1) мають середній рівень за шкалою встановлення контактів.

За опитувальником на виявлення кіберадикції шкала кіберкомунікації демонструє можливий рівень 1-го ступеня кіберадикції у досліджуваних груп з бажанням схуднути ($Me=35.8$) та набору м'язової маси ($Me=36.4$), а в групі задоволених фігурою ($Me=34.2$) рівень відповідає нормі. Стосовно шкали селфетісу в усіх досліджуваних даних груп результати виявилися в межах норми ($Me=25.9$; 24.6 ; 26).

**Порівняльний аналіз середніх значень за параметром
задоволеності власною фігурою**

Назва шкали опитувальника (n – кількість респондентів)	Схуднути, n=108	Набрати м'язову масу, n=65	Задоволен і, n=78
Вік	27.5	24.2	26.1
Індекс маси тіла	24.3	20.4	21
Обмежувальна харчова поведінка	2.7	1.7	1.8
Емоціогена харчова поведінка	2.5	2	1.9
Екстернальна харчова поведінка	2.8	2.9	2.6
Загальна інтуїтивність харчування	3.1	3.3	3.3
Безумовний дозвіл на їжу	3	3	3.1
Їжа з огляду на фізичний голод	3.2	3.2	3.2
Покладання на сигнали голоду/ситості	3.1	3.8	4
Гармонія їжі і тіла	3.4	3.6	3.7
Рівень активності використання медіа	8.6	8.7	8.6
Рівень активності в соціальних мережах	10.7	10.6	11.1
Особливості самопрезентації	13.2	13.4	12.8
Встановлення контактів	13.4	13.3	13.1
Кіберкомунікація	35.8	36.4	34.2
Селфетіс	25.9	24.6	26

Кореляційний аналіз Спірмена продемонстрував (див. додаток Д), що в групі респондентів, які бажають схуднути, виявлено такі статистично значущі результати: шкала обмежувальної харчової поведінки має зв'язок зі шкалою безумовного дозволу на їжу ($p=0.00341$); шкала емоціогенної харчової поведінки має зв'язок із загальною шкалою інтуїтивності харчування ($p=0.02829$), зі шкалою безумовного дозволу на їжу ($p=0.02743$) та шкалою кіберкомунікації ($p=0.00857$); шкала екстернальна харчова поведінка корелює зі шкалами сигналів ситості ($p=0.04064$) та кіберкомунікації ($p=0.02980$); шкала

активності використання мережі має зв'язок зі шкалами загальної шкала інтуїтивності харчування ($p=0.03598$) та кіберкомунікації ($p=0.03873$); шкала активності в соціальних мережах корелює зі шкалами кіберкомунікації ($p=0.00367$) та селфетісу ($p=0.00018$); шкала самопрезентації корелює зі шкалою селфетісу ($p=0.01746$).

У групі тих, що хочуть набрати м'язову масу, виявилися наступні зв'язки (див. додаток Д): шкала обмежувальної харчової поведінки корелює зі шкалами безумовного дозволу на їжу ($p=0.00851$), сигналів ситості ($p=0.03466$) та самопрезентації ($p=0.03010$); шкала емоціогенної харчової поведінки має зв'язок зі шкалами загальної інтуїтивності харчування ($p=0.00212$), безумовного дозволу на їжу ($p=0.04187$), гармонії в харчуванні ($p=0.03580$), самопрезентації ($p=0.02809$), кіберкомунікації ($p=0.00983$) та селфетісу ($p=0.03480$); шкала екстернальної харчової поведінки корелює з двома шкалами, а саме: загальної інтуїтивності харчування ($p=0.00858$) та активності в соціальних мережах ($p=0.03512$); шкала кіберкомунікації в даній групі корелює зі шкалами активності в медіа ($p=0.01589$) та активності в соціальних мережах ($p=0.00042$); шкала самопрезентації корелює зі шкалою селфетісу ($p=0.00640$).

У групі задоволених власною фігурою шкала обмежувальної харчової поведінки корелює зі шкалою сигналу ситості ($p=0.01314$); шкала емоціогенної харчової поведінки корелює зі шкалою селфетісу ($p=0.02945$); шкала екстернальної харчової поведінки корелює зі шкалою загальної інтуїтивності харчування ($p=0.00990$), шкалою безумовного дозволу на їжу ($p=0.00175$), шкалою самопрезентації ($p=0.01701$) та шкалою кіберкомунікації ($p=0.00446$); шкала самопрезентації корелює зі шкалою селфетісу ($p=0.00580$); шкала встановлення контактів – зі шкалою кіберкомунікації ($p=0.04426$).

Спираючись на статистичний аналіз показників цих груп досліджуваних, можемо виокремити наступні загальні тенденції. У групі респондентів, які бажають схуднути, наявні дві протилежні дії стосовно процесу їди – контроль та дозвіл, що проявляється у кореляції обмежувальної харчової поведінки та безумовного дозволу на їжу. Такий результат може вказувати на циклічність зв'язку між самоконтролем та епізодами переїдання. Важливо також звернути

увагу на емоційний фактор, адже емоціогенна харчова поведінка в цій групі пов'язана з інтуїтивністю харчування та кіберкомунацією, що може свідчити про використання їжі як способу регуляції емоцій з паралельним пошуком підтримки в онлайні.

Стосовно ж цифрового впливу в даній групі активність у соціальних мережах корелює зі шкалами кіберкомунації та селфетісу, що підкреслює роль цифрового середовища у формуванні власного образу.

Група прагнучих набрати м'язову масу продемонструвала, що емоціогенна харчова поведінка має широкі зв'язки, включаючи гармонію в харчуванні, самопрезентацію та цифрову активність, що своєю чергою може вказувати на комплексну саморегуляцію. Також показник кіберкомунації корелює з мережевою активністю, вказуючи на використання цифрових платформ для обміну досвідом. На додаток до цього, зв'язок між самопрезентацією та селфетісом підкреслює орієнтацію на візуалізацію прогресу.

В групі респондентів, які задоволені власною фігурою, було виявлено, що екстернальна харчова поведінка пов'язана як з інтуїтивністю, так і з цифровою самопрезентацією, що свідчить про гармонійне поєднання внутрішніх сигналів та зовнішніх впливів. Обмежувальна харчова поведінка корелює виключно із сигналами ситості, що може відображати здатність до саморегуляції без суворих обмежень в їжі. Існуючий зв'язок між встановленням контактів та кіберкомунацією вказує на використання онлайн-середовища для підтримки соціальних зв'язків без надмірного фокусування на власному образі.

Відповідно до зазначеного вище можемо констатувати, що наявність обмежувальної або емоціогенної харчової поведінки формує специфічні диспозиційні утворення, які виконують роль механізмів. До прикладу, кореляція між шкалами обмежувальної харчової поведінки і безумовного дозволу на їжу в групі, що бажає схуднути, відображає циклічність між самоконтролем і компенсаторною поведінкою. Така поведінка узгоджується з концепцією розладів харчової поведінки, де значні обмеження у харчуванні провокують компульсивні переїдання.

Результати дослідження також демонструють, що тривалий вплив соціальних мереж (напр., часте споглядання «ідеалу» тіла) призводить до спотворення сприймання власного тіла. Так, група респондентів, що бажає схуднути, схильна до кіберадикції 1-го ступеня ($Me=35.8$), що демонструє кореляція між шкалами кіберкомунікації та селфетісу в усіх групах. Варто зазначити, що в групі, в якій респонденти задоволені власним тілом, всі показники шкал харчової поведінки та інтуїтивності харчування знаходяться в діапазоні норми, тобто вони менше приділяють уваги контролю харчування (див. табл. 3.1).

Таким чином, беручи до уваги результати даних груп, ми можемо описати механізм диспозиційного викривлення відчуття тіла, який виявляється не лише у сприйманні власного тіла, а й у частому прислуханні до його фізіологічних сигналів та відчуттів. Цей механізм також впливає на розвиток інтуїтивності відчуття власного тіла, що може призводити до порушень харчової поведінки: наприклад, особа може нехтувати фізіологічними сигналами голоду та ситості. Саме тому респонденти, котрі мають мало розвинену інтуїтивність власного тіла, більше схильні до виникнення порушень харчової поведінки, що своєю чергою призводить до більшої актуалізації механізму диспозиційного викривлення, попри всю його шкоду.

Досліджувані з емоціогенною харчовою поведінкою демонструють вибіркоче фокусування на певних аспектах харчування (напр., кореляція з інтуїтивністю харчування), що відповідає механізмам диспозиційної атрибуції. Активність у соціальних мережах створює механізм диспозиційної вибіркочості сприймання тіла через кореляцію самопрезентації з селфетісом, що вказує на орієнтацію на створення ідеалізованого цифрового образу. А кореляція між кіберкомунацією та активністю в соціальних мережах відображає сприймання соціальних стандартів краси та адаптацію до них.

Отже, механізм диспозиційної вибіркочості сприймання зовнішності актуалізується у відповідь на контент, пов'язаний зі світлинами зовнішності інших, формуються власні когнітивні переконання стосовно того, якою має бути фігура, яким має бути тіло в цілому. А в результаті формування таких

переконань з орієнтацією лише на зовнішні чинники особистість поступово втрачає контакт із собою.

Другим здійснювався аналіз психологічних механізмів відображення інформації. Респонденти відповідали на запитання в анкеті, чи використовували вони дієти в своєму житті. Схвально відповіли 125 респонденти (49.8%); не використовували дієти 124 особи (49.4%); використовували, але лише за медичними рекомендаціями 2 респонденти (0.8%) (табл. 3.2).

За параметрами загальної інформації аналіз середнього арифметичного показника віку досліджуваних демонструє, що у двох групах респонденти підпадають під період молодості ($Me=26.9$; 25.7). Показник індексу маси тіла у двох групах у межах норми ($Me=22.9$; 21.7).

За параметром особливостей харчової поведінки виявлено, що за шкалою обмежувальної харчової поведінки група, що використовувала дієти ($Me=2.5$), більш сувора до власного харчування, в групі осіб, які не використовували дієти, показник демонструє значно меншу схильність обмежувати себе в їжі ($Me=1.9$). За шкалою емоціогенної харчової поведінки в групі людей, які використовували дієти в своєму житті, наявна схильність «заїдати» у відповідь на стрес ($Me=2.4$), а у групі без використання дієт ($Me=1.9$) досліджувані не є схильними до такої поведінки. Шкала екстернальної харчової поведінки продемонструвала, що респонденти даних груп мають показник близький до середнього ($Me=2.8$; 2.7).

За шкалами опитувальника інтуїтивності харчування загальний показник інтуїтивності харчування у двох групах на середньому рівні ($Me=3.2$; 3.2). За шкалою безумовного дозволу на їжу низький рівень виявився у респондентів, що не використовували дієти ($Me=3$), а група, в якій досліджувані використовували дієти ($Me=3.1$), демонструє середній рівень інтуїтивності. Шкала їжі з огляду на фізичний голод у всіх групах на середньому рівні ($Me=3.1$; 3.2). Шкала покладання на сигнали голоду та ситості у респондентів обох груп виявила показник на середньому рівні ($Me=3.4$; 3.7). Також і за шкалою гармонії їжі і тіла у даних групах показник знаходиться в середньому діапазоні ($Me=3.6$; 3.5).

За параметром особливостей використання соціальних мереж за шкалою рівня активності використання медіа у всіх групах респондентів було виявлено високий рівень ($Me=8.7$; 8.6). За шкалою рівня активності в соціальних мережах у респондентів даних груп виявлено середній рівень ($Me=10.8$; 10.7). Шкала особливостей самопрезентації продемонструвала, що у респондентів зазначених груп показник перебуває на низькому рівні ($Me=13$; 13.1). Досліджувані усіх груп ($Me=13.4$; 13.1) мають низький рівень за шкалою встановлення контактів.

За опитувальником на виявлення кіберадикції шкала кіберкомунікації демонструє можливий рівень 1-го ступеня кіберадикції в досліджуваних у групі, що не використовувала дієти ($Me=36.2$), а показник групи досліджуваних, які використовували дієти ($Me=34.6$), відповідає нормі. Стосовно шкали селфетісу в усіх досліджуваних даних груп результати знаходяться у межах норми ($Me=25.2$; 26.1).

Таблиця 3.2

**Порівняльний аналіз середніх значень за параметром
використання дієт у власному житті**

Назва шкали опитувальника (n – кількість респондентів)	Так n=125	Ні n=124
Вік	26.9	25.7
Індекс маси тіла	22.9	21.7
Обмежувальна харчова поведінка	2.5	1.9
Емоціогена харчова поведінка	2.4	1.9
Екстернальна харчова поведінка	2.8	2.7
Загальна інтуїтивність харчування	3.2	3.2
Безумовний дозвіл на їжу	3.1	3
Їжа з огляду на фізичний голод	3.1	3.2
Покладання на сигнали голоду/ситості	3.4	3.7
Гармонія їжі і тіла	3.6	3.5

Рівень активності використання медіа	8.7	8.6
Рівень активності в соціальних мережах	10.8	10.7
Особливості самопрезентації	13	13.1
Встановлення контактів	13.4	13.1
Кіберкомунікація	34.6	36.2
Селфетіс	25.2	26.1

Кореляційний аналіз Спірмена продемонстрував такі значущі зв'язки в групі респондентів, що використовували дієти (додаток Е): шкала обмежувальної харчової поведінки корелює зі шкалою загальної інтуїтивності харчування ($p=0.00603$); шкала емоціогенної харчової поведінки корелює зі шкалами сигналів ситості ($p=0.00216$) та кіберкомунікації ($p=0.00137$); шкала екстернальної харчової поведінки корелює зі шкалою безумовного дозволу на їжу ($p=0.01065$) та шкалою кіберкомунікації ($p=0.04405$); шкала загальної інтуїтивності харчування в даній групі корелює зі шкалою самопрезентації ($p=0.01524$); шкала сигналів ситості має зв'язок зі шкалами самопрезентації ($p=0.00451$) та кіберкомунікації ($p=0.02020$); шкала самопрезентації корелює зі шкалою гармонії їжі і тіла ($p=0.00248$) та шкалою селфетісу ($p=0.01315$); шкала встановлення контактів корелює зі шкалою кіберкомунікації ($p=0.02313$).

В групі респондентів, які не використовували дієти в житті, виявлено такі статистично значущі зв'язки (додаток Е): шкала обмежувальної харчової поведінки корелює зі шкалами безумовного дозволу на їжу ($p=0.00243$), сигналів ситості ($p=0.00203$) та селфетісу ($p=0.04800$); шкала емоціогенної харчової поведінки проявила зв'язок зі шкалами загального рівня інтуїтивності харчування ($p=0.00472$), безумовного дозволу на їжу ($p=0.02446$), кіберкомунікації ($p=0.00002$) та селфетісу ($p=0.00217$); шкала екстернальної харчової поведінки корелює зі шкалою загального рівня інтуїтивності харчування ($p=0.00404$), шкалою безумовного дозволу на їжу ($p=0.02049$), шкалою активності в мережі ($p=0.04810$) та шкалою кіберкомунікації ($p=0.00114$); шкала загального рівня інтуїтивності харчування корелює зі

шкалою самопрезентації ($p=0.04258$); шкала їжа з огляду на фізичний голод має зв'язок зі шкалою кіберкомунікації ($p=0.03416$); шкала сигналу ситості корелює зі шкалою селфетісу ($p=0.01684$); шкала гармонії їжі і тіла проявила зв'язок зі шкалою встановлення контактів ($p=0.03736$); шкала активності в медіа – зв'язок зі шкалою кіберкомунікації ($p=0.02329$); шкала активності в соціальних мережах проявила кореляції зі шкалами кіберкомунікації ($p=0.00095$) та селфетісу ($p=0.00003$); шкала самопрезентації продемонструвала зв'язок зі шкалою селфетісу ($p=0.00024$).

Аналізуючи виявлені кореляції, можемо дійти до висновків, що група респондентів, які використовували дієти, продемонструвала зв'язок між обмежувальною харчовою поведінкою та загальним рівнем інтуїтивності харчування. Це може вказувати на те, що ці досліджувані можуть більшою мірою прислухатись до власної інтуїтивності в харчуванні. Кореляція емоціогенної харчової поведінки із сигналами ситості і шкалою кіберкомунікації свідчить про те, що така харчова поведінка може впливати на сигнали ситості та взаємодію в інтернеті. Шкала екстернальної харчової поведінки проявила зв'язок зі шкалою безумовного дозволу на їжу та шкалою кіберкомунікації, що своєю чергою може свідчити про те, що зовнішні чинники харчової поведінки пов'язані з відсутністю обмежень у харчуванні та активністю в соціальних мережах. Також в даній групі наявний зв'язок між загальною інтуїтивністю харчування та самопрезентацією, це вказує на те, що інтуїтивність харчування залежить від презентації себе, у цьому випадку, від власної зовнішності. Сигнали ситості корелюють із самопрезентацією та кіберкомунікацією. Це може свідчити про те, що сприйняття сигналів ситості також пов'язане з онлайн-взаємодією.

У групі досліджуваних, які не використовували дієти, обмежувальна харчова поведінка корелює з безумовним дозволом на їжу, сигналами ситості та селфетісом. Такі зв'язки можуть свідчити про те, що обмеження харчування можуть мати меншу вагу і респонденти власне менше обмежують себе в харчуванні. Порівняльний аналіз підтверджує дані показники (див. табл. 3.2),

адже обмеження спостерігаються не в даній групі ($Me=1.9$), а в групі, де дієти використовували ($Me=2.5$).

Шкала емоціогенної харчової поведінки має зв'язки зі шкалами загального рівня інтуїтивності харчування, безумовного дозволу на їжу, кіберкомунації та селфетісу, тобто емоційне харчування пов'язане з інтуїтивністю, відсутністю обмежень та онлайн-взаємодії. Подібні кореляції має екстернальна харчова поведінка, за винятком шкали селфетісу.

Розглядаючи загальні тенденції результатів емпіричного дослідження, можемо підтвердити такі виявлені закономірності.

Емоційне харчування продемонстровано у кореляціях емоціогенної харчової поведінки та сигналами ситості, кіберкомунації та селфетісу. Це вказує на те, що емоції можуть відігравати значну роль у харчових виборах, і люди часто використовують їжу як засіб регуляції емоцій.

Іншим результатом є те, що хоча інтуїтивність харчування не пов'язана безпосередньо з емоційною оцінкою, але вона передбачає усвідомлення внутрішніх сигналів для регулювання власної харчової поведінки, що може охоплювати сприйняття голоду і ситості. Респонденти, які використовували дієти в житті, більш схильні «заїдати» у відповідь на емоції ($Me=2.4$), а також менше прислухаються до сигналів ситості і голоду ($Me=3.4$). А також менше споживають їжі у відповідь на фізичний голод ($Me=3.1$), що відповідає низькому рівню інтуїтивності (див. табл. 3.2).

Якщо розглядати дані результати з точки зору задіяних механізмів, то механізм емоційної оцінки стилю харчування – це спосіб харчування, що формується у людини на основі емоційного ставлення, його виникнення та розвиток відбувається, в тому числі, через контент соціальних мереж, що стосується тем харчування та зовнішності. Адже такий контент навмисне викликає емоційну реакцію в споживачів, і з часом такий підхід може витіснити індивідуальні особливості життєвої ситуації людини, призводячи до індивідуальних обмежень та заборон у харчуванні.

Також важливим висновком є те, що досліджувані, які використовують дієти, мають кореляції між обмежувальною харчовою поведінкою та

інтуїтивністю харчування. Такий зв'язок може свідчити про те, що когнітивні процеси, такі як контроль над споживанням їжі, відіграють важливу роль у формуванні харчових виборів. Кореляції між стилями харчової поведінки і кіберкомунацією та самопрезентацією вказують, що когнітивні процеси щодо зовнішнього образу та онлайн-взаємодії впливають на харчові вибори та поведінку.

Таким чином, ще один механізм – когнітивної процесуальності стилю харчування: відповідно до емоційної реакції особистість починає категоризувати корисне і некорисне для себе; когнітивна процесуальність проявляється у формуванні упереджень стосовно певних стилів харчування; такі уявлення про себе та власне тіло під впливом цифрового середовища починають переноситись на реальне життя.

Третьою групою є механізми соціальної зумовленості інформаційної поведінки. Респонденти відповідали на запитання в анкеті про те, як часто вони звертають увагу на фігури інших людей у соціальних мережах. Серед запропонованих варіантів відповідей були такі: ніколи – 53 особи (21.1%); іноді відповіли 143 респонденти (56.9%); часто – 39 учасники (15.5%); завжди відповіли лише 16 людей (6.5%) (див. табл. 3.3).

За параметрами загальної інформації про респондентів аналіз середнього арифметичного показника віку демонструє, що всі групи підпадають під період молодості ($Me=26.7$; 26.4 ; 26.2 ; 22.6). За показником індексу маси тіла у всіх чотирьох групах показник знаходиться в межах норми ($Me=20.8$; 22.3 ; 23.6 ; 23.7).

За параметром особливостей харчової поведінки виявлено, що за шкалою обмежувальної харчової поведінки група, що ніколи не звертає уваги на фото ($Me=1.5$) і група, в якій іноді звертають увагу (2.1), взагалі не надають значення певним обмеженням та правилам у власному харчуванні. Респонденти, які часто звертають увагу на фігури інших в соціальних мережах ($Me=2.7$), більш схильні до обмежень, а досліджувані, які завжди звертають увагу ($Me=3.6$), є занадто суворими у правилах та обмеженнях стосовно процесу їди.

За шкалою емоціогенної харчової поведінки лише респонденти, які не звертають увагу на фото ($Me=1.8$), не схильні «заїдати» у відповідь на стрес, що характерне для осіб інших трьох груп ($Me=2.2$; 2.6 ; 2.5). Шкала екстернальної харчової поведінки продемонструвала, що респондентам груп, які ніколи ($Me=2.6$) та іноді звертають увагу на фото ($Me=2.7$), не схильні їсти у відповідь на зовнішні стимули. А ось особи, які часто ($Me=3.2$) та завжди звертають увагу на інших ($Me=3.2$), властиво споживати їжу через зовнішні стимули.

За шкалами опитувальника інтуїтивності харчування загальний показник у трьох перших групах виявився на середньому рівні ($Me=3.3$; 3.2 ; 3.1), лише респонденти, які завжди звертають увагу на фото інших, мають низький рівень ($Me=3$). За шкалою безумовного дозволу на їжу низький рівень виявився у респондентів, які ніколи ($Me=3$) та іноді звертають увагу на фото ($Me=3$), а групи, в яких особи часто та завжди звертають увагу, – середній рівень ($Me=3.3$; 3.1). Шкала їжі з огляду на фізичний голод у всіх групах отримала середній рівень ($Me=3.3$; 3.1 ; 3.1 ; 3.1). Шкала покладання на сигнали голоду та ситості в респондентів, що ніколи не звертають увагу, має високий рівень ($Me=4$), середній рівень – у групах іноді ($Me=3.6$) та часто ($Me=3.2$), а низький рівень – у групі респондентів, які завжди звертають увагу на фото ($Me=2.7$). За шкалою гармонії їжі і тіла високий рівень у респондентів, які ніколи ($Me=3.7$) та часто звертають увагу ($Me=3.7$), а середній – у респондентів, що іноді ($Me=3.5$) та завжди ($Me=3.1$) звертають увагу на фото фігур інших.

За параметром особливостей використання соціальних мереж рівень активності використання медіа у всіх групах респондентів високий ($Me=8.6$; 8.6 ; 8.8 ; 8.9). За шкалою рівня активності в соціальних мережах у респондентів даних груп середній рівень ($Me=10.6$; 10.8 ; 11 ; 11.1). Шкала особливостей самопрезентації продемонструвала, що у всіх респондентів даних груп низький її рівень ($Me=13.3$; 12.9 ; 13.6 ; 13.5). Досліджувані групи, в якій ніколи не звертають увагу на фото ($Me=12.8$), низький рівень, в усіх інших групах цей показник у діапазоні середнього рівня ($Me=13.4$; 13.6 ; 13.1).

За опитувальником на виявлення кіберадикції шкала кіберкомунікації демонструє можливий рівень 1-го ступеня кіберадикції у досліджуваних груп,

що часто ($Me=37.7$) та завжди звертають увагу на тіла інших ($Me=37.9$), а групи, в яких ніколи ($Me=33.3$) та рідко ($Me=35.4$) звертають увагу на фото інших в соціальних мережах, рівень відповідає нормі. Стосовно шкали селфетісу, то в усіх досліджуваних даних груп результати знаходяться у межах норми ($Me=23.3$; 26; 25.7; 29.2).

Таблиця 3.3

**Порівняльний аналіз середніх значень за параметром
звертання уваги на фото інших у соціальних мережах**

Назва шкали опитувальника (n – кількість респондентів)	Ніколи n=53	Іноді n=143	Часто n=39	Завжди n=16
Вік	26.7	26.4	26.2	22.6
Індекс маси тіла	20.8	22.3	23.6	23.7
Обмежувальна харчова поведінка	1.5	2.1	2.7	3.6
Емоціогена харчова поведінка	1.8	2.2	2.6	2.5
Екстернальна харчова поведінка	2.6	2.7	3.2	3.2
Загальна інтуїтивність харчування	3.3	3.2	3.1	3
Безумовний дозвіл на їжу	3	3	3.3	3.1
Їжа з огляду на фізичний голод	3.3	3.1	3.1	3.1
Покладання на сигнали голоду/ситості	4	3.6	3.2	2.7
Гармонія їжі і тіла	3.7	3.5	3.7	3.1
Рівень активності використання медіа	8.6	8.6	8.8	8.9
Рівень активності в соціальних мережах	10.6	10.8	11	11.1
Особливості самопрезентації	13.3	12.9	13.6	13.5
Встановлення контактів	12.8	13.4	13.6	13.1
Кіберкомунікація	33.3	35.4	37.7	37.9
Селфетіс	23.3	26	25.7	29.2

Кореляційний аналіз за Спірменом продемонстрував такі значущі зв'язки в групі респондентів, які ніколи не надають значення зображенням фігури

інших людей в соціальних мережах (додаток Є): шкала емоціогенної харчової поведінки корелює зі шкалою кіберкомунікації ($p=0.02558$); шкала екстернальної харчової поведінки корелює зі шкалою кіберкомунікації ($p=0.00007$); шкала загального рівня інтуїтивності харчування корелює зі шкалою встановлення контактів ($p=0.03808$); шкала кіберкомунікації корелює зі шкалою активності в медіа ($p=0.04141$), шкалою активності в соціальних мережах ($p=0.02659$) та шкалою самопрезентації ($p=0.02824$); шкала селфетісу корелює зі шкалами активності в соціальних мережах ($p=0.00480$) та самопрезентації ($p=0.01562$).

В групі респондентів, що іноді звертають увагу на фото, продемонстровано такі статистично значущі зв'язки: шкала обмежувальної харчової поведінки має зв'язок зі шкалою безумовного дозволу на їжу ($p=0.00829$), шкалою сигналів ситості ($p=0.00211$) та шкалою самопрезентації ($p=0.03461$); шкала емоціогенної харчової поведінки демонструє зв'язок зі шкалою загального рівня інтуїтивності харчування ($p=0.00011$), шкалою безумовного дозволу на їжу ($p=0.00190$), шкалою гармонії їжі і тіла ($p=0.01826$), шкалою активності в соціальних мережах ($p=0.03940$), шкалою кіберкомунікації ($p=0.00120$) та шкалою селфетісу ($p=0.04826$); шкала екстернальної харчової поведінки продемонструвала зв'язок зі шкалами загального рівня інтуїтивності харчування ($p=0.00079$) та безумовного дозволу на їжу ($p=0.01993$); шкала гармонії їжі і тіла корелює зі шкалами самопрезентації ($p=0.02061$) та встановлення контактів ($p=0.01204$); шкала кіберкомунікації корелює зі шкалою активності в медіа ($p=0.01905$) та шкалою встановлення контактів ($p=0.00261$); шкала селфетісу корелює зі шкалами самопрезентації ($p=0.00052$) та встановлення контактів ($p=0.00456$).

В групі, де часто звертають увагу на зображення фігур інших людей в соціальних мережах, продемонстровано такі статистично значущі зв'язки: шкала емоціогенної харчової поведінки корелює зі шкалою сигналів ситості ($p=0.04532$); шкала екстернальної харчової поведінки корелює зі шкалами встановлення контактів ($p=0.02615$) та кіберкомунікації ($p=0.03131$); шкала гармонії їжі і тіла корелює зі шкалою самопрезентації ($p=0.00878$); шкала

селфетісу корелює зі шкалою активності в соціальних мережах ($p=0.00158$) та шкалою самопрезентації ($p=0.01790$).

У групі респондентів, які відповіли, що завжди звертають увагу на фігури інших на фото в соціальних мережах, за результатами кореляційного аналізу було виявлено такі статистично значущі зв'язки: шкала обмежувальної харчової поведінки продемонструвала зв'язок зі шкалою сигналів ситості ($p=0.00717$) та шкалою активності в соціальних мережах ($p=0.00807$); шкала екстернальної харчової поведінки має значущу кореляцію зі шкалою активності в соціальних мережах ($p=0.03445$); шкала активності в соціальних мережах також має кореляцію зі шкалою кіберкомунікації ($p=0.02740$).

На основі результатів чотирьох груп респондентів, які відрізняються за рівнем уваги до зображень фігур інших людей в соціальних мережах, можна сформулювати наступні загальні висновки для кожної з груп.

У групі тих, які ніколи не звертають увагу на зображення фігур інших людей, виявлено обмежену кількість значущих кореляцій, що свідчить про слабший зв'язок між харчовою поведінкою та активністю в соціальних мережах порівняно з іншими групами. Емоціогенна та екстернальна харчова поведінка у них мають зв'язок з кіберкомунікацією, що може вказувати на те, що навіть у людей, які не звертають увагу на зображення фігур, спілкування в мережі може впливати на їхні емоційні та зовнішньо зумовлені харчові звички. Інтуїтивність харчування корелює з установленням контактів, що може свідчити про зв'язок між соціальною взаємодією та усвідомленим підходом до харчування. Кіберкомунікація тісно пов'язана з іншими аспектами активності в соціальних мережах (активність у мережі, самопрезентація), а селфетіс має зв'язок із самопрезентацією та активністю в мережі, що підкреслює можливу важливість самовираження в даній групі.

В групі, де іноді звертають увагу на зображення фігур інших людей, виявлено, що респонденти демонструють найбільшу кількість значущих кореляцій, що вказує на складну взаємодію між харчовою поведінкою, інтуїтивним харчуванням і соціальною активністю. Обмежувальна харчова поведінка пов'язана з безумовним дозволом на їжу, сигналами ситості та

самопрезентацією, що може свідчити про вплив соціального тиску на контроль за власним харчуванням. Емоціогенна харчова поведінка має численні зв'язки, зокрема, з інтуїтивністю харчування, безумовним дозволом на їжу, гармонією їжі і тіла, кіберкомунікацією, активністю в соціальних мережах і селфетісом, що може вказувати на сильний вплив емоційних факторів і соціального середовища на харчові звички. Екстернальна харчова поведінка пов'язана з інтуїтивністю та безумовним дозволом, що підкреслює вплив зовнішніх стимулів на харчування.

Група, яка часто звертає увагу на зображення фігур інших людей, продемонструвала, що емоціогенна харчова поведінка пов'язана лише з сигналами ситості. Це може вказувати на те, що зовнішні візуальні сигнали в соціальних мережах можуть впливати на харчові вибори через механізм ситості. Екстернальна харчова поведінка має зв'язок із встановленням контактів та кіберкомунікацією, який може свідчити про те, що для цих осіб значну роль у харчуванні відіграє соціальна взаємодія. Шкала гармонії їжі і тіла корелює зі шкалою самопрезентації, що підкреслює роль соціальних мереж у формуванні образу себе та впливу на харчові вибори через механізм самопрезентації.

У групі респондентів, що завжди звертають увагу на фігури інших людей, обмежувальна харчова поведінка має зв'язок із сигналами ситості та активністю в соціальних мережах. Це свідчить про те, що ці особи можуть обмежувати свою дієту під впливом зовнішніх онлайн-факторів, таких як порівняння з іншими. Екстернальна харчова поведінка корелює з активністю в соціальних мережах, що підкреслює роль зовнішніх онлайн-факторів у харчових виборах. Активність у соціальних мережах корелює з кіберкомунікацією, що вказує на важливість онлайн-взаємодії в цій групі.

У респондентів, які ніколи не надають значення зображенням фігур інших людей, кореляція між емоціогенною харчовою поведінкою та кіберкомунікацією може свідчити про те, що соціальні норми щодо зовнішності впливають на емоційне харчування через онлайн-комунікацію, навіть якщо вони не звертають уваги на зовнішність інших. Це може бути пов'язано з внутрішніми процесами інтеріоризації соціальних норм, які формуються під впливом онлайн-інформації.

У тих, хто завжди звертає увагу на фігури інших, кореляція між обмежувальною харчовою поведінкою та активністю в соціальних мережах може вказувати на те, що соціальні норми щодо зовнішності інтеріоризуються через порівняння з іншими в соціальних мережах. Відповідно це може свідчити про механізм інтеріоризації соціальних норм зовнішності, який діє тоді, коли рекомендації та контент цифрового середовища формують у людей власну систему цінностей і норм, а відтак і певний ідеал тіла; особа приймає або відхиляє стандарти зовнішності, які з часом накладаються на власне тіло та формують його самооцінку з подальшими частими обмеженнями в їжі.

Кореляція між екстернальною харчовою поведінкою та встановленням контактів у респондентів, які часто звертають увагу на зображення фігур інших людей, свідчить про те, що соціальне порівняння тіла в соціальних мережах впливає на харчові рішення через соціальну взаємодію та порівняння з іншими. У тих, хто іноді звертає увагу на зовнішність інших, кореляція між емоціогенною харчовою поведінкою та активністю в соціальних мережах може вказувати на те, що саме порівняння тіла в цифровому середовищі може відігравати важливу роль і впливає на емоційне харчування. Така динаміка може формувати механізм рефлексивного порівняння тіла – залучення до контенту, пов'язаного із зображеннями фігур інших, що формує часті порівняння себе з нереальними формами на зображеннях; такі викривлені та відредаговані зображення є нереалістичними, відтак порівнювання себе з ними призводить до меншого «прислухання» користувачів до власного тіла.

Формуючи ставлення до власного тіла, особистість формує для себе і певний тип наслідування, за яким прагне змінювати своє тіло. Відповідно до наших результатів, респонденти, які часто та завжди звертають увагу на фігури інших людей в соціальних мережах, продемонстрували кореляції між екстернальною харчовою поведінкою та активністю в соціальних мережах. Це може свідчити про те, що зовнішність інших розглядається як певний стандарт, який впливає на харчові рішення через зовнішні чинники, зокрема, такі, як контент соціальних мереж. Також важливим тут є показник самопрезентації: у досліджуваних даних груп цей показник вищий за інших ($M_e=13.6$; 13.1) (див.

табл. 3.3). У цьому випадку ми можемо говорити про механізм визнання авторитетності зовнішності: користувачі, які проводять значну кількість часу в онлайн-середовищі, формують для себе критерії правдивості, які ґрунтуються на суб'єктивній оцінці впливовості джерел інформації.

Проекуючи описані результати на вищезазначені групи механізмів інформаційного впливу на особистість, ми визначили сім психологічних механізмів регуляції харчової поведінки осіб молодого віку.

До механізмів особистісно зумовленої інформаційної поведінки належать механізм диспозиційного викривлення відчуття тіла та механізм диспозиційної вибірковості сприймання зовнішності.

До групи механізмів процесу відображення інформації входять механізм емоційної оцінки стилю харчування та механізм когнітивної процесуальності стилю харчування.

Серед механізмів соціально зумовленої інформаційної поведінки ми виділили механізм інтеріоризації соціальних норм зовнішності, механізм рефлексивного порівняння тіла та механізм визнання авторитетності зовнішності.

3.2. Особливості прояву психологічних механізмів регуляції харчової поведінки на різних стадіях молодого віку

Наступним етапом дослідницької роботи став розгляд виявлених механізмів відповідно до параметрів вікової періодизації. Такий підхід дав змогу проаналізувати, на якому віковому етапі вплив соціальних мереж може призводити до негармонійної харчової поведінки чи її порушень. Адже проблема впливу соціальних мереж на молодих користувачів полягає в тому, що і віртуальний світ, і його користувачі стають референтною групою, яка примушує особу дослухатися до їхніх норм. Проте такі норми часто є нереалістичними і можуть призводити до страждань.

За віковою періодизацією вся вибірка досліджуваних була розподілена на чотири групи: *юність* – від 18 до 20 років, 112 респондентів (48%); *молодість* – діапазон варіюється від 21 до 27 років, 57 респондентів (24.4%); *дорослість* –

діапазон 28-35 років, 38 респондентів (16.3%); *зрілість* – від 36 до 45 років, 26 респондентів (11.3%).

Відповідно до вікового розподілу серед респондентів категорії *юності* хочуть схуднути 44 респонденти (39.2%), набрати м'язову масу 31 особа (27.6%), а задоволені фігурою 37 досліджуваних (33.2%). Також в цій категорії 52 (46.4%) використовували дієти у власному житті, а не застосовували дієтичні практики 58 (51.7%) респондентів. Стосовно звертання уваги на зображення з фігурами інших людей, то ніколи не звертають увагу 25 респондентів (22.3%), іноді 63 (56.2%), часто звертають увагу 16 (14.2%) та завжди звертають увагу 8 (6.5%).

Серед вікової категорії *молодості* хочуть схуднути 22 особи (38.5%), хочуть набрати м'язову масу 31 (27.6%), а задоволені власною фігурою 15 осіб (26.3%). Використовували дієти у житті 25 респондентів (43.8%), а не вдавалися до таких практик 32 (56.1%). Ніколи не звертають увагу на фігури інших на зображеннях у соціальних мережах 9 (15.7%), іноді 33 (57.9%), часто 11 (19.2%) та завжди звертають увагу – 4 (7%).

В категорії *зрілості* схуднути бажають 19 (50%), набрати м'язову масу всього 5 досліджуваних (13.1%) та задоволені тілом 13 осіб (34.2%). Стосовно використання дієт, то 26 осіб (68.4%) використовували дієтичні практики, а 12 (31.5%) не використовували. За параметром звертання уваги на фото в даній групі виявилось, що ніколи не звертають увагу 10 (26.3%), іноді 18 (47.3%), часто 6 осіб (15.7%), завжди відповіли 4 респонденти (10.5%).

Категорія *дорослості* продемонструвала, що хочуть схуднути 14 (53.8%), прагнуть набрати м'язову масу 5 (19.2%) та задоволені власною фігурою 7 осіб (26.9%). Використовували дієти 12 (46.1%) та не використовували дієти у власному житті 14 (53.8%). Ніколи не звертають увагу на фігури інших на зображеннях у соціальних мережах 5 (19.2%), іноді 17 (65.3%), часто 4 (15.3%) та «завжди звертають увагу» – 0 респондентів даної групи (див. табл. 3.4).

**Порівняльний аналіз кількості респондентів за відповідями на запитання
про ставлення до тіла, дієт, частоти звертання уваги на фото фігур**

Розподіл відповідей на запитання анкети ставлення до тіла, дієт, частоти звертання уваги на фото фігур (n – кількість респондентів)	18-20 n=112	21-27 n=57	28-35 n=38	36-45 n=26
Хочуть схуднути	44	22	19	14
Хочуть набрати м'язову масу	31	20	5	5
Задоволені власною фігурою	37	15	13	7
Використовували дієти у власному житті	52	25	26	12
Не використовували дієт у власному житті	58	32	12	14
Ніколи не звертають уваги на фігури інших	25	9	10	5
Іноді вертають увагу на фігури інших	63	33	18	17
Часто звертають увагу на фігури інших	16	11	6	4
Завжди звертають увагу на фігури інших	8	4	4	0

Відповідно до наведеної вище інформації можемо описати такі загальні тенденції. Як серед юності, так і серед молодості спостерігається високий рівень незадоволеності власною фігурою, що мотивує до бажання схуднути або набрати м'язову масу. Використання дієт є поширеним явищем, хоча половина респондентів не застосовували дієтичні практики. Більшість респондентів групи молодості та юності досить часто звертають увагу на зображення фігур інших людей у соціальних мережах, що може впливати на їхнє ставлення до власного тіла та формувати нереалістичні ідеали краси. У відносно старших вікових групах (зрілість і дорослість) домінує бажання схуднути, а рівень задоволеності власною фігурою дещо нижчий порівняно з молодшими групами. Використання дієт більш поширене серед категорії зрілості, але респонденти, що входять до групи дорослість більшою мірою не прибігають до дієтичних практик. З віком увага до зображень фігур інших людей у соціальних мережах поступово знижується, хоча періодичне звертання уваги залишається актуальним для багатьох респондентів.

Здійснення порівняльного аналізу за віковими категоріями продемонструвало (табл. 3.5), що за індексом маси тіла середні значення становлять від 21.3 до 24.5, що вказує на нормальну вагу в усіх вікових групах. Однак спостерігається тенденція до збільшення показника з віком.

Стосовно особливостей харчової поведінки респондентів, то за шкалами Нідерландського опитувальника харчової поведінки обмежувальна харчова поведінка зменшується з віком, так само як і емоціогенна харчова поведінка. Також респонденти даних груп схильні «заїдати» у відповідь на стрес ($Me=2.2-2$). Екстернальна харчова поведінка є найвищою в групі 21-27 років ($Me=3$). За шкалами інтуїтивного харчування виявлено, що шкала загальної інтуїтивності харчування» найвища у вікових групах 21-35 років ($Me=3.1$; 3.3 ; 3.3), а найнижча – у групі 36-45 років ($Me=2.7$). Шкала безумовного дозволу на їжу приблизно однакова у всіх групах і є на низькому рівні. Шкала їжі з огляду на фізичний голод має тенденцію до зниження з віком, шкала покладання на сигнали голоду/ситості найвищі показники виявила у групі 28-35 років ($Me=3.8$), що відповідає високому рівню. За шкалою гармонії їжі і тіла показники також найвищі в групі 28-35 років ($Me=4$).

У параметрі особливостей використання соціальних мереж виявлено, що рівень активності використання медіа відносно однаковий у всіх вікових групах і здебільшого відповідає високому рівню. Натомість рівень активності у соціальних мережах найвищий у наймолодшій ($Me=11.2$) групі та поступово знижується з віком. Шкала особливостей самопрезентації найбільш виражена у групі 18-20 років ($Me=13.7$), проте у всіх групах відповідає низькому рівню. За шкалою встановлення контактів показники приблизно однакові у всіх групах, але дещо вищий показник у групі 28-35 років ($Me=14$) – це єдина група, показник якої на середньому рівні, інші групи – з показниками низького рівня. Шкала кіберкомунації продемонструвала, що у групі 18-20 років показник найвищий ($Me=38.1$) та відповідає кіберадикції 1-го ступеня, а зі зростанням віку показник поступово зменшується. За шкалою селфетісу також найвищий показник у наймолодшій групі ($Me=27.5$) і поступово даний показник

зменшується з віком. З цього можемо зробити висновок, що кіберкомунікація та селфетіс більш важливі для молоді та втрачають значимість з віком.

Таким чином, за допомогою порівняльного аналізу виявлено, що з віком збільшується індекс маси тіла та знижується інтуїтивність у харчуванні. Активність у соціальних мережах, кіберкомунікація та схильність робити селфі зменшується з віком. Наймолодша вікова група найбільш активно використовує соціальні мережі для самопрезентації та кіберкомунікації.

Таблиця 3.5

Порівняльний аналіз середніх показників за віковим параметром

Назва шкали опитувальника (n – кількість респондентів)	18-20 n=112	21-27 n=57	28-35 n=38	36-45 n=26
Показник індексу маси тіла	21.3	21.5	21.5	24.5
Обмежувальна харчова поведінка	2.3	2	2.1	2.1
Емоціогена харчова поведінка	2.2	2.2	2	2.1
Екстернальна харчова поведінка	2.7	3	2.7	2.5
Загальна «інтуїтивність» харчування	3.1	3.3	3.3	2.7
Безумовний дозвіл на їжу	2.9	3	3.1	3
Їжа з огляду на фізичний голод	3.3	2.7	3.4	3
Покладання на сигнали голоду/ситості	3.4	3.7	3.8	3.4
Гармонія їжі і тіла	3.3	4	3.8	3.7
Рівень активності використання медіа	8.8	8.6	8.7	8.5
Рівень активності в соціальних мережах	11.2	10.7	11	9.8
Особливості саморезентації	13.7	12.5	12.1	12.8
Встановлення контактів	13.6	12.4	14	13.1
Кіберкомунікація	38.1	34.5	35.6	28.1
Селфетіс	27.5	24.5	25.9	20.8

Кореляційний аналіз за Спірменом у групі *юності* продемонстрував такі статистично значущі зв'язки. Шкала обмежувальної харчової поведінки

проявила прямий зв'язок зі шкалами безумовного дозволу на їжу ($p=0.03253$) та сигналів ситості ($p=0.00382$); шкала емоціогенної харчової поведінки корелює зі шкалами загального рівня інтуїтивності харчування ($p=0.00545$), їжі з огляду на фізичний голод ($p=0.00003$), кіберкомунікації ($p=0.00137$); шкала екстернальної харчової поведінки має зв'язок із загальним рівнем інтуїтивності харчування ($p=0.00151$), безумовним дозволом на їжу ($p=0.00725$), активністю в соціальних мережах ($p=0.01104$) та кіберкомунікацією ($p=0.00343$); шкала кіберкомунікації корелює зі шкалами їжі з огляду на фізичний голод ($p=0.00097$), самопрезентації ($p=0.03389$) та встановлення контактів ($p=0.00141$); шкала селфетісу корелює зі шкалою безумовного дозволу на їжу ($p=0.03056$) та шкалою сигналів ситості ($p=0.04095$).

В групі *молодості* кореляційний аналіз продемонстрував такі статистично значущі зв'язки. Шкала обмежувальної харчової поведінки проявила прямий зв'язок зі шкалою безумовного дозволу на їжу ($p=0.02804$), шкалою сигналів ситості ($p=0.00002$) та шкалою встановлення контактів ($p=0.04392$); шкала емоціогенної харчової поведінки корелює зі шкалами сигналів ситості ($p=0.04965$), встановлення контактів ($p=0.02153$) та селфетісу ($p=0.03576$); шкала селфетісу має кореляції зі шкалами безумовного дозволу на їжу ($p=0.00543$), активності в соціальних мережах ($p=0.01387$) та самопрезентації ($p=0.00105$).

Група *дорослості* продемонструвала такі статистично значущі зв'язки. Обмежувальна харчова поведінка прямо корелює зі шкалою сигналів ситості ($p=0.00984$); шкала емоціогенної харчової поведінки корелює зі шкалами сигналів ситості ($p=0.03491$), кіберкомунікації ($p=0.01102$) та селфетісу ($p=0.03666$); шкала активності використання соціальних мереж продемонструвала зв'язок зі шкалою кіберкомунікації ($p=0.00004$) та шкалою селфетісу ($p=0.00005$).

В групі *зрілості* виявлено такі статистично значущі кореляції. Шкала обмежувальної харчової поведінки корелює з активністю в медіа ($p=0.03514$); емоціогенна харчова поведінка – зі шкалами активність у медіа ($p=0.00812$), активність використання соціальних мереж ($p=0.03225$) та кіберкомунікація

($p=0.00324$); шкала екстернальної харчової поведінки корелює зі шкалами загального рівня інтуїтивності харчування ($p=0.03811$) та встановлення контактів ($p=0.00201$); шкала встановлення контактів корелює зі шкалою загального рівня інтуїтивності харчування ($p=0.02463$) та шкалою безумовного дозволу на їжу ($p=0.00749$); шкала гармонії їжі і тіла корелює зі шкалою самопрезентації ($p=0.02258$); шкала селфетісу корелює зі шкалами безумовного дозволу на їжу ($p=0.03674$), активності в медіа ($p=0.04282$), активності використання соціальних мереж ($p=0.00029$) та самопрезентації ($p=0.01912$); шкала кіберкомунації корелює зі шкалою активності використання соціальних мереж ($p=0.00758$).

Відповідно до результатів кореляційного аналізу та описаних раніше механізмів регуляції харчової поведінки можемо сформулювати наступні висновки відповідно до вікових категорій.

В групі *юності* обмежувальна харчова поведінка корелює з безумовним дозволом та сигналами ситості, такий зв'язок може бути пов'язаним з механізмом диспозиційного викривлення відчуття тіла та рефлексивним порівнянням тіла, коли молоді люди порівнюють своє тіло з іншими і можуть обмежувати харчування через незадоволеність власним зовнішнім виглядом. Емоціогенна харчова поведінка корелює із загальним рівнем інтуїтивності харчування та їжею з огляду на фізичний голод. Це може бути пов'язано з механізмом емоційної оцінки стилю харчування, коли процес їди використовується для регулювання емоцій та поділу продуктів на «хороші» та «погані». Екстернальна харчова поведінка продемонструвала зв'язок зі шкалами загального рівня інтуїтивності харчування та активності в соціальних мережах. Такий результат може бути пов'язаний з механізмом інтеріоризації соціальних норм, коли люди приймають зовнішні впливи щодо харчування через соціальні мережі.

У групі *молодості* виявлено, що шкала обмежувальної харчової поведінки корелює зі шкалами безумовного дозволу на їжу та встановлення контактів. Це може бути пов'язано з механізмом рефлексивного порівняння тіла, адже молоді люди часто порівнюють своє тіло з іншими під впливом соціальної комунікації.

Шкала емоціогенної харчової поведінки корелює зі шкалою сигналів ситості, шкалою встановлення контактів та шкалою селфетісу. Такі зв'язки можуть бути пов'язані з механізмом емоційної оцінки стилю харчування та механізмом визнавання авторитетності зовнішності, коли емоції та зовнішність впливають на харчові вибори. Механізм інтеріоризації соціальних норм може бути продемонстрований кореляціями шкали селфетісу зі шкалами безумовного дозволу на їжу та активності в соціальних мережах, адже користувачі переймають соціальні норми щодо зовнішності з цифрового середовища і від того формують певний образ ідеального тіла.

Для групи респондентів *дорослості* кореляційний аналіз показав, що шкала обмежувальної харчової поведінки корелює лише зі шкалою сигналів ситості. Такий зв'язок може вказувати на механізм когнітивної процесуальності стилю харчування, коли дорослі люди використовують певні стратегії для контролю над своїм стилем харчування. Шкала емоціогенної харчової поведінки корелює зі шкалами сигналів ситості, кіберкомунації та селфетісу. У таких взаємозв'язках можна простежити механізм емоційної оцінки стилю харчування, коли емоції продовжують впливати на харчові вибори, незважаючи на вік. Механізм інтеріоризації соціальних норм може бути продемонстрований через кореляції шкали активності використання соціальних мереж зі шкалами кіберкомунації та селфетісу. Так, дорослі люди під впливом соціальних мереж переймають норми харчування та зовнішності: що більше люди використовують соціальні мережі, то більше віртуальні норми стають звичними.

В найстаршій групі (*зрілість*) кореляційний аналіз вказує на наявність механізму когнітивної процесуальності, що демонструють кореляції обмежувальної харчової поведінки з активністю в медіа. Механізм може проявлятися, коли люди використовують запропоновані в соціальних мережах стратегії для контролю над власним харчуванням. Механізм емоційної оцінки стилю харчування продемонстровано через зв'язок емоціогенної харчової поведінки з активністю використання соціальних мереж та кіберкомунікацією. У цій групі селфетіс корелює з активністю в медіа та активністю використання

соціальних мереж, що, як і в попередній групі, вказує на механізм інтеріоризації соціальних норм.

Отже, на кожному з описаних вікових етапів молодого віку механізми регуляції харчової поведінки мають певну специфіку, що проявляються у взаємодії психологічних, соціальних та культурних чинників, що сукупно впливають на харчову поведінку.

3.3. Рекомендації щодо регуляції харчової поведінки молоді на основі виявлених психологічних механізмів

У підрозділі здійснено опис рекомендацій по роботі з людьми для налагодження механізмів регуляції харчової поведінки, адже в галузі психології існує ряд стратегій та підходів, спрямованих на регулювання невідповідної харчової поведінки й поліпшення ставлення до харчування. Серед них можна виділити такі методи психологічної допомоги, на які ми спираємось у запропонованих нами рекомендаціях: індивідуальне психологічне консультування – особисті консультації з психологом для з'ясування особистих факторів, що спричиняють невідповідну харчову поведінку, та розробки персоналізованих планів корекції; психотерапія – використання різних психотерапевтичних методів, таких як позитивна психотерапія, когнітивно-поведінкова терапія або психоаналітичний підхід, аби визначити і змінити деструктивні підходи до харчової поведінки; навчання вмінню рефлексії – освіта та підвищення усвідомленості про здорові харчові звички, правильне харчування та наслідки невідповідної харчової поведінки, а також гармонійного використання медіапрактик.

Для *групи механізмів особистісно зумовленої інформаційної поведінки*: механізм диспозиційного викривлення відчуття тіла та механізм диспозиційної вибіркості сприймання зовнішності – як рекомендації використано опис кейсів індивідуальної психологічної роботи. Для опису кейсу були використані рекомендації CARE: Розробка клінічної настанови з ведення клінічних випадків на основі консенсусу (Gagnier et al., 2013).

Для *групи механізмів процесу відображення інформації*: механізм емоційної оцінки стилю харчування, механізм когнітивної процесуальності стилю харчування – як рекомендації для регуляції даного механізму використано рефлексивні уміння та якості особистості, а також практики усвідомленості.

У *групі механізмів соціальної зумовленості інформаційної поведінки* (на основі факторів інформаційного суспільства): механізм інтеріоризації соціальних норм зовнішності; механізм рефлексивного порівняння тіла; механізм визнавання авторитетності зовнішності – описані рекомендації, що стосуються компетентностей усвідомленого використання соціальних мереж та профілактики кіберадикцій.

Так, спираючись на метод позитивної психотерапії, здійснено опис випадків та етапності роботи кейсів А та Б. Згідно з методом позитивної психотерапії, люди долають власні кризи, вирішуючи їх у тій сфері, де вони виникають. Або вони можуть «втекти» до інших сфер, щоб уникнути внутрішнього напруження, яке відчують у зв'язку з пережитим. Але тоді конфлікт не вирішується і це може призвести до негативних наслідків у житті в цілому. Модель балансу, представлена Н. Пезешкіаном, зображена у вигляді ромба для більшої наочності при аналізі проблемного питання. Кожен симптом має певну функцію для людини. Психотерапевт повинен бачити і спиратися на розуміння симптому як на дороговказ, який відкриває шлях до більш глибоких проблем (Sheremeta, 2024).

Раніше було описано роль симптому в темі порушень харчової поведінки як способу реагування на внутрішні переживання. Робота проводилась під час психологічної практики з підлітками, які страждають від розладів харчової поведінки у 2020-2023 роках на базі Хмельницького обласного медичного центру психічного здоров'я. У роботі було сформоване певне розуміння про вид та етапність роботи з даною категорією клієнтів. Робота проводилась з дівчатами – підлітками віком від 12 до 17 років, у яких були діагностовані нервова анорексія та нервова булімія.

У соціально-психологічній ситуації розвитку підлітків тіло є одним, а часто і єдиним об'єктом, на який вони можуть впливати. Саме через зміну форми та ваги тіла вони можуть досягати бажаного:

по-перше, це дає відчуття контролю над власним життям, що допомагає боротись з тривогою. Говорячи мовою методу позитивної психотерапії, вони можуть декомпенсувати власні переживання через певну сферу життя;

по-друге, впливаючи на життя через тіло, вони отримують схвалення від інших та від самих себе, що їм так вдалося змінитися на краще. На мові методу – вони задовольняють власні емоційні потреби у самоповазі та прийнятті.

Функції симптому існують для того, щоб допомогти людині впоратись з переживаннями, але це не той спосіб, завдяки якому можна розв'язати проблему. Саме тому симптом починає шкодити і в довготривалій перспективі може призводити до розвитку розладу психіки.

У методі позитивної психотерапії, який було взято за основу практичної взаємодії, психологічна допомога полягає в тому, що людські проблеми розглядаються як даність, яка є фактом, оскільки присутнє значення «positum». У конфлікті ми можемо побачити можливість і певний сенс того, чому людина робить саме те, що робить. Це невід'ємна частина психотерапевтичного процесу методу – побачити здорову «зону», на яку можна покластися (Sheremeta, 2024).

Конфлікт або криза в позитивній психотерапії аналізуються відповідно до моделі балансу, яка складається з чотирьох сфер життя: тіло (фізична сфера); діяльність (матеріальна сфера); контакти (соціальна сфера); фантазії / мрії (духовна сфера).

Використання моделі балансу для розширення усвідомлення власного життя та способів подолання стресу позитивно впливає на вміння саморегуляції. У терапевтичному процесі є важливим також розуміння ресурсів і вмінь клієнта працювати із стресом.

Зокрема робота над розширенням способів подолання стресу не лише за допомогою їжі та заняттями пов'язаними із покращенням тіла, має такі особливості: допомагає знизити інтенсивність переживань; розвиває навички

самодопомоги та саморегуляції; дає можливість набратись сил аби рухатись далі, в тому числі у психотерапевтичному процесі; водночас така робота допомагає опанувати навички рефлексії та сприймання емоцій як інформаторів, маркерів, які допомагають зрозуміти, що саме відбувається із людиною.

Кожну сферу балансної моделі варто використовувати в роботі над розширенням репертуару способів додання стресу та регулювання емоційних переживань. Можливість роботи з емоціями слід аналізувати, проговорювати і відпрацьовувати окремо, наприклад, на сесіях із фахівцем, у таких сферах.

1. *Робота з тілом:* дихання, розслаблення, фізична активність, турбота про базові потреби;

2. *Робота зі сферою (професійної) діяльності:* аналіз й проговорення навичок та вмінь, знань, які вже присутні в людини і вона може їх розвивати;

3. *Робота з соціальним середовищем (контакти):* перераховувати людей, які можуть допомогти впоратись з емоціями через спілкування, спільну діяльність;

4. *Робота зі сферою мрій, фантазій та майбутнього:* хобі, відеоконтент (фільми, серіали і т. п.), місця, де можна відреагувати емоції, здійснити давно задумане. Водночас нереальні персонажі та герої можуть бути прикладом для наслідування задля вирішення складних життєвих ситуацій.

Розуміння симптому в психотерапевтичному процесі вказує на попередні можливі цілі терапевтичної роботи та надання психологічної допомоги. Основним завданням є зрозуміти симптом, адже він виникає частіше за все як реакція на стрес, але попри його шкідливість нам не потрібно його механічно «забирати», а краще більше сконцентруватись на розширенні можливостей для опанування стресу. Такі рекомендації є ефективними при роботі на поведінковому рівні або ж актуальному, проте таке розуміння сприяє глибшому баченню клієнта та його проблеми, а також впливає на характер психотерапевтичних інтервенцій. Водночас для клієнта розуміння власного симптому саме по собі є важливим у процесі змін.

Ці напрацювання можуть бути корисними для регуляції механізмів диспозиційного викривлення відчуття тіла та диспозиційної вибірковості зовнішності. Адже робота над зміною сформованих викривлень надає змогу більшою мірою приймати власне тіло, відчувати його, а не діяти через викривлену призму стереотипів чи моди, що призводять лише до тривожного наслідування правил та обмежень і навряд чи формують довіру до себе.

Кейс А. Механізм диспозиційного викривлення відчуття тіла впливає на розвиток інтуїтивності відчуття власного тіла, що може призводити до порушень харчової поведінки – наприклад, особистість може нехтувати фізіологічними сигналами голоду та ситості. Саме тому респонденти, котрі мають слабо розвинену інтуїтивність власного тіла більше схильні до виникнення порушень харчової поведінки, що в свою чергу призводить до більшої стійкості механізму попри його шкоду.

Інформація про пацієнта з кейсу А. Клієнтка 23 років, неодружена, працює, не є релігійною. Звернулась зі скаргою на «несприймання» власного тіла та часті напади приступоподібного переїдання. Тривалість роботи – 15 сесій.

Основні симптоми та проблеми. У сфері тіла: приступи переїдання, самоушкодження, несприймання власного тіла, постійне відчуття виснаження. У сфері діяльності: апатія, небажання працювати. У сфері контактів – складнощі у взаємодії з іншими через постійне порівняння, коло оточення досить мале й від того мало підтримки та соціальної взаємодії. У сфері фантазій / сенсів часті роздуми про порівняння себе, провини й сором за вчинки та дії, загальна тривожність. Тривожність – це симптом, який підштовхував до активності, «постійно щось робити», але у зв'язку із актуалізацією почуття сорому стосовно як власної зовнішності, так і особистісного розвитку. Механізм диспозиційного викривлення відчуття тіла проявляється саме в тому, що особистість з часом перестає загалом сприймати і відчувати себе; починає все більше ставити на перше місце власну зовнішність та тіло, а афективна складова у вигляді інтеріоризованого сорому не дає від цього дистанціюватись. Через викривлення зовнішності людина не може звернути увагу на власні зони

розвитку й переваги, адже вона зосереджена на тому, що з нею «не так». Чим довше це триває, тим більше зовнішність починає витісняти інші сфери життя. Таким чином, «сенсом» життя стає вдосконалення тіла. В такому випадку соціальні мережі стають провідником нереалістичних стандартів краси. І не завжди це має бути певна інформаційна складова, пояснення чи ідеї, а як у цьому випадку, вистачало лише зображень більш струнких людей, що ними публікувались. Приступи переїдання та «ритуали очищення» після них були особистісною реакцією на постійний стрес. Через переїдання здійснюються спроби наповнитись та розслабитись, але приходить момент усвідомлення зриву, що породжує відчуття провини, самокритику та знецінення себе, а також, у крайніх випадках – самоушкодження (чому саме вживаємо термін «самоушкодження», а не «аутоагресія», бо штучне викликання блювоти є аутоагресією).

Анамнез медичний, соціальний: клієнтка зростала в повній сім'ї, батьки більшою мірою зосереджувались на функціональних потребах особистості. Діагностованих психічних розладів у родині зафіксовано не було. До батьків клієнтка не відчувала глибокого емоційного стосунку. Часто ходили на різного роду гуртки, які формували бажання досягати й розвиватись та водночас через неможливість виконувати певні вимоги формувалась критика себе. Раніше часто змінювала психологів, самі думки про схуднення були з 10-ти річного віку. Після обстеження щитовидної залози порушень не виявлено.

Результати минулих втручань: всі попередні втручання, за оцінкою клієнтки, їй не підходили і через це вона почала скептично ставитись до психологічної допомоги.

Клінічні результати: порушень на фізіологічному рівні, що потребували додаткових інтервенцій, не було.

Діагностична оцінка: відсутні додаткові інтервенції.

Терапевтичне втручання. Після клінічного обстеження було визначено, що потрібно працювати на симптоматичному рівні через формування дозволу на відпочинок, усвідомлення тривоги та спостереження за її протіканням. Також для вміння саморегуляції було навчено клієнтку вправі «Безпечне місце».

Окремо слід зазначити, що було використано методики з праці Л. Россі «Насолоджуйся кожним шматочком...», а саме, деякі з практик на усвідомлення та уповільнення, що допомагало опрацьовувати власні переживання, а не піддаватись тривозі.

На базовому рівні працювали із формування підтримуючого інтеріоризованого образу. Це надало змогу конфронтувати з постійною критикою та знеціненням себе. Окремо пропрацьовувались ситуації з батьківсько-дитячими стосунками через відчуття образи.

Подальші дії та результати. Після завершення основного етапу роботи була здійснена домовленість із клієнтом про профілактичні / підтримуючі сесії за потреби. Наразі клієнтка відчуває себе більшою мірою стабільно, нападів переїдання та очищення не було протягом 6-ти місяців. Іноді думки про зміну власного тіла й відчуття незадоволення собою виникають, проте за допомогою допоміжного інструментарію, соціальних стосунків, активну діяльність клієнтка може повернути себе до стану балансу й виконувати власні функціональні обов'язки, мати позитивні емоційні переживання й відчуття власної задоволеності. Наразі клієнтка розуміє можливі теми для подальшої роботи, проте було прийнято рішення про припинення регулярних психотерапевтичних сесій.

Обговорення. Через складність слідувати вимогам, брак підтримки та любові зі сторони значимих дорослих, клієнтка все більше формувала в собі відчуття «неокейності», що підтримувалось через критику, тривогу та знецінення. Було сформоване уявлення, що любов потрібно лише заслужити, а формою, яку вона обрала для себе, стало тіло. Сама клієнтка зазначала, що вбачала власну цінність лише у вигляді стрункого тіла, але це бажання ніколи не здійснювалось через те, що такі орієнтації та викривлення завжди мінливі, тому часто виникає відчуття, що цього ще недостатньо і варто далі змінюватись, худнути і т. п. Тут ми можемо простежити, що в такому вразливому і нестабільному досвіді під впливом зовнішніх тригерів, в тому числі, зображення соціальних мереж, механізми диспозиційного викривлення відчуття тіла та диспозиційної вибірковості зовнішності сприяють формуванню такому

нереалістичному стандарту краси. В стані вразливості соціальні мережі можуть виступати інструментом, який збільшує тиск на найбільш вразливі сфери життя. У зв'язку із тим, що особистість зосереджена на зовнішності, сфера тіла була вразливою і контент, пов'язаний із зображеннями фігур інших людей, спонукав до більшого несприймання себе та вимогливості до себе. Попри це особистість може не мати ресурсу та інструментів для зміни власного життя, через що механізми лише зміцнюються і можуть ставати ригідними.

Схиляємось до думки, що соціальні мережі ніколи не можуть бути єдиною причиною порушень харчової поведінки, це завжди підтримуючий, спонукаючий фактор того чи іншого відхилення. Важливо це усвідомлювати та вміти використовувати конструктивно.

Погляд з точки зору пацієнта. Окремим важливим процесом у такій роботі є підтримуюча позиція терапевта. У такому підході фахівець формує довірливу атмосферу, де клієнт може бути із собою. При цьому на глибинному рівні починає більше приймати себе, а також розуміє, що інші його теж можуть приймати, слухати, цінувати.

Інформована згода: клієнтка була ознайомлена із описом випадку і дала власну усну згоду на публікацію. Вона була проінформована, що особисті дані використовуватимуться лише з науковою метою. Також була проговорено, що інших даних використовуватись не буде і це затверджений варіант тексту.

Кейс Б. Механізм диспозиційної вибіркості зовнішності пов'язаний з фотографіями зовнішності інших, формуються власні когнітивні переконання стосовно того, якою має бути фігура, яким має бути тіло; у результаті, коли особа формує такі переконання, орієнтуючись лише на зовнішні чинники, вона поступово втрачає контакт з собою.

Інформація про пацієнта кейса Б. Клієнтка 20 років, неодружена, студентка. Робота тривала 10 сесій.

Основні симптоми та проблеми. Звернулась зі скаргою на переїдання та блювоту після того, як поїла. Думки про їжу та харчування стали постійними і вона відчувала, як «все інше починає витіснятись їжею», постійну невпевненість.

У сфері тіла клієнтка часто штучно викликала блювоту, була не задоволена власним виглядом, відчувала загальну втому організму. У сфері діяльності багато сил вкладала в навчання, що для неї завжди було стресом через непомірні навантаження. У сфері контактів мала досить широке коло спілкування, але по-справжньому близькою ніколи не була. Відкрито спілкуватись завжди було тривожно через суб'єктивне відчуття, що вона «може бути із кожною близькою людиною різною». У сфері фантазій наявна постійна тривожність, клієнтка завжди сумнівалась у своїх словах, вчинках, реакціях. У такому досвіді клієнтка завжди спиралась на зовнішні чинники, через які вона мала поводити себе відповідно до ситуації, коли вона не знала, як вчиняти – це викликало сильну тривогу. Процес постійного хвилювання й орієнтація на зовнішні фактори породжували невпевненість у собі, адже не було «прислухання» до себе. Тіло в такій динаміці переживань виступало опорою, через зміни якої можна було отримати впевненість в собі.

Власне механізм може проявлятися в результаті залученості до певного виду контенту, зокрема пов'язаного з харчовою поведінкою. У цьому кейсі можемо простежити, що клієнтка часто була «поглинута» в контент на тему зовнішності інстаблогерів. Хоча часто це не були суто тематичні блоги, але підхід до життя про успішність та зовнішність формували когніції про такий «єдиний, вірний підхід». Механізм проявляється у відповідь на контент, пов'язаний із зображенням тіла (зовнішності) стосовно їжі (велику популярність мають блоги пов'язані із приготуванням їжі). Слід також зазначити, що власне основною метою таких соціальних мереж часто є формування певного прикладу зовнішності для своїх користувачів. Клієнтка часто ділилась, що вона особливо уважно переглядала контент із зображенням фігур блогерів.

Анамнез медичний, соціальний. Клієнтка виховувалась не в повній сім'ї, батько розлучився із матір'ю та проживав окремо. Лише зрідка давав про себе знати, був емоційно відстороненим. Раніше діагностованих розладів психіки в сім'ї зафіксовано не було.

Результати минулих втручань: клієнтка була направлена на психотерапію від лікаря-психіатра. Через постійну тривожність їй було прописано курс лікування антидепресантами.

Клінічні результати: порушень на фізіологічному рівні, що потребували додаткових інтервенцій не було.

Діагностична оцінка: додаткові інтервенції відсутні.

Терапевтичне втручання. На симптоматичному (актуальному) рівні: у зв'язку зі складністю прислухатись до себе ми почали роботу із записів тривожних думок, аби клієнтка більше розуміла їх протікання, зміст тих думок та які саме спрацьовували тригери. Далі для того аби переходити до дій, а не заглиблюватися в сумніви ми формували підтримуючі внутрішні образи (10 персонажів), які могли допомагати клієнтці підштовхувати її до дій. В тому числі, стосовно дій пов'язаних з їжею та власною зовнішністю. Окремо варто було звернути увагу на розслаблення тіла, бо постійно відчувалась напруга, тут для покращення відчуття тіла використовували прогресивну м'язову релаксацію.

На базовому (глибинному) рівні ми почали більшою мірою навчатись рефлексії. Тим самим клієнтка вчилась не давати оцінку своїм станам чи шукати причину в тому, а запитувати: Як мені із цим? Що відбувається зараз зі мною на рівні тіла, емоцій, думок? Важливим елементом рефлексії є розуміння власних реакцій на певні речі, зокрема їжу та фізичні вправи. Людина починає накладати це на власний унікальний досвід, а не сліпо шукати «чарівного покращення» ззовні, такий процес і сприяє формуванню впевненої особистості, адже впевненість – це не показовість чогось або відчуття всесильності, це розуміння своїх обмежень, розуміння власного унікального досвіду та цінності себе.

Подальші дії та результати. Загалом процес формування рефлексії та заглиблення в психотерапевтичну взаємодію лише починався, але через особисті обставини клієнтка вирішила призупинити роботу. При отриманні зворотнього зв'язку клієнтка висловила, що вона ліпше розуміє тривогу, менше шукає способів розслаблення через їжу і тому потрохи відходить від

динаміки переїдання – блювота. Фахівцем було визначено наступні можливі цілі для роботи, коли клієнтка б захотіла повернутись в процес психотерапії.

Обговорення. Емоційна реакція виникає на будь-який тригер, як от зображення жінок. В роботі з даним механізмом, важливо, більшою мірою, зважати на загальний контекст життя людини та формувати позитивне ставлення до власного тіла. Механізми підтримують динаміку психіки, вони формуються як відповідь на глибинні страждання конкретної особи. Механізми варто змінювати й підлаштовувати для ліпшої функціональності особистості, а не просто намагатись руйнувати.

Погляд з точки зору пацієнта. Клієнт у такій короткостроковій роботі лише почав вчитися усвідомленню та отримувати підтримку. Такий досвід сформував лише паростки впевненості (основний запит клієнтки).

Інформована згода: клієнтка була ознайомлена із описом випадку і дала власну усну згоду на публікацію. Вона була проінформована, що дані використовуються лише з науковою метою. Також була проговорено, що інших даних використовуватись не буде і це затверджений варіант тексту.

У другій групі механізмів є механізм емоційної оцінки стилю харчування – це спосіб харчування, що формується в людини на основі емоційного ставлення, його формування відбувається, в тому числі через контент соціальних мереж, що стосується тем харчування та зовнішності. Такий контент навмисне викликає емоційну реакцію в споживачів, і з часом такий підхід може витіснити індивідуальні особливості життєвої ситуації людини і призводити до обмежень та заборони в харчуванні. Ще один – механізм когнітивної процесуальності стилю харчування – демонструє, що відповідно до емоційної реакції особистість починає категоризувати корисне і не корисне для себе; когнітивна процесуальність проявляється у формуванні упереджень стосовно певних стилів харчування; такі уявлення про себе та власне тіло під впливом цифрового середовища починають переноситись на реальне життя.

Одним з прикладів формування емоційної оцінки на харчування та загалом вплив цифрового середовища на харчування описано в дослідженні Л. Абсаямової, яке відтворює умови, в яких люди зазвичай переглядають

рекламу їжі на телебаченні. Одним із завдань експериментального дослідження було мінімізувати розуміння учасниками того, що в експерименті вивчалася реклама, а не перегляд телебачення взагалі. Всі рекламні ролики розміщувалися всередині телевізійної програми у проміжках перерв на рекламу, які зазвичай виникають із певною періодичністю. Загальна кількість реклами їжі узгоджувалася з кількістю реклами про їжу, яка зазвичай демонструється протягом схожої кількості часу телевізійної програми. В експериментах використовувалися типові зразки реклами у ролі стимулу. Вимірювалося, скільки їжі буде споживати людина під час перегляду телебачення. Щоби ще більше мінімізувати обізнаність щодо справжніх цілей експерименту, рекламні ролики не пов'язувалися із маркою чи типом їжі, яка могла бути спожитою учасниками під час експерименту (Абсалямова, 2019, с. 316-320).

Так, в даному експерименті досліджувані зосереджували свою увагу на рекламі їжі, тобто перевірявся прямий вплив значної кількості контенту на споживачів, що через механізми процесу відображення формували власне когнітивне ставлення та викликали певне емоційне ставлення.

У експерименті Л. Абсалямової перевіряли гіпотезу, що жінки репродуктивного віку будуть споживати значно більшу кількість їжі під час перегляду телепередачі, який включав рекламу їжі. У контрольній та експериментальній групах жінки не відрізнялися значно за вагою. Відповідно до опитувань, досліджувані мало дивилися телебачення (приблизно одну годину на день). Демонстровані реклами є різновидами роликів про їжу, які найчастіше показують на телебаченні. Інша половина жінок дивилася той самий фільм із трьома рекламами техніки та розважальних продуктів, тобто не про їжу. В результаті, жінки, які переглядали фільм із рекламою їжі, споживали значно більшу кількість крекерів (48%, 29,8 грамів) під час перегляду, аніж жінки, які переглядали рекламу не про їжу (18,4 грамів) (Абсалямова, 2019, с. 316-320).

Тут можемо побачити підтвердження наших результатів, що емоції можуть відігравати значну роль у харчових виборах і люди часто використовують їжу як засіб регуляції емоцій. Також вище ми описували те, що хоча інтуїтивність харчування не безпосередньо пов'язана з емоційною

оцінкою, вона передбачає усвідомлення внутрішніх сигналів для регулювання харчової поведінки, що може включати в себе сприймання голоду і ситості або ж при низькому рівні інтуїтивності харчування людина більш схильна до емоційної, екстернальної та обмежувальної харчової поведінки (див. розділ 2.2). Також цікавим спостереженням є те, що когнітивне розуміння процесу споживання їжі не завжди може бути наявним, тобто багато в чому цей процес є неусвідомленим, і для раціонального розуміння та дотримування певних правил потрібні внутрішні ресурси. Так, коли споживання їжі служить способом поліпшення свого емоційного стану, то когнітивне розуміння даного процесу проявляється вже після задоволення емоційної потреби.

Важливо, що в дослідженні авторки більшість характеристик жінок не могли передбачити рівень споживання. За допомогою критерію Манна-Уїтні не було виявлено значущої різниці серед жінок з різними параметрами ваги, статі, часу перегляду телебачення вдома. Кількість споживаних крекерів не корелювала значуще з періодом часу останнього вживання їжі людиною, її віком. Отже, незалежно від досліджуваних характеристик жінки споживали більше після перегляду реклами їжі. Ці результати продемонстрували, що жінки, які переглядали рекламу їжі, з'їдали на 11,4 грама більше їжі під час перегляду телебачення в цьому експерименті. При такому рівні споживання перекуси під час перегляду реклами їжі тільки протягом 30 хвилин щодня призводить до 112 додаткових спожитих калорій та зростання ваги майже на 5 кілограмів на рік, якщо це не буде компенсовано зниженням споживанням іншої їжі чи збільшеною фізичною активністю. Проведене експериментальне дослідження показує очевидність автоматичного, прямого причинного зв'язку між рекламою їжі та більшим споживанням перекусів.

У цілому виявлені результати дослідження добре узгоджені між собою. До дослідження залучалася диверсифікована вибірка. Було виявлено, що такі медіапрактики, як реклама їжі підкреслюють те, що перекуси дають радість, щастя та захоплення (як і в більшості реклами їжі), прямо впливала на збільшене споживання їжі. До того ж, подібність між наявною їжею та рекламованою не була обов'язковою. Нарешті виявлені ефекти виникали

незалежно від початкового голоду учасників. Кількість їжі, спожитої після перегляду перекусів, зовсім не мала ніякого значущого зв'язку з тим, наскільки давно людина приймала їжу. Авторка припускає, що захист від безсвідомого «розумового споживання» вимагає обізнаності та розуміння того, як небажані зовнішні впливи можуть зачіпати нас. Необхідна сильна мотивація та реалізовані можливості захищатися проти такого впливу. У цьому плані збільшення обізнаності є важливим першим кроком. Необхідними є освітні медіапрограми, які вчать людей, як аналізувати та оцінювати рекламні повідомлення. Необхідно також збільшити розуміння суспільством того, як реклама може впливати на людей поза їх свідомістю. (Абсалямова, 2019, с. 316-320).

Відповідно до цих результатів одним з важливих способів, що можуть сприяти регуляції харчової поведінки молодих користувачів соціальних мереж, є вміння рефлексії. За допомогою усвідомлення власних прагнень, переживань, мотивів та потреб особа може віднаходити більш здорові та адекватні способи задоволення потреби, а також це може знижувати імпульсивність та емоційне переїдання і сприяти збереженню гармонійної харчової поведінки.

Ця навичка допомагатиме прояву механізму когнітивної процесуальності стилю харчування через формування менш ригідних переконань стосовно власного способу харчування і сприятиме розширенню власного харчового раціону. Стосовно ж механізму емоційної оцінки стилю харчування, то рефлексія допомагатиме зупиняти емоційне та екстернальне переїдання шляхом усвідомлення відчуттів сигналів голоду та ситості.

Так, М. Альвессон розглядає рефлексію як спосіб психологічної допомоги, яким особистість відображає своє внутрішнє «Я» та поведінку у свідомості, що стає основою для розвитку самосвідомості. Цей процес також включає самопізнання, сприйняття відношення до себе та контроль над власною поведінкою. Водночас репрезентативна рефлексія виступає як механізм особистісного розвитку і включає усвідомлення того, як індивід оцінюється іншими. Вона слугує формою пізнання, де суб'єкт стає об'єктом власних спостережень, роздумів і аналізу власного психічного стану. У цьому

процесі рефлексії також міститься осмислення власних суджень та дій з точки зору відповідності задуму й умов діяльності, що можна визначити як самоаналіз. Важливим аспектом рефлексії є аналіз суперечності між наївною (не рефлексивною) та трансцендентною (максимально рефлексивною) свідомістю, що стає основою для дослідження проблем свідомості (Alverson, 2019).

Іншим важливим питанням є регулювання харчової поведінки. Дослідники з Argosy University виділили п'ять ключових складових регулювання правильної харчової поведінки: Перегляд ставлення до їжі. Підкреслюється важливість уникання використання їжі для заспокоєння, комфорту або задоволення соціальних потреб. Використання соціальних та емоційних чинників для корекції неконтрольованої харчової поведінки. Акцентується на використанні соціальної та емоційної підтримки для зміни невпорядкованих харчових звичок. Створення позитивного емоційного зв'язку з процесом споживання їжі, використовуючи повне усвідомлення. Наголошується на створенні позитивних емоційних зв'язків із харчуванням, зокрема пов'язані зі здоровим способом харчування та впевненістю у собі. Важливість споживання їжі в компанії людей здорових харчових звичок. Підкреслюється значення позитивного впливу соціального середовища на харчову поведінку. Уникання такої медіапрактики як споживання їжі біля комп'ютера або телевізора. Вказується на негативний вплив споживання їжі у відсутності свідомості на кількість їжі, спожитої за раз, що може сприяти переїданню та збільшенню відчуття голоду (Argos University, 2011).

Також варто звернутись до роботи О. Плетки «Ментальне здоров'я нації в умовах війни», у якій дослідниця вказує на важливість такого виду психологічної допомоги, як психопрофілактики та психосоціальної підтримки задля покращення ментального здоров'я. Авторка визначає такі складові підтримки емоційного здоров'я: вміння бачити добре, здатність до рефлексії, увага до власних емоцій, прийняття своїх емоцій, турбота про себе, самоконтроль, вдячність, вміння робити собі подарунки, обмеження впливу новин (інфогігієна), ввести приємні ритуали у життя, слухати музику, ходити в

кіно, дозволяти собі смаколики, приділяти час собі, малювання, час подяки, хвалить себе, пробачати, ловити «хайп» від роботи, створювати приємності, відновити прибуток, спілкування з природою (прогулянки), онлайн-ігри, гра з котиком, радіти простим речам, дякувати іншим, пити каву на самоті, спілкування з батьками (Pletka, 2023). Такі рекомендації можуть бути корисним стосовно механізм емоційної оцінки стилю харчування та когнітивної процесуальності стилю харчування, адже саме через більш усвідомлене харчування та залучення соціальної підтримки формуватиме дозвіл на вживання більш різноманітної їжі. Допоможе більш усвідомлено власне їсти, а не лише «закидати» їжу в себе. Такий підхід сприяє усвідомленню, що їжа є лише одним способом із багатьох, що може підтримувати та він не повинен бути єдиним на який покладається людина.

Засвоєння навичок рефлексії можна сприймати через різні методи, такі як практика медитації, самопізнання та написання щоденника про свої харчові звички. Соціальна підтримка. Формування підтримувальних соціальних мереж та груп, де люди можуть обмінюватися досвідом і сприяти розвитку рефлексивної поведінки. Впровадження освітніх програм, організація семінарів, тренінгів та інформаційних кампаній, спрямованих на підвищення рівня рефлексії стосовно харчування. Застосування технологій, використання мобільних додатків та онлайн-платформ для фіксації харчових звичок та сприяння регулярній рефлексії. У дорослому віці зустрічаються різні причини та контексти, які пов'язані з невпорядкованою харчовою поведінкою. Наприклад, переїдання, обмеження харчування та інші нездорові підходи до їжі можуть виникати внаслідок різних факторів, таких як психологічні, соціокультурні та фізіологічні аспекти (Труханова & Іващенко, 2023).

Так, у роботі з регуляції механізмів харчової поведінки цінним інструментом є використання корисної літератури. Зокрема нами було написано рецензію на книгу Л. Россі «Насолоджуйся кожним шматочком: як усвідомлено їсти, любити своє тіло і жити з радістю» (Sheremeta, 2022).

У цій праці ми акцентували увагу на важливості розуміння себе, книга спонукає розвивати усвідомленість і тим самим жити тут і тепер. Авторка дає

багато практичних рекомендацій, власне кожний розділ завершується вправою, що зветься «Практика смакування» – практична вправа, яку може використовувати читач для себе і пов'язана з теоретичним матеріалом викладеним раніше. Провідне запитання книги можна сформулювати так: «Моя поведінка шкодить мені й формує недовіру до себе чи я схилиюсь до усвідомленої поведінки, що несе для мене користь?».

Книга розділена на п'ять основних розділів, що зветься кроками, тим самим вказуючи на покрокову модель роботи з собою. Таким чином, у книзі увага зосереджується не на результаті, до якого приходить людина, а на процесі розуміння себе в цьому світі протягом усього життя.

Крок перший вчить людину самодослідженню, зупиняти себе в стрімкому потоці життя і тим самим задавати собі запитання й прислухатись до реальних потреб та бажань власного тіла. Відчувати потреби тіла є однією з основ усвідомленого життя. Авторка зазначає, що кількість і вид їжі, який потрібний людині визначається методом проб і помилок, тобто власним досвідом насичення й темпом життя, який є індивідуальним в кожній конкретній людині. Якщо ж особистість керується нормами прийнятими тим чи іншим суспільством, то такий шлях, згідно Л. Россі, до дієтоцентричного мислення, основою якого є контроль, а не довіра до себе. Слід зазначити, що бажання контролювати харчування і форму та вагу тіла є одним з основних механізмів, що призводить до порушень харчової поведінки.

Крок другий спрямований на відстежування й знайомство із собою через розуміння власних почуттів. Л. Россі вважає, що кожна емоцій варта уваги й заслуговує на існування в нашому житті. Важливо «бути поруч» з емоцією і стати її помічником, а у проживанні та відреагуванні емоцій може допомагати наше власне тіло.

Крок третій – про роботу з внутрішніми правилами за допомогою усвідомлення, розширення власних внутрішніх концепцій та подальше їхнє відслідковування. Практика роботи з внутрішніми правилами допомагає розширювати власне життя, наповнювати його фарбами усіх можливих кольорів.

Крок четвертий про вибір, якою людиною бути протягом життя. Л. Россі вказує, що проживати щастя – це здібність, яку ми самі розвиваємо в собі. Саме ми обираємо власний шлях і на основі різного, подекуди травматичного досвіду життя, беремо щось із собою. Яким буде той досвід, що ми взяли з нього і здійснює вплив на наше теперішнє і майбутнє. Якщо людина здатна усвідомлено брати корисне з минулого, то її внутрішні опори будуть стояти міцно, якщо ж ні, то в такому випадку людина покладається на зовнішні обставини і такий шлях є мінливим та хитким.

Крок п'ятий про насолоду проживати досвід в моменті та вдячності до себе, оточення, світу та вищих сил. Насолоджуватись моментом важливо з тих обставин, що життя швидке та непередбачуване, ніколи не знаємо коли певний момент буде останнім. Прикладом, що слугував для авторки з життя була її подруга з онкологією, в якій залишалось дуже мало часу. Подруга почала брати від життя все по максимуму і проваджувати проживати останні лічені дні з вдячністю до світу, водночас вона не лише брала, а й віддала турбуючись про інших. Адже вона мала таке прекрасне життя й обрала для себе шлях вдячності і тим самим наповнювалась любов'ю, якою могла ділитись з іншими (Россі, 2022).

Книга наповнена багатьма практиками пов'язаними з медитацією та релаксацийними техніками, які часто зустрічаються в практикуванні йоги. Такі вправи є корисним для багатьох різних людей і вчать формувати стосунки з їжею, тілом, почуттями в середині себе, що сприяє покращення якості життя.

На основі викладеного в книзі, слід зазначити, що робота з усвідомленістю охоплює в собі розуміння життя на декількох рівнях. Першим рівнем є тілесний, що містить в собі почуття та думки, що виникають в моменті. Наступним є рівень душі, що означає розуміння досвіду в контексті всього життя. Останнім третім рівнем є духовний про цінності та екзистенціальні питання минулості життя.

Використання практик усвідомленості є цікавим досвідом, що допомагає більше зосереджуватись на розвитку і кожен день сприймати унікально й цікаво. Л. Россі пише легко й просто, зрозумілою мовою, немов авторка сидить

поруч з тобою і ділитись власними цікавим досвідом. Книга є корисною не лише тим, хто цікавиться темою харчової поведінки, а й людям, які хочуть кожен день наповнюватись любов'ю і ділитись нею з іншими.

Варто розуміти, що особистість не може не прислухатись та слідувати нормам суспільства. Наша приєднаність до певної культури великою мірою відіграє звички нашого життя, в тому числі стосовно харчової поведінки., наразі значну роль в тому посідають соціальні медіа. Особистість використовуючи різноманітні медіапрактики все більше змінює власну поведінку до запропонованих в мережі норм. Власне основна цінність рефлексії не здобування незалежності чи розуміння власних переваг або ж недоліків, її основні цінність розуміти – «Як мені з цим?». Тим самим розуміти себе, свої переживання та відчуття і не забувати опиратись на власний унікальний досвід. У темі харчової поведінки рефлексія надає змогу порівнювати й приймати себе як ще одного члена соціуму й надає змогу обирати, а не лише поглинати все (Sheremeta, 2022).

Практики описані в книзі є чіткими та зрозумілими, в основі своїй вони й розвиватимуть уміння рефлексії, безпосередньо допомагатимуть особі спиратися на власні механізми харчової поведінки, зокрема механізм емоційної оцінки стилю харчування та механізм когнітивної процесуальності стилю харчування.

Третьою групою стосовно якої ми пропонуємо рекомендації з регуляції є механізми соціальної зумовленості інформаційної поведінки (на основі факторів інформаційного суспільства).

Механізм інтеріоризації соціальних норм зовнішності діє, коли рекомендації та контент цифрового середовища формують у людей власну систему цінностей і норм, що призводить до певного ідеалу тіла; відповідно особа приймає або відхиляє певні стандарти зовнішності, які з часом накладаються на власне тіло і формують його самооцінку з подальшими частими обмеженнями в їжі.

Механізм рефлексивного порівняння тіла – залучення до контенту, пов'язаного із зображеннями фігур інших, що формує часті порівняння себе з

нереальними формами на зображеннях; такі викривлені та відредаговані зображення є нереалістичними, відтак порівнювання себе з ними призводить до меншого прислухання користувачів до власного тіла.

Механізм визнання авторитетності зовнішності: користувачі, що проводять значну кількість часу в онлайн-середовищі, формують для себе критерії достовірності, які ґрунтуються на суб'єктивній оцінці впливовості джерел інформації

У зв'язку з тим, що дані механізми в основі своїй є соціально зумовленими, ми пропонуємо звернутись до рекомендацій, що стосуються компетентностей усвідомленого використання соціальних мереж й медіакомпетентності загалом. Слід зазначити, що значна кількість наукових робіт з даної теми стосуються профілактики використання соціальних мереж та попередження кіберадикцій підліткового віку (Кремень та ін., 2022; Асєєва, 2021; Стрільчук, 2020; Підгірна, 2016).

Так, Є. Кузіною було розроблено й апробовано навчально-розвивальну програму «Розвиток інформаційної зрілості для дорослих». Кожен блок програми складається з двох занять, перше з яких реалізує засвоєння теоретичних знань, друге – формування практичних навичок свідомої інформаційної поведінки, що також буде доречним для гармонізації харчової поведінки.

Блок 1. Медіагігієна: засвоєння інформації про механізми інформаційного впливу, техніки пропаганди та дезінформації; опанування правил і технік опрацювання медіа-інформації, розрізнення фейкової та правдивої, інформації в медіапросторі.

Блок 2. Особистісна зрілість: самоаналіз своїх цінностей, переконань та поглядів на світ; розвиток рефлексії та самооцінки; формування навички розпізнавання та регулювання власних емоцій, розуміння емоцій інших людей; здатність до ефективного спілкування.

Блок 3. Усвідомлений вибір: вивчення поняття свідомості та її роль у прийнятті свідомих рішень; розробка власного життєвого плану, визначення мети та шляхів досягнення цієї мети.

Блок 4. Критичне мислення: підвищення рівня критичного мислення та здатності до аналізу медіа-контенту; розвиток вміння знаходити логічні помилки та невідповідності, формувати контраргументи; планування та самоорганізація власного навчання та інформаційної поведінки.

Блок 5. Когнітивні здібності: засвоєння основних положень щодо характеристик когнітивних здібностей, нейропластичності та механізмів розвитку; розвиток пізнавальної активності через навчально-тренувальні вправи; саморефлексія пізнавальних процесів (Кузіна, 2023, с. 130).

В комплексі медіагігієна, особистісна зрілість, усвідомлений вибір, критичне мислення та когнітивні здібності формують в особи чітке усвідомлення свого тіла та себе. Особа не може уникнути соціального впливу, а при існуванні інтернету це завдання стало ще складнішим. Проте за допомогою навичок свідомої інформаційної поведінки людина вчиться орієнтуватись не лише на зовнішні приклади (механізми інтеріоризації соціальних норм зовнішності та рефлексивного порівняння тіла), а більшою мірою віднаходитиме власний підхід до харчування та зовнішнього вигляду, що сприятиме гармонійній харчовій поведінці.

А. Мгалоблішвілі було описано психологічні рекомендації щодо попередження та профілактики інтернет-залежності та залежності від соціальних мереж у молодих людей (Мгалоблішвілі, 2024). Ці рекомендації можна поділити на використання гаджетів та користування соціальними мережами.

Серед рекомендацій, що стосуються використання гаджетів, автор описує такі. Після пробудження від нічного сну не варто починати день з перегляду новин у соціальній мережі. Адже звичка після сну переглядати соціальні мережі негативно впливає на настрій, увагу та зосередженість впродовж дня. Тому ранок краще починати з традиційних ранкових процедур, сніданку, реального спілкування з близькими. Після цього можна переглянути новини у соціальній мережі, але дотримуватися часових обмежень при їх використанні; Вимкнути сповіщення від додатків. Це знизить ймовірність спроб фокусування від смартфона, тому не буде потреби постійно переглядати оповіщення;

Влаштувати дні без соціальних мереж, залишаючи лише функцію телефону. Не використовувати смартфон там, де можна без нього обійтись (під час їжі, прогулянки, коли спілкуєтесь з друзями тощо); Не лягати у ліжко з телефоном та переглядати соціальні мережі. Встановлено, що користувачі соціальних мереж часто віддають перевагу використовувати смартфон перед сном, цей час затягується на багато більше, ніж вони планували до цього. Систематичне безсоння, пізні засинання виснажує нервову систему, негативно впливає на психологічне благополуччя; Знайти улюблену справу якою би займалися у вільний час. Щоб самовиразитись, самоудосконалюватись, розвивати власні здібності, улюблена справа стане саме тим поштовхом який потрібен для задоволення власних потреб. Коли людина чимось зайнята та це заняття їй подобається, то часу на соціальні мережі не вистачає. Також завдяки хобі можна знайти однодумців, бути причетним до спільноти та більш комунікувати у реальному житті з іншими. Читати цікаві книги, малювати, спілкуватися з рідними/друзями, зустрічатися з ними, грати в настільні ігри, займатися спортом, подорожувати (Мгалоблішвілі, 2024).

Ця група рекомендацій зосереджена на зменшенні використання гаджетів загалом, а також на більшу включеність в реальне життя без них. Вони можуть допомагати знизити загальний рівень тривожності і зосередженості на прикладах зовнішності в соціальних мережах та змістити фокус уваги на власне життя, тобто зосередитись на своїх відчуття, почуттях, цінностях і т. п.

Серед рекомендацій стосовно використання соціальних мереж А. Мгалоблішвілі описує, що варто встановити ліміт активності у соціальних мережах (20–30 хв. на день). Надмірне використання соціальних мереж продукує зниження фізичної активності, погіршуються встановлення та підтримка відносин у реальному житті. Інформація яка була опублікована в Інтернеті, залишається там назавжди. Тому для власної медіабезпеки не варто ділитись конфіденційною інформацією. (Кеш даних, скріншоти, запису екрану можуть використовуватись з метою шахрайства та медіабулінгу). Віртуальні друзі не завжди є тими хто зображений на фото, тому з малознайомими людьми на віртуальних платформах не варто ділитись особистою інформацією.

Переживання щодо кількості «лайків» на постах, призводить до того, що молоді користувачі приділяють багато вільного часу для обдумування та корекції своїх публікацій, щоб отримати схвалення від інших. Часто через це виникають тривожні стани, стрес та проблеми з самооцінкою. За годину до сну залишати телефон поза спальні. Видалити застосунки соціальних мереж, які не використовуються. Так як наші опитані використовують більше трьох застосунків, перевірка кожного з них займає більше часу, тобто глибшого занурення в онлайн-платформи. Вибирати контент та новини під власні інтереси. Блокувати рекламу. Постійне споживання та порівняння з іншими негативно відображаються на власному самосприйнятті. Не порівнювати з іншими. Не варто порівнювати власне життя та життя яке публікують у соціальних мережах інші. Щасливі світлини, ідеальні пости, бездоганна зовнішність у сторіз соціальних мереж, можуть бути тільки для соціальних мереж, у реальному житті може бути зовсім по іншому. Провести самоаналіз соціально-мережевого досвіду. Самоаналіз дає користувачам змогу передивитись власний профіль та переглянути як їхня он-лайн активність впливає на життя та відчуття психологічного благополуччя. Скільки вільного часу та енергії витрачається, викликає тривогу та зниження настрою, неможливість перевірити оновлення або невідповідність зворотного зв'язку на публікації очікуванням користувачів, що є проявом негативного впливу соціальних мереж на психологічний стан. Встановити та описати функціональне значення соціальних мереж для себе та дотримуватись цього призначення. Замість того, щоб витрачати час на соціальні мережі, влаштувати собі невеличку прогулянку на свіжому повітрі. Кожний день новий маршрут. Це корисно для здоров'я, підіймає настрій, дарує нові враження. Слід прагнути позитивного мислення та позитивного самоприйняття. Соціальні мережі часто провокують порівнювати себе з іншими, за цим слідує погіршений настрій та негативне світосприйняття, так як порівняння частіше буде негативним, тому що в однієї людини не так як в інших. Тому варто зосереджуватись на позитивних думках про себе та інших, це дасть внутрішній поштовх для самовдосконалення та самореалізації (Мгалоблішвілі, 2024).

Відповідно до того, що використання соціальних мереж є об'єктивною реальністю і відмовитись від них сучасній молодій людині є недоцільним, то використання рекомендацій стосовно користування гаджетами та соціальними мережами є важливим для регуляції харчової поведінки на основі відповідних психологічних механізмів. Менша включеність в соціальні мережі сприятиме тому, що механізми інтеріоризації соціальних норм зовнішності, рефлексивного порівняння тіла та визнання авторитетності зовнішності будуть регулюватись через баланс реального і цифрового просторів, через орієнтацію в першу чергу на себе та власну життєву ситуацію, а не лише на соціальні маркери з ігноруванням себе.

Висновки до третього розділу

У розділі описано результати емпіричного дослідження соціально-психологічних механізмів регуляції харчової поведінки молодих користувачів соціальних мереж. Загальна вибірка опитаних склала 251 особу, основна маса яких складає студентська молодь.

Згідно з відповідями на запитання стосовно задоволеності власною фігурою, відносно більше виявилось тих, хто хоче схуднути, а відносно менше тих, хто хоче набрати м'язову масу 65 осіб. Вибірка розподілилася порівну на тих, хто застосовує дієти, і тих, хто не застосовує. За частотою звертання уваги на фігури інших людей у соціальних мережах переважала відповідь «іноді».

За результатами аналізу групи механізмів особистісно зумовленої інформаційної поведінки виявлено два механізми. Перший – механізм диспозиційного викривлення відчуття тіла, що проявляється в сприйманні власного тіла, частому прислуханні до його фізіологічних сигналів та відчуттів; цей механізм впливає на розвиток інтуїтивності відчуття власного тіла, що може спричиняти порушення харчової поведінки, а це знову призводить до більшої стійкості механізму попри його шкоду. Другий механізм – диспозиційної вибіркості сприймання зовнішності – проявляється у відповідь на контент, пов'язаний із фотографіями інших осіб, під впливом чого формуються переконання стосовно того, якою має бути фігура і тіло; у

результаті, орієнтуючись на зовнішні чинники, особа поступово втрачає контакт із власним тілом.

У групі механізмів процесу відображення інформації описано, по-перше, механізм емоційної оцінки стилю харчування – це спосіб харчування, що формується на основі емоційного ставлення, зокрема, під впливом контенту соціальних мереж, що стосується тем харчування та зовнішності. Такий підхід сприяє ігноруванню індивідуальних особливостей життєвої ситуації людини і призводить до обмежень та заборон у харчуванні. Ще один механізм цієї групи – когнітивної процесуальності стилю харчування, що проявляється у формуванні упереджень стосовно певних стилів харчування, коли особа надмірно категоризує корисне і не корисне для себе і відповідні уявлення про себе та власне тіло переносить із соціальних мереж у реальне життя.

У третій групі механізмів соціальної зумовленості інформаційної поведінки описано механізм інтеріоризації соціальних норм зовнішності, коли рекомендації та контент цифрового середовища формують у людей систему цінностей і норм, куди входить й ідеал тіла; відповідно особа приймає або відхиляє певні стандарти зовнішності, які накладає на власне тіло і формує його оцінку з подальшими обмеженнями в їжі. Механізм рефлексивного порівняння тіла – залучення до контенту, пов'язаного із зображеннями фігур інших, що спонукає до частого порівняння себе з нереальними формами на зображеннях; такі викривлені та відредаговані зображення є нереалістичними, відтак порівнювання себе з ними призводить до меншого прислухання користувачів до власного тіла. Механізм визнавання авторитетності зовнішності: користувачі, що проводять значну кількість часу в онлайн-середовищі, формують для себе критерії вірогідності оцінок зовнішності, які ґрунтуються на суб'єктивному сприйманні впливовості джерел інформації.

Аналіз дії описаних механізмів за віковим параметром показав наявність певної динаміки в чергуванні механізмів. У наймолодшій групі респондентів (юність) виразніше проявилися механізми диспозиційного викривлення відчуття тіла, емоційної оцінки стилю харчування, інтеріоризації соціальних норм зовнішності та рефлексивного порівняння тіла. Для респондентів

наступної групи (молодість) відносно більш характерними є механізми емоційної оцінки стилю харчування, інтеріоризації соціальних норм зовнішності, рефлексивного порівняння тіла та визнання авторитетності зовнішності. Респондентам групи дорослості порівняно більш притаманні механізми емоційної оцінки стилю харчування, когнітивної процесуальності стилю харчування та інтеріоризації соціальних норм зовнішності. У найстаршій групі (зрілість) помітніше проявилися механізми емоційної оцінки стилю харчування, когнітивної процесуальності стилю харчування та інтеріоризації соціальних норм зовнішності.

Вироблено рекомендації щодо регуляції харчової поведінки молоді на основі виявлених психологічних механізмів. Для механізмів диспозиційного викривлення відчуття тіла та диспозиційної вибірковості сприймання зовнішності використано зміст індивідуально-психологічної підтримувальної роботи. Вплив механізмів емоційної оцінки стилю харчування та когнітивної процесуальності стилю харчування показано через рефлексивні вміння та практики усвідомлення особистості. Рекомендації щодо механізмів інтеріоризації соціальних норм зовнішності, рефлексивного порівняння тіла та визнання авторитетності зовнішності стосуються компетентностей усвідомленого використання соціальних мереж та профілактики кіберадикцій.

Ці рекомендації може бути впроваджено в індивідуальне психологічне консультування – для з'ясування особистісних чинників, що спричиняють невідповідну харчову поведінку, та розробки персоналізованих планів її корекції; у психотерапію з використанням методів позитивної, когнітивно-поведінкової або психоаналітичної терапії – для виявлення і зміни деструктивних підходів до харчової поведінки; у психоедукацію – для підвищення особистісної рефлексії, усвідомлення наслідків невідповідної харчової поведінки та вироблення здорових харчових звичок.

Матеріали даного розділу висвітлені в публікаціях автора:

1. Sheremeta S. The Meaning and Role of the Body in Adolescents with Eating Disorders: a Description of the Meaning of the Symptom. *The Global Psychotherapist*. 2024. Vol. 4, no. 1. P. 100–103

7. Шеремета С. Використання методу Позитивної психотерапії в регуляції харчової поведінки в реаліях використання соціальних мереж. Матеріальни XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції Формування особистості сучасного фахівця як суб'єкта самотворення в умовах освітнього простору, Хмельницький, 2024. С. 348–352.

12. Шеремета С. рецензія на книгу Л. Россі Насолоджуйся кожним шматочком: як усвідомлено їсти, любити своє тіло і жити з радістю. *The Global Psychotherapist*. 2023. Vol. 3, no 1. P. 140-144. https://www.positum.org/wp-content/uploads/2023/01/JGP_Volume-3_Number-1_January-2023.pdf.

ВИСНОВКИ

У дисертації розв'язано проблему психологічних механізмів регуляції харчової поведінки молоді, можливі порушення й розлади якої істотно зумовлені впливом соціальних мереж. Харчову поведінку розглянуто як комплекс стереотипних поведінкових дій, спрямованих на споживання їжі, які включають отримання необхідних поживних речовин (психофізіологічний аспект), пов'язані з їдою та вибором продуктів звички й ритуали (рефлексивний аспект), переживання задоволення від споживання їжі (психоемоційний аспект), дотримання правил, традицій і заборон щодо харчування (соціокультурний аспект).

Дедалі більше даних свідчить про потенційний негативний вплив соціальних мереж на якість життя та психічне здоров'я молоді, про сильний зв'язок між використанням цифрового середовища і негативним образом свого тіла та порушеннями харчування.

Серед порушень харчової поведінки виділяють поведінку екстернальну (пов'язану з чутливістю до зовнішніх чинників споживання їжі), емоціогенну спрямовану на зниження емоційного дискомфорту за допомогою споживання їжі) та обмежувальну (що полягає в надмірному контролі над їжею, самообмеженнях і безсистемних дістах).

Гармонійна харчова поведінка – форма поведінки, що передбачає вибір здорової їжі, регулярне харчування, брак переїдання або недоїдання, а також відсутність нездорових зв'язків із їжею, зокрема харчової залежності або розладів харчування.

Істотне місце в дослідженнях харчової поведінки посідає аналіз її психологічних механізмів, які поділяють на індивідуально-психологічні (у т. ч. захисні) і соціально-психологічні, на механізми особистісно зумовленої інформаційної поведінки, процесу відображення інформації та соціальної зумовленості інформаційної поведінки.

За специфічні для емпіричного вивчення психологічних механізмів регуляції харчової поведінки молоді було визначено три групи диференційних

параметрів вибірки респондентів: вік і стать, індекс маси тіла, час, який респонденти тратають на перебування в соціальних мережах; особливості використання соціальних мереж респондентами; особливості харчової поведінки респондентів. Визначальними для розкриття змістових зв'язків між різними сторонами харчової поведінки стали шкали обмежувальної, емоціогенної та екстернальної харчової поведінки, інтуїтивного харчування, безумовного дозволу на їжу, відповіді на фізичний голод, покладання на сигнали голоду і ситості, гармонії їжі і тіла, активності використання медіа, активності в соціальних мережах, особливостей самопрезентації, встановлення контактів, кіберкомунікації та селфетісу. Установлено брак значущого зв'язку між затрачуваним часом використання соціальних мереж та особливостями харчової поведінки. За результатами адаптації тесту на визначення харчових уподобань Д. Гарнера було створено його скорочений варіант як робочий інструмент у межах дослідження та скринінгову методику для оцінки наявності або відсутності розладу харчової поведінки.

На основному етапі дослідження серед 251 респондента виявилось відносно більше тих, хто хоче схуднути, тих, хто звертає увагу на фігури інших людей у соціальних мережах, порівну тих, хто застосовує і не застосовує дієти.

За результатами аналізу різних груп психологічних механізмів регуляції харчової поведінки молоді під впливом соціальних мереж серед механізмів особистісно зумовленої інформаційної поведінки виявлено механізми диспозиційного викривлення відчуття тіла (прислухання до фізіологічних сигналів та відчуттів) та диспозиційної вибірковості сприймання зовнішності (переконання стосовно того, якими мають бути фігура і тіло); до групи механізмів процесу відображення інформації належать механізми емоційної оцінки стилю харчування (харчування на основі емоційного ставлення) та когнітивної процесуальності стилю харчування (упередження стосовно певних стилів харчування); у групі механізмів соціальної зумовленості інформаційної поведінки описано механізми інтеріоризації соціальних норм зовнішності (приймання або відкидання певних стандартів зовнішності), рефлексивного порівняння тіла (порівняння себе з нереальними формами на зображеннях) та

визнання авторитетності зовнішності (оцінка зовнішності на основі суб'єктивного сприймання впливовості джерел інформації).

Виявлено вікову динаміку в прояві механізмів. Найбільш стійкими в часі виявилися механізми емоційної оцінки стилю харчування та інтеріоризації соціальних норм зовнішності. Найменш вираженим на різних вікових етапах був механізм диспозиційної вибірковості сприймання зовнішності.

Рекомендації щодо регуляції харчової поведінки молоді на основі виявлених психологічних механізмів стосуються індивідуально-психологічної підтримувальної роботи, опанування рефлексивних умінь і практик усвідомлення особистості, компетентностей усвідомленого використання соціальних мереж та профілактики кіберадикцій. Ці рекомендації може бути впроваджено в індивідуальне психологічне консультування, у психотерапію з використанням методів позитивної, когнітивно-поведінкової або психоаналітичної терапії, та в психоедукацію.

Перспективи подальших досліджень за цією темою вбачаємо в дослідженні соціально-психологічних групових методів гармонізації харчової поведінки в еру цифрових технологій, явища особистої і групової вразливості до впливу соціальних мереж на харчову поведінку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абсалямова Л. М. Психологія харчової поведінки жінок: розлади та корекція : дис... д. психол. н. 19.00.01. Київ, 2019. 395 с
2. Абсалямова Л. М. Психологія харчової поведінки людини. Харків: Видавництво «Смугаста типографія», 2017. 181 с
3. Абсалямова Л. М. Образ тіла як психологічний чинник порушень харчової поведінки. Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Психологія. Вип. 55. Харків: ХНПУ, 2017. С. 9–19.
4. Абсалямова Л. М. Психологічна допомога при розладах харчової поведінки. Теоретичні і прикладні проблеми психології. Збірник наукових праць. Сєвєродонецьк, 2017. No 3 (44). С. 35–43.
5. Абсалямова Л. М. Психологічне дослідження проблеми харчового вибору. Теорія і практика сучасної психології: Збірник наукових праць класичного приватного університету. No 2. Запоріжжя, 2018. С. 6–12.
6. Абсалямова Л. М. Харчова поведінка жінок у площині емпірико-психологічного аналізу. Науковий вісник Херсонського державного університету: Збірник наукових праць. Серія «Психологічні науки». Вип. 3. Т. 2. Херсон, 2018. С. 204–210.
7. Абсалямова Л. М. Якість життя та харчова поведінка невротично хворих людей. Психологія: реальність і перспективи. 2017. Вип. 9. С. 12–18. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prp_2017_9_4.
8. Алексеева Ю. А., Кустов А. В. Взаємозв'язок самоставлення і механізмів регуляції поведінки у осіб юнацького віку. Edukacja, wychowanie, praca socialna - ukraińsko-polskie refleksje teoretyczne. – Rzeszów, Wydawnictwo i Drukarnia Diecezji Rzeszowskiej „Bonus-Liber”, 2013. – р. 31–38.
9. Антонова З. О., Ханецька Н. В., Кудла Т. В. Психологічні чинники ризику виникнення порушень харчової поведінки в жінок. Габітус. Сер. Психологія особистості. Вип. 27. 2021. С. 125–130.
10. Асєєва Ю. О. (2021). Психологічні засади кіберадикцій в підлітковому та юнацькому віці: дис. ... д. псих. наук: 19.00.07. Одеса. 2021. 532 с.

11. Березовська Л. Вплив соціальних мереж на психологічне благополуччя особистості. Вісник Національного університету оборони України, 2022. Випуск 55. С. 28–36.

12. Березовська Л. Взаємозв'язок самооцінки та самопрезентації молоді у соціальних мережах. Вчені записки Університету «КРОК», (3(71), 2023. С. 142–149.

13. Березовська Л. Психологічне благополуччя молоді, що проявляють активність у соціальних мережах. Вісник Національного університету оборони України, 72(2), 2023. С. 21–28. <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2023-72-2-21-28>

14. Бойко Є. В., Лапіна М. Д. Соціальна робота в системі допомоги особам з адиктивною харчовою поведінкою. Науковий вісник Ужгородського університету. 2021. Випуск 1(48). С. 216-220.

15. Бохонкова, Ю. О., Хунов, Ю. А., Сербін, Ю. В. Соціально-психологічні особливості впливу соціальних мереж на особистісний розвиток у студентському віці. Теоретичні і прикладні проблеми психології, (3 (1)), 2018. С. 53-59.

16. Бурлачук Л. Ф., Шебанова В.І. Локус каузальності як фактор трансформації внутрішньої картини життєдіяльності особистості з розладами харчової поведінки. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 12. Психологічні науки: Зб. наук. праць. Київ: НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. .No1 (46). С. 53–66.

17. Буц М. А. Формування культури здорового харчування школярів. Молодий вчений. 2017. № 9.1. С. 13-16.

18. Васильєв Я. В. Футуреальна вікова періодизація розвитку та саморозвитку особистості. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Психологія, (2), 2021. С. 14-18. <https://doi.org/10.32782/psy-visnyk/2021.2.3>.

19. Вознесенська, О. Л. (2011). Медіа-активність як фактор становлення особистості сучасного студента. К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство, 18-25.
20. Володарська Н. Д. (2021). Вплив життєвих перспектив на почуття психологічного благополуччя особистості. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права, № 3, с. 28-33
21. Володарська Н. Д. (2021). Життєві перспективи та копінг-стратегії як чинники психологічного благополуччя особистості. Наукові перспективи, Серія "Психологія", № 11 (17), с. 351-363
22. Ворошилiна А. В. Особливостi ставлення до тiла у особистостi з рiзним типом харчової поведiнки. Харкiвський осiннiй марафон психотехнологiй: збiрник матерiалiв IV мiжрегiональної наук.-практ. конф., м. Харкiв, 31 жовтня 2020 р., ХНПУ iменi Г.С. Сковороди. Харкiв: Дiса плюс, 2020. С.66-68.
23. Ганзуля, А., Абсалямова, Л. Психологія харчової поведінки жінок в умовах сучасного світу. Collection of scientific papers «SCIENTIA», (May 6, 2022; Vilnius, Lithuania), С. 18-20.
24. Гелунець А. Особливості прояву харчової поведінки у молоді з різним локус-контролем : кваліфікаційна робота. Вінниця, 2021. 131 с.
25. Готько О., Чайковська О., Наливайко Н. Соціальні Інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя. Молодь і ринок. 2016. No 2. С. 94–98.
26. Голубка Т. Психологічні особливості харчової поведінки у сучасної молоді: кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» 4 курсу заочної форми навчання за спеціальністю 053 «Психологія». Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ МВС України, 2022. - 48 с.
27. Данько Ю. Феномен соціальних мереж у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства. Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Серія «Соціологічні науки». Том XV. Харків, 2012. No 1, 2. С. 53–59.

28. Дробот О. В. Типологічні характеристики індивідуальних стилів медіакомунікації в юнацькому віці. Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Педагогіка. Психологія: зб. наук. пр. – К. : Національний авіаційний університет, 2021. – Вип. 1(18). – С. 117-126).

29. Зубар Н. М. Основи фізіології та гігієни харчування: Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 336 с.

30. Капланан Н. М., Кононенко О. І. Проблема зайвої ваги як порушення харчової поведінки особистості Тенденції та перспективи розвитку психології та соціальної роботи в сучасному суспільстві: зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 5 листоп. 2020 р. С. 187-190.

31. Капталан Н.М. Психологічні особливості порушення харчової поведінки: дис. док. філ. за спеціальністю 053 Психологія. Одеса, 2022. 186 с.

32. Карвацька Н. С., Савка С. Д., Іскрун Ю. Г. Дослідження механізмів захисту особистості при розладах харчової поведінки. In The 3rd International scientific and practical conference “Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects”(August 29-31, 2021) MDPC Publishing, Berlin, Germany. 2021. 403 p. (p. 256).

33. Карпенко П. О., Мельничук Н. О. Харчова поведінка в комплексі формування адекватної дієтотерапії. Сімейна медицина. 2002. No 4. С. 40-41.

34. Кириченко Т. В. Психологічні механізми саморегуляції поведінки підлітків : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Київ, 2001. 20 с.

35. Ковальчук З. Я. Психологічні аспекти порушення харчової поведінки у жінок. Інсайт: психологічні виміри суспільства: наук. журн. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2019. Вип. 2. С. 91-98.

36. Кокун О. М. Психофізіологія. К.: Центр навчальної літератури, 2006. С. 184.

37. Коннер М., Армитейдж К. Дж. Соціальна психологія їжі. Харків: Гуманітарний центр, 2012. 264 с.

38. Кремень, В. Г., Сисоєва, С. О., Бех, І. Д., Вознесенська, О. Л., Гавриш, Н. В., Гончар, Л. В., ... & Шахрай, В. М. (2022). Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі. Вісник Національної академії педагогічних наук України, 4(2), 1-30.

39. Кузіна Є. І. Психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини : дис. ... доктора філософії за спеціальністю 19.00.07. Кривий Ріг, 2023. 200 с.

40. Кулик Є. Культура віртуального спілкування. ДЗ«Держ.б-ка України для юнацтва».Київ, 2010. С. 65.

41. Кульчицька А. В., Федотова Т. В. Соціально-психологічні аспекти формування харчової поведінки в підлітковому віці. Психологічні перспективи, (33), 2019. С. 178-191.

42. Левченко Л. А., Заведєя Т. Л., Воробйова О. В. та ін. Показники здоров'я лабораторних щурів на фоні незбалансованого харчування. Запорізький медичний журнал, 2011. Т.13. № 1. С. 20-22.

43. Леонова Є. Н. Соціально-психологічні типи харчової поведінки. Вісник Удмуртського університету. Серія Філософія. Психологія Педагогіка. 2017. - № 2. С. 174-181.

44. Лимар Л. Психологічні аспекти атипового компульсивного переїдання. Збірник наукових праць Проблеми сучасної психології, 2018, №4 2, 93–113.

45. Литвин-Кіндратюк С. Д. Харчова активність особистості: традиційні й інноваційні стратегії. Збірник наукових праць: філософія, соціологія, психологія. Івано-Франківськ: Вид-во Плай Прикарпатського ун-ту, 2000. Вип. 5. Ч. 1. С. 160-165.

46. Маслюк А. М. Нервова анорексія як наслідок соціалізації особистості. Проблеми сучасної психології: Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2011. Вип. 11. С. 454–463.

47. Малєєва Н. Залежність від соціальних мереж як соціально-психологічний феномен. Вісник Одеського національного університету. Психологія. Том 20. № 3 (37). 2015.
48. Малина О. Г., Чиганов С. Л. Психологічні особливості порушень харчової поведінки у дівчат. Збірник наукових праць Проблеми сучасної психології. № 1(15). 2019. С. 78-88.
49. Матохнюк Л. О. Психологія інформаційної компетентності особистості (генеза онтологічного розвитку): дис. ... д-ра психол. н. Одеса, 2019. 527 с.
50. Машбиць Ю. І. Психологічні механізми і технологія навчання. К.: Інтер-сервіс, 2019. 208 с.
51. Мгалоблішвілі, А. (2024). Профілактика залежності від соціальних мереж у молоді: психологічні рекомендації. Вісник Національного університету оборони України, 77(1), 102–112. <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2024-77-1-102-112>
52. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчальний посібник. За ред. Л. А. Найдьоновой, О. Т. Баришпольця. К.: Міленіум, 2009. 440 с.
53. Мельник, О. М., Кресан, О. Д. (2023). Вивчення інтернет-залежності особистості у вітчизняній та зарубіжній психології. Рекомендовано Вченою радою Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя (НДУ імені Миколи Гоголя) Протокол № 4 від 27.09. 2023 р. Протокол засідання кафедри № 3 від 25.09. 2023 р., 50.
54. Методичні рекомендації щодо проведення медіапсихологічної експертизи заподіяння аудіовізуальною продукцією шкоди психологічному здоров'ю та благополуччю дитини. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології ; Л. А. Найдьонова, Ю. С. Чаплінська, К. Ю. Кузін. Кропивницький: Імекс-ЛТД, 2022. 66 с.
55. Михайлова М. А. Психологічні особливості жінок з порушенням харчової поведінки. Молодий учений. 2020. № 3 (293). С. 296-298.

56. Мілютіна К. Богуславська О. Тривожність особистості як чинник індивідуального стилю харчування в умовах невизначеності карантинних обмежень. Габітус. 2021. №25. С. 70–73.

57. Мойзріст О. М. Види порушень харчової поведінки (теоретичний аналіз літературних джерел). Проблеми сучасної психології: зб. наук. праць КПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. Вип. 6. Ч. 2. Кам'янець-Подільський, 2009. С. 85–94.

58. Москаленко В. Ф., Грузєва Т. С., Галієнко Л. І. Особливості харчування населення України та їх вплив на здоров'я. Науковий вісник Національного медичного університету ім. О. О. Богомольця. К. : НМУ. 2009. № 3. С 64–73.

59. Москаленко В. В. Психологія соціального впливу: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 448 с.

60. Мухамедьяров, Н. Н. Образ фізичного Я – особистості як складова її Я – концепції. 2006. Педагогіка і психологія, Харків, С. 84–90.

61. Найдьонова, Л. М. (2014). Групова рефлексія як механізм реконструкції соціальних настановлень (Doctoral dissertation, Інститут психології імені ГС Костюка).

62. Найдьонова Л. Візуальна творчість в Інтернет-спілкуванні. Актуальні проблеми психології: Психологія творчості. 12.10.2010. С. 406–413.

63. Найдьонов М. І., Григоровська Л. В., Найдьонова Л. А. Репрезентативна рефлексія та рефлексивна ємність середовища спілкування як механізми і процедура профорієнтації при впровадженні Національної рамки кваліфікацій. Наукові студії із соціальної та політичної психології, (37), 2016. С. 218-245.

64. Найдьонова Л. А. Перегляд телебачення і зайва маса тіла дитини: психологічні механізми. Наукові студії із соціальної та політичної психології. 2013. Вип. 33. С. 17-30. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nssp_2013_33_4.

65. Нижник А. Є. Харчова поведінка молоді як предмет психологічного дослідження. Наукові записки. Серія: Психологія та педагогіка. Острог :

Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2018. No 22. С. 136–141.

66. Онищенко О. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія. НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського. Київ, 2013. С. 220.

67. Остапенко І. В., Соснюк О. П. (2021). Розвиток громадянської компетентності молоді методами активного соціального навчання з використанням медіаконтенту. Український психологічний журнал, № 1 (15), с. 127-147

68. Остапенко, І. В. (2023). Психологічне особливості використання соціальних медіа студентською молоддю в контексті розвитку громадянської компетентності. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Психологія, (4), 19-24. <https://doi.org/10.32782/psy-visnyk/2022.4.4>

69. Павелків Р. В. Рефлексія як механізм формування індивідуальної свідомості та діяльності особистості. Вісник післядипломної освіти. Серія «Соціальні та поведінкові науки», 2019. Вип. 8 (37). С. 84–98.

70. Підгірна І. С. Становлення індивідуальних стилів медіакомунікації молоді в соціальних мережах: дис... канд. псих. наук. Київ, 2016. С. 232.

71. Позняк, С. (2020). Взаємодія в освітньому середовищі як чинник розвитку громадянської компетентності молоді: концептуальні основи дослідження. Проблеми політичної психології, 23(1), 195-213

72. Позняк, С. І. (2021) Мотиватори розвитку громадянської компетентності студентської молоді в освітньому середовищі. Наукові праці МАУП. Психологія, 3 (52). стор. 116-121

73. Рахубовська Х. Г. Особистісні властивості та розлади у осіб з розладами прийому їжі. Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Психологія. 2012. Вип. 44. С. 184–191.

74. Россі Л. Насолоджуйся кожним шматочком: як усвідомлено їсти, любити своє тіло і жити з радістю. Вид-во Наталії Переверз., 2022. 208 с.

75. Романенко О. Погляди сучасних зарубіжних дослідників на роль соціальних медіа в політичній комунікації. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Gileya/2012_62/Gileya62/P14_doc.pdf.
76. Самойлова О. В., Яблонська Т. М. Дослідження ролі матері у формуванні психологічних проблем дитини. Шк. б-ка, (12), 2006. С. 67-71.
77. Серга Т. О., Білоусенко М. В. Психологічні фактори порушення харчової поведінки у жінок середнього віку. Перспективи та інновації науки. No 2(7) 2022. С. 968-979.
78. Сиротенко І. Є., Бугайова Н. М. Соціально-психологічні особливості впливу самоідентичності особистості підлітків на порушення їх харчової поведінки. In The 3 rd International scientific and practical conference "Modern research in science and education"(November 9-11, 2023) BoScience Publisher, Chicago, USA. 2023. 1096 p. (p. 644).
79. Смульсон М.Л. Психологічні механізми становлення суб'єктності дорослих у віртуальному просторі: монографія; за ред. М. Л. Смульсон. Київ – Львів : Видавець Вікторія Кундельська, 2021. 180 с.
80. Смульсон М. Л. Психологія розвитку інтелекту: монографія. К.: Нора-Друк, 2003. 298 с
81. Скулатова О. Психологічні особливості просування сторінок в соціальних мережах. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Педагогіка та психологія». 2015. Випуск 1 (1). С. 163–168.
82. Стрільчук О. Соціально-психологічні механізми формування медіа культури у підлітків з Інтернет захопленістю : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. Київ, 2020. 220 с.
83. Сутчук В. Вплив сім'ї на формування особистості підлітка. Виступ на батьківських зборах. Психолог, 2013. №18, 19–23.
84. Тарасюк, І. В. Психологічні механізми адаптації особистості. Наукові записки Національного університету Острозька академія. Сер.: Психологія і педагогіка, (17), 2011. С. 342-349.

85. Татенко В. Соціально-психологічні механізми впливу людини на людину. Соціальна психологія. 2003. No 1. С. 60-72.
86. Татенко В. О. Психологія впливу: суб'єктна парадигма. Наукові студії із соціальної та політичної психології. 2000. Вип. 3 (6). С. 3-18.
87. Термінологічний словник російсько-української війни. за ред. М. М. Слюсаревського, упоряд. С. Л. Чуніхіна. Київ : Ін-т соціальної та політичної психології НАПН України, 2022. 20 с.
88. Травенко О. С. Психологічні механізми емоційної саморегуляції у жінок з доклінічними формами порушення харчової поведінки. Актуальні проблеми психології. Том XI. Випуск 14. С. 205-214.
89. Труханова Н., Іващенко А. Рефлексія як механізм регулювання невідповідної харчової поведінки у дорослому віці. Журнал «Перспективи та інновації науки, Серія «Педагогіка», Серія «Психологія», Серія «Медицина») No 14(32) 2023. С. 798-807.
90. Фатєєва М. С. Психологічні особливості самоусвідомлення осіб з орторексією. Дис... д. філос. за спеціальністю 053 Психологія, Київ, 2021. 236 с.
91. Фатєєва, М. С. Інтуїтивне харчування у світлі наукових вітчизняних і зарубіжних розшукувань. Теорія і практика сучасної психології, 3, 2019. С. 153-157.
92. Федотова Т. В., Кихтюк О. В., Кульчицька А. В. Психологічна підтримка у формування харчової поведінки підлітків в роботі клінічного психолога. Перспективи та інновації науки. Серія Педагогіка, Серія Психологія. Серія Медицина. Випуск 4(4). Київ, 2021. С. 410-422.
93. Хмара А. Споживання контенту соціальних медіа як фактор формування образу тіла. Магістерська робота. Чернівці, 2022. С. 56.
94. Хомуленко Т.Б. Психотехнології саморегуляції тілесного: навч.посіб.Харків : Вид-во «Діса Плюс», 2017. 44 с
95. Чаплінська Ю. Медіа ефекти парасоціальності. PSYCHOLOGICAL JOURNAL. No 6.4. 2020: 64–74.

96. Чаплінська Ю. С. Медіаперсона як взірець для наслідування. Презентація українського досвіду. (2020). с. 127-130.
97. Чаплінська, Ю. С., & Кабанова, П. С. (2021). Ризики кіберсоціалізації: сьогодення і недалеке майбутнє. Наукові студії з соціальної та політичної психології, 47(50), 160-179
98. Чіп Р. Ціннісні орієнтації як механізми регуляції поведінки особистості. Збірник наукових праць "Проблеми сучасної психології", (18). 2019. Режим доступу: <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2012-18.%p>.
99. Чубарова Н. Психологічні чинники харчової поведінки у юнацькому віці. 2020. С. 88
100. Шебанова В. І. Психологія харчової поведінки. Автореф. Дис. доктора психол. наук. 19.00.01; Київ, 2017. 40 с.
101. Шебанова, В. І., & Шебанова, С. Г. (2013). Розлади харчової поведінки в дзеркалі механізмів психологічного захисту. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Психологічні науки, (2), 48-51.
102. Шебанова В.І. Фізіологічний аспект харчової поведінки. Науковий вісник Педагогіка та психологія Чернівецького університету. Чернівці: Чернівецький нац.ун-т, 2014. Вип. 680. С. 187–196.
103. Шебанова В., Яблонська Т., Онуфрієва Л. Вплив програми нормалізації харчової поведінки та корекції ваги на «Я — образ» у жінок із надлишковою масою тіла. Наука і освіта: наук.-практ. Журнал, 2018. № 7-8. – С. 105-112.
104. Шебанова В. І., Łodygowska E. Викривлення стратегій харчової поведінки як адаптаційно-компенсаторний процес тілесності та специфічне новоутворення. Збірник наукових праць "Проблеми сучасної психології", (41), 2018. С. 423–442.
105. Шеремета С. Р. Проблема порушень харчової поведінки в дослідженнях українських психологів. Габітус (47), 2023. С. 209-214. URL: <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2023.47.37>.

106.Шеремета С. Р. Проблематика досліджень соціально-психологічного впливу соціальних мереж на харчову поведінку користувачів. Психологія та соціальна робота, (1), 2023. С. 46-55. URL: <http://dx.doi.org/10.32782/2707-0409.2023.1.6>.

107.Шугурова Т. Л. Тренінг як ефективний метод психологічної корекції харчової поведінки. Теоретичні і прикладні проблеми психології, (1), 2016. С. 246-255.

108.Щербак Т. І. Психологічні особливості образу фізичного Я у осіб із розладами харчової поведінки. Інсайт : психологічні виміри суспільства : наук. журн. Херсон : Видавничий дім Гельветика, 2019. Вип. 2. С. 104-111.

109.Юр'єва А. Вплив соціальних мереж на суспільство. Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. Науково-практичний журнал. Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки. No 7–8 (6), 2015. С. 81–83.

110.Absalyamova, L. (2018). Психологічний аналіз факторів, які впливають на харчову поведінку людини. Psychological journal, 16(6), 9-23.

111.Akin H., Landrum A. R. A Recap: Heuristics, Biases, Values, and Other Challenges to Communicating Science. In Kathleen Hall Jamieson, Dan M. Kahan, and Dietram A. Scheufele (eds). The Oxford Handbook of the Science of Science Communication, Oxford Library of Psychology, 2017. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780190497620.013.48.

112.Alvesson M. Reflexive Methodology. New vistas for Qualitative Research. Mats Alvesson and Ka jSkoldberg. Los Angeles – London – New Delhi – Singapore – Washington DC: SAGE, 2019. 350 p.

113.Aparicio-Martinez, Pilar et al. Social media, thin-ideal, body dissatisfaction and disordered eating attitudes: An exploratory analysis. International journal of environmental research and public health. 16.21. 2019: 4177.

114.Argosy University. (2011). Psychology of Healthy Eating. URL: <https://www.slideshare.net/HelpingPsychology/psychology-of-healthy-eating>.

115.Bateson G. *Metaphor: What is an instinct?* Approaches to Animal Communication / ed. by Thomas A. Sebeok. 1969

116.Branley Dawn B., and Judith Covey. Pro-ana versus pro-recovery: A content analytic comparison of social media users communication about eating disorders on Twitter and Tumblr. *Frontiers in psychology*. 8 (2017): 1356.

117.Center, P. R. (April 7, 2021). Social media fact sheet. Published. Pew Research Center; <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/>.

118.Chung, A., Vieira, D., Donley, T., Tan, N., Jean-Louis, G., Gouley, K. K., & Seixas, A. (2021). Adolescent peer influence on eating behaviors via social media: scoping review. *Journal of medical Internet research*, 23(6), e19697.).

119.Cohen R, Newton-John T, & Slater A (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183–187. 10.1016/j.bodyim.2017.10.002.

120.Davis R., Flett G., Bessre A. Validation of a new scale for measuring problematic Internet use: Implications for pre-employment screening. *CyberPsychol. Behavior*. 2002. Vol. 5, No 4. P. 331–345.

121.Dean B (October 10, 2021). How many people use social media in 2022? (65+ Statistics) Accessed October 12, 2022. BACKLINKO; <https://backlinko.com/social-media-users>.

122.Facebook та Instagram в Україні. URL: <https://plusone.com.ua/research/>.

123.Fitzgerald K, Yue Z, Wong JCS, & Green MC (2022). Entertainment and social media use during social distancing: Examining trait differences in transportability and need for social assurance. *Psychology of Popular Media*, 11(3), 305–310. 10.1037/ppm0000365.

124.Garner, D. M., Olmsted, M. P., Bohr, Y., & Garfinkel, P. E. (1982). The eating attitudes test: psychometric features and clinical correlates. *Psychological medicine*, 12(4), 871–878. <https://doi.org/10.1017/s0033291700049163>.

125.Gagnier J.J, Kienle G, Altman DG, Moher D, Sox H, Riley D; CARE Group. The CARE guidelines: consensus-based clinical case reporting guideline development. *J Med Case Rep*. 2013 Sep 10;7:223. doi: 10.1186/1752-1947-7-223. PMID: 24228906; PMCID: PMC3844611.

- 126.Griffiths, M.D., Kuss, D.J., & Billieux, J. (2019). The evolution of Internet addiction: A global perspective. *Addictive Behaviors*, 193-195.
- 127.Harriger J.A., Thompson J.K., Tiggemann M. TikTok, TikTok, the time is now: Future directions in social media and body image. *Body Image*, 2023. 44, 222–226.
- 128.Hawkins, L. K., Farrow, C., & Thomas, J. M. (2020). Do perceived norms of social media users' eating habits and preferences predict our own food consumption and BMI?. *Appetite*, 149, 104611.
- 129.Hilbert A, Pike KM, Goldschmidt AB, et al. (2014). Risk factors across the eating disorders. *Psychiatry Research*, 220(1–2), 500–506. 10.1016/j.psychres.2014.05.054.
- 130.Holland G, & Tiggemann M (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100–110. 10.1016/j.bodyim.2016.02.008.
- 131.International Classification of Diseases Eleventh Revision (ICD-11). Geneva: World Health Organization; 2022.
- 132.Kahan D. M. Ordinary science intelligence: A science-comprehension measure for study of risk and science communication, with notes on evolution and climate change. *Journal of Risk Research*. 2017. Vol. 20(8). P. 995–1016. DOI: 10.1080/13669877.2016.1148067.
- 133.KokorinaY. Y., & PsatiiA. V. Eating behavior as a form of self-attitude. *Insight: The Psychological Dimensions of Society*, (5), 2021. 11-29.
- 134.Landrum A. R., Hallman, W. K., & Jamieson, K. H. Examining the impact of expert voices: Communicating the scientific consensus on genetically-modified organisms. *Environmental Communication*. 2019. Vol. 13(1). P. 51–70. DOI: 10.1080/17524032.2018.1502201.
- 135.Laniush, F., & Urbanovych, A. (2021). Опитувальник для визначення синдрому нічного переїдання (NEQ) – валідація та адаптація для української популяції. *Ендокринологія | Endocrinology*, 26 (3), С. 311-318.

- 136.Marks RJ, de Foe A, & Collett J (2020). The pursuit of wellness: Social media, body image and eating disorders. *Children and Youth Services Review*, 119(May), Article 105659. 10.1016/j.childyouth.2020.105659.
- 137.McLean, C. P., Kulkarni, J., & Sharp, G. (2023). The 26-Item Eating Attitudes Test (EAT-26): Psychometric Properties and Factor Structure in Vegetarians and Vegans. *Nutrients*, 15(2), 297. <https://doi.org/10.3390/nu15020297>
- 138.Milanese, R., Nardone, G., & Verbitz, T. (2018). *Prison of food: Research and treatment of eating disorders*. Routledge.
- 139.Mink DB, & Szymanski DM (2022). TikTok use and body dissatisfaction: Examining direct, indirect, and moderated relations. *Body Image*, 43, 205–216. 10.1016/j.bodyim.2022.09.006.
- 140.Moessner M., Feldhege J., Wolf M., Bauer S. Analyzing big data in social media: Text and network analyses of an eating disorder forum. *Int J Eat Disord*. 2018; 51: 656–667. DOI: <https://doi.org/10.1002/eat.22878>.
- 141.Most popular social networks worldwide as of July 2020, ranked by number of active users. URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.
- 142.Naslund JA, Bondre A, Torous J, & Aschbrenner KA (2020). Social media and mental health: Benefits, risks, and opportunities for research and practice. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5(3), 245–257. 10.1007/S41347-020-00134-X.
- 143.Nunes, M. A., Camey, S., Olinto, M. T. A., & Mari, J. D. J. (2005). The validity and 4-year test-retest reliability of the Brazilian version of the Eating Attitudes Test-26. *Brazilian Journal of Medical and Biological Research*, 38, 1655-1662.
- 144.Pike, K. M., Striegel-Moore, R. H. (1997). Disordered eating and eating disorders. In S. J. Gallant, G. P. Keita, R. Royak-Schaler (Eds.), *Health care for women: Psychological, social, and behavioral influences* (pp. 97–114). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10235-006>.

- 145.Pilecki, M. W., Sałapa, K., & Józefik, B. (2016). Socio-cultural context of eating disorders in Poland. *Journal of eating disorders*, 4, 1-12.
- 146.Pletka, O. Mental health of the nation in the conditions of war: the experience of psychosocial support and psychoeducation as effective technologies of assistance with psychological injury. *Theory and methodology of innovative health care development in the national, European and global contexts*. Katowice. The University of Technology in Katowice Press. 2023. 520/16. P. 374–390. URL: <http://www.wydawnictwo.wst.pl/uploads/files/d678b24789ff139d2693746c58bb0844.pdf>
- 147.Raquel F. P., Marle A. (2007). Disordered Eating: Identifying, Treating, Preventing, and Differentiating It From Eating Disorders. *Diabetes Spectr* 1 July 2007; 20 (3): 141–148. <https://doi.org/10.2337/diaspect.20.3.141>.
- 148.Rivas, T., Bersabé, R., Jiménez, M., & Berrocal, C. (2010). The Eating Attitudes Test (EAT-26): Reliability and Validity in Spanish Female Samples. *The Spanish Journal of Psychology*, 13(2), 1044–1056. doi:10.1017/S1138741600002687
- 149.Rogoza, R., Brytek-Matera, A., Garner, D. M. (2016). Analysis of the EAT-26 in a non-clinical sample. *Archives of Psychiatry and Psychotherapy*, 18(2), 54-58. <https://doi.org/10.12740/APP/63647>
- 150.Shah MW, Ahmad T, Khan M, Sun G. Global Research Trends, Top-100 Most Cited Studies, and Network Visualization of Eating and Feeding Disorders Research From 1900-2020: A Historical Bibliometric Analysis. *Electron J Gen Med*. 2022;19(3):em368. <https://doi.org/10.29333/ejgm/11839>.
- 151.Sanzari, C. M., Gorrell, S., Anderson, L. M., Reilly, E. E., Niemiec, M. A., Orloff, N. C., Anderson, D. A., & Hormes, J. M. (2023). The impact of social media use on body image and disordered eating behaviors: Content matters more than duration of exposure. *Eating behaviors*, 49, 101722. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2023.101722>.
- 152.Serier K (2016). Measurement invariance of the eating disorder examination questionnaire (EDE-Q) in a college sample of non-Hispanic white and Hispanic women. University of New Mexico.

- 153.Sheremeta S. The Meaning and Role of the Body in Adolescents with Eating Disorders: a Description of the Meaning of the Symptom. *The Global Psychotherapist*. 2024. Vol. 4, no. 1. P. 100–103. URL: <https://doi.org/10.52982/lkj223>
- 154.Sousa, V. D., & Rojjanasrirat, W. (2011). Translation, adaptation and validation of instruments or scales for use in cross-cultural health care research: a clear and user-friendly guideline. *Journal of evaluation in clinical practice*, 17(2), 268–274. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2753.2010.01434.x>.
- 155.Tanofsky-Kraff, M. and Yanovski, S.Z. (2004), Eating Disorder or Disordered Eating? Non-normative Eating Patterns in Obese Individuals. *Obesity Research*, 12: 1361-1366. <https://doi.org/10.1038/oby.2004.171>.
- 156.Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International journal of medical education*, 2, 53., Brown, J. D. (2002). The Cronbach alpha reliability estimate. *JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 6(1).
- 157.Turner Pixie G., and Carmen E. Lefevre. Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*. 22.2 (2017): 277–284.
- 158.Tylka, T. L., & Kroon Van Diest, A. M. (2013). The Intuitive Eating Scale–2: Item refinement and psychometric evaluation with college women and men. *Journal of counseling psychology*, 60(1), 137.
- 159.Uzunian, L. G., & Vitalle, M. S. D. S. (2015). Social skills: a factor of protection against eating disorders in adolescents. *Ciencia & saude coletiva*, 20, 3495-3508.
- 160.Van Strien, T., Herman C. P., & Verheijden M. W. Eating style, overeating, and overweight in a representative Dutch sample: Does external eating play a role? *Appetite*. 2008. 52 (2). P. 380-387.
- 161.Wilksch, S. M., O'Shea, A., Ho, P., Byrne, S., & Wade, T. D. The relationship between social media use and disordered eating in young

adolescents. *International Journal of Eating Disorders*. 2019. doi:10.1002/eat.23198.

162. Young K.S. The Relationship Between Depression and Internet Addiction / K.S. Young, R.C. Rodgers. URL: <http://netaddiction.com/articles/cyberpsychology.pdf>.

163. Zhang J, Wang Y, Li Q, & Wu C (2021). The relationship between SNS usage and disordered eating behaviors: A meta-analysis. *Frontiers in Psychology*, 12(August). 10.3389/fpsyg.2021.641919).

164. Ziegler, M. (2020). Psychological Test Adaptation and Development – How Papers Are Structured and Why. *Psychological Test Adaptation and Development*, 1(1), 3–11.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

АНКЕТА РЕСПОНДЕНТА

1. Вкажіть вашу стать: Чоловік/Жінка

2. Вкажіть вашу вагу (кг):

3. Вкажіть власний зріст (см):

4. Якими соціальними мережами користуєтесь?

А) Facebook

Б) Instagram

В) TikTok

Г) Х

Д) Інші

5. Чи задоволені власною фігурою?

А) Задоволений

Б) Хочу схуднути

В) Хочу набрати м'язову масу

6. Коли ви бачите в соціальних мережах струнких людей, то чи викликає це бажання змінити фігуру?

А) Ніколи

Б) Іноді

В) Часто

Г) Завжди

7. Коли ви бачите в соціальних мережах струнких людей, то чи викликає це бажання змінити фігуру?

А) Так

Б) Ні

В) Інше....

ДОДАТОК Б

МЕТОДИКИ ОСНОВНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Тест на визначення харчових вподобань (EAT-26)

Інструкція: Це короткий тест, який допоможе вам визначити, чи є у вас розлад харчової поведінки, який потребує професійної допомоги. Цей скринінг не призначений для постановки діагнозу розладу харчової поведінки і не спроможний замінити професійної консультації. Будь ласка, заповніть наведену нижче форму якомога точніше, правдивіше і повніше. Немає правильних чи неправильних відповідей. Всі ваші відповіді є конфіденційними.

Частина А: Дайте відповіді на наступні запитання:		
1) Дата народження _____		2) Стать
3) Ваш зріст (см) _____		Ч <input type="checkbox"/>
4) Поточна вага (кг) _____	5) Ваша найбільша вага в дорослому віці (кг) _____	Ж <input type="checkbox"/>
6) Найменша вага в дорослому віці _____	7) Ідеальна вага, яку б хотіли мати _____	

Я проявляю самоконтроль стосовно їди	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Я відчуваю, що інші тиснуть на мене, щоб я їв (-ла)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Я приділяю їді занадто багато часу і думок	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Відчуваю дискомфорт після вживання солодощів	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Займаюся дієтичним харчуванням	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Мені подобається, коли мій шлунок порожній	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
У мене виникають позиви до блювоти після їди	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Насолоджуюся куштуванням нової насиченої їжі	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Частина В: Поведінкові питання. За останні 6 місяців Ви:	Ніколи	Раз на місяць або менше	2-3 рази на місяць	1 раз на тиждень	2-6 разів на тиждень	1 раз на день
А. Впадали в харчові «запої», коли відчували, що не можете зупинитися?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Б. Викликали нудоту (блювоту), щоб контролювати свою вагу або фігуру?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
В. Використовували проносні, таблетки для схуднення або діуретики (таблетки з водою), щоб контролювати свою вагу або фігуру?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Г. Тренувалися більше 60 хвилин на день, щоб схуднути або контролювати вагу?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Д. Втратили дев'ять кілограмів або більше?	Так <input type="checkbox"/>				Ні <input type="checkbox"/>	

Примітка до частини В***
 Визначається як споживання
 набагато більшої кількості їжі,
 ніж більшість людей за тих самих
 обставин, і відчуття, що
 харчування вийшло з-під
 контролю

© Copyright: EAT-26: (Garner et al. 1982, *Psychological Medicine*, 12, 871878); adapted by D. Garner with permission.

Підрахунок балів за тестом на визначення харчової поведінки© (EAT-26)

Тест на визначення харчових вподобань (EAT-26) виявився дуже надійним і валідним (Garner, Olmsted, Bohr, & Garfinkel, 1982; Lee та ін., 2002; Mintz & O'Halloran, 2000). Однак EAT-26 сам по собі не дає специфічного діагнозу розладу харчової поведінки.

Бали, вищі за 20, вказують на необхідність подальшого обстеження кваліфікованим фахівцем. Бали нижче 20 можуть свідчити про серйозні проблеми з харчуванням, оскільки заперечення симптомів може бути проблемою при розладах харчової поведінки.

Результати слід інтерпретувати разом з даними про вагу в анамнезі, поточним ІМТ (індексом маси тіла) та відсотком ідеальної маси тіла. Позитивні відповіді на питання щодо поведінки при розладах харчової поведінки (питання з А по Д) можуть самі по собі вказувати на необхідність перенаправлення до спеціаліста.

Оцінка за опитувальником EAT-26: Оцініть 26 пунктів опитувальника EAT-26 за наведеною нижче системою і додайте бали за всіма пунктами.

Підрахунок «Тесту на визначення харчових вподобань»	Система підрахунку					
	Завжди	Зазвичай	Часто	Іноді	Рідко	Ніколи
1-25	3	2	1	0	0	0
26	0	0	0	1	2	3

Опитувальник харчової поведінки (Dutch Eating Behavior Questionnaire,
скор. Нідерландський опитувальник харчової поведінки)

Створений голландськими психологами для виявлення характеру харчової поведінки (про які ми говорили у вчорашній публікації): обмежувальної (прагнення жорстко обмежувати себе в їжі), емоціогенної (звичка "заїдати" емоції) і екстернальної (нездатність встояти перед смачненьким, апетитним запахом та виглядом їжі).

Щоб отримати правильний результат, пройдіть тест швидко, не задумуючись.

На кожне питання відповідайт:б

«Ніколи»

«Дуже рідко»

«Іноді»

«Часто»

«Дуже часто»

1. Якщо ваша вага починає рости, чи їсте ви менше звичайного?
2. Чи намагаєтеся ви їсти менше, ніж вам хотілося б, під час сніданку, обіду, вечері?
3. Чи часто ви відмовляєтеся від їжі і напоїв через те, що турбуєтеся про вашу вагу?
4. Чи контролюєте ви кількість з'їденого?
5. Чи обираєте ви їжу навмисно, щоб схуднути?
6. Якщо ви переїли, чи будете ви на наступний день їсти менше?
7. Чи намагаєтеся ви їсти менше, аби не погладшати?
8. Чи часто ви намагаєтеся не їсти між прийомами їжі, оскільки стежите за своєю вагою?
9. Чи часто ви намагаєтеся не їсти вечорами, тому що стежите за своєю вагою?
10. Чи думаєте ви про те, скільки ви важите, перед тим, як що-небудь з'їсти?
11. Чи виникає у вас бажання їсти, коли ви роздратовані?

12. Чи виникає у вас бажання їсти, коли вам нічого робити?
13. Чи виникає у вас бажання їсти, коли ви пригнічені або збентежені?
14. Чи виникає у вас бажання їсти, коли вам самотньо?
15. Чи виникає у вас бажання їсти, коли вас хтось підвів?
16. Чи виникає у вас бажання їсти, коли порушуються ваші плани?
17. Чи виникає у вас бажання їсти, коли ви передчуваєте якусь неприємність?
18. Чи виникає у вас бажання їсти, коли ви стривожені, стурбовані або напружені?
19. Чи виникає у вас бажання їсти, коли «все не так», «все валиться з рук»?
20. Чи виникає у вас бажання їсти, коли ви налякані?
21. Чи виникає у вас бажання їсти, коли ви розчаровані, зруйновані всі ваші надії?
22. Чи виникає у вас бажання їсти, коли ви схвильовані, засмучені?
23. Чи виникає у вас бажання їсти, коли ви стомлені, стривожені?
24. Чи їсте ви більше, ніж зазвичай, якщо їжа смачна?
25. Чи їсте ви більше звичайного, коли їжа особливо добре виглядає і пахне?
26. Якщо ви бачите смачну їжу і відчуваєте її запах, з'являється у вас бажання їсти?
27. Якщо у вас є щось смачненьке, ви з'їсте це негайно?
28. Якщо ви проходите повз булочну, вам хочеться купити щось смачне?
29. Якщо ви проходите повз кафе, вам хочеться купити щось смачне?
30. Коли ви бачите, як їдять інші, чи з'являється у вас бажання їсти?
31. Чи можете ви зупинитися, якщо їсте щось дуже смачне?
32. Чи їсте ви більше, ніж зазвичай, в компанії (коли бачите, як їдять інші)?
33. Коли ви готуєте їжу, чи часто пробуєте її?

Підрахуйте бали:

за кожне «ніколи» - 1,

за «дуже рідко» - 2,

за «іноді» - 3,

за «часто» - 4,

«дуже часто» - 5

(з 31 питанням - все навпаки).

1-10 — Відповіді на перші десять запитань визначають обмежувальну харчову поведінку.

Середній результат становить 2,4. Якщо у вас вийшла цифра набагато менша — це означає, що ви погано контролюєте, що і в якій кількості їсте. Якщо набагато більша — ви занадто суворі до себе і, можливо, схильні до анорексії.

11-23 — визначають емоціогенну лінію поведінки: схильні ви заїдати свої емоції чи ні. Чим нижчою вийде цифра, тим краще (середній результат 1,8). Якщо ж вона дуже висока, подумайте, що робити, аби не накидатися на солодке від смутку і нудьги.

24-31 — ці запитання складають шкалу екстернальної харчової поведінки.

Вона визначає, чи легко ви піддаєтеся спокусі з'їсти щось смачне. Середній бал за цією шкалою - 2,7. Якщо ви заробили набагато більше балів, значить, вам властиво переїдати за компанію, в ресторанах і кафе, де страви апетитно виглядають, і навіть на дієті ви не зможете відмовити собі у пахучій свіжоспеченій булочці. Уважно стежте за собою в таких ситуаціях.

Шкала інтуїтивного харчування – 2 (Шкала інтуїтивного харчування-2 Т. Тулка) в адаптації Ящишиної Ю., Фатєєвої М.

Перед вами питання, що стосуються вашого ставлення до їжі та поведінки, пов'язаної з нею. Оберіть варіант, найбільш відповідний вашій поведінці у кожній із описаних ситуацій. Дайте відповідь на них одним із п'яти можливих варіантів:

«повністю незгоден» (1), «незгоден» (2), «нейтрально» (3), «згоден» (4), «повністю згоден» (5) і поставте значок плюс «+» у колонці відповіді.

№	Питання	Повніс тю не згоден	Незго ден	Нейт ральн о	Згод ен	Повні стю згоден
1	Я намагаюся не вживати певні продукти з високим вмістом жиру, вуглеводів або калорій.					
2	Іноді я помічаю, що їм, коли почуваюся емоційно (наприклад, почуваюся: тривожним, пригніченим, сумним), навіть коли фізично я не голодний.					
3	Якщо я дійсно хочу певної їжі, я дозволяю собі її мати.					
4	Я дуже злюсь на себе через те, що їв щось не здорове					
5	Іноді я помічаю, що я їм, коли мені самотньо, навіть коли я фізично не голодний					
6	Я довіряю своєму тілу, котре підкаже мені, коли треба їсти					
7	Я довіряю своєму тілу, котре підкаже мені, що їсти.					
8	Я довіряю своєму тілу, котре підкаже мені, скільки їсти.					
9	У мене є заборонені продукти, які я не дозволяю собі з'їсти					

10	Я використовую їжу для вгамування своїх негативних емоцій.					
11	Іноді я помічаю, що їм, коли відчуваю стрес, навіть коли я фізично не голодний.					
12	Я можу впоратися з негативними емоціями (стресом та тривогою), не вживаючи їжі.					
13	Коли мені нудно, я НЕ їм тільки для того, щоб зайнятись чимось.					
14	Коли мені самотньо, я НЕ звертаюся до їжі за допомогою.					
15	Я знаходжу інші способи впоратися зі стресом та тривогою, окрім їжі					
16	Я дозволяю собі їсти ту їжу, котру хочу на цей момент					
17	Я НЕ дотримуюся правил харчування або планів дієти, які диктують, що, коли і / або скільки мені їсти.					
18	Здебільшого я хочу їсти поживну їжу.					
19	Переважно я їм продукти, які дозволяють моєму тілу ефективно (добре) функціонувати					
20	Переважно я їм продукти, які дають моєму тілу енергію і витривалість.					
21	Я довіряю своїм сигналам голоду, які підкажуть мені, коли їсти.					
22	Я довіряю сигналам наповненості (ситості), які підказують мені, коли припинити їсти.					
23	Я довіряю своєму тілу, яке підкаже мені, коли припинити їсти.					

Ключ до методики Шкала інтуїтивного харчування (23 пункти).

Підраховуємо бали:

1. За пунктами 1, 2, 4, 5, 9, 10 та 11 бали розраховуються у зворотній послідовності (повністю незгоден 5 балів, незгоден 4 бали, нейтрально 3 бали і т. ін.)
2. Підсумковий бал за Шкалою інтуїтивності харчування: підсумуйте разом всі пункти і розділіть на 23, щоб визначити середній бал..
3. Підшкала «Безумовний дозвіл на їжу»: підсумуйте разом пункти 1, 3, 4, 9, 16 та 17; розділіть на 6, щоб визначити середній бал.
4. Підшкала «Їжа з огляду на фізичний голод, неемоційний»: підсумуйте разом пункти 2, 5, 10, 11, 12, 13, 14 та 15; розділіть на 8, щоб визначити середній бал.
5. Підшкала «Покладаюся на сигнали голоду та ситості»: підсумуйте разом пункти 6, 7, 8, 21, 22 та 23; розділіть на 6, щоб визначити середній бал.
6. Підшкала «Гармонія їжі та тіла» (я обираю продукти, які вважаю корисними і які дозволяють моєму тілу ефективно функціонувати): підсумуйте разом пункти 18, 19 та 20; розділіть на 3, щоб визначити середній бал.

Авторський опитувальник Комфортний спосіб медіакомунікації (Підгірна)

Інструкція: «Уважно прочитайте запитання та виберіть лише один варіант відповіді, найбільш характерний для Вас»

Вік _____ Стать _____

1. Як давно ви користуєтесь інтернетом?
 - близько одного року (1 б);
 - більше одного року (2 б);
 - більше трьох років (3 б)
2. Як часто ви користуєтесь інтернетом?
 - декілька разів на місяць (1 б);
 - декілька разів на тиждень (2б);
 - декілька разів на день (3б)
3. Скільки часу ви проводите в інтернеті?
 - менше 1 години на добу (1б);
 - від 1 до 3 годин на добу (2б);
 - більше 3 годин на добу (3б)
4. З якою метою ви найчастіше використовуєте інтернет?
 - пошук необхідно інформації (навчальної, додаткової) (і);
 - розваги (перегляд фільмів, прослуховування музики, серфінг) (р);
 - спілкування та пошук інформації (с)
5. Які сайти Ви відвідуєте найчастіше?
 - пошукові (і);
 - розважальні (фільми, музика, ігри) (р);
 - сайти соціальних мереж (с)
6. З якою метою Ви створили власну сторінку в соціальній мережі?
 - для виконання певної діяльності (учбової, творчої) (д);
 - для розваг (он-лайн-ігри, музика, фільми) (л);
 - для спілкування з друзями (с)
7. Як часто Ви відвідуєте власну сторінку в соціальній мережі??
 - декілька разів на місяць (1б);
 - декілька разів на тиждень (2б);
 - декілька разів на день (3б)
8. Скільки часу Ви проводите в соціальні мережі (мається на увазі загальний час активної взаємодії)?
 - до 1 години на день (1б);
 - 1 – 3 години на день (2б);
 - більше 3 годин на день (3б)
9. Як часто Ви оновлюєте сторінку в соціальні мережі?
 - рідко (раз на місяць та рідше) (1б)
 - іноді (декілька разів на місяць) (2б)
 - часто (декілька разів на тиждень) (3б)
10. Як часто Ви спілкуєтесь з друзями в соціальній мережі?

- рідко (декілька разів на місяць) (1б)
- іноді (декілька разів на тиждень) (2б)
- часто (кожного дня) (3б)

11. Як часто Ви додаєте нові контакти («в друзі») в соціальній мережі?

- рідко (раз на місяць та рідше) (1б)
- іноді (декілька разів на місяць) (2б)
- часто (декілька разів на тиждень) (3б)

12. Що зображено на аватарі Вашої сторінки?

- особисте фото (1б);
- зображення, пов'язане з моїм настроєм, станом, діяльністю, оточенням тощо (2б);

- стороннє зображення (3б)

13. Чи достовірні Ваші анкетні дані, представлені на сторінці?

- повністю достовірні та представлені детально (1б);
- частково достовірні або вказано узагальнені дані (2б);
- частково достовірні або недостовірні (3б)

14. Чи всі пункти Вашої анкети заповнені?

- заповнено всі пункти (1б);
- заповнено основні пункти (2б);
- заповнені деякі основні та деякі додаткові пункти (3б)

15. Якщо на Вашій сторінці присутній статус, що в ньому описується?

- поточні події мого життя та мій настрій (1б);
- на моїй сторінці немає статусу або буває рідко (2б);
- бажані настрої та обставини (3б)

16. Які зображення в основному представлені на Вашій сторінці?

- особисті фото (1б);
- частково – особисті фото, а також зображення іншого змісту (2б);
- в основному зображення іншого змісту (3б)

17. Особисті фото якого характеру представлені на Вашій сторінці?

- різні (1б);
- деякі фото з повсякденного життя (2б);
- фото подій, нехарактерних для мого життя (3б)

18. Чи обробляєте Ви власні фото в спеціальних програмах (типу PhotoShop) перед тим, як виставити їх на власну сторінку?

- іноді, для їх корекції (1б);
- не обробляю (2б);
- часто обробляю (3б)

19. Чи відповідає, на Ваш погляд, Ваш віртуальний образ з реальним образом?

- так (1б);
- загалом так (2б);
- ні (3б)

20. Чи багато у Вас контактів (друзів) в соціальній мережі?

- до 500 (1б);
- більше 100 (2б);

- близько 100 (3б)
- 21. З якою метою ви встановлюєте контакти в соціальній мережі?
 - для продовження безпосереднього спілкування (1б);
 - для підтримки зв'язку зі знайомими (2б);
 - для пошуку нових друзів (3б)
- 22. З ким ви частіше встановлюєте віртуальний контакт?
 - з реальними знайомими (1б);
 - в основному з реальними, але є також віртуальні (2б);
 - в основному з віртуальними (3б)
- 23. З ким ви найчастіше спілкуєтесь?
 - з реальними знайомими (1б);
 - як з реальними, так і з віртуальними (2б);
 - з віртуальними (3б)
- 24. Яких користувачів ви найчастіше обираєте в віртуальні «друзі»?
 - майже всі знайомі, з якими спілкуюся в дійсності (1б);
 - реальні знайомі, з якими хочу підтримувати контакт (2б);
 - віртуальні знайомі, з якими подобається спілкуватися (3б)
- 25. Вкажіть приблизне співвідношення реальних та віртуальних знайомих в списку контактів в соціальній мережі:
 - всі реальні (1б);
 - більшість реальні, хоча є і віртуальні (2б);
 - більшість віртуальні (3б)
- 26. За яким принципом ви додаєте нові контакти?
 - додаю акаунти лише реальних знайомих (1б);
 - додаю акаунти тих, з ким регулярно спілкуюся в дійсності (2б);
 - шукаю альтернативне коло спілкування (3б)
- 27. Яка група взаємодії являється для вас більш значущою?:
 - реальна та віртуальна – одна й та сама група (1б);
 - реальна (2б);
 - віртуальна (3б)
- 28. Чи схожа ваша манера створення повідомлень в мережі з манерою висловлювань за реального спілкування?
 - схожа (1б);
 - в загальних рисах схожа (2б);
 - не схожа (3б)
- 29. Чи буває так, що ви передаєте в мережу недостовірну інформацію?
 - ні (1б);
 - скоріше ні (2б);
 - буває (3б)
- 30. Чи правда, що за віртуального спілкування ви описуєте події, які не відбуваються в дійсності (з вами, вашим оточенням)?
 - ні (1б);
 - скоріше ні (2б);
 - часто (3б)

31. Чи правда, що в процесі віртуального спілкування Ви виказуєте думки, ідеї, які з різних причин не виказуєте за реального?

- ні (1б);
- скоріше ні (2б);
- часто (3б)

32. Які теми Ви найчастіше обговорюєте в соціальній мережі?

- теми, аналогічні тим, що обговорюються за безпосереднього (1б);
- теми, які з певних причин (відсутність часу, іншої можливості зв'язку) обговорити за безпосереднього (2б);
- теми, які з певних причин немає з ким обговорити в дійсності (3б)

33. Чи відповідає Ваша манера спілкування в мережі манері спілкування в реальності?

- повністю відповідає (1б);
- в основному відповідає (2б);
- не відповідає (3б)

Ключ до анкети:

Шкала «Рівень активності використання медіаресурсів»

Рівень активності в соціальній мережі = сума балів по питанням 1, 2,

3 – 4 бали – низький рівень активності

5 – 7 балів – середній рівень активності

8 – 9 балів – високий рівень активності

Питання 4, 5 спрямовані на виявлення основних цілей взаємодії з Інтернетом; відповіді на них не оцінюються, а позначаються буквами («і» - основна мета – пошук інформації; «р» - основна мета – розваги; «с» - основна мета – спілкування). Відповіді на ці питання не сумуються з балами по шкалі, а аналізуються окремо.

Шкала «Рівень активності використання соціальних мереж»

Рівень активності в соціальних мережах = 7+8+9+10+11

5 – 8 балів – низький рівень активності

8 – 12 балів – середній рівень активності

12 – 15 балів – високий рівень активності

Шкала «Особливості самопрезентації»

Питання 12+13+14+15+16+17+18+19

8 – 13 балів – максимально точно відповідає реальному образу Я

14 – 17 балів – узагальнена передача реального образу Я суб'єкта

18 – 24 бали – викривлює реальний образ Я

Шкала «Встановлення контактів»

Питання 20+21+22+23+24+25+26+27

8 – 13 балів – встановлення віртуальних контактів з особами, знайомим в дійсності

14 – 17 балів – встановлення віртуальних контактів з особами, як знайомим та і незнайомим в дійсності

18 – 24 балла – встановлення контактів з особами, не знайомим в дійсності

Шкала «Особливості створення повідомлень»

Питання 28+29+30+31+32+33

6 – 10 балів – особливості створення повідомлень за медіакомункації
відповідають особливостям висловлень за безпосереднього спілкування

10 – 14 балів – відповідність в загальних рисах

14 – 18 балів – невідповідність

**Тест-опитувальник на виявлення кіберадикції» (Тест-опитувальник на
виявлення кіберадикції) Асєєва Ю. О., Аймедов К. В.**

Стать: Ч Ж Вік : _____(повних)років

(підкресліть)

Дата заповнення: _____р.

Інструкція: Прочитайте уважно запитання та надайте правдиву відповідь (занесіть відповідь у відповідну колонку бланку). Пам'ятайте правильних чи неправильних відповідей не існує.

Питання:

1. Як часто ви користуєтесь ПК

- а) 1 раз у місяць б) 1 раз у тиждень в) 1 раз на добу
г) 3-5 рази на добу д) постійно

2. Як часто ви користуєтесь Інтернетом

- а) 1 раз у місяць б) 1 раз у тиждень в) 1 раз на добу
г) 3-5 рази на добу д) постійно

3. Як часто ви граєте у ігри (з використанням телеприставками, ПК, Інтернету, гаджетів)

- а) 1 раз у місяць б) 1 раз у тиждень в) 1 раз на добу
г) 3-5 рази на добу д) постійно

4. Як часто ви користуєтесь гаджетами чи електронними девайсами

- а) 1 раз у місяць б) 1 раз у тиждень в) 1 раз на добу
г) 3-5 рази на добу д) постійно

5. Чи маєте ви власні сторінки у соціальних мережах

- а) ні
б) так, одну
в) я маю 2-3 сторінки у різних мережах
г) я маю декілька сторінок в кожній із мереж якими користуюсь д) я

створюю власні сторінки постійно у різноманітних мережах

6. Ви часто викладаєте на свої сторінки своє фото

- а) ніколи
б) 1-2 рази на місяць в) 1-2 разу на добу г) 3-6 разів на добу
д) більше шести разів на добу

7. Скільки годин на добу ви проводити за ПК

- а) я не користуюсь ПК кожного дня б) від 1 год. до 3 год.
в) від 3 год. до 6 год. г) від 6 год. до 8 год. д) більше 8 годин

8. Скільки годин на добу ви проводити в Інтернеті

- а) я не користуюсь Інтернетом кожного дня б) від 1 год. до 3 год.
в) від 3 год. до 6 год. г) від 6 год. до 8 год. д) більше 8 годин

9. Скільки годин на добу ви проводити за іграми (телеприставками, ПК, Інтернет-іграми)

- а) я не граю в ігри кожного дня б) від 1 год. до 3 год.

в) від 3 год. до 6 год. г) від 6 год. до 8 год. д) більше 8 годин

10. Скільки годин на добу ви проводите за гаджетом чи електронним девайсами

а) я не використовую гаджети кожного дня б) від 1 год. до 3 год.

в) від 3 год. до 6 год. г) від 6 год. до 8 год. д) більше 8 годин

11. Як часто ви перевіряєте оновлення у мережах якими ви користуєтесь

а) 1-2 рази на тиждень б) 1-2 рази на добу

в) 3-6 рази на добу

г) реаую на оновлення

д) постійно очікую оновлення та слідкую за ними

12. Як часто ви себе фотографуєте

а) 1-2 рази на місяць б) 1-2 рази на тиждень в) 1-2 рази на добу

г) 3-5 рази на добу

д) 6 разів на добу та більше

13. Як часто за останній рік ви виявили, що провели за ПК більше часу ніж планували (не могли зупинитись, втратили облік часу)

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) більшість свого часу

14. Як часто за останній рік ви виявили, що провели у мережі Інтернет більше часу ніж планували (не могли зупинитись, втратили облік часу) а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) більшість свого часу

15. Як часто за останній рік ви виявили, що провели за грою більше часу ніж планували (не могли зупинитись, втратили облік часу)

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) більшість свого часу

16. Як часто за останній рік ви виявили, що провели за гаджетом чи іншим електронним девайсами більше часу ніж планували (не могли зупинитись, втратили облік часу)

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) більшість свого часу

17. Як часто за останній рік ви виявили, що провели за спілкуванням у соціальних мережах більше часу ніж планували (не могли зупинитись, втратили облік часу)

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) більшість свого часу

18. Як часто за останній рік ви виявили, що провели за фотографуванням та викладанням у мережах більше часу ніж планували (не могли зупинитись, втратили облік часу)

а) ніколи

- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
- д) більшість свого часу

19. Як часто за останній рік у наслідок надмірного захоплення ПК ви не змогли зробити те що планували, чи те що робити завжди (нехтували роботою, навчанням, домашніми обов'язками чи іншими заняттями)

- а) ніколи
- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 разів на добу
- д) щодня

20. Як часто за останній рік у наслідок надмірного захоплення Інтернетом ви не змогли зробити те що планували, чи те що робити завжди (нехтували роботою, навчанням, домашніми обов'язками чи іншими заняттями)

- а) ніколи
- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 разів на добу
- д) щодня

21. Як часто за останній рік у наслідок надмірного захоплення грою ви не змогли зробити те що планували, чи те що робити завжди (нехтували роботою, навчанням, домашніми обов'язками чи іншими заняттями)

- а) ніколи
- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 разів на добу
- д) щодня

22. Як часто за останній рік у наслідок надмірного захоплення гаджетами ви не змогли зробити те що планували, чи те що робити завжди (нехтували роботою, навчанням, домашніми обов'язками чи іншими заняттями)

- а) ніколи
- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 разів на добу
- д) щодня

23. Як часто за останній рік у наслідок надмірного захоплення спілкуванням у соціальних мережах ви не змогли зробити те що планували, чи те що робити завжди (нехтували роботою, навчанням, домашніми обов'язками чи іншими заняттями)

- а) ніколи
- б) 1 раз у місяць і рідше
- в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 разів на добу
- д) щодня

24. Як часто за останній рік у наслідок надмірного захоплення фотографуванням та викладенням у мережах фото ви не змогли зробити те що планували, чи те що робити завжди (нехтували роботою, навчанням, домашніми обов'язками чи іншими заняттями)

- а) ніколи
- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 разів на добу
- д) щодня

25. Як часто за останній рік ви прокидалися з думкою про ПК чи розпочинали свій день із запуску ПК

- а) ніколи

- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 рази на тиждень д)

щодня

26. Як часто за останній рік ви прокидалися з думкою про Інтернет мережі чи розпочинали свій день із запуску Інтернет-мережі

а) ніколи

- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 рази на тиждень д)

щодня

27. Як часто за останній рік ви прокидалися з думкою про гру чи розпочинали свій день із запуску гри

а) ніколи

- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 рази на тиждень д)

щодня

28. Як часто за останній рік ви прокидалися з думкою про гаджети чи розпочинали свій день із запуску гаджетів чи інших електронних девайсів

а) ніколи

- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 рази на тиждень д)

щодня

29. Як часто ви оновлюєте свою сторінку (-ки) у соціальних мережах

- а) 1-2 рази на місяць б) 1-2 рази на тиждень в) 1 раз на добу

г) 3-5 рази на добу

д) 6 разів на добу та більше

30. Скільки раз Ви викладаєте своє фото у соціальних мережах

- а) 1-2 рази на місяць б) 1-2 рази на тиждень в) 1-2 раз на добу

г) 3-5 рази на добу

д) я фотографуюсь більше 6 разів на добу і викладаю майже всі фото у

мережі

31. Як часто за останній рік вас навідувала думка про бажаність обмеження часу, яке ви проводите за ПК

а) ніколи

- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) більше трьох разів на добу

32. Як часто за останній рік вас навідувала думка про бажаність обмеження часу, яке ви проводите у мережі Інтернет

а) ніколи

- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) більше трьох разів на добу

33. Як часто за останній рік вас навідувала думка про бажаність обмеження часу, яке ви проводите за грою

а) ніколи

- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) більше трьох разів на добу

34. Як часто за останній рік вас навідувала думка про бажаність обмеження часу, яке ви проводите за гаджетами

а) ніколи

- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) більше трьох разів на добу

35. Чи намагаєтесь Ви знаходитись в режимі Он-лайн цілодобово?

а) ні

б) не більше 2 годин на добу в) не більше 8 годин на добу г) до 12 годин на добу

д) я постійно он-лайн

36. Як часто ви засмучуєтесь, як що ваше фото набирає лайків менш ніж ви планували

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) завжди

37. Як часто за останній рік ви жалкували з приводу вашої нездатності обмежити себе в користуванні ПК

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) постійно

38. Як часто за останній рік ви жалкували з приводу вашої нездатності обмежити себе в користуванні Інтернету

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) постійно

39. Як часто за останній рік ви жалкували з приводу вашої нездатності обмежити себе в грі

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) постійно

40. Як часто за останній рік ви жалкували з приводу вашої нездатності обмежити себе в користуванні гаджетів

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) постійно

41. Як часто Ви будете нові відносини з друзями по мережі?

а) ніколи б) іноді

в) дуже рідко г) часто

д) постійно

42. Як часто у вас виникає потреба у викладанні нового фото у мережі

а) ніколи

б) 1-2 рази на місяць в) 1-2 раз на тиждень г) 1-2 раз на добу

д) 3 і більше разів на добу

43. Як часто за останній рік вам доводилось відчувати розбитість, головний біль чи інший дискомфорт із-за того, що ви напередодні провели за ПК занадто багато часу

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-2 рази на тиждень г) 3-5 рази на тиждень д)

щодня

44. Як часто за останній рік вам доводилось відчувати розбитість, головний біль чи інший дискомфорт із-зі того, що ви напередодні провели в мережі Інтернет занадто багато часу

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-2 рази на тиждень г) 3-5 рази на тиждень д)

щодня

45. Як часто за останній рік вам доводилось відчувати розбитість, головний біль чи інший дискомфорт із-зі того, що ви напередодні провели за грою занадто багато часу

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-2 рази на тиждень г) 3-5 рази на тиждень д)

щодня

46. Як часто за останній рік вам доводилось відчувати розбитість, головний біль чи інший дискомфорт із-зі того, що ви напередодні провели за гаджетами чи іншими електронними девайсами занадто багато часу

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-2 рази на тиждень г) 3-5 рази на тиждень д)

щодня

47. Як часто ви обираєте спілкування за допомогою меседжерів ніж особисте?

а) ніколи

б) 1-3 рази на тиждень в) 1-3 рази на добу

г) більше 3 разів на добу д) завжди

48. Скільки годин на добу ви проводите за фотографуванням і підготовкою до нього

а) я фотографуюсь дуже рідко

б) я не займаюсь фотографуванням кожен день

в) від 15 хвил. до 1 год. г) від 1 год. до 2 год.

д) від 3 год. та більше.

49. Чи стала ваша захопленість ПК причиною яких-небудь симптомів, що вас турбують (головний біль, тривога, порушення сну, порушення апетиту тощо)

а) ні

б) так, але не в минулому році в) так, у минулому році

г) так, нещодавно (за останні пів року) д) так, вже більше року

50. Чи стала ваша захопленість мережею Інтернет причиною яких-небудь симптомів, що вас турбують (головний біль, тривога, порушення сну, порушення апетиту тощо)

а) ні

б) так, але не в минулому році в) так, у минулому році

г) так, нещодавно (за останні пів року) д) так, вже більше року

51. Чи стала ваша захопленість грою причиною яких-небудь симптомів, що вас турбують (головний біль, тривога, порушення сну, порушення апетиту тощо)

а) ні

- б) так, але не в минулому році в) так, у минулому році
г) так, нещодавно (за останні пів року) д) так, вже більше року

52. Чи стала ваша захопленість гаджетами чи іншими девайсами причиною яких-небудь симптомів, що вас турбують (головний біль, тривога, порушення сну, порушення апетиту тощо)

- а) ні
б) так, але не в минулому році в) так, у минулому році
г) так, нещодавно (за останні пів року) д) так, вже більше року

53. Скільки годин на добу ви проводите за спілкуванням у соціальних мережах

- а) я не використовую мережі кожен день б) від 15 хвил. до 1 год.
в) від 1 год. до 2 год. г) від 3 год. до 5 год.
д) більше 6 годин на добу

54. Чи бувало так що із-за негативних коментарів під вашими фото ви засмучувались і не могли довгий час зосередитись

- а) ні
б) так, але не частіше одного разу на місяць в) так, але не частіше одного

на тиждень

- г) так, але не частіше одного разу на добу д) так, завжди

55. Хто не-будь із вашого оточення виражав занепокоєність вашою захопленістю ПК, чи пропонував вам скоротити час знаходження за ПК а) ні

- б) так, але не в минулому році в) так, у минулому році
г) так, нещодавно (за останні пів року) д) так, вже більше року

56. Хто не-будь із вашого оточення виражав занепокоєність вашою захопленістю Інтернет-мережею, чи пропонував вам скоротити час знаходження в ній

- а) ні
б) так, але не в минулому році в) так, у минулому році
г) так, нещодавно (за останні пів року) д) так, вже більше року

57. Хто не-будь із вашого оточення виражав занепокоєність вашою захопленістю грою, чи пропонував вам скоротити час знаходження за нею

- а) ні
б) так, але не в минулому році в) так, у минулому році
г) так, нещодавно (за останні пів року) д) так, вже більше року

58. Хто не-будь із вашого оточення виражав занепокоєність вашою захопленістю гаджетами чи іншими електронними девайсами, чи пропонував вам скоротити час знаходження за ними

- а) ні
б) так, але не в минулому році в) так, у минулому році
г) так, нещодавно (за останні пів року) д) так, вже більше року

59. Хто не-будь із вашого оточення виражав занепокоєність вашою захопленістю спілкуванням у соціальних мережах чи пропонував вам скоротити час знаходження в них

- а) ні
б) так, але не в минулому році в) так, у минулому році

г) так, нещодавно (за останні пів року) д) так, вже більше року

60. Хто не-будь із вашого оточення виражав занепокоєність вашою захопленістю фотографуванням і викладенням фото у мережі, чи пропонував вам скоротити час знаходження за цією справою

а) ні

б) так, але не в минулому році в) так, у минулому році

г) так, нещодавно (за останні пів року) д) так, вже більше року

61. Як часто страждає ваша ефективність чи продуктивність в роботі (навчанні) через використання ПК

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 рази на добу

д) щодня

62. Як часто страждає ваша ефективність чи продуктивність в роботі (навчанні) через використання Інтернету

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 рази на добу

д) щодня

63. Як часто страждає ваша ефективність чи продуктивність в роботі (навчанні) через захопленість грою

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 рази на добу

д) щодня

64. Як часто страждає ваша ефективність чи продуктивність в роботі (навчанні) через використання гаджетів чи інших електронних девайсів а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 рази на добу

д) щодня

65. Як часто страждає ваша ефективність чи продуктивність в роботі (навчанні) через використання соціальних мереж

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 рази на добу

д) щодня

66. Як часто страждає ваша ефективність чи продуктивність в роботі (навчанні) через ваше надмірне захоплення фотографуванням

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 3-5 рази на добу

д) щодня

67. Як часто ви чинити опір розмовам або приховуєте інформацію, якщо вас запитують про те, що ви робите за ПК

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) завжди

68. Як часто ви чинити опір розмовам або приховуєте інформацію, якщо вас запитують про те, що ви робите в Інтернет-мережі

а) ніколи

- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

69. Як часто ви чинити опір розмовам або приховуєте інформацію, якщо вас запитують про гру

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

70. Як часто ви чинити опір розмовам або приховуєте інформацію, якщо вас запитують про те, що ви робите використовуючи гаджети

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

71. Як часто ви чинити опір розмовам або приховуєте інформацію, якщо вас запитують про час проведений у соціальних мережах

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

72. Як часто ви чинити опір розмовам або приховуєте інформацію, якщо вас запитують про ваше захоплення фотографією

- г) 1 раз на добу д) завжди

73. Як часто ви відсуваєте на другий план неприємні думки про своє життя, замінюючи їх заспокійливими думками про ПК

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

74. Як часто ви відсуваєте на другий план неприємні думки про своє життя, замінюючи їх заспокійливими думками про Інтернет

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

75. Як часто ви відсуваєте на другий план неприємні думки про своє життя, замінюючи їх заспокійливими думками про гру

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

76. Як часто ви відсуваєте на другий план неприємні думки про своє життя, замінюючи їх заспокійливими думками про гаджети чи інші електронні девайсів

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

77. Як часто ви відсуваєте на другий план неприємні думки про своє життя, замінюючи їх заспокійливими думками про спілкування у соціальних мережах

- а) ніколи

- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

78. Як часто ви відсуваєте на другий план неприємні думки про своє життя, замінюючи їх заспокійливими думками про фотографування і викладення фото у мережах

- г) 1 раз на добу д) завжди

79. Як часто ви відчуваєте приємне передчуття від майбутнього використання ПК

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

80. Як часто ви відчуваєте приємне передчуття від майбутнього виходу у мережу Інтернет

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

81. Як часто ви відчуваєте приємне передчуття від майбутнього виходу в гру

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

82. Як часто ви відчуваєте приємне передчуття від майбутнього використання гаджетів чи інші електронні девайсів

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

83. Як часто ви відчуваєте приємне передчуття від майбутнього спілкування у соціальних мережах

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

84. Як часто ви відчуваєте приємне передчуття від майбутнього фотографування і викладання його на своїй сторінці(-ках)

- а) ніколи
б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
д) завжди

85. Чи виникає у вас занепокоєння, що життя без ПК стане нудним і порожнім

- а) ніколи
б) можливо, але більше ні, чим так в) інколи
г) так
д) так, дуже сильне

86. Чи виникає у вас занепокоєння, що життя без Інтернету стане нудним і порожнім

- а) ніколи

- б) можливо, але більше ні, чим так в) інколи
- г) так
- д) так, дуже сильне

87. Чи виникає у вас занепокоєння, що життя без гри стане нудним і порожнім

- а) ніколи
- б) можливо, але більше ні, чим так в) інколи
- г) так
- д) так, дуже сильне

88. Чи виникає у вас занепокоєння, що життя без гаджетів чи інших електронних девайсів стане нудним і порожнім

- а) ніколи
- б) можливо, але більше ні, чим так в) інколи
- г) так
- д) так, дуже сильне

89. Чи виникає у вас занепокоєння, що життя без соціальних мереж стане нудним і порожнім

- а) ніколи
- б) можливо, але більше ні, чим так в) інколи
- г) так
- д) так, дуже сильне

90. Чи виникає у вас занепокоєння, що життя без фотографування та лайків стане нудним і порожнім

- а) ніколи
- б) можливо, але більше ні, чим так в) інколи
- г) так
- д) так, дуже сильне

91. Як часто ви дратуєтесь, кричите, чи іншим способом виражаєте агресію, якщо щось, чи хтось вас відриває (відволікає) коли ви знаходитесь за ПК

- а) ніколи
- б) можливо, але більше ні, чим так в) інколи
- г) так
- д) завжди

92. Як часто ви дратуєтесь, кричите, чи іншим способом виражаєте агресію, якщо щось, чи хтось вас відриває (відволікає) коли ви знаходитесь в Інтернет-мережі

- а) ніколи
- б) можливо, але більше ні, чим так в) інколи
- г) так
- д) завжди

93. Як часто ви дратуєтесь, кричите, чи іншим способом виражаєте агресію, якщо щось, чи хтось вас відриває (відволікає) коли ви знаходитесь за грою

- а) ніколи

- б) можливо, але більше ні, чим так в) інколи
- г) так
- д) завжди

94. Як часто ви дратуєтесь, кричите, чи іншим способом виражаєте агресію, якщо щось, чи хтось вас відриває (відволікає) коли ви знаходитесь за гаджетом чи іншим електронним девайсами

- а) ніколи
- б) можливо, але більше ні, чим так в) інколи
- г) так
- д) завжди

95. Як часто ви дратуєтесь, кричите, чи іншим способом виражаєте агресію, якщо щось, чи хтось вас заважає чи відволікає від спілкування у меседжерах

- а) ніколи
- б) можливо, але більше ні, чим так в) інколи
- г) так
- д) завжди

96. Як часто ви дратуєтесь, кричите, чи іншим способом виражаєте агресію, якщо щось, чи хтось вам заважає чи відволікає від фотографування

- а) ніколи
- б) можливо, але більше, ні, чим так в) інколи
- г) так
- д) завжди

97. Як часто ви віддаєте перевагу знаходженню за ПК замість того, щоб зустрітись з людьми

- а) ніколи
- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
- д) завжди

98. Як часто ви віддаєте перевагу знаходженню в мережі Інтернет замість того, щоб зустрітись з людьми

- а) ніколи
- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
- д) завжди

99. Як часто ви віддаєте перевагу знаходженню в гри замість того, щоб зустрітись з людьми

- а) ніколи
- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
- д) завжди

100. Як часто ви віддаєте перевагу знаходженню за гаджетами замість того, щоб зустрітись з людьми

- а) ніколи
- б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу
- д) завжди

101. Як часто за останній рік вас навідувала думка про бажаність обмеження часу, яке ви проводите за спілкуванням у соціальних мережах

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) більше трьох разів на добу

102. Як часто за останній рік вас навідувала думка про бажаність обмеження часу, яке ви проводите за фотографуванням та викладенням фото у мережі

а) ніколи

б) 1 раз у місяць і рідше в) 1-3 рази на тиждень г) 1 раз на добу

д) більше трьох разів на добу

Бланк

Занесіть відповідь у відповідну пусту клітину під відповідним номером питання.

1	7	13	19	25	31	37	43	49	55	61	67	73	79	85	91	97
2	8	14	20	26	32	38	44	50	56	62	68	74	80	86	92	98
3	9	15	21	27	33	39	45	51	57	63	69	75	81	87	93	99
4	10	16	22	28	34	40	46	52	58	64	70	76	82	88	94	100
5	11	17	23	29	35	41	47	53	59	65	71	77	83	89	95	101
6	12	18	24	30	36	42	48	54	60	66	72	78	84	90	96	102

Інструкція до розробленої авторської методики Тест-опитувальник на виявлення кіберадикції Ключ до тесту

Назва шкал	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Залежність від ПК	1	7	13	19	25	31	37	43	49	55	61	67	73	79	85	91	97

Інтернет-адикція	2	8	1	2	2	3	3	4	5	5	6	6	7	8	8	9	98
			4	0	6	2	8	4	0	6	2	8	4	0	6	2	
Ігрова адикція	3	9	1	2	2	3	3	4	5	5	6	6	7	8	8	9	99
			5	1	7	3	9	5	1	7	3	9	5	1	7	3	
Гаджет-адикція	4	1	1	2	2	3	4	4	5	5	6	7	7	8	8	9	10
		0	6	2	8	4	0	6	2	8	4	0	6	2	8	4	0
Кіберкомунікативна адикція	5	1	1	2	2	3	4	4	5	5	6	7	7	8	8	9	10
		1	7	3	9	5	1	7	3	9	5	1	7	3	9	5	1
Селфітіс	6	1	1	2	3	3	4	4	5	6	6	7	7	8	9	9	10
		2	8	4	0	6	2	8	4	0	6	2	8	4	0	6	2

У даній таблиці наведено вид кіберадикції та номер питання який відповідає їй. Розрахунок балів ведеться за наступною шкалою. Відповідь а – 1 бал, б – 2 бали; в – 3 бали; г – 4 бали; д – 5 балів.

За кожною із шкал респондент може отримати наступну кількість балів:

17-24 балів – свідчить про відсутність певного виду кіберадикції, що може вказувати на досвід використання: ПК, Інтернету, деяких видів гри, гаджетів, а також мають незначний досвід кіберкомунікації та селфі.

25-34 бали – вказує на те що не має патологічних ознак захопленості чи залежності, свідчить про нормальне, соціально-прийнятне використання інтерактивних технологій яке відповідає сучасним потребам суспільства.

35-51 бали – 1-й ступінь залежності, який не впливає на нормальний процес життєдіяльності та соціальну взаємодію респондента. Вказує на пристрасне використання без наявності сформованості певного виду кіберадикції. Однак, необхідно застерегти респондента про наявну загрозу формування адикції.

52-68 бали – 2-й ступінь залежності – сформована залежність із виникненням проблем які порушують нормальне соціальне життя респондента. Свідчить про необхідність проведення психокорекцій заходів спрямованих на попередження подальшого формування патологічної залежності.

69-85 бали – 3-й ступінь – патологічна залежність яка має прояви вираженої соціальної дезадаптації респондентів. Респондент потребує загальних психокорекційних заходів спрямованих на зниження залежності від виявленого виду кіберадикції. Дана стадія вже свідчить про психофізіологічні зміни які потребують активних психокорекційних заходів.

Примітка, якщо у респондента набрано за якоюсь із шкал понад 35 балів,

слід розповісти про негативний вплив черезмірної захопленості тим чи іншим видом кіберадикції. Спрямувати увагу на реальне життя і комунікацію при реальних зустрічах.

ДОДАТОК В

Зворотній переклад тексту Тесту на визначення харчових уподобань
(ЕАТ-26)

Таблиця В-1

Зворотній переклад тексту опитувальника

№	Оригінальний текст	Здійснений переклад	Зворотній переклад на мову оригіналу
1	Am terrified about being overweight.	Я боюся мати зайву вагу	I am afraid of being overweight
2	Avoid eating when I am hungry.	Не їм, коли я голодний (-а)	Do not eat when I am hungry
3	Find myself preoccupied with food.	Я думаю про їжу весь час	I think about food all the time
4	Have gone on eating binges where I feel that I may not be able to stop.	Я переїдаю, коли відчуваю, що не можу зупинитися	I overeat when I feel like I can't stop
5	Cut my food into small pieces.	Я нарізаю їжу дрібними шматочками	I cut my food into small pieces
6	Aware of the calorie content of foods that I eat.	Я стежу за калорійністю продуктів, які споживаю	I control the calorie content of the food I eat

7	Particularly avoid food with a high carbohydrate content (i.e. bread, rice, potatoes, etc.)	Я намагаюсь уникати їжі з високим вмістом вуглеводів (тобто хліба, рису, картоплі тощо)	I try to avoid foods that are high in carbohydrates (i.e. bread, rice, potatoes, etc.)
8	Feel that others would prefer if I ate more.	Я відчуваю, що інші хотіли б, щоб я їв (-їла) більше	I feel that others would like me to eat more
9	Vomit after I have eaten.	Я блюю після їди	I vomit after eating
10	Feel extremely guilty after eating.	Я почуваю сильну провину після їди	I feel very guilty after eating
11	Am preoccupied with a desire to be thinner.	Я переймаюсь бажанням бути стрункішим (-ою)	I have a desire to be thinner
12	Think about burning up calories when I exercise.	Я думаю про спалювання калорій, коли займаюсь спортом	I think about burning calories when I exercise
13	Other people think that I am too thin.	Інші вважають, що я занадто худий (-а)	Others think I am too thin
14	Am preoccupied with the thought of having fat on my body.	Мене турбує думка про наявність жиру в моєму тілі	The thought of having fat in my body worries me
15	Take longer than others to eat my meals.	Я їм значно довше, ніж інші	I eat much longer than others

16	Avoid foods with sugar in them.	Я уникаю продуктів, що містять у собі цукор	I avoid foods that contain sugar
17	Eat diet foods.	Я їм лише дієтичну їжу	I eat only diet food
18	Feel that food controls my life.	Я відчуваю, що їжа контролює моє життя	I feel like food controls my life
19	Display self-control around food.	Я проявляю самоконтроль стосовно їди	I exercise self-control when it comes to food
20	Feel that others pressure me to eat.	Я відчуваю, що інші тиснуть на мене, щоб я їв (-ла)	I feel that others put pressure on me to eat
21	Give too much time and thought to food.	Я приділяю їді занадто багато часу і думок	I give food too much time and thought
22	Feel uncomfortable after eating sweets.	Відчуваю дискомфорт після вживання солодоців	I feel discomfort after eating sweets
23	Engage in dieting behavior.	Займаюся дієтичним харчуванням	I am engaged in dieting
24	Like my stomach to be empty.	Мені подобається, коли мій шлунок порожній	I like it when my stomach is empty

25	Have the impulse to vomit after meals.	У мене виникають позиви до блювоти після їди	I have the urge to vomit after eating
26	Enjoy trying new rich foods.	Насолоджуюся куштуванням нової насиченої їжі	I enjoy tasting new rich foods
	ЧАСТИНА Б		
A	Gone on eating binges where you feel that you may not be able to stop? *	Впадали в харчові «запої», коли відчували, що не можете зупинитися?	Have you ever gone on a food binge when you felt like you couldn't stop?
Б	Ever made yourself sick (vomited) to control your weight or shape?	Викликали нудоту (блювоту), щоб контролювати свою вагу або фігуру?	Have you induced nausea (vomiting) to control your weight or body shape?
В	Ever used laxatives, diet pills or diuretics (water pills) to control your weight or shape?	Використовували проносні, таблетки для схуднення або діуретики (таблетки з водою), щоб контролювати свою вагу або фігуру?	Have you used laxatives, diet pills, or diuretics (water pills) to control your weight or shape?
Г	Exercised more than 60 minutes a day to lose or to control your weight?	Тренувалися більше 60 хвилин на день, щоб схуднути або контролювати вагу?	Have you exercised for more than 60 minutes a day to lose weight or control it?

Д	Lost 20 pounds or more in the past 6 months	Втратили дев'ять кілограмів або більше за останні 6 місяців?	Lost nine kilograms or more in the last 6 months?
---	---	--	---

ДОДАТОК Г

Факторний аналіз шкал Тесту на визначення харчових уподобань (ЕАТ-26)

Таблиця Г-1			
Rotated Component Matrix			
Шкала/ варіант	Д	Б	О
1VAR1	0,738	0,150	-0,000
3VAR2	0,219	0,060	0,452
2VAR3	0,698	0,280	0,176
2VAR4	0,674	0,084	0,084
3VAR5	0,153	0,368	0,264
1VAR6	0,358	0,640	0,047
1VAR7	0,326	0,766	0,053
3VAR8	-0,055	0,048	0,828
2VAR9	0,225	0,308	0,395
1VAR10	0,735	0,254	0,070
1VAR11	0,816	0,170	-0,022
1VAR12	0,691	0,339	-0,015
3VAR13	-0,156	0,106	0,762
1VAR14	0,777	0,181	-0,008
3VAR15	0,167	0,113	0,482
1VAR16	0,153	0,791	0,068
1VAR17	0,111	0,836	0,119
2VAR18	0,681	0,353	0,189
3VAR19	0,144	0,478	0,232

3VAR20	0,059	0,057	0,815
2VAR21	0,692	0,316	0,211
1VAR22	0,616	0,515	0,115
1VAR23	0,356	0,704	0,056
1VAR24	0,575	0,363	0,254
2VAR25	0,382	0,240	0,272
1VAR26	0,466	0,046	0,079

ДОДАТОК Д

Результати кореляційного аналізу групи механізмів особистісно
зумовленої інформації поведінки

Таблиця Д-1. Результати кореляцій респондентів, що бажають схуднути

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	108	0.08752	0.36775	0.12441
ОБМ vs. ЕК	108	0.18948	0.05062	0.22929
ОБМ vs. Загальний	108	0.02089	0.83007	0.06420
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	108	0.27939	0.00341	0.28983
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	108	0.04776	0.62356	0.02314
ОБМ vs. Сигнал ситості	108	-0.13178	0.17398	-0.18849
ОБМ vs. Гармонія	108	0.14112	0.14518	0.12858
ОБМ vs. Актив.мережі	108	0.16110	0.09579	0.14001
ОБМ vs. Актив. СМ	108	0.07834	0.42027	0.09164
ОБМ vs. Самопрезентація	108	0.12130	0.21326	0.19346
ОБМ vs. Встан. контактів	108	0.09646	0.32067	0.04377
ОБМ vs. Кіберкомунікація	108	0.00023	0.99814	0.03534
ОБМ vs. Селфетіс	108	0.10810	0.26543	0.06598
ЕМ vs. ЕК	108	0.39673	0.00002	0.36636
ЕМ vs. Загальний	108	0.21112	0.02829	0.20815
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	108	0.21226	0.02743	0.19719
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	108	-0.10310	0.28834	-0.17770
ЕМ vs. Сигнал ситості	108	-0.14297	0.13991	-0.16877
ЕМ vs. Гармонія	108	-0.02237	0.81827	0.03305

Таблиця Д-1. Результати кореляцій респондентів, що бажають схуднути

ЕМ vs. Актив.мережі	108	-0.0164 6	0.86573	0.01695
ЕМ vs. Актив. СМ	108	0.09869	0.30956	0.09305
ЕМ vs. Самопрезентація	108	0.07315	0.45400	0.03145
ЕМ vs. Встан. контактів	108	0.03602	0.71134	0.06575
ЕМ vs. Кіберкомунікація	108	0.25180	0.00857	0.18599
ЕМ vs. Селфетіс	108	0.05650	0.56139	0.07437
ЕК vs. Загальний	108	0.10372	0.28769	0.15496
ЕК vs. Безумовний дозвіл	108	0.17025	0.07956	0.18186
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	108	-0.0296 2	0.76196	0.03113
ЕК vs. Сигнал ситості	108	-0.1982 7	0.04064	-0.1899 6
ЕК vs. Гармонія	108	0.00037	0.99700	0.03365
ЕК vs. Актив.мережі	108	0.01192	0.90300	0.08844
ЕК vs. Актив. СМ	108	0.15589	0.10885	0.12785
ЕК vs. Самопрезентація	108	0.13209	0.17708	0.09240
ЕК vs. Встан. контактів	108	-0.1727 8	0.07512	-0.1389 1
ЕК vs. Кіберкомунікація	108	0.21016	0.02980	0.21989
ЕК vs. Селфетіс	108	0.05077	0.60352	0.07773
Загальний vs. Безумовний дозвіл	108	0.62395	0.00000	0.68719
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	108	0.25866	0.00687	0.24072
Загальний vs. Сигнал ситості	108	0.65141	0.00000	0.68457
Загальний vs. Гармонія	108	0.50528	2.44636	0.59763
Загальний vs. Актив.мережі	108	0.20206	0.03598	0.25513
Загальний vs. Актив. СМ	108	0.06787	0.48521	0.10123

Таблиця Д-1. Результати кореляцій респондентів, що бажають схуднути

Загальний vs. Самопрезентація	108	-0.16111	0.09736	-0.15664
Загальний vs. Встан. контактів	108	0.00320	0.97376	0.05144
Загальний vs. Кіберкомунікація	108	0.03353	0.73045	0.03485
Загальний vs. Селфетіс	108	0.07548	0.43752	-0.03653
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	108	0.24321	0.01120	0.17049
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	108	0.10052	0.30061	0.17737
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	108	0.35172	0.00019	0.40438
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	108	0.26936	0.00482	0.25794
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	108	0.06591	0.49793	0.06722
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	108	-0.00953	0.92237	0.00089
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	108	0.04522	0.64213	0.07444
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	108	0.10213	0.29290	0.07856
Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	108	-0.01490	0.87832	-0.09361
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	108	0.18303	0.05795	0.13210
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	108	0.04310	0.65782	0.01504
Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	108	0.12326	0.20376	0.16762
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	108	-0.05140	0.59728	-0.01804
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	108	-0.09683	0.32112	-0.04674
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	108	-0.06407	0.51004	-0.04001
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	108	-0.20885	0.03007	-0.15583

Таблиця Д-1. Результати кореляцій респондентів, що бажають схуднути

Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	108	-0.1493 9	0.12279	-0.1707 7
Сигнал ситості vs. Гармонія	108	0.38572	0.00004	0.43051
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	108	0.04448	0.64760	0.05788
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	108	0.05216	0.59190	0.05160
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	108	-0.3102 7	0.00114	-0.3097 5
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	108	-0.0551 6	0.57068	-0.0408 1
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	108	-0.1528 1	0.11438	-0.1335 2
Сигнал ситості vs. Селфетіс	108	0.06452	0.50709	0.00236
Гармонія vs. Актив.мережі	108	0.09097	0.34910	0.11322
Гармонія vs. Актив. СМ	108	0.09320	0.33736	0.07736
Гармонія vs. Самопрезентація	108	-0.1615 7	0.09639	-0.1354 4
Гармонія vs. Встан. контактів	108	-0.1263 5	0.19258	-0.0649 1
Гармонія vs. Кіберкомунікація	108	-0.0291 9	0.76428	-0.0240 0
Гармонія vs. Селфетіс	108	0.04664	0.63170	-0.0425 1
Актив.мережі vs. Актив. СМ	108	0.31392	0.00094	0.31466
Актив.мережі vs. Самопрезентація	108	-0.0399 3	0.68302	-0.0239 7
Актив.мережі vs. Встан. контактів	108	0.15241	0.11533	0.06999
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	108	0.19922	0.03873	0.11373

Таблиця Д-1. Результати кореляцій респондентів, що бажають схуднути

Актив.мережі vs. Селфетіс	108	0.05412	0.57798	-0.08659
Актив. СМ vs. Самопрезентація	108	-0.19261	0.04685	-0.16635
Актив. СМ vs. Встан. контактів	108	-0.20362	0.03454	-0.20418
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	108	0.27726	0.00367	0.25133
Актив. СМ vs. Селфетіс	108	0.35292	0.00018	0.17925
Самопрезентація vs. Встан. контактів	108	0.17573	0.07022	0.17981
Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	108	0.10978	0.26031	0.12595
Самопрезентація vs. Селфетіс	108	-0.22940	0.01746	-0.12170
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	108	0.16685	0.08436	0.19237
Встан. контактів vs. Селфетіс	108	0.03988	0.68194	-0.00534
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	108	0.59410	1.22163	0.64023

Таблиця Д-2 Результати кореляцій респондентів, що хочуть набрати м'язову масу-1

ОБМ vs. Актив. СМ	65	-0.00332	0.97906	0.04029
ОБМ vs. Самопрезентація	65	-0.26924	0.03010	-0.22697
ОБМ vs. Встан. контактів	65	0.04083	0.74676	-0.08308
ОБМ vs. Кіберкомунікація	65	-0.02602	0.83698	-0.09248
ОБМ vs. Селфетіс	65	0.18710	0.13560	0.01405
ЕМ vs. ЕК	65	0.43338	0.00031	0.44615
ЕМ vs. Загальний	65	0.37447	0.00212	0.37492
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	65	0.25317	0.04187	0.28144
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	65	0.02387	0.85030	-0.00786
ЕМ vs. Сигнал ситості	65	0.01154	0.92728	-0.02224
ЕМ vs. Гармонія	65	0.26091	0.03580	0.30397
ЕМ vs. Актив.мережі	65	0.19342	0.12265	0.19965
ЕМ vs. Актив. СМ	65	0.06912	0.58428	0.05105
ЕМ vs. Самопрезентація	65	-0.27249	0.02809	-0.18302
ЕМ vs. Встан. контактів	65	-0.05996	0.63518	-0.04857
ЕМ vs. Кіберкомунікація	65	0.31804	0.00983	0.24929
ЕМ vs. Селфетіс	65	0.26229	0.03480	0.14742
ЕК vs. Загальний	65	0.32346	0.00858	0.28377
ЕК vs. Безумовний дозвіл	65	0.25003	0.04457	0.26709
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	65	0.08857	0.48292	0.04661
ЕК vs. Сигнал ситості	65	0.15536	0.21654	0.08338
ЕК vs. Гармонія	65	0.12689	0.31382	0.11195
ЕК vs. Актив.мережі	65	0.10827	0.39064	0.14623
ЕК vs. Актив. СМ	65	-0.02716	0.82996	-0.07277
ЕК vs. Самопрезентація	65	-0.16551	0.18764	-0.11922
ЕК vs. Встан. контактів	65	-0.03064	0.80854	0.00652
ЕК vs. Кіберкомунікація	65	0.07361	0.56006	0.02883
ЕК vs. Селфетіс	65	0.24327	0.05086	0.21407
Загальний vs. Безумовний дозвіл	65	0.77441	0.00000	0.77362

Таблиця Д-2 Результати кореляцій респондентів, що хочуть набрати м'язову масу-1

Загальний vs. Їжа на фіз.голод	65	0.39895	0.00100	0.35146
Загальний vs. Сигнал ситості	65	0.70977	3.60479	0.74681
Загальний vs. Гармонія	65	0.68582	2.90190	0.74122
Загальний vs. Актив.мережі	65	-0.01773	0.88849	-0.06962
Загальний vs. Актив. СМ	65	-0.15781	0.20929	-0.17225
Загальний vs. Самопрезентація	65	-0.19146	0.12656	-0.21216
Загальний vs. Встан. контактів	65	-0.01653	0.89600	-0.14682
Загальний vs. Кіберкомунікація	65	-0.06350	0.61529	-0.19838
Загальний vs. Селфетіс	65	-0.03025	0.81095	-0.27064
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	65	0.30162	0.01462	0.32965
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	65	0.46766	0.00009	0.43057
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	65	0.48570	0.00004	0.49471
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	65	0.15316	0.22320	0.11694
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	65	-0.11026	0.38193	-0.08230
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	65	-0.19458	0.12037	-0.18738
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	65	0.10505	0.40497	0.00028
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	65	-0.01737	0.89077	-0.11646
Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	65	0.05525	0.66204	-0.12975
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	65	0.23212	0.06280	0.17937
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	65	0.18337	0.14372	0.13327
Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	65	0.09509	0.45115	0.06310
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	65	-0.21274	0.08886	-0.23437
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	65	0.10716	0.39554	0.18163
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	65	0.05379	0.67045	0.05222
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	65	-0.10260	0.41607	-0.08565
Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	65	-0.10435	0.40809	-0.05304
Сигнал ситості vs. Гармонія	65	0.38104	0.00174	0.46731
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	65	-0.11534	0.36022	-0.16341
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	65	-0.26184	0.03512	-0.20218

Таблиця Д-2 Результати кореляцій респондентів, що хочуть набрати м'язову масу-1

Сигнал ситості vs. Самопрезентація	65	-0.05706	0.65163	-0.08960
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	65	-0.07679	0.54318	-0.12856
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	65	-0.20206	0.10649	-0.21983
Сигнал ситості vs. Селфетіс	65	-0.21187	0.09021	-0.34273
Гармонія vs. Актив.мережі	65	-0.18701	0.13578	-0.19456
Гармонія vs. Актив. СМ	65	-0.00004	0.99972	-0.01968
Гармонія vs. Самопрезентація	65	-0.22882	0.06675	-0.33204
Гармонія vs. Встан. контактів	65	-0.15127	0.22902	-0.23936
Гармонія vs. Кіберкомунікація	65	-0.20410	0.10293	-0.31010
Гармонія vs. Селфетіс	65	0.04583	0.71694	-0.25997
Актив.мережі vs. Актив. СМ	65	0.15999	0.20300	0.14947
Актив.мережі vs. Самопрезентація	65	0.17454	0.16436	0.19383
Актив.мережі vs. Встан. контактів	65	0.08586	0.49645	0.07241
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	65	0.29805	0.01589	0.28235
Актив.мережі vs. Селфетіс	65	0.13275	0.29181	0.18395
Актив. СМ vs. Самопрезентація	65	0.09191	0.46653	0.08924
Актив. СМ vs. Встан. контактів	65	-0.11966	0.34239	-0.00157
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	65	0.42457	0.00042	0.41233
Актив. СМ vs. Селфетіс	65	0.22983	0.06551	0.20531
Самопрезентація vs. Встан. контактів	65	0.25130	0.04346	0.39405
Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	65	0.06432	0.61075	0.27231
Самопрезентація vs. Селфетіс	65	-0.33489	0.00640	0.06534
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	65	0.28466	0.02155	0.47265
Встан. контактів vs. Селфетіс	65	0.09085	0.47168	0.43632
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	65	0.48321	0.00005	0.61775

Таблиця Д-3 Результати кореляцій респондентів, що задоволені власною фігурою

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	78	0.39041	0.03530	0.00041
ОБМ vs. ЕК	78	0.16933	0.67132	0.13832
ОБМ vs. Загальний	78	0.00090	0.13848	0.99374
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	78	0.22089	0.00851	0.05196
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	78	-0.00865	0.94804	0.94007
ОБМ vs. Сигнал ситості	78	-0.27969	0.03466	0.01314
ОБМ vs. Гармонія	78	-0.00207	0.05907	0.98568
ОБМ vs. Актив.мережі	78	0.00996	0.60816	0.93105
ОБМ vs. Актив. СМ	78	0.01421	0.97906	0.90176
ОБМ vs. Самопрезентація	78	-0.05471	0.03010	0.63429
ОБМ vs. Встан. контактів	78	0.01439	0.74676	0.90052
ОБМ vs. Кіберкомунікація	78	0.10282	0.83698	0.37035
ОБМ vs. Селфетіс	78	0.11615	0.13560	0.31123
ЕМ vs. ЕК	78	0.29305	0.00031	0.00922
ЕМ vs. Загальний	78	0.19061	0.00212	0.09460
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	78	0.12301	0.04187	0.28330
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	78	-0.03397	0.85030	0.76777
ЕМ vs. Сигнал ситості	78	-0.05771	0.92728	0.61575
ЕМ vs. Гармонія	78	0.05845	0.03580	0.61125
ЕМ vs. Актив.мережі	78	0.09858	0.12265	0.39054
ЕМ vs. Актив. СМ	78	0.13216	0.58428	0.24874
ЕМ vs. Самопрезентація	78	-0.00493	0.02809	0.96584
ЕМ vs. Встан. контактів	78	0.22087	0.63518	0.05199
ЕМ vs. Кіберкомунікація	78	0.21628	0.00983	0.05719
ЕМ vs. Селфетіс	78	0.24671	0.03480	0.02945
ЕК vs. Загальний	78	0.29041	0.00858	0.00990
ЕК vs. Безумовний дозвіл	78	0.34876	0.04457	0.00175
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	78	0.02936	0.48292	0.79856

Таблиця Д-3 Результати кореляцій респондентів, що задоволені власною фігурою

ЕК vs. Сигнал ситості	78	0.20773	0.21654	0.06801
ЕК vs. Гармонія	78	0.09778	0.31382	0.39441
ЕК vs. Актив.мережі	78	0.05382	0.39064	0.63979
ЕК vs. Актив. СМ	78	0.06419	0.82996	0.57664
ЕК vs. Самопрезентація	78	0.26955	0.18764	0.01701
ЕК vs. Встан. контактів	78	0.18216	0.80854	0.11044
ЕК vs. Кіберкомунікація	78	0.31871	0.56006	0.00446
ЕК vs. Селфетіс	78	-0.05607	0.05086	0.62582
Загальний vs. Безумовний дозвіл	78	0.66332	0.00000	3.65646
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	78	0.31137	0.00100	0.00552
Загальний vs. Сигнал ситості	78	0.79690	3.60479	0.00000
Загальний vs. Гармонія	78	0.69595	2.90190	1.51784
Загальний vs. Актив.мережі	78	0.20558	0.88849	0.07097
Загальний vs. Актив. СМ	78	0.21016	0.20929	0.06478
Загальний vs. Самопрезентація	78	-0.15220	0.12656	0.18344
Загальний vs. Встан. контактів	78	0.07346	0.89600	0.52273
Загальний vs. Кіберкомунікація	78	0.03842	0.61529	0.73840
Загальний vs. Селфетіс	78	0.06912	0.81095	0.54762
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	78	0.17336	0.01462	0.12905
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	78	0.36229	0.00009	0.00112
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	78	0.44992	0.00004	0.00004
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	78	0.11748	0.22320	0.30567
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	78	0.26682	0.38193	0.01820
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	78	-0.05649	0.12037	0.62327
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	78	-0.13853	0.40497	0.22644
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	78	0.01722	0.89077	0.88102
Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	78	0.03054	0.66204	0.79065
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	78	0.32692	0.06280	0.00349
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	78	0.03202	0.14372	0.78080

Таблиця Д-3 Результати кореляцій респондентів, що задоволені власною фігурою

Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	78	0.07311	0.45115	0.52468
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	78	0.19970	0.08886	0.07961
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	78	-0.06577	0.39554	0.56722
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	78	-0.04842	0.67045	0.67379
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	78	-0.04949	0.41607	0.66701
Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	78	0.10174	0.40809	0.37543
Сигнал ситості vs. Гармонія	78	0.45376	0.00174	0.00003
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	78	0.19123	0.36022	0.09351
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	78	0.13308	0.03512	0.24544
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	78	0.00149	0.65163	0.98968
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	78	0.13189	0.54318	0.24972
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	78	-0.02732	0.10649	0.81233
Сигнал ситості vs. Селфетіс	78	-0.09506	0.09021	0.40775
Гармонія vs. Актив.мережі	78	0.05233	0.13578	0.64911
Гармонія vs. Актив. СМ	78	0.10183	0.99972	0.37502
Гармонія vs. Самопрезентація	78	-0.14964	0.06675	0.19099
Гармонія vs. Встан. контактів	78	-0.08259	0.22902	0.47222
Гармонія vs. Кіберкомунікація	78	-0.06725	0.10293	0.55856
Гармонія vs. Селфетіс	78	0.04981	0.71694	0.66495
Актив.мережі vs. Актив. СМ	78	0.20323	0.20300	0.07433
Актив.мережі vs. Самопрезентація	78	-0.13325	0.16436	0.24484
Актив.мережі vs. Встан. контактів	78	-0.01393	0.49645	0.90363
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	78	0.17670	0.01589	0.12172
Актив.мережі vs. Селфетіс	78	0.12988	0.29181	0.25708
Актив. СМ vs. Самопрезентація	78	-0.28218	0.46653	0.01232
Актив. СМ vs. Встан. контактів	78	-0.05177	0.34239	0.65261
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	78	0.48975	0.00042	5.34546
Актив. СМ vs. Селфетіс	78	0.64205	0.06551	2.37058
Самопрезентація vs. Встан. контактів	78	0.26369	0.04346	0.01967

Таблиця Д-3 Результати кореляцій респондентів, що задоволені власною фігурою

Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	78	0.08628	0.61075	0.45257
Самопрезентація vs. Селфетіс	78	-0.30968	0.00640	0.00580
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	78	0.22844	0.02155	0.04426
Встан. контактів vs. Селфетіс	78	0.11221	0.47168	0.32803
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	78	0.58957	0.00005	1.35365

ДОДАТОК Е

Результати кореляційного аналізу групи механізмів процесу відображення інформації

Таблиця Е-1. Результати кореляцій респондентів, що використовували дієти в житті

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	125	0.27417	0.00197	0.31862
ОБМ vs. ЕК	125	0.18363	0.04120	0.19270
ОБМ vs. Загальний	125	-0.24433	0.00603	-0.14297
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	125	0.10933	0.22487	0.12873
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	125	0.07194	0.42530	0.01847
ОБМ vs. Сигнал ситості	125	-0.41968	1.10510	-0.39710
ОБМ vs. Гармонія	125	-0.17111	0.05640	-0.13777
ОБМ vs. Актив.мережі	125	0.02004	0.82444	-0.03631
ОБМ vs. Актив. СМ	125	-0.00650	0.94260	0.03442
ОБМ vs. Самопрезентація	125	0.12383	0.17061	0.20268
ОБМ vs. Встан. контактів	125	0.04542	0.61495	0.08157
ОБМ vs. Кіберкомунікація	125	0.04084	0.65108	0.12076
ОБМ vs. Селфетіс	125	0.06747	0.45468	0.16401
ЕМ vs. ЕК	125	0.41025	2.22194	0.40597
ЕМ vs. Загальний	125	0.08392	0.35210	0.15807
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	125	0.16639	0.06366	0.20618
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	125	0.02952	0.74380	-0.09761
ЕМ vs. Сигнал ситості	125	-0.27195	0.00216	-0.25685
ЕМ vs. Гармонія	125	-0.07258	0.42117	-0.01790
ЕМ vs. Актив.мережі	125	0.02761	0.75986	0.05659
ЕМ vs. Актив. СМ	125	0.01640	0.85593	0.04302
ЕМ vs. Самопрезентація	125	0.00126	0.98895	0.02926
ЕМ vs. Встан. контактів	125	0.10283	0.25380	0.19326
ЕМ vs. Кіберкомунікація	125	0.28317	0.00137	0.31913
ЕМ vs. Селфетіс	125	0.08614	0.33951	0.15539

Таблиця Е-1. Результати кореляцій респондентів, що використовували дієти в житті

ЕК vs. Загальний	125	0.12271	0.17455	0.16933
ЕК vs. Безумовний дозвіл	125	0.22863	0.01065	0.25243
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	125	0.07724	0.39387	0.08162
ЕК vs. Сигнал ситості	125	-0.12015	0.18380	-0.12909
ЕК vs. Гармонія	125	-0.02729	0.76353	-0.00580
ЕК vs. Актив.мережі	125	-0.07351	0.41714	-0.02358
ЕК vs. Актив. СМ	125	0.01632	0.85722	-0.02075
ЕК vs. Самопрезентація	125	0.15545	0.08600	0.18894
ЕК vs. Встан. контактів	125	0.02344	0.79612	0.08640
ЕК vs. Кіберкомунікація	125	0.18116	0.04405	0.18594
ЕК vs. Селфетіс	125	-0.00652	0.94272	-0.01773
Загальний vs. Безумовний дозвіл	125	0.62161	0.00000	0.70039
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	125	0.25409	0.00424	0.23438
Загальний vs. Сигнал ситості	125	0.74458	0	0.75520
Загальний vs. Гармонія	125	0.58549	0.00000	0.69282
Загальний vs. Актив.мережі	125	0.09053	0.31534	0.14301
Загальний vs. Актив. СМ	125	0.04557	0.61383	0.03086
Загальний vs. Самопрезентація	125	-0.21750	0.01524	-0.04402
Загальний vs. Встан. контактів	125	0.08722	0.33346	0.16635
Загальний vs. Кіберкомунікація	125	-0.02401	0.79045	0.02442
Загальний vs. Селфетіс	125	0.10169	0.25913	0.02994
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	125	0.24775	0.00534	0.18591
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	125	0.21549	0.01580	0.27372
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	125	0.30383	0.00057	0.38756
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	125	0.07506	0.40544	0.08422
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	125	0.06497	0.47160	0.07375
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	125	-0.02131	0.81429	0.05396
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	125	0.11391	0.20593	0.22530
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	125	0.07760	0.38970	0.14891

Таблиця Е-1. Результати кореляцій респондентів, що використовували дієти в житті

Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	125	0.05242	0.56148	0.10457
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	125	0.09871	0.27344	0.09348
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	125	0.02436	0.78740	0.01320
Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	125	0.10998	0.22211	0.14655
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	125	-0.13473	0.13411	-0.12825
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	125	0.03244	0.72055	0.08989
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	125	0.03549	0.69434	0.09068
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	125	-0.05958	0.50925	-0.04741
Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	125	0.00441	0.96103	-0.07667
Сигнал ситості vs. Гармонія	125	0.56724	5.3151	0.60538
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	125	0.04595	0.61089	0.05513
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	125	0.05315	0.55604	0.05116
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	125	-0.25344	0.00451	-0.18901
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	125	-0.00677	0.94030	-0.01012
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	125	-0.20756	0.02020	-0.17660
Сигнал ситості vs. Селфетіс	125	0.03402	0.70641	0.00044
Гармонія vs. Актив.мережі	125	-0.01581	0.86105	0.01781
Гармонія vs. Актив. СМ	125	0.07296	0.41875	0.06320
Гармонія vs. Самопрезентація	125	-0.26937	0.00248	-0.22753
Гармонія vs. Встан. контактів	125	-0.07629	0.39774	-0.03492
Гармонія vs. Кіберкомунікація	125	-0.09374	0.29844	-0.05366
Гармонія vs. Селфетіс	125	0.07382	0.41328	0.00844
Актив.мережі vs. Актив. СМ	125	0.27570	0.00186	0.26100
Актив.мережі vs. Самопрезентація	125	0.02695	0.76639	0.05842
Актив.мережі vs. Встан. контактів	125	0.07543	0.40310	0.09454
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	125	0.24524	0.00584	0.23792
Актив.мережі vs. Селфетіс	125	0.16342	0.06861	0.12841
Актив. СМ vs. Самопрезентація	125	-0.13775	0.12709	-0.04255
Актив. СМ vs. Встан. контактів	125	-0.14865	0.09804	-0.13460

Таблиця Е-1. Результати кореляцій респондентів, що використовували дієти в житті

Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	125	0.44885	1.52082	0.46140
Актив. СМ vs. Селфетіс	125	0.51338	9.23609	0.47238
Самопрезентація vs. Встан. контактів	125	0.10575	0.24244	0.27328
Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	125	-0.00584	0.94864	0.12466
Самопрезентація vs. Селфетіс	125	-0.22215	0.01315	0.03001
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	125	0.20307	0.02313	0.29066
Встан. контактів vs. Селфетіс	125	0.06319	0.48385	0.18763
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	125	0.58584	0.00000	0.64131

Таблиця Е-2. Результати кореляцій респондентів, що не використовували

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	124	0.27314	0.00215	0.26738
ОБМ vs. ЕК	124	0.10960	0.22559	0.16566
ОБМ vs. Загальний	124	0.05830	0.52008	0.13064
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	124	0.26993	0.00243	0.33787
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	124	0.00295	0.97409	0.02803
ОБМ vs. Сигнал ситості	124	-0.27456	0.00203	-0.21938
ОБМ vs. Гармонія	124	0.16136	0.07340	0.15197
ОБМ vs. Актив.мережі	124	0.10112	0.26378	0.15705
ОБМ vs. Актив. СМ	124	0.04488	0.62063	0.04790
ОБМ vs. Самопрезентація	124	-0.09421	0.29798	-0.04697
ОБМ vs. Встан. контактів	124	0.03700	0.68325	0.01152
ОБМ vs. Кіберкомунікація	124	0.09606	0.28858	0.10110
ОБМ vs. Селфетіс	124	0.17796	0.04800	0.06793
ЕМ vs. ЕК	124	0.39823	4.6370	0.35715
ЕМ vs. Загальний	124	0.25216	0.00472	0.24298
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	124	0.20200	0.02446	0.16938
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	124	-0.07059	0.43595	-0.14104

Таблиця Е-2. Результати кореляцій респондентів, що не використовували

ЕМ vs. Сигнал ситості	124	-0.03756	0.67873	-0.06348
ЕМ vs. Гармонія	124	0.14669	0.10400	0.18182
ЕМ vs. Актив.мережі	124	0.14308	0.11290	0.11027
ЕМ vs. Актив. СМ	124	0.16241	0.07152	0.12756
ЕМ vs. Самопрезентація	124	-0.07182	0.42793	-0.05700
ЕМ vs. Встан. контактів	124	-0.01333	0.88321	-0.02679
ЕМ vs. Кіберкомунікація	124	0.37701	0.00002	0.27985
ЕМ vs. Селфетіс	124	0.27279	0.00217	0.16570
ЕК vs. Загальний	124	0.25644	0.00404	0.33356
ЕК vs. Безумовний дозвіл	124	0.20791	0.02049	0.27458
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	124	-0.03134	0.72966	-0.05240
ЕК vs. Сигнал ситості	124	0.11931	0.18690	0.15519
ЕК vs. Гармонія	124	0.10484	0.24655	0.15850
ЕК vs. Актив.мережі	124	0.17788	0.04810	0.15472
ЕК vs. Актив. СМ	124	0.11297	0.21159	0.06253
ЕК vs. Самопрезентація	124	0.08465	0.34994	0.07863
ЕК vs. Встан. контактів	124	-0.05661	0.53227	-0.01329
ЕК vs. Кіберкомунікація	124	0.28875	0.00114	0.22517
ЕК vs. Селфетіс	124	0.11312	0.21097	0.11518
Загальний vs. Безумовний дозвіл	124	0.74274	0	0.78086
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	124	0.37476	0.00002	0.32211
Загальний vs. Сигнал ситості	124	0.77169	0	0.78271
Загальний vs. Гармонія	124	0.67102	0.00000	0.69962
Загальний vs. Актив.мережі	124	0.14911	0.09836	0.16507
Загальний vs. Актив. СМ	124	0.05273	0.56082	0.08483
Загальний vs. Самопрезентація	124	-0.18242	0.04258	-0.20757
Загальний vs. Встан. контактів	124	-0.10754	0.23449	-0.13399
Загальний vs. Кіберкомунікація	124	-0.04911	0.58807	-0.12041
Загальний vs. Селфетіс	124	-0.08199	0.36533	-0.27373

Таблиця Е-2. Результати кореляцій респондентів, що не використовували

Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	124	0.27302	0.00216	0.26838
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	124	0.40983	2.28164	0.44958
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	124	0.51077	1.35390	0.55408
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	124	0.29083	0.00105	0.27895
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	124	0.12093	0.18092	0.10744
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	124	-0.13903	0.12356	-0.15459
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	124	-0.11085	0.22034	-0.13759
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	124	0.01880	0.83579	-0.07676
Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	124	-0.02517	0.78143	-0.22852
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	124	0.26322	0.00314	0.24475
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	124	0.12347	0.17186	0.11467
Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	124	0.11248	0.21360	0.06483
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	124	0.12741	0.15850	0.11051
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	124	-0.06794	0.45339	-0.02252
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	124	-0.10348	0.25276	-0.10504
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	124	-0.19040	0.03416	-0.18363
Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	124	-0.12180	0.17780	-0.11991
Сигнал ситості vs. Гармонія	124	0.39302	6.32599	0.41446
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	124	0.02236	0.80530	0.03542
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	124	-0.00753	0.93389	0.00338
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	124	-0.10341	0.25308	-0.11827
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	124	0.00332	0.97084	-0.02331
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	124	-0.12545	0.16505	-0.18344
Сигнал ситості vs. Селфетіс	124	-0.21432	0.01684	-0.30928
Гармонія vs. Актив.мережі	124	-0.00248	0.97823	0.02940
Гармонія vs. Актив. СМ	124	0.05516	0.54289	0.05345
Гармонія vs. Самопрезентація	124	-0.10877	0.22916	-0.16294
Гармонія vs. Встан. контактів	124	-0.18720	0.03736	-0.19665
Гармонія vs. Кіберкомунікація	124	-0.11077	0.22064	-0.19152

Таблиця Е-2. Результати кореляцій респондентів, що не використовували

Гармонія vs. Селфетіс	124	-0.02416	0.79001	-0.20271
Актив.мережі vs. Актив. СМ	124	0.17738	0.04873	0.15453
Актив.мережі vs. Самопрезентація	124	-0.04814	0.59542	-0.08463
Актив.мережі vs. Встан. контактів	124	0.08625	0.34088	-0.05256
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	124	0.20365	0.02329	0.09455
Актив.мережі vs. Селфетіс	124	0.04370	0.62982	-0.11625
Актив. СМ vs. Самопрезентація	124	-0.22798	0.01088	-0.18315
Актив. СМ vs. Встан. контактів	124	-0.13499	0.13497	-0.01393
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	124	0.29331	0.00095	0.27571
Актив. СМ vs. Селфетіс	124	0.36337	0.00003	0.20235
Самопрезентація vs. Встан. контактів	124	0.35027	0.00007	0.41145
Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	124	0.17596	0.05060	0.28838
Самопрезентація vs. Селфетіс	124	-0.32446	0.00024	0.02488
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	124	0.24642	0.00580	0.37118
Встан. контактів vs. Селфетіс	124	0.06045	0.50479	0.27747
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	124	0.54638	5.23859	0.63793

ДОДАТОК Є

Результати кореляційного аналізу групи механізмів соціальної
зумовленості інформаційної поведінки

Таблиця Є-1 Результати кореляцій респондентів, що ніколи не звертають увагу

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	53	0.19144	0.16968	0.20031
ОБМ vs. ЕК	53	0.01094	0.93804	-0.03858
ОБМ vs. Загальний	53	-0.11597	0.40826	-0.09228
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	53	0.16596	0.23498	0.23723
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	53	-0.15982	0.25297	0.04075
ОБМ vs. Сигнал ситості	53	-0.24035	0.08299	-0.29413
ОБМ vs. Гармонія	53	-0.03996	0.77636	0.02404
ОБМ vs. Актив.мережі	53	-0.09768	0.48655	-0.22474
ОБМ vs. Актив. СМ	53	-0.11890	0.39645	-0.20369
ОБМ vs. Самопрезентація	53	0.10117	0.47102	0.05072
ОБМ vs. Встан. контактів	53	0.00627	0.96445	-0.07973
ОБМ vs. Кіберкомунікація	53	-0.04599	0.74368	-0.13499
ОБМ vs. Селфетіс	53	-0.05146	0.71440	-0.03743
ЕМ vs. ЕК	53	0.40729	0.00247	0.41134
ЕМ vs. Загальний	53	0.18347	0.18851	0.19561
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	53	0.05174	0.71290	0.31443
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	53	-0.11261	0.42206	-0.13383
ЕМ vs. Сигнал ситості	53	-0.04047	0.77355	-0.16313
ЕМ vs. Гармонія	53	-0.12559	0.37023	-0.07977
ЕМ vs. Актив.мережі	53	0.18670	0.18070	0.18174
ЕМ vs. Актив. СМ	53	-0.05742	0.68299	-0.11876
ЕМ vs. Самопрезентація	53	0.16005	0.25229	0.22865
ЕМ vs. Встан. контактів	53	0.17930	0.19893	0.29774
ЕМ vs. Кіберкомунікація	53	0.30655	0.02558	0.32507
ЕМ vs. Селфетіс	53	0.21468	0.12266	0.24504
ЕК vs. Загальний	53	0.23827	0.08577	0.23816
ЕК vs. Безумовний дозвіл	53	0.14832	0.28919	0.14221
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	53	-0.03875	0.78297	-0.10628

Таблиця Є-1 Результати кореляцій респондентів, що ніколи не звертають увагу

ЕК vs. Сигнал ситості	53	0.14997	0.28379	0.12613
ЕК vs. Гармонія	53	0.05170	0.71314	0.10256
ЕК vs. Актив.мережі	53	0.14854	0.28846	0.16625
ЕК vs. Актив. СМ	53	-0.12473	0.37353	-0.16439
ЕК vs. Самопрезентація	53	0.24066	0.08259	0.27879
ЕК vs. Встан. контактів	53	0.16185	0.24692	0.05841
ЕК vs. Кіберкомунікація	53	0.51719	0.00007	0.47382
ЕК vs. Селфетіс	53	0.25171	0.06904	0.36548
Загальний vs. Безумовний дозвіл	53	0.59621	2.46915	0.66087
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	53	0.33889	0.01305	0.29852
Загальний vs. Сигнал ситості	53	0.84348	0.00000	0.83388
Загальний vs. Гармонія	53	0.64778	1.58003	0.74860
Загальний vs. Актив.мережі	53	0.17751	0.20352	0.09587
Загальний vs. Актив. СМ	53	0.05664	0.68705	0.04923
Загальний vs. Самопрезентація	53	0.00061	0.99653	0.01037
Загальний vs. Встан. контактів	53	0.28574	0.03808	0.24672
Загальний vs. Кіберкомунікація	53	0.04805	0.73262	-0.08576
Загальний vs. Селфетіс	53	0.03235	0.81813	-0.18463
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	53	0.24528	0.07669	0.23983
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	53	0.31091	0.02345	0.28638
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	53	0.35600	0.00889	0.44152
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	53	0.10063	0.47339	0.10695
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	53	0.07263	0.60527	0.07493
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	53	-0.13609	0.33121	-0.00931
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	53	0.14626	0.29601	0.28256
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	53	0.03491	0.80402	0.00269
Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	53	0.06574	0.64000	-0.08805
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	53	0.38908	0.00398	0.32105
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	53	0.14271	0.30803	0.16162

Таблиця Є-1 Результати кореляцій респондентів, що ніколи не звертають увагу

Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	53	0.20901	0.13311	0.12736
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	53	0.18929	0.17463	0.14800
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	53	-0.01399	0.92079	0.02932
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	53	-0.03959	0.77833	-0.04621
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	53	-0.10386	0.45923	-0.16476
Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	53	-0.01729	0.90218	-0.15640
Сигнал ситості vs. Гармонія	53	0.52111	0.00006	0.59299
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	53	0.09131	0.51551	0.02731
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	53	0.03940	0.77941	0.05124
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	53	-0.02823	0.84096	-0.05814
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	53	0.17501	0.21004	0.06262
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	53	-0.00980	0.94449	-0.13442
Сигнал ситості vs. Селфетіс	53	-0.04273	0.76131	-0.21692
Гармонія vs. Актив.мережі	53	-0.05125	0.71551	-0.06016
Гармонія vs. Актив. СМ	53	0.05300	0.70622	0.01789
Гармонія vs. Самопрезентація	53	-0.05959	0.67166	-0.08368
Гармонія vs. Встан. контактів	53	0.12231	0.38294	0.04900
Гармонія vs. Кіберкомунікація	53	-0.13377	0.33962	-0.23358
Гармонія vs. Селфетіс	53	0.05043	0.71988	-0.07882
Актив.мережі vs. Актив. СМ	53	0.10001	0.47616	0.09156
Актив.мережі vs. Самопрезентація	53	0.18776	0.17819	0.21426
Актив.мережі vs. Встан. контактів	53	0.19053	0.17175	0.21873
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	53	0.28116	0.04141	0.29655
Актив.мережі vs. Селфетіс	53	0.17431	0.21190	0.14948
Актив. СМ vs. Самопрезентація	53	-0.15504	0.26764	-0.17100
Актив. СМ vs. Встан. контактів	53	0.01944	0.89009	0.05430
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	53	0.30458	0.02659	0.29422
Актив. СМ vs. Селфетіс	53	0.38170	0.00480	0.07349
Самопрезентація vs. Встан. контактів	53	0.18456	0.18585	0.23559

Таблиця Є-1 Результати кореляцій респондентів, що ніколи не звертають увагу

Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	53	0.30149	0.02824	0.36215
Самопрезентація vs. Селфетіс	53	-0.33060	0.01562	-0.17863
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	53	0.23136	0.09554	0.26922
Встан. контактів vs. Селфетіс	53	-0.11553	0.41005	-0.21500
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	53	0.39344	0.00356	0.42440

Таблиця Є-2. Результати кореляцій респондентів, що іноді звертають увагу

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	143	0.35536	0.00001	0.39511
ОБМ vs. ЕК	143	0.10866	0.19802	0.14275
ОБМ vs. Загальний	143	0.08709	0.30100	0.14569
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	143	0.21999	0.00829	0.26631
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	143	0.11390	0.17556	0.06820
ОБМ vs. Сигнал ситості	143	-0.25511	0.00211	-0.20006
ОБМ vs. Гармонія	143	0.08786	0.29676	0.09488
ОБМ vs. Актив.мережі	143	0.04861	0.56429	0.03943
ОБМ vs. Актив. СМ	143	0.03521	0.67629	0.06307
ОБМ vs. Самопрезентація	143	-0.17685	0.03461	-0.11187
ОБМ vs. Встан. контактів	143	0.12452	0.13841	0.09538
ОБМ vs. Кіберкомунікація	143	-0.02252	0.78946	0.01122
ОБМ vs. Селфетіс	143	0.12521	0.13621	0.06517
ЕМ vs. ЕК	143	0.39477	1.16463	0.39848
ЕМ vs. Загальний	143	0.31739	0.00011	0.33961
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	143	0.25758	0.00190	0.25255
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	143	0.00410	0.96120	-0.08049
ЕМ vs. Сигнал ситості	143	-0.04011	0.63436	-0.03637
ЕМ vs. Гармонія	143	0.19717	0.01826	0.23536
ЕМ vs. Актив.мережі	143	0.04144	0.62313	0.07288
ЕМ vs. Актив. СМ	143	0.17248	0.03940	0.17344

Таблиця Є-2. Результати кореляцій респондентів, що іноді звертають увагу

ЕМ vs. Самопрезентація	143	-0.13275	0.11400	-0.06459
ЕМ vs. Встан. контактів	143	0.01573	0.85210	0.04723
ЕМ vs. Кіберкомунікація	143	0.26828	0.00120	0.27707
ЕМ vs. Селфетіс	143	0.16548	0.04826	0.10892
ЕК vs. Загальний	143	0.27861	0.00079	0.34917
ЕК vs. Безумовний дозвіл	143	0.19518	0.01993	0.26481
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	143	-0.00678	0.93613	0.02043
ЕК vs. Сигнал ситості	143	0.11409	0.17639	0.14957
ЕК vs. Гармонія	143	0.12835	0.12795	0.17103
ЕК vs. Актив.мережі	143	-0.04997	0.55483	-0.04392
ЕК vs. Актив. СМ	143	0.05127	0.54459	0.01141
ЕК vs. Самопрезентація	143	0.05058	0.55001	0.09348
ЕК vs. Встан. контактів	143	0.01448	0.86418	0.12333
ЕК vs. Кіберкомунікація	143	0.14384	0.08768	0.13328
ЕК vs. Селфетіс	143	-0.00478	0.95494	-0.01648
Загальний vs. Безумовний дозвіл	143	0.74415	0	0.79137
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	143	0.28612	0.00053	0.25159
Загальний vs. Сигнал ситості	143	0.71243	0	0.76056
Загальний vs. Гармонія	143	0.62248	0.00000	0.69985
Загальний vs. Актив.мережі	143	0.16813	0.04473	0.19820
Загальний vs. Актив. СМ	143	0.11892	0.15718	0.13026
Загальний vs. Самопрезентація	143	-0.21595	0.00959	-0.13254
Загальний vs. Встан. контактів	143	-0.04000	0.63524	-0.04169
Загальний vs. Кіберкомунікація	143	0.03553	0.67352	0.01339
Загальний vs. Селфетіс	143	0.04184	0.61975	-0.15597
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	143	0.25412	0.00219	0.23202
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	143	0.41921	1.87793	0.47429
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	143	0.46053	7.14976	0.52305
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	143	0.21115	0.01136	0.22063

Таблиця Є-2. Результати кореляцій респондентів, що іноді звертають увагу

Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	143	0.09208	0.27405	0.10498
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	143	-0.07840	0.35199	-0.04803
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	143	-0.02119	0.80166	-0.00449
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	143	0.04034	0.63240	0.02072
Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	143	-0.00246	0.97672	-0.11984
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	143	0.08142	0.33371	0.09619
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	143	0.03240	0.70086	0.02139
Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	143	0.06126	0.46731	0.08351
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	143	0.00554	0.94761	0.00087
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	143	-0.04252	0.61408	0.01106
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	143	-0.04904	0.56083	-0.04150
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	143	-0.10391	0.21681	-0.07333
Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	143	-0.00516	0.95119	-0.02996
Сигнал ситості vs. Гармонія	143	0.42273	1.44529	0.48192
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	143	0.12545	0.13547	0.11763
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	143	0.12940	0.12349	0.12707
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	143	-0.11320	0.17825	-0.09097
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	143	0.00414	0.96087	0.00028
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	143	-0.04987	0.55416	-0.06699
Сигнал ситості vs. Селфетіс	143	-0.08408	0.31811	-0.17848
Гармонія vs. Актив.мережі	143	0.01228	0.88426	0.03664
Гармонія vs. Актив. СМ	143	0.08858	0.29279	0.09725
Гармонія vs. Самопрезентація	143	-0.19346	0.02061	-0.20526
Гармонія vs. Встан. контактів	143	-0.20947	0.01204	-0.19737
Гармонія vs. Кіберкомунікація	143	-0.08655	0.30404	-0.11501
Гармонія vs. Селфетіс	143	0.01133	0.89312	-0.15984
Актив.мережі vs. Актив. СМ	143	0.33059	0.00006	0.26240
Актив.мережі vs. Самопрезентація	143	-0.11245	0.18115	-0.08355
Актив.мережі vs. Встан. контактів	143	0.08517	0.31182	0.01085

Таблиця Є-2. Результати кореляцій респондентів, що іноді звертають увагу

Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	143	0.19588	0.01905	0.17987
Актив.мережі vs. Селфетіс	143	0.09299	0.26933	-0.00449
Актив. СМ vs. Самопрезентація	143	-0.18498	0.02698	-0.06351
Актив. СМ vs. Встан. контактів	143	-0.10281	0.22177	0.01648
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	143	0.38572	1.95966	0.39783
Актив. СМ vs. Селфетіс	143	0.43208	7.10735	0.36492
Самопрезентація vs. Встан. контактів	143	0.21941	0.00847	0.44360
Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	143	0.01867	0.82488	0.21837
Самопрезентація vs. Селфетіс	143	-0.28659	0.00052	0.13350
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	143	0.24992	0.00261	0.40444
Встан. контактів vs. Селфетіс	143	0.23591	0.00456	0.40592
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	143	0.58180	0.00000	0.67478

Таблиця Є-3. Результати кореляцій респондентів, що часто звертають увагу

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	39	-0.12711	0.44064	-0.11328
ОБМ vs. ЕК	39	-0.21974	0.17890	-0.18349
ОБМ vs. Загальний	39	-0.00519	0.97499	0.00992
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	39	0.23767	0.14513	0.18386
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	39	0.09763	0.55432	0.11106
ОБМ vs. Сигнал ситості	39	-0.10383	0.52933	-0.13428
ОБМ vs. Гармонія	39	0.26078	0.10882	0.22420
ОБМ vs. Актив.мережі	39	-0.08230	0.61843	0.00410
ОБМ vs. Актив. СМ	39	-0.05559	0.73680	-0.07531
ОБМ vs. Самопрезентація	39	0.21475	0.18924	0.27961
ОБМ vs. Встан. контактів	39	0.06724	0.68422	0.02264
ОБМ vs. Кіберкомунікація	39	-0.05178	0.75423	-0.10686
ОБМ vs. Селфетіс	39	-0.07492	0.65034	-0.17472
ЕМ vs. ЕК	39	0.10599	0.52075	0.09993

Таблиця Є-3. Результати кореляцій респондентів, що часто звертають увагу

ЕМ vs. Загальний	39	-0.09395	0.56941	-0.08452
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	39	-0.13182	0.42375	-0.10502
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	39	0.03712	0.82248	-0.09344
ЕМ vs. Сигнал ситості	39	-0.32240	0.04532	-0.30445
ЕМ vs. Гармонія	39	-0.06269	0.70459	-0.03663
ЕМ vs. Актив.мережі	39	-0.13332	0.41845	-0.07072
ЕМ vs. Актив. СМ	39	-0.21386	0.19112	-0.17564
ЕМ vs. Самопрезентація	39	-0.08951	0.58787	-0.15787
ЕМ vs. Встан. контактів	39	0.17420	0.28887	0.14242
ЕМ vs. Кіберкомунікація	39	-0.06908	0.67604	-0.03755
ЕМ vs. Селфетіс	39	-0.17728	0.28028	-0.13401
ЕК vs. Загальний	39	0.26599	0.10170	0.18844
ЕК vs. Безумовний дозвіл	39	0.38661	0.01505	0.38371
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	39	0.33532	0.03691	0.30266
ЕК vs. Сигнал ситості	39	0.08073	0.62515	0.04978
ЕК vs. Гармонія	39	-0.02837	0.86387	-0.03533
ЕК vs. Актив.мережі	39	0.04055	0.80637	0.15833
ЕК vs. Актив. СМ	39	0.07279	0.65969	0.07156
ЕК vs. Самопрезентація	39	-0.20994	0.19957	-0.25170
ЕК vs. Встан. контактів	39	-0.35596	0.02615	-0.38890
ЕК vs. Кіберкомунікація	39	-0.34532	0.03131	-0.37368
ЕК vs. Селфетіс	39	-0.16123	0.32682	-0.28036
Загальний vs. Безумовний дозвіл	39	0.69746	8.05643	0.77497
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	39	0.38460	0.01563	0.31837
Загальний vs. Сигнал ситості	39	0.82974	6.62072	0.85581
Загальний vs. Гармонія	39	0.63842	0.00001	0.67214
Загальний vs. Актив.мережі	39	0.11946	0.46884	0.17021
Загальний vs. Актив. СМ	39	-0.05328	0.74735	-0.07764
Загальний vs. Самопрезентація	39	-0.37203	0.01969	-0.29401

Таблиця Є-3. Результати кореляцій респондентів, що часто звертають увагу

Загальний vs. Встан. контактів	39	-0.14779	0.36927	0.02211
Загальний vs. Кіберкомунікація	39	-0.28953	0.07381	-0.32730
Загальний vs. Селфетіс	39	0.07614	0.64503	-0.05730
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	39	0.19925	0.22395	0.18294
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	39	0.37539	0.01853	0.46800
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	39	0.53236	0.00049	0.54038
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	39	0.04916	0.76634	0.15056
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	39	0.11981	0.46753	0.06029
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	39	-0.34251	0.03281	-0.31550
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	39	-0.08668	0.59981	-0.00511
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	39	-0.20392	0.21307	-0.28147
Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	39	0.10303	0.53255	-0.01750
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	39	0.32810	0.04144	0.23594
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	39	0.13189	0.42349	0.08526
Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	39	0.14937	0.36412	0.18963
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	39	-0.21836	0.18173	-0.14541
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	39	-0.03976	0.81008	0.02177
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	39	0.06552	0.69188	0.11370
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	39	-0.34862	0.02962	-0.25872
Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	39	-0.27626	0.08868	-0.29171
Сигнал ситості vs. Гармонія	39	0.40203	0.01118	0.43325
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	39	0.12001	0.46679	0.10282
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	39	-0.10356	0.53041	-0.10964
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	39	-0.23792	0.14471	-0.19298
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	39	-0.09260	0.57503	-0.01726
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	39	-0.26916	0.09753	-0.27840
Сигнал ситості vs. Селфетіс	39	0.09019	0.58504	-0.00615
Гармонія vs. Актив.мережі	39	0.09675	0.55792	0.17940
Гармонія vs. Актив. СМ	39	0.09899	0.54882	0.09703

Таблиця Є-3. Результати кореляцій респондентів, що часто звертають увагу

Гармонія vs. Самопрезентація	39	-0.41404	0.00878	-0.40973
Гармонія vs. Встан. контактів	39	-0.13380	0.41677	-0.05599
Гармонія vs. Кіберкомунікація	39	-0.03603	0.82762	-0.07851
Гармонія vs. Селфетіс	39	0.10389	0.52910	-0.01358
Актив.мережі vs. Актив. СМ	39	-0.00106	0.99491	0.12380
Актив.мережі vs. Самопрезентація	39	0.14066	0.39305	-0.00851
Актив.мережі vs. Встан. контактів	39	-0.16617	0.31201	-0.21483
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	39	-0.06308	0.70282	-0.33651
Актив.мережі vs. Селфетіс	39	-0.30574	0.05838	-0.56154
Актив. СМ vs. Самопрезентація	39	-0.35028	0.02881	-0.23734
Актив. СМ vs. Встан. контактів	39	-0.35946	0.02461	-0.36913
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	39	0.30256	0.06119	0.21916
Актив. СМ vs. Селфетіс	39	0.48903	0.00158	0.30585
Самопрезентація vs. Встан. контактів	39	0.33340	0.03807	0.32541
Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	39	0.00902	0.95655	0.14807
Самопрезентація vs. Селфетіс	39	-0.37726	0.01790	-0.09012
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	39	0.17328	0.29146	0.21752
Встан. контактів vs. Селфетіс	39	-0.18233	0.26659	-0.04628
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	39	0.46433	0.00290	0.55582

Табл. 4. Результати кореляцій респондентів, що завжди звертають увагу

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	16	0.41919	0.10605	0.49910
ОБМ vs. ЕК	16	0.55540	0.02552	0.46317
ОБМ vs. Загальний	16	-0.22389	0.40452	-0.18701
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	16	0.36782	0.16102	0.42233
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	16	-0.06301	0.81667	-0.25369
ОБМ vs. Сигнал ситості	16	-0.64339	0.00717	-0.56466

Табл. 4. Результати кореляцій респондентів, що завжди звертають увагу

ОБМ vs. Гармонія	16	-0.24889	0.35261	-0.12267
ОБМ vs. Актив.мережі	16	0.39324	0.13185	0.43786
ОБМ vs. Актив. СМ	16	0.63618	0.00807	0.68731
ОБМ vs. Самопрезентація	16	0.31873	0.22891	0.39925
ОБМ vs. Встан. контактів	16	-0.11572	0.66955	-0.23589
ОБМ vs. Кіберкомунікація	16	0.38314	0.14297	0.39104
ОБМ vs. Селфетіс	16	0.13650	0.61421	0.24692
ЕМ vs. ЕК	16	0.09347	0.73060	0.12992
ЕМ vs. Загальний	16	0.16978	0.52960	0.01272
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	16	0.20658	0.44270	0.05264
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	16	0.11465	0.67245	-0.42410
ЕМ vs. Сигнал ситості	16	-0.37214	0.15579	-0.34831
ЕМ vs. Гармонія	16	-0.16186	0.54924	-0.11416
ЕМ vs. Актив.мережі	16	-0.14013	0.60472	-0.06687
ЕМ vs. Актив. СМ	16	0.41418	0.11073	0.50404
ЕМ vs. Самопрезентація	16	-0.17495	0.51695	-0.11563
ЕМ vs. Встан. контактів	16	-0.26691	0.31764	-0.17794
ЕМ vs. Кіберкомунікація	16	0.42288	0.10269	0.23746
ЕМ vs. Селфетіс	16	0.43080	0.09575	0.31256
ЕК vs. Загальний	16	0.02851	0.91653	-0.09149
ЕК vs. Безумовний дозвіл	16	-0.01296	0.96201	-0.05292
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	16	-0.04322	0.87373	-0.11688
ЕК vs. Сигнал ситості	16	-0.27483	0.30293	-0.27643
ЕК vs. Гармонія	16	-0.21519	0.42349	-0.26023
ЕК vs. Актив.мережі	16	0.16941	0.53051	0.01639
ЕК vs. Актив. СМ	16	0.53065	0.03445	0.42764
ЕК vs. Самопрезентація	16	0.39432	0.13069	0.39269
ЕК vs. Встан. контактів	16	-0.01435	0.95793	-0.03282
ЕК vs. Кіберкомунікація	16	0.46469	0.06975	0.49641

Табл. 4. Результати кореляцій респондентів, що завжди звертають увагу

ЕК vs. Селфетіс	16	0.27890	0.29555	0.40237
Загальний vs. Безумовний дозвіл	16	0.10483	0.69921	0.24754
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	16	0.35154	0.18181	0.25101
Загальний vs. Сигнал ситості	16	0.18366	0.49595	0.21638
Загальний vs. Гармонія	16	0.51048	0.04334	0.46272
Загальний vs. Актив.мережі	16	0.17005	0.52894	0.15160
Загальний vs. Актив. СМ	16	0.03414	0.90010	-0.06351
Загальний vs. Самопрезентація	16	0.05997	0.82539	-0.01027
Загальний vs. Встан. контактів	16	0.00758	0.97777	-0.05826
Загальний vs. Кіберкомунікація	16	0.17239	0.52318	0.19261
Загальний vs. Селфетіс	16	0.30090	0.25743	0.23697
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	16	0.32683	0.21662	0.23811
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	16	-0.69931	0.00257	-0.56290
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	16	-0.12456	0.64579	0.05533
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	16	-0.02880	0.91568	0.05156
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	16	0.05937	0.82711	0.08754
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	16	0.47078	0.06570	0.53806
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	16	-0.04700	0.86278	-0.21033
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	16	0.34962	0.18438	0.34135
Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	16	-0.21602	0.42166	-0.13980
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	16	-0.26955	0.31270	-0.20398
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	16	-0.14922	0.58124	-0.08591
Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	16	0.14075	0.60310	0.03936
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	16	-0.17033	0.52825	-0.37381
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	16	0.06701	0.80523	0.03837
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	16	0.22969	0.39213	0.21222
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	16	0.03855	0.88729	-0.03800
Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	16	0.02082	0.93900	-0.06765
Сигнал ситості vs. Гармонія	16	0.47247	0.06460	0.44150

Табл. 4. Результати кореляцій респондентів, що завжди звертають увагу

Сигнал ситості vs. Актив.мережі	16	0	1	0.01339
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	16	-0.27872	0.29586	-0.19260
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	16	-0.47463	0.06322	-0.45212
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	16	-0.18718	0.48758	-0.22437
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	16	-0.36182	0.16849	-0.24947
Сигнал ситості vs. Селфетіс	16	0.13860	0.60872	0.19012
Гармонія vs. Актив.мережі	16	0.16878	0.53206	0.11675
Гармонія vs. Актив. СМ	16	-0.01431	0.95805	-0.08657
Гармонія vs. Самопрезентація	16	-0.05208	0.84808	-0.04475
Гармонія vs. Встан. контактів	16	-0.06472	0.81179	-0.00816
Гармонія vs. Кіберкомунікація	16	-0.08593	0.75169	-0.02298
Гармонія vs. Селфетіс	16	0.27786	0.29742	0.19955
Актив.мережі vs. Актив. СМ	16	0.31413	0.23607	0.27487
Актив.мережі vs. Самопрезентація	16	-0.08464	0.75530	-0.04969
Актив.мережі vs. Встан. контактів	16	0.17121	0.52608	0.13350
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	16	0.22471	0.40276	0.21250
Актив.мережі vs. Селфетіс	16	0.36623	0.16297	0.28142
Актив. СМ vs. Самопрезентація	16	0.09895	0.71542	0.13257
Актив. СМ vs. Встан. контактів	16	-0.30252	0.25476	-0.47848
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	16	0.54970	0.02740	0.48186
Актив. СМ vs. Селфетіс	16	0.38767	0.13791	0.39455
Самопрезентація vs. Встан. контактів	16	0.08151	0.76409	-0.24323
Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	16	0.23180	0.38767	0.09415
Самопрезентація vs. Селфетіс	16	-0.17437	0.51837	-0.28650
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	16	0.07965	0.76935	-0.00496
Встан. контактів vs. Селфетіс	16	0.05728	0.83313	-0.04429
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	16	0.68250	0.00358	0.68558

ДОДАТОК Ж

Результати кореляційного аналізу груп за параметром віку

Таблиця Ж-1. Результати кореляцій респондентів групи юності

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	112	0.22603	0.01656	0.30543
ОБМ vs. ЕК	112	0.20506	0.03009	0.24202
ОБМ vs. Загальний	112	-0.04484	0.63872	0.05245
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	112	0.20219	0.03253	0.24185
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	112	-0.18297	0.05349	-0.20436
ОБМ vs. Сигнал ситості	112	-0.27126	0.00382	-0.24097
ОБМ vs. Гармонія	112	0.14004	0.14084	0.16172
ОБМ vs. Актив.мережі	112	0.04244	0.65686	0.03304
ОБМ vs. Актив. СМ	112	0.04180	0.66165	0.06548
ОБМ vs. Самопрезентація	112	-0.05984	0.53084	-0.02416
ОБМ vs. Встан. контактів	112	-0.00326	0.97279	-0.00016
ОБМ vs. Кіберкомунікація	112	0.00806	0.93277	0.01950
ОБМ vs. Селфетіс	112	0.06995	0.46364	0.02933
ЕМ vs. ЕК	112	0.40422	9.86852	0.37940
ЕМ vs. Загальний	112	0.26098	0.00545	0.29135
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	112	0.13336	0.16099	0.21078
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	112	-0.38505	0.00003	-0.44212
ЕМ vs. Сигнал ситості	112	-0.07884	0.40865	-0.11051
ЕМ vs. Гармонія	112	0.12001	0.20754	0.17933
ЕМ vs. Актив.мережі	112	0.03661	0.70157	0.08423
ЕМ vs. Актив. СМ	112	0.04543	0.63431	0.06428
ЕМ vs. Самопрезентація	112	0.03614	0.70517	0.03385
ЕМ vs. Встан. контактів	112	0.01796	0.85093	0.04930
ЕМ vs. Кіберкомунікація	112	0.29884	0.00137	0.24775
ЕМ vs. Селфетіс	112	0.08251	0.38710	0.04739
ЕК vs. Загальний	112	0.29637	0.00151	0.35169

Таблиця Ж-1. Результати кореляцій респондентів групи юності

ЕК vs. Безумовний дозвіл	112	0.25242	0.00725	0.28115
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	112	-0.01443	0.87995	-0.05775
ЕК vs. Сигнал ситості	112	0.12580	0.18627	0.14664
ЕК vs. Гармонія	112	0.14507	0.12698	0.18193
ЕК vs. Актив.мережі	112	0.08674	0.36314	0.05556
ЕК vs. Актив. СМ	112	0.23932	0.01104	0.20361
ЕК vs. Самопрезентація	112	0.12016	0.20696	0.16426
ЕК vs. Встан. контактів	112	-0.05107	0.59282	0.06096
ЕК vs. Кіберкомунікація	112	0.27423	0.00343	0.26521
ЕК vs. Селфетіс	112	0.15130	0.11129	0.11787
Загальний vs. Безумовний дозвіл	112	0.66057	0.00000	0.76001
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	112	0.21891	0.02040	0.20107
Загальний vs. Сигнал ситості	112	0.79236	0	0.79337
Загальний vs. Гармонія	112	0.66164	0.00000	0.72895
Загальний vs. Актив.мережі	112	0.16283	0.08628	0.21722
Загальний vs. Актив. СМ	112	0.04720	0.62118	0.07947
Загальний vs. Самопрезентація	112	-0.12971	0.17286	-0.03095
Загальний vs. Встан. контактів	112	0.00435	0.96370	0.02336
Загальний vs. Кіберкомунікація	112	-0.08003	0.40156	-0.07077
Загальний vs. Селфетіс	112	-0.16693	0.07854	-0.23369
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	112	0.15073	0.11266	0.12857
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	112	0.36094	0.00009	0.43005
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	112	0.54102	7.3506	0.59327
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	112	0.13052	0.17015	0.17503
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	112	0.11543	0.22555	0.12358
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	112	-0.05301	0.57884	-0.00304
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	112	-0.07993	0.40217	0.00098
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	112	-0.07019	0.46209	-0.07188

Таблиця Ж-1. Результати кореляцій респондентів групи юності

Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	112	-0.20450	0.03056	-0.22767
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	112	0.32882	0.00040	0.31482
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	112	0.18013	0.05736	0.15633
Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	112	0.01512	0.87430	0.08212
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	112	0.05575	0.55934	0.02381
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	112	-0.11231	0.23841	-0.05964
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	112	-0.15574	0.10106	-0.13356
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	112	-0.30764	0.00097	-0.24991
Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	112	-0.15133	0.11122	-0.15964
Сигнал ситості vs. Гармонія	112	0.47500	1.21223	0.51423
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	112	0.08427	0.37703	0.12230
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	112	0.03256	0.73328	0.05348
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	112	-0.09046	0.34283	-0.04612
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	112	0.06442	0.49980	0.05292
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	112	-0.18520	0.05059	-0.16748
Сигнал ситості vs. Селфетіс	112	-0.19348	0.04095	-0.21026
Гармонія vs. Актив.мережі	112	0.13900	0.14384	0.16065
Гармонія vs. Актив. СМ	112	-0.00179	0.98508	-0.00101
Гармонія vs. Самопрезентація	112	-0.10737	0.25981	-0.10893
Гармонія vs. Встан. контактів	112	-0.11241	0.23798	-0.11387
Гармонія vs. Кіберкомунікація	112	-0.15423	0.10445	-0.18555
Гармонія vs. Селфетіс	112	-0.06322	0.50783	-0.20755
Актив.мережі vs. Актив. СМ	112	0.12882	0.17585	0.07923
Актив.мережі vs. Самопрезентація	112	-0.00965	0.91958	-0.06676
Актив.мережі vs. Встан. контактів	112	-0.03827	0.68874	-0.17265
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	112	0.04014	0.67436	-0.03839
Актив.мережі vs. Селфетіс	112	-0.16796	0.07669	-0.25579
Актив. СМ vs. Самопрезентація	112	-0.09140	0.33781	-0.01381

Таблиця Ж-1. Результати кореляцій респондентів групи юності

Актив. СМ vs. Встан. контактів	112	-0.27070	0.00389	-0.13060
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	112	0.20781	0.02790	0.20716
Актив. СМ vs. Селфетіс	112	0.23804	0.01149	0.17128
Самопрезентація vs. Встан. контактів	112	0.32364	0.00050	0.47555
Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	112	0.20066	0.03389	0.33297
Самопрезентація vs. Селфетіс	112	-0.16996	0.07321	0.15604
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	112	0.29810	0.00141	0.45207
Встан. контактів vs. Селфетіс	112	-0.00608	0.94931	0.33413
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	112	0.47823	9.6756	0.60895

Таблиця 2 Результати кореляцій респондентів групи молодості

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	57	0.46649	0.00025	0.37754
ОБМ vs. ЕК	57	0.14587	0.27895	0.14399
ОБМ vs. Загальний	57	-0.10219	0.44940	-0.08460
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	57	0.29107	0.02804	0.27866
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	57	0.20167	0.13250	0.21796
ОБМ vs. Сигнал ситості	57	-0.52945	0.00002	-0.53118
ОБМ vs. Гармонія	57	-0.03867	0.77519	-0.10851
ОБМ vs. Актив.мережі	57	-0.01850	0.89136	-0.04232
ОБМ vs. Актив. СМ	57	0.08110	0.54871	0.12447
ОБМ vs. Самопрезентація	57	0.10726	0.42713	0.23231
ОБМ vs. Встан. контактів	57	0.26791	0.04392	0.22087
ОБМ vs. Кіберкомунікація	57	0.11376	0.39945	0.11689
ОБМ vs. Селфетіс	57	0.22838	0.08751	0.10529
ЕМ vs. ЕК	57	0.34591	0.00840	0.30539
ЕМ vs. Загальний	57	0.08322	0.53826	0.05787
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	57	0.18915	0.15878	0.14164

Таблиця 2 Результати кореляцій респондентів групи молодості

ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	57	0.24587	0.06525	0.13879
ЕМ vs. Сигнал ситості	57	-0.26125	0.04965	-0.22188
ЕМ vs. Гармонія	57	0.00740	0.95641	0.01930
ЕМ vs. Актив.мережі	57	0.05601	0.67899	0.00191
ЕМ vs. Актив. СМ	57	0.16032	0.23353	0.13900
ЕМ vs. Самопрезентація	57	-0.23971	0.07250	-0.27367
ЕМ vs. Встан. контактів	57	0.30394	0.02153	0.31902
ЕМ vs. Кіберкомунікація	57	0.22782	0.08831	0.18966
ЕМ vs. Селфетіс	57	0.27874	0.03576	0.19709
ЕК vs. Загальний	57	-0.07843	0.56200	-0.07627
ЕК vs. Безумовний дозвіл	57	0.17441	0.19444	0.17731
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	57	0.00731	0.95699	-0.03066
ЕК vs. Сигнал ситості	57	-0.21509	0.10809	-0.22807
ЕК vs. Гармонія	57	-0.09950	0.46151	-0.09472
ЕК vs. Актив.мережі	57	0.08122	0.54812	0.10135
ЕК vs. Актив. СМ	57	-0.03847	0.77630	-0.12674
ЕК vs. Самопрезентація	57	0.11110	0.41064	0.13181
ЕК vs. Встан. контактів	57	0.08692	0.52029	0.10596
ЕК vs. Кіберкомунікація	57	0.03543	0.79362	0.01562
ЕК vs. Селфетіс	57	-0.03975	0.76910	-0.08786
Загальний vs. Безумовний дозвіл	57	0.60889	5.02056	0.65144
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	57	0.59193	1.23734	0.59717
Загальний vs. Сигнал ситості	57	0.74704	2.50064	0.74820
Загальний vs. Гармонія	57	0.64030	8.16203	0.66383
Загальний vs. Актив.мережі	57	0.14192	0.29232	0.10787
Загальний vs. Актив. СМ	57	0.05415	0.68912	0.10784
Загальний vs. Самопрезентація	57	-0.25128	0.05936	-0.21502
Загальний vs. Встан. контактів	57	0.07213	0.59392	0.12465

Таблиця 2 Результати кореляцій респондентів групи молодості

Загальний vs. Кіберкомунікація	57	0.05433	0.68815	-0.04040
Загальний vs. Селфетіс	57	0.27497	0.03844	0.08090
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	57	0.37654	0.00389	0.38862
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	57	0.22918	0.08638	0.21921
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	57	0.21818	0.10301	0.24810
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	57	0.25772	0.05293	0.24770
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	57	0.00702	0.95866	0.02689
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	57	-0.07772	0.56552	-0.05554
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	57	0.15351	0.25426	0.15728
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	57	0.04249	0.75364	0.06036
Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	57	0.36359	0.00543	0.19768
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	57	0.21609	0.10642	0.21428
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	57	0.15896	0.23759	0.14459
Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	57	0.00151	0.99113	-0.08792
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	57	-0.00753	0.95566	0.08241
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	57	-0.03573	0.79187	-0.00319
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	57	0.24080	0.07118	0.23188
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	57	0.01139	0.93296	-0.04435
Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	57	0.07373	0.58572	0.01441
Сигнал ситості vs. Гармонія	57	0.47205	0.00021	0.51180
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	57	0.18328	0.17235	0.11170
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	57	0.06282	0.64251	0.03371
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	57	-0.19254	0.15131	-0.25494
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	57	0.00020	0.99883	0.01661
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	57	-0.02832	0.83436	-0.08277
Сигнал ситості vs. Селфетіс	57	0.04311	0.75019	-0.04297
Гармонія vs. Актив.мережі	57	-0.11976	0.37491	-0.10994
Гармонія vs. Актив. СМ	57	0.15674	0.24429	0.15562

Таблиця 2 Результати кореляцій респондентів групи молодості

Гармонія vs. Самопрезентація	57	-0.10821	0.42299	-0.17945
Гармонія vs. Встан. контактів	57	-0.07573	0.57557	-0.06103
Гармонія vs. Кіберкомунікація	57	-0.06890	0.61057	-0.17628
Гармонія vs. Селфетіс	57	0.14428	0.28427	0.03148
Актив.мережі vs. Актив. СМ	57	0.04976	0.71316	0.03041
Актив.мережі vs. Самопрезентація	57	0.06332	0.63985	0.10917
Актив.мережі vs. Встан. контактів	57	0.11918	0.37725	0.08165
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	57	0.15104	0.26207	0.17836
Актив.мережі vs. Селфетіс	57	0.19521	0.14562	0.15962
Актив. СМ vs. Самопрезентація	57	-0.15808	0.24021	-0.15645
Актив. СМ vs. Встан. контактів	57	-0.16178	0.22924	-0.06002
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	57	0.13459	0.31820	0.13461
Актив. СМ vs. Селфетіс	57	0.32424	0.01387	0.21423
Самопрезентація vs. Встан. контактів	57	0.11445	0.39658	0.10209
Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	57	-0.06725	0.61914	-0.02218
Самопрезентація vs. Селфетіс	57	-0.42283	0.00105	-0.32510
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	57	0.22884	0.08685	0.28659
Встан. контактів vs. Селфетіс	57	0.15762	0.24159	0.27595
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	57	0.61188	4.26043	0.58079

Таблиця Ж-3.Результати кореляцій респондентів групи дорослості

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	38	0.46346	0.00338	0.54523
ОБМ vs. ЕК	38	0.35689	0.03013	0.32789
ОБМ vs. Загальний	38	-0.08381	0.61691	-0.06018
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	38	0.18095	0.27694	0.14281
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	38	0.25347	0.12466	0.20045
ОБМ vs. Сигнал ситості	38	-0.41363	0.00984	-0.41274

Таблиця Ж-3.Результати кореляцій респондентів групи дорослості

ОБМ vs. Гармонія	38	-0.17662	0.28879	-0.16162
ОБМ vs. Актив.мережі	38	0.17488	0.29366	0.17465
ОБМ vs. Актив. СМ	38	-0.22071	0.18301	-0.11386
ОБМ vs. Самопрезентація	38	-0.08692	0.60384	-0.11117
ОБМ vs. Встан. контактів	38	0.21285	0.19947	0.22673
ОБМ vs. Кіберкомунікація	38	0.11838	0.47902	0.16613
ОБМ vs. Селфетіс	38	0.08792	0.59967	0.29179
ЕМ vs. ЕК	38	0.34936	0.03406	0.41655
ЕМ vs. Загальний	38	0.06168	0.71295	0.06332
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	38	0.21698	0.19070	0.14975
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	38	0.31865	0.05120	0.29166
ЕМ vs. Сигнал ситості	38	-0.34318	0.03491	-0.36930
ЕМ vs. Гармонія	38	0.15101	0.36546	0.12992
ЕМ vs. Актив.мережі	38	0.16715	0.31584	0.20042
ЕМ vs. Актив. СМ	38	0.07983	0.63377	0.13760
ЕМ vs. Самопрезентація	38	-0.04737	0.77765	-0.03060
ЕМ vs. Встан. контактів	38	0.23215	0.16076	0.22381
ЕМ vs. Кіберкомунікація	38	0.40791	0.01102	0.45624
ЕМ vs. Селфетіс	38	0.34015	0.03666	0.42520
ЕК vs. Загальний	38	0.09710	0.56750	0.22840
ЕК vs. Безумовний дозвіл	38	0.29202	0.07947	0.27224
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	38	0.30818	0.06350	0.28920
ЕК vs. Сигнал ситості	38	-0.16110	0.34081	-0.22954
ЕК vs. Гармонія	38	0.16039	0.34300	0.20695
ЕК vs. Актив.мережі	38	0.23366	0.16397	0.26027
ЕК vs. Актив. СМ	38	-0.04705	0.78216	-0.03859
ЕК vs. Самопрезентація	38	0.02886	0.86537	-0.01221
ЕК vs. Встан. контактів	38	-0.21295	0.20572	-0.21527

Таблиця Ж-3.Результати кореляцій респондентів групи дорослості

ЕК vs. Кіберкомунікація	38	0.21563	0.19993	0.21509
ЕК vs. Селфетіс	38	-0.05091	0.76476	0.05281
Загальний vs. Безумовний дозвіл	38	0.71754	3.98332	0.75679
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	38	0.42982	0.00708	0.49332
Загальний vs. Сигнал ситості	38	0.74782	6.82375	0.69345
Загальний vs. Гармонія	38	0.67719	3.02728	0.68208
Загальний vs. Актив.мережі	38	0.08492	0.61224	0.11539
Загальний vs. Актив. СМ	38	-0.04668	0.78080	-0.02110
Загальний vs. Самопрезентація	38	-0.01752	0.91685	-0.03767
Загальний vs. Встан. контактів	38	-0.14982	0.36931	-0.07027
Загальний vs. Кіберкомунікація	38	-0.09417	0.57389	-0.03808
Загальний vs. Селфетіс	38	-0.02255	0.89311	-0.18606
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	38	0.48650	0.00195	0.40228
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	38	0.23924	0.14801	0.24745
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	38	0.40416	0.01185	0.51474
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	38	0.22104	0.18232	0.22209
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	38	-0.07218	0.66671	0.04393
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	38	0.01294	0.93856	-0.02239
Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	38	-0.09626	0.56536	-0.06347
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	38	0.03474	0.83598	0.09060
Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	38	-0.08964	0.59253	-0.11777
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	38	0.11592	0.48828	0.08980
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	38	-0.00090	0.99571	-0.03948
Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	38	0.11700	0.48422	0.03201
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	38	-0.28446	0.08347	-0.28250
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	38	-0.11993	0.47324	-0.13723
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	38	-0.16519	0.32163	-0.08606
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	38	-0.13581	0.41621	-0.17772

Таблиця Ж-3.Результати кореляцій респондентів групи дорослості

Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	38	-0.16174	0.33197	-0.28848
Сигнал ситості vs. Гармонія	38	0.47744	0.00244	0.41924
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	38	-0.10916	0.51416	-0.14801
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	38	0.05377	0.74848	0.08030
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	38	0.03992	0.81193	-0.02555
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	38	-0.21166	0.20207	-0.17660
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	38	-0.21100	0.20350	-0.20438
Сигнал ситості vs. Селфетіс	38	-0.05214	0.75587	-0.15040
Гармонія vs. Актив.мережі	38	0.02444	0.88421	0.04356
Гармонія vs. Актив. СМ	38	0.09983	0.55097	0.09752
Гармонія vs. Самопрезентація	38	-0.03854	0.81830	-0.02420
Гармонія vs. Встан. контактів	38	-0.02308	0.89061	0.07440
Гармонія vs. Кіберкомунікація	38	0.16741	0.31508	0.21090
Гармонія vs. Селфетіс	38	0.07580	0.65104	0.03721
Актив.мережі vs. Актив. СМ	38	0.15217	0.36175	0.14459
Актив.мережі vs. Самопрезентація	38	-0.05650	0.73618	-0.02778
Актив.мережі vs. Встан. контактів	38	0.06131	0.71463	0.10979
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	38	0.28873	0.07873	0.27757
Актив.мережі vs. Селфетіс	38	0.13789	0.40905	0.17037
Актив. СМ vs. Самопрезентація	38	-0.16448	0.32374	-0.10364
Актив. СМ vs. Встан. контактів	38	-0.10178	0.54316	-0.14821
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	38	0.61700	0.00004	0.61939
Актив. СМ vs. Селфетіс	38	0.60934	0.00005	0.59286
Самопрезентація vs. Встан. контактів	38	0.21921	0.18606	0.17068
Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	38	0.11441	0.49400	0.14295
Самопрезентація vs. Селфетіс	38	-0.30673	0.06105	-0.30717
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	38	0.12235	0.46432	0.10138
Встан. контактів vs. Селфетіс	38	0.07734	0.64442	0.03212

Таблиця Ж-3.Результати кореляцій респондентів групи дорослості

Кіберкомунікація vs. Селфетіс	38	0.54955	0.00035	0.63340
-------------------------------	----	---------	---------	---------

Таблиця 4 Результати кореляцій респондентів групи зрілості

Шкали	N	Rho	p-value	r
ОБМ vs. ЕМ	26	0.31076	0.12230	0.20530
ОБМ vs. ЕК	26	0.18482	0.36606	0.13805
ОБМ vs. Загальний	26	0.13608	0.50745	0.10345
ОБМ vs. Безумовний дозвіл	26	0.36641	0.06561	0.24746
ОБМ vs. Їжа на фіз.голод	26	0.33161	0.09794	0.25086
ОБМ vs. Сигнал ситості	26	-0.12310	0.54909	-0.08844
ОБМ vs. Гармонія	26	0.25403	0.21047	0.18310
ОБМ vs. Актив.мережі	26	0.41475	0.03514	0.46746
ОБМ vs. Актив. СМ	26	0.15391	0.45284	0.09848
ОБМ vs. Самопрезентація	26	-0.15647	0.44526	-0.11111
ОБМ vs. Встан. контактів	26	0.01244	0.95189	-0.01408
ОБМ vs. Кіберкомунікація	26	0.11151	0.58759	0.07383
ОБМ vs. Селфетіс	26	0.15524	0.44889	0.13986
ЕМ vs. ЕК	26	0.48493	0.01204	0.37838
ЕМ vs. Загальний	26	0.22620	0.26650	0.18467
ЕМ vs. Безумовний дозвіл	26	0.38183	0.05425	0.31293
ЕМ vs. Їжа на фіз.голод	26	0.31114	0.12182	0.25773
ЕМ vs. Сигнал ситості	26	-0.11008	0.59244	-0.10345
ЕМ vs. Гармонія	26	-0.23012	0.25808	-0.17730
ЕМ vs. Актив.мережі	26	0.50762	0.00812	0.54386
ЕМ vs. Актив. СМ	26	0.42091	0.03225	0.36364
ЕМ vs. Самопрезентація	26	-0.08563	0.67747	-0.05576
ЕМ vs. Встан. контактів	26	0.24577	0.22620	0.19435
ЕМ vs. Кіберкомунікація	26	0.55519	0.00324	0.44407

Таблиця 4 Результати кореляцій респондентів групи зрілості

ЕМ vs. Селфетіс	26	0.34319	0.08608	0.26761
ЕК vs. Загальний	26	0.40883	0.03811	0.32394
ЕК vs. Безумовний дозвіл	26	0.35968	0.07111	0.27835
ЕК vs. Їжа на фіз.голод	26	0.34450	0.08481	0.28223
ЕК vs. Сигнал ситості	26	0.03679	0.85837	0.02778
ЕК vs. Гармонія	26	-0.26597	0.18909	-0.19286
ЕК vs. Актив.мережі	26	0.22135	0.27716	0.24551
ЕК vs. Актив. СМ	26	-0.08925	0.66460	-0.09160
ЕК vs. Самопрезентація	26	0.07454	0.71745	0.10861
ЕК vs. Встан. контактів	26	0.57732	0.00201	0.5
ЕК vs. Кіберкомунікація	26	0.30690	0.12726	0.22867
ЕК vs. Селфетіс	26	0.10138	0.62215	0.08897
Загальний vs. Безумовний дозвіл	26	0.72515	0.00003	0.62544
Загальний vs. Їжа на фіз.голод	26	0.26529	0.19026	0.25448
Загальний vs. Сигнал ситості	26	0.66407	0.00022	0.6
Загальний vs. Гармонія	26	0.45265	0.02024	0.37956
Загальний vs. Актив.мережі	26	0.20448	0.31634	0.23353
Загальний vs. Актив. СМ	26	0.04964	0.80971	0.04724
Загальний vs. Самопрезентація	26	-0.19208	0.34720	-0.15058
Загальний vs. Встан. контактів	26	0.43962	0.02463	0.32601
Загальний vs. Кіберкомунікація	26	0.10104	0.62334	0.08451
Загальний vs. Селфетіс	26	0.31892	0.11228	0.28727
Безумовний дозвіл vs. Їжа на фіз.голод	26	0.37494	0.05912	0.28421
Безумовний дозвіл vs. Сигнал ситості	26	0.26976	0.18263	0.23239
Безумовний дозвіл vs. Гармонія	26	0.19069	0.35075	0.16968
Безумовний дозвіл vs. Актив.мережі	26	0.36397	0.06757	0.40828
Безумовний дозвіл vs. Актив. СМ	26	0.24688	0.22404	0.19691
Безумовний дозвіл vs. Самопрезентація	26	-0.10159	0.62145	-0.09091

Таблиця 4 Результати кореляцій респондентів групи зрілості

Безумовний дозвіл vs. Встан. контактів	26	0.51205	0.00749	0.40288
Безумовний дозвіл vs. Кіберкомунікація	26	0.24629	0.22518	0.19723
Безумовний дозвіл vs. Селфетіс	26	0.41150	0.03674	0.32143
Їжа на фіз.голод vs. Сигнал ситості	26	-0.22076	0.27848	-0.16726
Їжа на фіз.голод vs. Гармонія	26	-0.24761	0.22262	-0.21324
Їжа на фіз.голод vs. Актив.мережі	26	0.19408	0.34209	0.24390
Їжа на фіз.голод vs. Актив. СМ	26	-0.14351	0.48429	-0.12840
Їжа на фіз.голод vs. Самопрезентація	26	0.14317	0.48535	0.12741
Їжа на фіз.голод vs. Встан. контактів	26	0.24627	0.22522	0.18545
Їжа на фіз.голод vs. Кіберкомунікація	26	0.10637	0.60502	0.07368
Їжа на фіз.голод vs. Селфетіс	26	0.03067	0.88176	0.02174
Сигнал ситості vs. Гармонія	26	0.54963	0.00363	0.43590
Сигнал ситості vs. Актив.мережі	26	-0.13250	0.51876	-0.15528
Сигнал ситості vs. Актив. СМ	26	-0.15044	0.46321	-0.12644
Сигнал ситості vs. Самопрезентація	26	-0.26856	0.18465	-0.24138
Сигнал ситості vs. Встан. контактів	26	0.05534	0.78830	0.02190
Сигнал ситості vs. Кіберкомунікація	26	-0.32527	0.10492	-0.29167
Сигнал ситості vs. Селфетіс	26	-0.04351	0.83286	-0.01805
Гармонія vs. Актив.мережі	26	-0.11619	0.57190	-0.13580
Гармонія vs. Актив. СМ	26	0.21168	0.29923	0.18699
Гармонія vs. Самопрезентація	26	-0.44544	0.02258	-0.40711
Гармонія vs. Встан. контактів	26	-0.22600	0.26694	-0.18491
Гармонія vs. Кіберкомунікація	26	-0.04129	0.84126	-0.03971
Гармонія vs. Селфетіс	26	0.12779	0.53388	0.07116
Актив.мережі vs. Актив. СМ	26	0.46464	0.01678	0.6
Актив.мережі vs. Самопрезентація	26	0.04339	0.83332	0.05806
Актив.мережі vs. Встан. контактів	26	0.17376	0.39594	0.22293
Актив.мережі vs. Кіберкомунікація	26	0.36160	0.06951	0.41818

Таблиця 4 Результати кореляцій респондентів групи зрілості

Актив.мережі vs. Селфетіс	26	0.40014	0.04282	0.48101
Актив. СМ vs. Самопрезентація	26	-0.38318	0.05333	-0.34746
Актив. СМ vs. Встан. контактів	26	-0.05109	0.80423	-0.04762
Актив. СМ vs. Кіберкомунікація	26	0.51137	0.00758	0.45802
Актив. СМ vs. Селфетіс	26	0.65393	0.00029	0.61446
Самопрезентація vs. Встан. контактів	26	0.11897	0.56270	0.10317
Самопрезентація vs. Кіберкомунікація	26	-0.11810	0.56556	-0.07865
Самопрезентація vs. Селфетіс	26	-0.45631	0.01912	-0.37984
Встан. контактів vs. Кіберкомунікація	26	0.26892	0.18404	0.19713
Встан. контактів vs. Селфетіс	26	0.33901	0.09023	0.25651
Кіберкомунікація vs. Селфетіс	26	0.51073	0.00767	0.43662