

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет психології
Кафедра психодіагностики та клінічної психології

Вплив медіасередовища на образ тіла у осіб молодого віку

Кваліфікаційна робота

Студентки 4 курсу ОР Бакалавр
(спеціальність 053 «Психологія»,
освітня програма «Психологія»,
заочна форма навчання)

**Ардаल्याнкової Марії
Олексіївни**

Науковий керівник:

Асистент кафедри
психодіагностики та клінічної
психології

Доктор філософії у галузі
психології

Молотокас Антоніна Андріївна

**Роботу рекомендовано до захисту на ЕК №_ Протокол №_ від
року**

Завідувачка кафедри психодіагностики та клінічної психології

Людмила КРУПЕЛЬНИЦЬКА

Київ – 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	4
<u>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ТІЛА МОЛОДІ</u>	<u>8</u>
1.1. Образ тіла та задоволеність тілом як складові Я-концепції та психологічного благополуччя особистості	8
1.2. Цифрове медіасередовище як чинник формування образу тіла у молоді	14
1.3. Сімейні фактори формування образу тіла та міжпоколіннєва передача установок щодо тілесності	27
Висновки до розділу 1	35
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ТІЛА У ПАРАХ «ДИТИНА-БАТЬКИ»	38
2.1. Концептуальна модель, гіпотези та дизайн дослідження	38
2.2. Характеристика психодіагностичного інструментарію	40
2.3. Характеристика вибірки та методи математико-статистичної обробки даних	45
Висновки до розділу 2	47
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ТІЛА МОЛОДІ	52
3.1. Результати показників образу тіла, задоволеності тілом та тривожності у молоді та їхніх батьків	52
3.2. Дослідження взаємозв'язків між показниками образу тіла дітей та батьків	54
3.3. Зв'язок цифрового середовища та сімейних факторів	55
Висновки до розділу 3	59
ВИСНОВКИ	65



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
ДОДАТКИ	100

ВСТУП

Актуальність дослідження. Образ тіла є одним із ключових психологічних конструктів, пов'язаних із самостворенням, емоційним благополуччям та загальною якістю життя особистості. Незадоволеність власним тілом послідовно асоціюється з підвищеною тривожністю, депресивними станами та підвищеним ризиком порушень харчової поведінки, тоді як позитивний образ тіла виступає важливим ресурсом психологічного здоров'я та захисним фактором щодо впливу стресу й соціального тиску. В умовах інтенсивного поширення цифрових технологій і соціальних мереж проблематика формування образу тіла набуває особливого значення для сучасної молоді, яка дорослішала в ситуації постійного доступу до інтернету та мобільних пристроїв, а отже щоденно стикається з візуальними стандартами зовнішності в онлайн просторі.

Молоде покоління, яке народилося наприкінці 1990 х – на початку 2010 х років та з дитинства має повний доступ до інтернету, щоденно взаємодіє з візуально орієнтованими платформами, де демонструються ідеалізовані, селекційно відібрані та ретушовані зображення, що задають нереалістичні стандарти зовнішності. Метааналітичні дослідження переконливо засвідчують наявність причинно наслідкового зв'язку між інтенсивністю використання соціальних мереж і незадоволеністю власним тілом, причому механізм соціального порівняння розглядається як ключовий медіатор цього впливу. Водночас сімейне середовище стабільно описується як первинний контекст формування образу тіла: батьківські установки, вербальні оцінки зовнішності та міжпокоління трансмісія тілесних схем зумовлюють тривалий вплив на тілесне самостворення дітей. У цьому контексті постає питання щодо відносної ролі двох основних джерел впливу – цифрового медіасередовища та сім'ї – у процесі

формування образу тіла сучасної молоді, соціалізація якої відбувається в умовах постійного доступу до мережі інтернету.

Проблематика образу тіла інтенсивно досліджується в зарубіжній психології (Т. Cash, Т. Tylka, N. Wood-Barcalow, M. Tiggemann та ін.), однак порівняльні дослідження у форматі пар «дитина – батьки», які дозволяють одночасно оцінити силу сімейного й цифрового впливів, наразі є поодинокими. В українській психології ця тематика досі представлена обмежено, а наявні роботи переважно мають описовий характер і не включають систематичного міжпоколінневого порівняння. Зазначені прогалини у вітчизняних і міжнародних дослідженнях зумовлюють актуальність та наукову новизну пропонованого емпіричного вивчення.

Мета дослідження – дослідити особливості образу тіла та задоволеності тілом у молоді покоління молоді, що дорослішала в умовах повної доступності інтернету, порівняти їх із показниками батьків та оцінити відносну роль цифрового медіасередовища і сімейних чинників у формуванні образу тіла молоді.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до вивчення зв'язку образу тіла у молоді та перебування у медіасередовищі.
2. Визначити рівень задоволеності тілом, тривожних симптомів та особливості перебування у медіасередовищі у респондентів.
3. Виявити взаємозв'язки між показниками образу тіла і тривожності у межах сімейних пар «дитина – батьки».
4. Порівняти особливості зв'язку між образом тіла та цифровим медіадосвідом в межах сімейних пар "дитина-батьки".

Об'єкт дослідження – образ тіла.

Предмет дослідження – вплив медіасередовища на образ тіла у осіб молодого віку.

Методи дослідження. До теоретичних методів належать аналіз, синтез, систематизація та узагальнення наукових джерел, а також порівняльно аналітичний розгляд теоретичних концепцій і методологічних підходів до вивчення образу тіла. Емпіричні методи представлені психодіагностичним інструментарієм: Шкалою задоволеності тілом BAS-2 (Т. Tylka & N. Wood-Barcalow, адаптація М. І. Бабчук) [3], Семантичним диференціалом «Ставлення до тіла» [4], Шкалою тривожності Спілбергера–Ханіна (STAI; С. D. Spielberger, адаптація Ю. Л. Ханіна) та Тестом на інтернет залежність К. Янг (ІАТ; К. Young, у використаній адаптації В. А. Бурової). Математико статистична обробка даних здійснювалася з використанням критеріїв порівняння незалежних вибірок (t -критерій Стюдента або U -критерій Манна–Уїтні) та кореляційного аналізу (коефіцієнти кореляції Пірсона або Спірмена).

Вибірка дослідження складається з 30 сімейних пар «дитина – батьки» (усього 60 осіб). Першу групу утворює молодь віком від 18 до 25 років. Другу групу становить один із батьків або опікунів кожного учасника першої групи віком від 40 до 60 років. Дослідження проводилося в онлайн форматі з використанням платформи Google Forms, а кожна пара «дитина – батьки» отримувала спільний анонімний код для подальшого зіставлення відповідей при повному збереженні конфіденційності.

Наукова новизна роботи полягає у застосуванні порівняльного дизайну «дитина – батьки» для одночасного вивчення міжпоколіннєвих

відмінностей в образі тіла та оцінки відносного внеску сімейних чинників і характеристик цифрового дорослішання. Вперше на українській вибірці проведено зіставлення сили внутрішньосімейних кореляцій показників образу тіла з кореляціями між показниками образу тіла молоді та їхнім цифровим медіадосвідом.

Практичне значення дослідження. Отримані результати можуть бути використані психологами, педагогами та соціальними працівниками для розробки програм психологічної профілактики порушень образу тіла у молоді, зокрема заходів, спрямованих на підтримку позитивного ставлення до власного тіла та зниження ризику тривожних і депресивних реакцій, пов'язаних із зовнішністю. Вони також можуть слугувати підґрунтям для консультування батьків щодо особливостей сімейної комунікації про тіло й зовнішність, яка не підсилює почуття сорому та незадоволеності собою в дітей. Дані про роль цифрового медіасередовища є релевантними для медіапросвітницьких ініціатив серед підлітків і молоді, зокрема для формування критичного ставлення до ідеалізованих зображень у соціальних мережах та розвитку навичок безпечного й екологічного використання онлайн платформ.

Структура та обсяг роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний текст роботи викладено на 62 сторінках. Список використаних джерел налічує 58 найменувань. Робота містить 4 таблиці та 6 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ТІЛА МОЛОДІ

1.1. Образ тіла та задоволеність тілом як складові Я-концепції та психологічного благополуччя особистості

Образ тіла посідає одне з провідних місць серед конструктів сучасної психології особистості. У науковій літературі він розглядається як багатовимірний психологічний феномен, що охоплює уявлення людини про власне тіло, емоційне ставлення до нього та поведінкові прояви, пов'язані з тілесністю. Т. Кеш і Л. Смолак визначають образ тіла як суб'єктивне психологічне переживання власного тіла, яке істотно впливає на якість життя індивіда [13]. Це переживання не обмежується сприйняттям зовнішності, а включає когнітивні, афективні та поведінкові компоненти, що формуються у взаємодії з соціокультурним середовищем і відображають інтеріоризовані культурні стандарти зовнішності та особистий досвід соціальних порівнянь.

Сучасні дослідники розрізняють негативний і позитивний образ тіла як самостійні, якісно відмінні конструкти, що не зводяться до протилежних полюсів одного континууму. У межах цього підходу підкреслюється, що зниження вираженості негативного образу тіла саме по собі не гарантує формування позитивного ставлення до власної тілесності, а лише відображає менший рівень дистресу, пов'язаного з нею. Відповідно, позитивний образ тіла розглядається не як «відсутність проблем», а як наявність специфічних ресурсних характеристик, зокрема здатності підтримувати прийняття й повагу до власного тіла за умов соціального тиску та постійної експозиції до нереалістичних ідеалів зовнішності.

Т. Тілка і Н. Вуд Барколоу обґрунтовують, що позитивний образ тіла є багатограним, цілісним явищем, яке включає прийняття тіла, сприятливі когнітивні та емоційні установки щодо нього, здатність фокусуватися на функціональній цінності тіла, а також свідоме відхилення ідеалізованих медійних стандартів краси як єдиної форми привабливості [53]. Показано, що позитивний образ тіла корелює з вищим рівнем психологічного благополуччя, самоповаги та стійкості до соціального тиску, тоді як негативний образ тіла пов'язаний із тривожністю, депресивністю та підвищеним ризиком розладів харчової поведінки.

Центральним компонентом позитивного образу тіла є задоволеність тілом, яку також описують через поняття вдячності тілу. За визначенням Т. Тілки та Н. Вуд Барколоу, це передбачає прийняття власного тіла й шанобливе ставлення до нього незалежно від відповідності соціально заданим ідеалам [52]. Саме вдячність тілу розглядається як один із найбільш досліджених аспектів позитивного образу тіла. Метааналіз Дж. Лінардона, З. МакКлур, Т. Тілки та М. Фуллер Тишкевич показав, що вищий рівень задоволеності тілом пов'язаний із кращим психологічним благополуччям та нижчими показниками як загальної, так і специфічної психопатології, причому ці зв'язки зберігаються навіть після статистичного контролю негативного образу тіла [36].

Образ тіла розглядається як ключовий компонент Я концепції особистості, оскільки пов'язаний із тим, як людина сприймає та оцінює себе загалом. Я концепція включає систему уявлень індивіда про власні якості, здібності, цінності, міжособистісні ролі та життєві пріоритети, а також про своє місце у соціальному середовищі. У її структурі тілесне Я посідає один із найбільш доступних для усвідомлення і водночас значущих рівнів самосприйняття, що дедалі більш виразно проявляється в умовах соціального контексту, де зовнішність постійно стає об'єктом оцінювання й коментарів. Л. М. Абсалямова підкреслює, що образ тіла є

комплексним психологічним феноменом у структурі Я, який охоплює загальне задоволення тілом, емоційні реакції на нього, знання й переконання щодо власної тілесності, а також поведінкові прояви, пов'язані з тілом [1]. Порушення образу тіла, зокрема стійка незадоволеність зовнішністю, справляють деструктивний вплив на самоповагу та підривають цілісність і позитивність Я концепції особистості.

Зв'язок між образом тіла та психологічним благополуччям має двоспрямований характер. З одного боку, незадоволеність тілом пов'язують зі зниженням суб'єктивного благополуччя, підвищенням рівня тривожності та посиленням депресивної симптоматики. М. Барнс із співавторами у систематичному огляді та метааналізі показали, що в здорових чоловіків незадоволеність тілом статистично значущо й позитивно корелює з показниками тривоги та депресії [10]. Подібні асоціації послідовно виявляють і в жінок у численних кроскультурних дослідженнях, що свідчить про узагальнюваність цих зв'язків у різних вибірках. У цьому контексті образ тіла постає як важливий індикатор психоемоційної вразливості, а його порушення може розглядатися як фактор ризику для розвитку різних форм психологічного неблагополуччя.

З іншого боку, вищий рівень задоволеності тілом асоціюється з кращим психологічним функціонуванням, меншою виснаженістю та більшою стресостійкістю. У наративному огляді 2024 року М. Мерино зі співавторами підкреслюють, що сприйняття власного тіла виступає ключовим чинником психоемоційного здоров'я та самооцінки в різних культурних і гендерних контекстах [41]. Позитивне ставлення до власної зовнішності та тілесності пов'язане з вищою загальною задоволеністю життям, більш адаптивними копінг стратегіями та меншою схильністю до самокритики, що дає підстави розглядати позитивний образ тіла як ресурс підтримання психологічного благополуччя.

Гендерні відмінності у задоволеності тілом є добре задокументованими в емпіричних дослідженнях. Жінки в середньому демонструють нижчий рівень задоволеності тілом порівняно з чоловіками, що пов'язують із більшою інтерналізацією соціальних ідеалів привабливості та підвищеною схильністю до соціального порівняння. Метааналіз Дж. Хе зі співавторами, який об'єднав 284 вибірки та понад 100 тисяч учасників, показав, що чоловіки загалом характеризуються вищим рівнем вдячності тілом порівняно з жінками; при цьому ефект гендерних відмінностей має невеликий, але стабільний розмір ($d \approx 0,27$) (He et al., 2020).

Під скалярною інваріантністю у дослідженні В. Свамі та колег розуміється такий рівень психометричної еквівалентності шкали **Body Appreciation Scale-2**, за якого зберігається її однофакторна структура, стабільність факторних навантажень усіх 10 пунктів на єдиний латентний фактор «вдячність тілу» та співставність інтерцептів цих пунктів у різних групах (за статтю, гендерною ідентичністю, віком і мовою). Така конфігурація означає, що, наприклад, твердження про прийняття й повагу до свого тіла та про захист його від нереалістичних ідеалів інтерпретуються респондентами різних країн і гендерних груп на порівнюваному рівні. Відповідно, відмінності в середніх латентних показниках вдячності тілу між цими групами можна розглядати як відображення реальних варіацій у конструкті, а не артефактів вимірювання. На підставі отриманих даних автори роблять висновок, що **BAS-2** відображає універсальну однофакторну структуру вдячності тілу, придатну для коректних міжкультурних і гендерних порівнянь.

Вікова динаміка образу тіла свідчить про його підвищену вразливість у підлітковому та юнацькому віці, коли зовнішність стає

центральною темою самосприйняття й соціальних порівнянь. Метааналіз Е. Лакруа зі співавторами показав, що в дівчат образ тіла погіршується у проміжку від 10 до 16 років, але має тенденцію до поліпшення у період від 16 до 24 років; у хлопців фіксуються певні коливання із загальним покращенням показників образу тіла в інтервалі 10–24 років, а середній рівень образу тіла загалом стабілізується приблизно у 24 роки [34]. Отже, саме пізній підлітковий і ранній юнацький вік можна розглядати як період поступового «відновлення» образу тіла після попереднього погіршення, але за умови збереження його підвищеної чутливості до зовнішніх впливів.

У цьому контексті молоді люди, які дорослішали в умовах повного доступу до мережі інтернету та цифрових технологій, нині перебувають у віковому діапазоні, в якому образ тіла формально виходить на більш стабільний рівень, але продовжує залишатися вразливим до соціальних і культурних чинників, зокрема до впливу медіасередовища та сімейної комунікації. Це робить вивчення їхнього образу тіла особливо актуальним, оскільки поєднує вікову чутливість до оцінок зовнішності з безпрецедентною інтенсивністю контакту з візуальним контентом у цифровому просторі.

Дослідження Дж. Мармари, В. Госкінга та С. МакЛін виявило позитивні зв'язки між самоспівчуттям, запланованою фізичною активністю, задоволеністю тілом і психологічним благополуччям, причому характер цих зв'язків частково відрізнявся у чоловіків і жінок [40]. Для жінок було показано, що вища залученість у фізичну активність асоціюється з більшою задоволеністю тілом, а вже через цей компонент – з кращим психологічним благополуччям, що свідчить про медіальну роль образу тіла в системі зв'язків між поведінковою активністю та психічним здоров'ям молоді. Отже, результати роботи авторів додатково підтверджують центральне значення образу тіла для психологічного

функціонування молодих людей, особливо жінок, у контексті підтримання суб'єктивного благополуччя та мотивації до здорової поведінки.

Важливим теоретичним внеском у розуміння образу тіла є семантично диференційний підхід, запропонований Т. Б. Хомуленко і Н. П. Лесніченко. У його межах авторки розробили методику «Семантичний диференціал для оцінки ставлення до тіла», що ґрунтується на класичній тривимірній моделі семантичного диференціала й охоплює емоційне ставлення до тіла, силу ставлення та його активність [4]. Такий підхід дозволяє не лише кількісно оцінити загальний рівень прийняття чи неприйняття тіла, а й диференціювати якісні характеристики ставлення до власної тілесності у різних групах респондентів, зокрема виявляти, чи домінує емоційний, «силовий» або активнісний компонент ставлення. Це розширює можливості аналізу образу тіла як складного конструкту, що поєднує емоційні, когнітивні та поведінкові аспекти.

Л. Вебб, Н. Вуд-Барколоу та Т. Тілка здійснили узагальнення сучасних підходів до вимірювання позитивного образу тіла й окреслили ключові напрями подальшого розвитку цієї дослідницької галузі, підкреслюючи необхідність систематичного врахування різних соціальних ідентичностей і культурних контекстів при вивченні тілесного самоприйняття [54]. У межах цього підходу образ тіла розглядається не як суто індивідуальний феномен, а як конструкт, що формується у соціокультурному середовищі, яке задає стандарти привабливості, нормативні уявлення про «належне» тіло та відповідні сценарії ставлення до власної зовнішності.

Узагальнюючи, образ тіла можна розглядати як багатовимірний конструкт у структурі Я-концепції, що охоплює когнітивні уявлення про власну зовнішність, емоційне ставлення до тіла та поведінкові стратегії, пов'язані з тілесністю. Його позитивний полюс, до якого відносять задоволеність тілом і вдячність тілу, виступає вагомим ресурсом

психологічного благополуччя, підтримуючи самоповагу, емоційну стабільність і суб'єктивне відчуття життєвої якості. Натомість негативний образ тіла асоціюється з підвищеним рівнем тривожності, депресивною симптоматикою та зростанням ризику порушень харчової поведінки. Юнацький вік є критичним, але водночас потенційно відновлювальним періодом для формування образу тіла, що зумовлює особливу актуальність дослідження тілесного самоставлення молоді.

1.2. Цифрове медіасередовище як чинник формування образу тіла молоді

Молоде покоління, до якого зазвичай відносять осіб, народжених наприкінці 1990-х – на початку 2010-х років, є першим, що проходило ключові етапи розвитку та соціалізації в умовах повсюдного доступу до інтернету, соціальних мереж і смартфонів. Для цієї вікової когорти цифрове медіасередовище виступає не вторинним джерелом інформації, а базовим контекстом повсякденного життя: значна частина їхньої комунікації, дозвілля, навчання та самопрезентації відбувається онлайн. Саме в цьому цифровому просторі поступово формуються уявлення про власне тіло, красу, привабливість та «нормальну» зовнішність, а також очікування щодо того, як «має» виглядати людина їхнього віку.

Візуально орієнтовані платформи, зокрема Instagram, TikTok, YouTube та інші соціальні мережі, створюють специфічний інформаційний простір, насичений ретушованими зображеннями, фільтрами та ідеалізованими тілесними стандартами. Молодь у цьому просторі не лише пасивно споживає контент, а й активно його продукує, постійно фотографуючи себе, редагуючи зображення та відстежуючи реакції аудиторії у вигляді лайків і коментарів. Унаслідок цього цифрове

медіасередовище стає ареною безперервних соціальних порівнянь зовнішності, де оцінка власного тіла неминуче співвідноситься з великою кількістю селекційно відібраних і естетично опрацьованих зображень інших людей.

Метааналітичні дослідження послідовно демонструють стабільний зв'язок між використанням соціальних мереж і порушеннями образу тіла. А. Сайфу та З. Вагеді, узагальнивши результати низки емпіричних робіт, виявили статистично значущий позитивний зв'язок між загальним використанням соціальних мереж і показниками незадоволеності тілом та іншими проявами порушеного образу тіла, причому ефект був більш виразним для платформ із переважно візуальним контентом [44]. Отже, саме візуально орієнтовані соціальні мережі, де зображення тіл і зовнішності є центральним елементом комунікації, виступають особливо чутливим середовищем для формування порівнянь, інтеріоризації нереалістичних ідеалів привабливості та, відповідно, для посилення ризику порушень образу тіла.

У метааналізі 2021 року М. де Валле зі співавторами було показано, що зв'язок між використанням соціальних мереж і показниками образу тіла має не лише кореляційний, а й причинно наслідковий характер [20]. Результати, отримані на основі експериментальних і лонгітюдних досліджень, свідчать, що регулярний перегляд контенту, пов'язаного з тілом та зовнішністю, здатний призводити до підвищення незадоволеності власним тілом і зростання занепокоєння своєю зовнішністю, тобто соціальні мережі можуть виступати одним із чинників формування порушеного образу тіла, а не лише його «дзеркалом».

Р. Бонфанті зі співавторами у метааналізі 2025 року уточнили механізми цього впливу, показавши, що соціальне порівняння у соціальних мережах є ключовою ланкою, яка опосередковує зв'язок між інтенсивністю їх використання та симптомами розладів харчової

поведінки [11]. Отже, з підвищенням ризику дезадаптивних харчових патернів і посиленням негативного ставлення до власної тілесності пов'язані не стільки загальна тривалість перебування в соціальних мережах, скільки вираженість тенденції до соціального порівняння власного тіла з ідеалізованими зображеннями інших користувачів.

Механізм соціального порівняння, описаний у теорії соціального порівняння Л. Фестінгера, розглядається як один із центральних процесів, через які цифрове медіасередовище впливає на формування образу тіла. У взаємодії з соціальними мережами молоді люди систематично зіставляють власну зовнішність із зображеннями однолітків, знаменитостей та інфлуенсерів, що посилює фокус уваги на тілесності та сприяє її постійному оцінчному порівнянню.

Експериментальне дослідження М. Тігеман та співавторів показало, що кількість «лайків» під публікаціями в **Instagram** посилює процеси соціального порівняння та підвищує незадоволеність тілом у молодих жінок, оскільки слугує індикатором соціального схвалення певних типів зовнішності [51]. У таких умовах не лише саме зображення, а й реакція аудиторії стає критерієм оцінювання власної привабливості, що стимулює орієнтацію на зовнішні показники успішності образу тіла. Це підсилює залежність самооцінки від онлайн зворотного зв'язку та сприяє формуванню відчуття, що цінність людини визначається відповідністю медіалізованим стандартам зовнішності.

У свою чергу, результати роботи З. Браун і М. Тігеман продемонстрували, що перегляд фотографій як знаменитостей, так і однолітків в **Instagram** однаковою мірою знижує задоволеність зовнішністю порівняно з переглядом нейтральних зображень, що підкреслює роль як «вертикального» (порівняння себе з медіа ідолами), так і «горизонтального» (порівняння з однолітками) соціального

порівняння [12]. Таким чином, алгоритмічно кероване середовище соціальних мереж, у якому користувачі безперервно отримують персоналізовану стрічку візуального контенту з високим потенціалом для порівняння, хронічно підтримує ці процеси й підриває стабільність позитивного образу тіла, особливо у психологічно вразливих груп молоді.

Роль технологічних особливостей цифрових платформ у формуванні образу тіла є принципово важливою для розуміння впливу соціальних мереж на молодь. Квазіекспериментальне дослідження М. Клееманс із колегами показало, що перегляд маніпульованих (ретушованих) зображень в **Instagram** призводить до більшого зниження задоволеності тілом у дівчат підлітків, ніж перегляд неманіпульованих фотографій, що вказує на підвищену чутливість підлітків до візуальних спотворень зовнішності [32]. Фільтри, ретуш і вбудовані функції корекції зображення систематично формують нереалістичні візуальні стандарти, які з часом інтерналізуються молодими людьми та починають сприйматися як норма. Унаслідок цього збільшується розрив між реальним тілом і медіа ідеалом, що підсилює незадоволеність зовнішністю, стимулює прагнення до постійного «вдосконалення» себе в цифровому форматі й може сприяти закріпленню дезадаптивних стратегій регуляції образу тіла.

У своєму огляді Дж. Фардолі та Л. Вартанян наголошують, що поєднання порівняльної природи соціальних мереж із майже необмеженим і швидким доступом до ідеалізованих зображень робить ці платформи особливо потужним джерелом тиску на образ тіла [24]. У такому медіасередовищі користувачі постійно стикаються з ретельно відібраним і відредагованим контентом, який підсилює тенденції до соціального порівняння та сприяє інтеріоризації завищених стандартів привабливості. Унаслідок цього позитивний образ власної зовнішності виявляється менш стійким до зовнішнього оцінювання, а загальний рівень задоволеності

тілом може знижуватися навіть за відсутності об'єктивних змін у тілесності.

TikTok як одна з ключових платформ, орієнтованих на короткий візуальний контент, привертає дедалі більшу увагу дослідників, які вивчають її вплив на образ тіла молоді. Змішане дослідження Г. Аріани зі співавторами, проведене 2024 року серед молодих людей, чия соціалізація відбувалася в умовах повного доступу до інтернету, показало, що інтенсивне використання TikTok пов'язане з нижчою задоволеністю тілом, особливо серед користувачів, які активно взаємодіють із відеоконтентом, присвяченим схудненню та фітнесу; при цьому важливу роль відіграють висхідні порівняння зовнішності й інтерналізація «тонкого ідеалу» [7]. Отримані дані підкреслюють, що TikTok функціонує як специфічне середовище, у якому поєднуються візуальна привабливість, алгоритмічне підсилення популярного контенту та елементи соціальної оцінки, що створює високий потенціал для формування дистресу, пов'язаного з образом тіла.

У систематичному огляді 2023 року Ф. Єзьорська та Е. Віейра да Коста узагальнили емпіричні дані щодо так званої «фітспірації» – мотиваційного фітнес контенту в соціальних мережах – і показали, що його перегляд асоціюється зі зниженням задоволеності тілом та посиленням прагнення до схуднення навіть у вибірках, де на початку не фіксували виражених проблем із образом тіла [31]. Отримані результати свідчать, що навіть «натхненний» або декларовано здоров'язбережувальний контент може мати дезадаптивні наслідки для сприйняття власної тілесності, особливо у молодих користувачів, які споживають його у великих обсягах і часто сприймають як орієнтир для самопокращення.

Окрім соціального порівняння та інтеріоризації ідеалізованих стандартів, важливим механізмом впливу цифрового середовища є трансформація тілесності на об'єкт постійної онлайн репрезентації.

У контексті цифрового дорослішання покоління, що народилися в період з кінця 1990-х до початку 2010-х років, тіло дедалі частіше набуває статусу об'єкта публічної самопрезентації. Соціальні мережі створюють умови, за яких зовнішність стає одним із центральних елементів онлайн ідентичності, а практики публікації селфі, сторіз, відео з тренувань, танців або повсякденного життя перетворюються на звичний спосіб репрезентації себе. За таких умов доцільно говорити про формування так званого «цифрового тіла» – образу себе в онлайн просторі, який конструється за допомогою добору ракурсів, візуальної селекції контенту, фільтрів та інших засобів редагування. Такий образ може істотно відрізнятися від безпосереднього сприйняття власного тіла в офлайн контексті, що потенційно посилює розрив між актуальним і бажаним тілесним Я образом.

Важливу роль у підтриманні цього процесу відіграє механізм соціального зворотного зв'язку, характерний для платформ соціальних мереж. Кількість лайків, коментарів, переглядів і підписників набуває функції непрямого соціального індикатора привабливості, прийнятності та символічної «цінності» зовнішності. Для молоді, чия самосвідомість значною мірою формується в просторі цифрової взаємодії, реакції онлайн аудиторії стають значущим джерелом оцінювання себе. Унаслідок цього схвальний відгук може тимчасово підвищувати задоволеність зовнішністю, тоді як недостатній або нестабільний рівень позитивного підкріплення посилює тривогу щодо власного тіла, підвищує чутливість до оцінок інших і стимулює ще жорсткіший контроль за зовнішністю.

Окремим наслідком такого медіасередовища є нормалізація постійного моніторингу тіла та повсякденних практик його «удосконалення». Поширення контенту на кшталт «what I eat in a day», «body check», «before/after», «трансформація за 30 днів» або щоденників харчування й тренувань формує уявлення про те, що спостереження за вагою, формою тіла, калорійністю їжі та рівнем фізичної активності є нормативною й соціально схвалюваною поведінкою. У такому контексті турбота про здоров'я може поступово зміщуватися в бік надмірної зосередженості на зовнішності та відповідності вузьким тілесним стандартам. Для частини молодих людей висока залученість до тілесно орієнтованого контенту може сприяти формуванню ригідних дієтичних патернів, зростанню незадоволеності тілом і підвищенню ризику порушень харчової поведінки.

С. Чукас Бредлі зі співавторами у концептуальному огляді 2022 року описують феномен «ідеального шторму» в контексті впливу соціальних мереж на образ тіла підлітків, пропонуючи *developmental-sociocultural framework* для пояснення цього процесу (Choukas-Bradley et al., 2022). У межах цієї моделі нейробіологічна чутливість підліткового мозку до соціального оцінювання, підвищена значущість одноліткових стосунків і гендерно зумовлений акцент на зовнішності дівчат поєднуються з безперервним, візуально орієнтованим і порівняльним середовищем онлайн платформ, а також із ранньою самооб'єктивацією. Така комбінація чинників створює ситуацію, у якій підлітки постійно отримують сигнали про те, що їхня соціальна цінність значною мірою залежить від відповідності зовнішності певним еталонам.

Автори підкреслюють, що дівчата підлітки становлять особливо вразливу групу щодо формування занепокоєності зовнішністю,

депресивних симптомів і розладів харчової поведінки, хоча негативні наслідки використання соціальних мереж для образу тіла виявляють і у хлопців. Для молодих людей, які з раннього дитинства залучені до цифрових платформ, опосередкований алгоритмами соціальний тиск фактично виступає перманентним фоном повсякденного життя: соціальне порівняння й оцінювання зовнішності інтегровані у щоденне онлайн спілкування та самопрезентацію. Це створює умови для хронічного підсилення занепокоєності тілом і підвищує ризик формування стійкого негативного образу тіла в молоді.

Р. Кoen зі співавторами здійснили контент-аналіз публікацій популярних акаунтів з хештегом **#bodypositivity** в **Instagram** і виявили, що, попри декларовану орієнтацію цього руху на прийняття тілесного різноманіття, більшість зображень продовжує відтворювати традиційні стандарти привабливості [17]. У дослідженій вибірці постів переважно були представлені тіла молодих, конвенційно привабливих людей, тоді як особи з більш вираженим відхиленням від усталених ідеалів, зокрема з високою масою тіла, з'являлися істотно рідше, ніж можна було б очікувати від руху, який задекларовано спрямований на інклюзивне висвітлення різних типів тілесності.

Р. Роджерс зі співавторами запропонували біопсихосоціальну модель впливу соціальних мереж на образ тіла підлітків, яка інтегрує індивідуальні уразливості, соціальне оточення та характеристики цифрового середовища [43]. У межах цієї моделі наголошується, що наслідки використання соціальних мереж не є однорідними для всіх користувачів: вони залежать від рівня інтерналізації ідеалів краси, частоти й характеру використання платформ, типу контенту, з яким взаємодіє людина, а також від уже наявних емоційних і когнітивних особливостей підлітка. Відповідно, характеристики «цифрового дорослішання», зокрема

вік першого доступу до інтернету, інтенсивність використання соціальних мереж і суб'єктивна значущість власного онлайн образу, розглядаються як потенційно важливі предиктори формування образу тіла в молоді, що дорослішає в умовах постійної присутності цифрових технологій.

Р. Кастельянос Сільва та Г. Стейнс у квазіекспериментальному дослідженні 2023 року за участю молодих дорослих показали, що навіть короткочасна взаємодія з ідеалізованим контентом у соціальних мережах призводить до статистично значущого підвищення незадоволеності тілом порівняно з умовою перегляду нейтральних матеріалів [14]. Автори інтерпретують ці результати як свідчення гострого, а не лише кумулятивного характеру негативного впливу цифрового середовища на образ тіла. З огляду на те, що значна частина молоді проводить у соціальних мережах кілька годин на день і багаторазово стикається з ідеалізованими зображеннями зовнішності, подібні короткочасні ефекти можуть нашаровуватися, посилювати незадоволеність тілом і в підсумку сприяти формуванню стійкого негативного образу власної тілесності.

У сучасному медіапросторі дедалі більшого поширення набуває дискурс, у межах якого тіло розглядається як об'єкт безперервного «удосконалення», а досягнення «ідеальної» зовнішності подається як універсальна відповідь на внутрішню тривогу, невпевненість та життєві труднощі. Така логіка активно підтримується візуально орієнтованими платформами, де ідеалізовані образи тіла становлять фон повсякденного споживання контенту й задають рамки прийнятного та бажаного. Оглядові роботи засвідчують, що регулярний контакт із подібними образами пов'язаний зі зростанням незадоволеності тілом, посиленням самокритики щодо зовнішності та підвищенням рівня психологічного дистресу у підлітків і молоді [50].

У цьому контексті феномен тілесної дисморфії доцільно інтерпретувати не лише як індивідуальний клінічний стан, а й як

культурно підтримуване переживання хронічної «недостатності» власного тіла. Постійна присутність ретушованих, відфільтрованих та селекційно відібраних зображень у соціальних мережах сприяє формуванню завищених стандартів зовнішності, яких практично неможливо досягти без цифрової чи медичної корекції. Результати емпіричних досліджень показують, що така експозиція посилює інтеріоризацію медіа ідеалів та схильність до самоспостереження за тілом, що, своєю чергою, пов'язано з вищим рівнем тривоги, депресивної симптоматики та ризиком розладів харчової поведінки [20].

Особливо виразно ці тенденції проявляються в молодіжних онлайн спільнотах, де популяризується ідея так званого *looksmaxxing* – уявлення про те, що зовнішність можна і потрібно «прокачувати» як капітал. У відповідних цифрових просторах обговорюються різні стратегії модифікації тіла: від косметичних процедур і стоматологічних втручань до радикальної зміни рис обличчя та жорсткого контролю ваги й відсотка жирової тканини. Аналітичні праці свідчать, що у таких спільнотах зовнішні риси безпосередньо пов'язуються з «ринковою» цінністю людини, її соціальним статусом, можливостями встановлення близьких стосунків і доступом до ресурсів [30].

Подібний підхід відображає ширшу соціальну тенденцію, за якої вимоги до тілесної привабливості стають дедалі жорсткішими, а відповідність медіа ідеалам розглядається як необхідна умова соціальної прийнятності. Дослідження використання соціальних мереж показують, що молоді люди, які частіше взаємодіють з *appearance*-орієнтованим контентом, демонструють вищі рівні незадоволеності тілом і сильнішу віру в те, що зовнішність визначає їхню соціальну цінність [46]. У межах такої культурної логіки прагнення до безкінечного «вдосконалення» тіла перестає бути суто естетичним вибором і перетворюється на форму

адаптації до ринкових умов, у яких тілесність функціонує як символічний ресурс і засіб підтримання суб'єктивного відчуття власної значущості.

Для значної частини молоді повсякденний досвід сьогодні пов'язаний із відчуттям економічної нестабільності, високої вартості життя та невизначеності щодо майбутнього. Міжнародні опитування представників покоління сучасної молоді, що народились в період кінця 1990-х і до 2010-ого року, демонструють, що фінансовий тиск, складність планування кар'єри й нестабільність ринку праці входять до ключових джерел тривоги та стресу, тоді як суб'єктивний вплив на макросоціальні процеси та власні життєві перспективи часто сприймається як обмежений [21; 33]. У такому контексті локус контролю молодих людей нерідко зміщується з «зовнішніх» сфер на більш доступні з погляду індивіда виміри життя.

На цьому тлі тіло й зовнішність дедалі частіше постають як своєрідний «останній ресурс», у межах якого зберігається відчуття можливості впливати на себе та власну реальність. Психологічні дослідження свідчать, що в умовах соціальної нестабільності або репресивного, обмежувального середовища люди схильні компенсувати брак контролю над ситуацією через посилений контроль над тілом, поведінкою, харчуванням та іншими індивідуально керованими параметрами [38]. Така стратегія саморегуляції особливо притаманна молоді, для якої досвід невизначеності й змінності на ринку праці поєднується з високою значущістю зовнішності у цифрових просторах.

Індустрія краси та пов'язані з нею медіаактори виступають важливими агентами підтримання описаної логіки тілесного самоконтролю, пропонуючи цілісні комплекси товарів, послуг і наративів, орієнтованих на трансформацію тіла. В межах так званої «економіки краси» рекламні та медійні практики не лише популяризують певні стандарти зовнішності, а й систематично формують у споживачів

переживання власної тілесної недостатності, тобто досвіду хронічної невідповідності ідеалізованим зразкам. При цьому послідовно артикулюється уявлення, згідно з яким «правильний» догляд за собою, курс процедур, корекція ваги, віку чи окремих рис здатні забезпечити не лише привабливість, а й ширший спектр бажаних наслідків – соціальний успіх, підвищення статусу, доступ до ресурсів та емоційну стабільність [23]. У результаті зовнішність набуває статусу символічного ресурсу, інвестиції в який розглядаються як необхідна умова збереження або підвищення власної конкурентоспроможності на «ринку» соціальних взаємодій.

У результаті увага молодої людини фокусується на безкінечному «ремонті» власного тіла, тоді як структурні умови, що породжують почуття безсилля й замінності, залишаються поза полем критичного аналізу. Дослідники зазначають, що така індивідуалізація відповідальності за благополуччя сприяє нормалізації хронічної незадоволеності собою та підтримує стабільний попит на продукти й послуги індустрії краси, одночасно відволікаючи увагу від соціально економічних чинників, які лежать в основі вразливості молоді [28; 23]. У цьому сенсі тілесний самоконтроль постає одночасно і як особистісна стратегія регуляції, і як елемент ширших ринкових та культурних механізмів, що формують у покоління сучасної молоді специфічне переживання власної тілесності та меж власного впливу на світ.

На цьому тлі тіло й зовнішність дедалі частіше постають як своєрідний «останній ресурс», у межах якого зберігається відчуття можливості впливати на себе та власну реальність. Психологічні дослідження свідчать, що в умовах соціальної нестабільності або репресивного, обмежувального середовища люди схильні компенсувати брак контролю над ситуацією через посилений контроль над тілом, поведінкою, харчуванням та іншими індивідуально керованими

параметрами [38]. Така стратегія саморегуляції особливо притаманна молоді, для якої досвід невизначеності й замінності на ринку праці поєднується з високою значущістю зовнішності та тілесної презентації у цифрових просторах [33].

Індустрія краси й пов'язані з нею медіаактори активно підкріплюють цю логіку, пропонуючи не лише конкретні продукти чи процедури, а насамперед обіцянку відновити суб'єктивний контроль над життям через керування тілом. У межах так званої «економіки краси» рекламні та медійні практики систематично конструюють відчуття тілесної недостатності й водночас просувають ідею, що «правильний» догляд, процедури, корекція ваги, віку чи окремих рис здатні забезпечити не тільки привабливість, але й успіх, соціальний статус та емоційну стабільність [28]. У такий спосіб зовнішність поступово перетворюється на символічний ресурс, у який необхідно інвестувати, аби зберегти конкурентоспроможність на «ринку» соціальних взаємодій.

Г. Голланд і М. Тігеман у систематичному огляді 2016 року, присвяченому впливу сайтів соціальних мереж на образ тіла, узагальнили результати 20 емпіричних досліджень і показали, що час, проведений на платформах із виразним акцентом на зовнішності, стабільно пов'язаний із вищим рівнем інтерналізації ідеалів краси, більш інтенсивним соціальним порівнянням і підвищеною незадоволеністю власним тілом [29]. Особливо значущими в цьому контексті виявилися платформи, де фотографічний або інший візуальний контент виступає основним форматом взаємодії, оскільки саме вони найчастіше стимулюють зосередженість користувачів на зовнішності та створюють умови для постійного оцінювання власного вигляду.

Важливим контекстом для розуміння впливу цифрового середовища на образ тіла молоді є те, що для цієї когорти онлайн присутність становить невід'ємну складову соціальної ідентичності. Онлайн образ

виконує роль не периферійного, а центрального аспекту самопрезентації, і те, як його сприймають значущі інші в цифровому просторі, безпосередньо позначається на самостворенні та переживанні власної цінності. Цифрове дорослішання, що включає ранній вік отримання першого смартфона, інтенсивне використання соціальних мереж у підлітковому віці та високу суб'єктивну значущість онлайн образу, формує специфічний контекстуальний фон, який відрізняє сучасну молодь від попередніх поколінь і потребує окремого емпіричного вивчення у зв'язку з формуванням образу тіла.

Ці теоретичні положення створюють підґрунтя для емпіричного аналізу того, як характеристики цифрового дорослішання молоді, зокрема вік першого доступу до інтернету, інтенсивність використання соціальних мереж і залученість до візуального контенту, пов'язані із задоволеністю тілом та різними аспектами психологічного благополуччя. Передбачається, що індивідуальні відмінності у цих параметрах можуть виступати як факторами ризику, так і потенційними ресурсами, модифікуючи зв'язок між використанням цифрового середовища, ставленням до власного тіла та емоційним станом. У подальшому дослідженні зазначені зв'язки будуть проаналізовані за допомогою обраних психодіагностичних методик, зокрема шкали вдячності тілу BAS-2, індексу ситуативної й особистісної тривожності STAI та тесту інтернет залежності ІАТ, що дасть змогу комплексно оцінити, яким чином особливості цифрового досвіду молоді корелюють із показниками образу тіла, тривожності та ступенем проблемного використання інтернету.

1.3. Сімейні фактори формування образу тіла та міжпокоління передача установок щодо тілесності

Сім'я виступає первинним середовищем соціалізації, у межах якого дитина отримує перші явні й неявні послання щодо власного тіла, його цінності та відповідності суспільним стандартам зовнішності. Батьківські установки, коментарі стосовно вигляду, особливості стилів виховання та характер сімейної комунікації про тіло беруть участь у формуванні ранніх схем тілесного самосприйняття, які можуть зберігатися та впливати на подальший досвід у підлітковому й дорослому віці. Дані сучасних досліджень свідчать, що образ тіла не формується ізольовано від сімейного контексту, а є результатом складного переплетення міжпоколіннєвих установок, батьківського моделювання ставлення до власної зовнішності та вербальних повідомлень про тіло в системі сімейних взаємин.

У межах міжпоколіннєвого підходу особливу увагу привертає роль батьківських установок щодо тіла та харчування як джерела формування образу тіла дітей. Емпіричні дослідження засвідчують, що незадоволеність тілом у батьків, їхня зосередженість на вазі й зовнішності та систематичне використання дієтичних стратегій пов'язані з вищою ймовірністю негативного ставлення до власного тіла в дітей [22; *Intergenerational Transmissions of Body Image and Eating Issues*, 2024). У такому разі дорослі виступають для дитини значущим джерелом уявлень про те, що вважається «нормальним» або «прийнятним» тілом, а також задають рамки того, як саме слід ставитися до ваги, харчування й фізичної активності. Ці рамки закріплюються не лише через прямі вербальні повідомлення, а й через повсякденні поведінкові патерни батьків.

Одним із найінтенсивніше досліджуваних механізмів є вербальні коментарі батьків щодо ваги та зовнішності дитини. До цієї групи належать як відкриті критичні висловлювання, спрямовані на тіло («тобі

варто схуднути», «у тебе повні ноги»), так і «жартівливі» зауваження чи непрямі порівняння з іншими людьми. Дані показують, що регулярна експозиція до подібних коментарів пов'язана з вищою незадоволеністю тілом, частішим використанням дієтичних обмежень та зростанням ризику порушень харчової поведінки у дітей і підлітків [22]. Додаткове значення мають зауваження, адресовані іншим членам родини, які дитина чує опосередковано: критика власного тіла батьків або обговорення чужої зовнішності також формують уявлення про прийнятність певних тілесних характеристик.

Метааналіз Ф. Гіллсон зі співавторами (2016) показав, що розмови батьків про вагу дитини, навіть коли вони декларуються як турбота про здоров'я або спроба «допомогти схуднути», асоціюються з підвищеним ризиком незадоволеності тілом та порушень харчової поведінки в дітей [25]. Л. Ліделкер зі колегами виявили, що батьківський «fat talk», тобто часті розмови про жир, вагу та необхідність контролю маси тіла в сімейному оточенні, пов'язаний із вищим рівнем незадоволеності тілом і більш дезадаптивними харчовими патернами у дітей [37].

Систематичний огляд Л. Дагілл зі співавторами (2021) додатково підтвердив, що глузування з приводу зовнішності, критика ваги чи форми тіла з боку батьків виступають значущими предикторами розвитку порушень харчової поведінки в підлітковому та молодому дорослому віці [18], що підкреслює центральну роль сімейної комунікації у формуванні ставлення до власної тілесності.

Моделювання поведінки є ключовим механізмом впливу на формування образу тіла дитини. Батьки, які часто дотримуються дієт, обмежують харчування, демонструють високу тривогу щодо набору ваги або регулярно висловлюють незадоволення власною зовнішністю, задають для дитини зразок тілесного самоствлення. Дослідження міжпоколінневої

передачі харчових і тілесних установок показують, що дочки матерів із високою незадоволеністю тілом і вираженою дієтичною поведінкою частіше відтворюють аналогічні патерни: частіше дотримуються дієт, використовують компенсаторні стратегії та схильні оцінювати власну цінність крізь призму зовнішності (Intergenerational Transmissions of Body Image and Eating Issues, 2024). У цьому контексті вирішальну роль відіграє не стільки факт періодичного дотримання дієти, скільки стабільне тло хронічного «проєкту вдосконалення» власного тіла в дорослих.

Окрему групу становлять дослідження, зосереджені на міжпоколіннєвих асоціаціях у діадах «мати – дочка». У цих роботах показано, що тілесні установки матерів пов'язані з образом тіла дочок не лише через критику чи дієтичне моделювання, але й через загальний стиль емоційного реагування на власні недоліки та помилки. Одне з досліджень, зокрема, засвідчило, що вищий рівень самоспівчуття у матерів (здатність ставитися до себе з розумінням у ситуаціях невдачі, а не з жорсткою самокритикою) асоціюється з вищим рівнем оцінка тіла у дочок і менш вираженим емоційним їданням (A look at the intergenerational associations between self-compassion, body esteem, and emotional eating, 2020). Це вказує на те, що міжпоколіннєвий вплив не обмежується передачею ризикових патернів; він також може включати трансмісію ресурсних способів ставлення до себе.

Подальший аналіз показав, що роль матерів реалізується через кілька взаємопов'язаних каналів. По перше, самоспівчуття матерів пов'язаний із їхньою власною задоволеністю тілом і меншим схилом до негативного самопорівняння, що знижує ймовірність жорсткої критики дочок за тілесні характеристики. По друге, позитивні тілесні установки

дорослих жінок сприяють формуванню в дочок більш стійкого образу тіла, менш чутливого до зовнішніх оцінок і медіа ідеалів (A look at the intergenerational associations..., 2020). По третє, рівень емоційного їдання у матерів виявляється пов'язаним з аналогічними патернами в дочок через спільні стратегії реагування на стрес, що ще раз підкреслює системний характер міжпоколіннєвої передачі тілесних і харчових установок.

А. Аройо зі співавторами, досліджуючи дезадаптивні харчові установки у трьох поколіннях жінок – бабусь, матерів і дочок, – показали, що незадоволеність тілом і тривога щодо ваги мають тенденцію передаватися по матрилійній лінії, закріплюючись у стабільних сімейних моделях ставлення до тіла [8]. Н. СоланоПінто зі співавторами у дослідженні на парах «батьки – діти» продемонстрували, що незадоволеність тілом у батьків є значущим предиктором аналогічних переживань у дітей, що емпірично підтверджує гіпотезу міжпоколіннєвої трансмісії тілесних установок [47].

Отримані результати узгоджуються з даними Е. Клейдон та колег, які виявили, що схильність до жорсткого дієтування також передається від батьків до дітей і пов'язана з підвищеною ймовірністю використання рестриктивних харчових стратегій у молодшого [16]. Такий комплекс даних підкреслює важливість врахування сімейних сценаріїв ставлення до їжі та ваги в профілактиці розладів харчової поведінки, оскільки саме вони можуть підтримувати або послаблювати міжпоколіннєву передачу дезадаптивних установок щодо тілесності.

Нещодавнє дослідження Л. Галлер і С. О'Коннор 2025 року, присвячене міжпоколіннєвій передачі комунікації про вагу й форму тіла, показало, що діти батьків, які регулярно обговорювали вагу в сімейному колі, у дорослому віці частіше відтворюють подібні розмови у власних

стосунках і водночас демонструють вищий рівень незадоволеності тілом [26]. Отримані результати свідчать, що між поколіннями передаються не лише конкретні установки щодо ваги чи зовнішності, а й сам характер сімейних обговорень цих тем, що закріплює певні способи говорити про тіло як «нормальні» або прийнятні. Сімейні комунікативні патерни щодо тіла, які включають частоту, тональність і зміст розмов про вагу, харчування та зовнішність, виступають відносно стійкими міжпоколіннівими конструктами й можуть зберігатися навіть за умов суттєвої трансформації медіасередовища та появи нових джерел соціального впливу, продовжуючи відігравати важливу роль у формуванні ставлення до власної тілесності.

Дослідження С. Даміано зі співавторами, проведене на вибірці дітей віком 4–5 років та їхніх батьків, показало, що установки батьків щодо власного тіла вже на цьому ранньому етапі пов'язані з уявленнями дітей про «ідеальну» форму тіла [19]. Це підкреслює, що міжпоколіннєва передача уявлень про тілесність розпочинається задовго до підліткового віку й передуює періоду, коли соціальні мережі стають значущим джерелом впливу на сприйняття зовнішності. Дж. Юрелл зі співавторами у систематичному огляді 2021 року зазначають, що розмови між батьками й підлітками про вагу мають двоспрямований характер: вони не лише впливають на образ тіла підлітків, але й пов'язані зі змінами у ставленні до власної зовнішності самих батьків, що свідчить про взаємне підкріплення цих установок у межах сімейної системи [57]. Такий підхід дає змогу розглядати сім'ю як динамічне середовище, у якому установки щодо тіла постійно відтворюються, коригуються й закріплюються у щоденній взаємодії між поколіннями.

Кількісні дані свідчать, що батьківські коментарі щодо тіла є дуже поширеним явищем у підлітковому віці. Л. Дагілл зі співавторами показали, що значна частина підлітків регулярно повідомляє про

коментарі батьків щодо ваги, форми тіла або харчування, що вказує на їхній звичний і повторюваний характер у сімейному середовищі [18]. Частота подібних висловлювань пов'язана з вищим рівнем незадоволеності тілом незалежно від їхньої валентності: як відверто критичні зауваження, так і «схвальні» коментарі, спрямовані на підтримку схуднення або контролю ваги, можуть мати потенційно негативний вплив на тілесне самосприйняття підлітків і закріплювати фокус на вазі як центральному критерію самооцінки.

Батьківський стиль виховання також формує важливий контекст для розвитку образу тіла. Дослідження вказують, що авторитарне виховання, яке характеризується жорсткими правилами, високим рівнем контролю та низькою емоційною теплотою, корелює з підвищеним ризиком незадоволеності тілом і дезадаптивних харчових патернів у дітей. Натомість авторитативне виховання, що поєднує підтримувальне, тепле ставлення з чіткою, але гнучкою структурою вимог, частіше асоціюється з більш позитивним, стабільним образом тіла та вищою загальною самооцінкою. Сімейна атмосфера, у якій зовнішність дитини не є постійним об'єктом порівнянь, критики чи «коригуючих» коментарів, а акцент робиться на функціональності тіла та загальному благополуччі, виступає захисним чинником для формування стійкого позитивного ставлення до власного тіла.

Т. Яблонська розглядає розвиток ідентичності дитини в системі сімейних взаємин як комплексний процес, що охоплює формування самосприйняття, зокрема тілесного, у тісному зв'язку з якістю прив'язаності та особливостями функціонування сімейної системи [6]. У межах цього підходу образ тіла постає не як ізольований конструкт, а як складова ширшої Яструктури, що формується в мережі міжособистісних стосунків, де сімейні взаємини відіграють первинну й організувальну роль.

Міжпоколіннєвий підхід до вивчення образу тіла передбачає порівняння показників двох або більше поколінь в межах однієї родини, що дає змогу простежити передачу установок і патернів ставлення до тіла між поколіннями. Використання когортного аналізу дозволяє розмежувати внутрішньосімейні ефекти, пов'язані зі спільним сімейним середовищем та інтеріоризацією батьківських установок, від когортних ефектів, які відображають відмінності медіасередовища та ширших соціокультурних умов, у яких формувався образ тіла різних поколінь. Покоління батьків (умовно покоління X, народжені у 1965–1980 роках) формувало уявлення про власне тіло переважно в умовах домінування традиційних медіа, коли телебачення, друкована преса та кіно трансливали ідеалізовані стандарти краси, але не забезпечували тієї інтерактивності, миттєвості зворотного зв'язку та персоналізованої візуальної стрічки, які є характерними рисами сучасних цифрових платформ.

Л. Абсаямова у своєму дисертаційному дослідженні, присвяченому психології харчової поведінки жінок, розглядала перфекціонізм і специфіку сімейного середовища як ключові психологічні предиктори розладів харчової поведінки та підкреслювала провідну роль сімейного контексту у формуванні дезадаптивних установок щодо тіла й харчування [2]. У межах цього підходу сімейні чинники трактуються не як фонові умови, а як активні модератори взаємозв'язку між індивідуальними рисами особистості, зокрема перфекціонізмом, і ризиком розвитку порушень харчової поведінки.

У подібному руслі В. І. Шебанова у своїй монографії подає комплексний аналіз феноменології порушень харчової поведінки, у межах якого сімейні чинники розглядаються як один із ключових детермінуючих рівнів нарівні із соціокультурним контекстом та внутрішньоособистісними психологічними чинниками [5]. Такий багаторівневий підхід дає змогу

інтерпретувати розлади харчової поведінки як результат взаємодії сімейної динаміки, культурних уявлень про тіло й індивідуальних особливостей особистості, що узгоджується із сучасними біопсихосоціальними моделями.

З огляду на зазначені теоретичні підходи постає завдання емпірично дослідити, яким чином сімейні комунікативні патерни щодо тіла, батьківські установки і стиль виховання виступають потенційними предикторами задоволеності тілом та психологічного благополуччя молоді. В емпіричній частині роботи буде проаналізовано, як ці сімейні чинники співвідносяться з показниками вдячності тілу, рівнем тривожності та особливостями інтернетповедінки, виміряними за допомогою шкали **BAS₂**, індексу ситуативної й особистісної тривожності **STAI** та тесту інтернетзалежності **IAT**. Такий підхід дає змогу комплексно оцінити роль сімейного контексту у формуванні образу тіла й психологічного стану молоді, яка дорослішає в умовах цифрового середовища.

Висновки до розділу 1

Образ тіла постає як багатовимірний психологічний феномен у структурі Я концепції, що включає когнітивний, афективний і поведінковий компоненти. При цьому його позитивний і негативний полюси доцільно розглядати як якісно відмінні конструкти, а не лише як протилежні кінці єдиного континууму. Задоволеність тілом виступає самостійним ресурсом психологічного благополуччя та зберігає свій захисний ефект навіть після статистичного контролю показників негативного образу тіла.

Узагальнені емпіричні дані свідчать, що зв'язок між образом тіла та психологічним благополуччям має двоспрямований характер. Незадоволеність тілом виступає значущим предиктором підвищеної тривожності й депресивної симптоматики, тоді як вищий рівень задоволеності тілом асоціюється з кращим психологічним функціонуванням і вищим суб'єктивним благополуччям. Юнацький вік розглядається як особливо чутливий, але водночас потенційно відновлювальний період розвитку образу тіла, коли цілеспрямовані психологічні інтервенції та підтримувальне соціальне оточення можуть сприяти формуванню більш позитивного ставлення до власної тілесності.

Важливу роль у формуванні образу тіла відіграє цифрове медіасередовище, яке виступає потужним і добре описаним чинником впливу на молодь. До ключових механізмів цього впливу належать соціальне порівняння, інтерналізація ідеалізованих стандартів краси, а також систематичний контакт із ретушованим і відфільтрованим візуальним контентом. У низці досліджень показано, що зазначений вплив має причинно наслідковий, а не лише кореляційний характер і є особливо вираженим у разі використання візуально орієнтованих платформ. Сучасна молодь є першим поколінням, для якого цифрове дорослішання стало нормативним досвідом, що зумовлює особливу актуальність аналізу специфіки їхнього медіадосвіду та його зв'язку з образом тіла.

Паралельно з цим сімейне середовище виконує роль первинного й тривалого контексту формування образу тіла, впливаючи через батьківське моделювання ставлення до власної зовнішності, вербальну комунікацію про тіло та особливості стилю виховання. Міжпокоління передача установок щодо тілесності є добре задокументованим феноменом, підтвердженим як у лонгітюдних, так і в поперечних дослідженнях на парах «батьки – діти», а також у роботах, що охоплюють кілька поколінь однієї родини. Сукупність цих даних підкреслює необхідність урахування

поєднаного впливу медіасередовища та сімейного контексту під час аналізу факторів, що визначають образ тіла й психологічне благополуччя молоді.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ТІЛА У ПАРАХ «ДИТИНА-БАТЬКИ»

2.1. Концептуальна модель, гіпотези та дизайн дослідження

У межах цього дослідження показники образу тіла, задоволеності тілом і тривожності інтегровано в єдину концептуальну модель, що поєднує кілька взаємопов'язаних рівнів аналізу. Поперше, модель охоплює індивідуальні показники тілесного самоставлення молоді та їхніх батьків, що дає змогу порівнювати особливості переживання власної тілесності в межах сімейної діади «дитина – батьки». Подруге, до моделі включено характеристики цифрового дорослішання молоді як специфічного когортного чинника, оскільки для нинішнього покоління досвід раннього входження в цифрове середовище, інтенсивність користування соціальними мережами та значущість онлайнобразу становлять важливий контекст формування ставлення до власного тіла. Потретє, модель враховує внутрішньосімейні зв'язки між показниками образу тіла дітей і батьків, які інтерпретуються як відображення міжпоколіннєвої трансмісії установок щодо тілесності, сімейних комунікативних патернів і способів оцінювання зовнішності.

Центральним теоретичним припущенням цього дослідження є те, що образ тіла молоді формується під впливом двох відносно автономних, але потенційно конкурентних груп чинників. Перша група пов'язана із сімейним середовищем і міжпоколіннєво переданими установками щодо тіла, які відображають стиль виховання, батьківське моделювання ставлення до власної зовнішності та характер сімейної комунікації про вагу й форму тіла. Друга група чинників охоплює цифрове медіасередовище, специфічне для нинішньої когорти молоді та таке, що

принципово відрізняє їхній досвід соціалізації від досвіду батьківського покоління, яке дорослішало в умовах домінування традиційних медіа.

Порівняльний дизайн «дитина – батьки» дає змогу оцінити відносну силу цих двох груп впливів: з одного боку, через аналіз внутрішньосімейних кореляцій між показниками образу тіла в дітей і батьків, а з іншого – через вивчення зв'язків між образом тіла молоді та характеристиками їхнього цифрового дорослішання (віком першого доступу до інтернету, інтенсивністю й характером використання соціальних мереж, значущістю онлайнобразу). Такий підхід дозволяє не лише описати рівень задоволеності тілом у кожного з поколінь, а й емпірично перевірити, які з цих груп чинників – сімейні чи пов'язані з цифровим середовищем – роблять більший внесок у варіації образу тіла в молоді.

Мета дослідження полягає у вивченні особливостей образу тіла та задоволеності тілом у молоді, яка дорослішала в умовах повної доступності інтернету та соціальних мереж. Додатковим завданням є порівняння цих показників із відповідними показниками їхніх батьків, а також оцінка відносної ролі цифрового медіасередовища й сімейних чинників у формуванні образу тіла молоді.

Завдання дослідження сформульовані так:

- Проаналізувати теоретичні підходи до вивчення образу тіла, задоволеності тілом та їхнього зв'язку з психологічним благополуччям, цифровим медіасередовищем і сімейними чинниками у молоді.
- Виявити та проаналізувати показники задоволеності тілом, ставлення до тіла та ситуативної й особистісної тривожності у молоді та їхніх батьків, а також встановити міжпоколіннєві відмінності цих показників.

- Виявити взаємозв'язки між показниками образу тіла і тривожності дітей та батьків у межах сімейних пар «дитина – батьки».
- Порівняти силу внутрішньосімейних кореляцій та кореляцій між образом тіла молоді й показниками їхнього цифрового медіадосвіду з метою визначення відносного внеску кожної з цих груп чинників.

Об'єкт дослідження: образ тіла.

Предмет дослідження: – вплив медіасередовища на образ тіла у молоді, що зростала в умовах вільного та постійного доступу до інтернету.

На підставі теоретичного аналізу сформульовано чотири дослідницькі гіпотези.

Гіпотеза 1: молодь, яка дорослішала в умовах повної доступності інтернету та соціальних мереж, характеризуватиметься нижчою задоволеністю тілом порівняно з батьківським поколінням, що відображатиме специфічний вплив цифрового медіасередовища на образ тіла молоді.

Гіпотеза 2: показники задоволеності тілом та ставлення до тіла у молоді статистично значуще корелюватимуть із відповідними показниками їхніх батьків у межах сімейних пар, що свідчитиме про дію міжпоколіннєвої трансмісії установок щодо тілесності.

Гіпотеза 3: характеристики цифрового дорослішання, зокрема вік першого доступу до інтернету, інтенсивність використання соціальних мереж у підлітковому віці та значущість онлайнобразу, будуть пов'язані з нижчою задоволеністю тілом у молоді.

Гіпотеза 4: внутрішньосімейні кореляції між показниками образу тіла дітей і батьків будуть не слабшими за кореляції між показниками образу тіла молоді та характеристиками їхнього цифрового медіадосвіду,

що вказуватиме на збереження значущого сімейного впливу навіть в умовах потужного цифрового середовища.

Дизайн дослідження є порівняльним поперечним із використанням пов'язаних вибірок. У дослідженні беруть участь дві пов'язані групи, об'єднані у сімейні пари «дитина – батьки». Перша група охоплює молодь віком 18–25 років, друга включає одного з батьків або опікунів цієї молоді віком 39–51 років, що умовно відповідає поколінню X.

Дослідження проводиться у два етапи. На першому, організаційнопідготовчому етапі здійснюється формування вибірки шляхом пошуку добровільних учасників за принципом «снігової кулі» серед студентів та молодих дорослих із подальшим залученням одного з їхніх батьків або опікунів. Кожній сімейній парі присвоюється анонімний числовий код, що дає змогу пов'язати відповіді дитини та батька/матері без ідентифікації особистостей. На другому, діагностичному етапі, обидва учасники пари заповнюють діагностичний пакет в онлайнформаті за допомогою платформи Google Forms.

Для перевірки гіпотези 1 використовується порівняльний аналіз між групами. Для перевірки гіпотез 2 та 3 застосовується кореляційний аналіз.

2.2. Характеристика психодіагностичного інструментарію

Діагностичний пакет дослідження містить чотири стандартизовані психодіагностичні методики та авторську анкету. Добір кожного інструменту ґрунтується на теоретичних завданнях роботи та відповідності базовим вимогам до психометричної якості, насамперед валідності й надійності, що є необхідною умовою коректного вимірювання психологічних характеристик у молоді, яка дорослішала в умовах цифрового середовища.

Методика 1. Шкала задоволеності тілом BAS-2 (Body Appreciation Scale-2).

Шкала BAS₂ була розроблена Т. Л. Тілкою та Н. Л. ВудБарколоу у 2015 році як оновлена версія оригінальної шкали BAS (Avalos, Tylka & WoodBarcalow, 2005). Вона вимірює провідний конструкт позитивного образу тіла, тобто те, наскільки людина з вдячністю та прийняттям ставиться до свого тіла, шанує його та не розглядає медійні ідеали зовнішності як єдиний еталон краси [53]. BAS₂ складається з 10 тверджень, що оцінюються за п'ятибальною шкалою Лайкерта від 1 («ніколи») до 5 («завжди»). Загальний показник обчислюється як середнє арифметичне відповідей на всі 10 пунктів: вищий бал свідчить про вищий рівень вдячності й прийняття власного тіла. Можливий діапазон значень загального балу становить від 1 до 5.

Шкала BAS₂ має однофакторну структуру, тобто всі її твердження відображають один узагальнений конструкт позитивного образу тіла. Вона також демонструє належну конвергентну та дискримінантну валідність: поперше, корелює в очікуваному напрямі з іншими мірами, що оцінюють подібні характеристики, а подруге, відмежовується від несуміжних психологічних конструктів. У даному дослідженні використовується україномовна версія методики, адаптована М. І. Бабчук (2024) [3] та апробована на вибірці українських респондентів, що забезпечує її доречність для застосування в дослідженнях молоді, яка дорослішала в умовах цифрового середовища.

BAS₂ є одним із найбільш поширених інструментів вимірювання позитивного образу тіла у світовій практиці, має повну українську

адаптацію та задовільні психометричні характеристики. Використання

BAS₂ для обох груп учасників – молоді та батьків – дає змогу порівняти рівень задоволеності тілом між поколіннями та обчислити внутрішньосімейні кореляції.

Методика 2. Семантичний диференціал «Ставлення до тіла» Т. Б. Хомуленко та Н. П. Лесніченко.

Семантичний диференціал «Ставлення до тіла», розроблений Т. Б. Хомуленко та Н. П. Лесніченко [4], побудований за класичними принципами семантичного диференціала Ч. Осгуда. Методика дає змогу оцінити ставлення до власного тіла за трьома ключовими вимірами. Емоційний вимір відображає суб'єктивне емоційне забарвлення ставлення до тіла, тобто те, наскільки воно сприймається як приємне, привабливе чи, навпаки, таке, що викликає негативні переживання. Вимір сили характеризує переживання контролю над тілом та відчуття власної «сили» або «безсилля» щодо нього. Вимір активності відображає динамічні аспекти взаємодії з тілесністю – наскільки тіло сприймається як енергійне й рухливе чи радше пасивне.

Методика демонструє інтраіндивідуальну стійкість, тобто відносну стабільність показників у тієї самої людини при повторному вимірюванні, нормальний розподіл результатів у вибірці та високу внутрішню узгодженість, що підтверджується коефіцієнтом α Кронбаха. Дотримання повної психометричної процедури та орієнтація на україномовну вибірку роблять цей інструмент релевантним для вивчення ставлення до тіла в українському культурному контексті. Він доповнює шкалу BAS-2, розширюючи оцінку образу тіла до ширшого конструктивного поля, яке охоплює не лише загальну вдячність і прийняття тіла, а й емоційний, «силовий» та активнісний (поведінковий) аспекти ставлення до нього.

Методика 3. Шкала тривожності Спілбергера – Ханіна (STAI).

Шкала тривожності STAI була розроблена Ч. Д. Спілбергером у 1970 році та адаптована для україномовних вибірок Ю. Л. Ханіним. STAI є одним із найпоширеніших у світі інструментів вимірювання тривожності, перекладеним більш ніж 48 мовами [48]. Методика містить 40 тверджень, які порівну розподілені між двома субшкалами. Перша субшкала – реактивна (станова) тривожність – оцінює актуальний емоційний стан людини на момент опитування. Друга субшкала – особистісна тривожність – вимірює відносно стійку схильність до переживання тривоги як риси особистості.

Кожне твердження оцінюється за чотирибальною шкалою. Для субшкали реактивної тривожності відповіді варіюють від 1 («зовсім ні») до 4 («цілком так»), а для субшкали особистісної тривожності – від 1 («майже ніколи») до 4 («майже завжди»). За кожною субшкалою обчислюється сумарний бал у діапазоні від 20 до 80. Рівень тривожності інтерпретується так: показник до 30 балів відповідає низькому рівню тривожності, 31–44 бали – помірному рівню, а 45 балів і вище свідчить про високий рівень тривожності.

STAI демонструє високі психометричні характеристики: коефіцієнт α Кронбаха для обох субшкал стабільно перебуває в діапазоні 0,86–0,95 у різних вибірках і дослідженнях [9]. Це свідчить про високу внутрішню узгодженість тверджень, тобто про те, що вони послідовно вимірюють один і той самий конструкт. Шкала також валідно розрізняє клінічні та неклінічні вибірки й демонструє значущі кореляції з іншими показниками тривоги, що підтверджує її конвергентну валідність.

Включення клінічного аспекту тривожності до діагностичного пакета обґрунтоване теоретично встановленими зв'язками між незадоволеністю тілом і підвищеним рівнем тривоги, які підтверджені метааналітичними оглядами. Вимірювання тривожності у двох групах –

молоді та батьків – дає змогу з'ясувати, чи відрізняються ці покоління за її рівнем, а також оцінити, чи може тривожність опосередковувати зв'язок між образом тіла та психологічним благополуччям. Наявність україномовної адаптації та широка верифікація STAI у вітчизняних дослідженнях забезпечують методичну коректність його застосування для вивчення респондентів різних поколінь, зокрема молоді, що дорослішала в умовах цифрового середовища.

Методика 4. Тест на інтернет-залежність К. Янг (ІАТ).

Тест на інтернетзалежність був розроблений К. Янг у 1998 році як один із перших стандартизованих інструментів для оцінки проблематичного використання інтернету [56]. ІАТ містить 20 пунктів, які оцінюються за п'ятибальною шкалою від 1 («рідко») до 5 («завжди»). Загальний показник у діапазоні від 20 до 100 балів дає змогу виокремити три рівні вираженості симптомів: 20–49 балів відповідають звичайному інтернеткористуванню без суттєвих негативних наслідків; 50–79 балів свідчать про надмірне використання інтернету, яке час від часу або помірно спричиняє труднощі в повсякденному житті; 80 балів і більше відображають виражені проблеми, пов'язані з неконтрольованим використанням мережі.

ІАТ є одним із найпоширеніших діагностичних інструментів у дослідженнях інтернетзалежності та застосовується в різних країнах і мовних версіях. Психометричні дослідження ІАТ підтверджують задовільну внутрішню узгодженість, тобто узгодженість відповідей між пунктами, які мають вимірювати один і той самий конструкт проблематичного інтернеткористування [55].

У цьому дослідженні характеристики цифрового дорослішання

розглядаються як один із центральних предикторів, а ІАТ забезпечує стандартизований вимір інтенсивності та проблематичності використання інтернету. Це дає змогу кількісно оцінити, наскільки вираженими є прояви інтернетзалежності в респондентів і як вони пов'язані з образом тіла та психологічним благополуччям у молоді, що дорослішала в умовах постійної доступності цифрових технологій.

Усі методики, зокрема ІАТ, застосовуються в онлайнформаті за допомогою платформи Google Forms. Шкали заповнюються обома членами кожної пари незалежно один від одного, що мінімізує ймовірність взаємного впливу відповідей у межах пари та підвищує надійність отриманих даних.

2.3. Характеристика вибірки та методи математико-статистичної обробки даних

Вибірку дослідження становлять учасники, об'єднані у сімейні пари «дитина – батьки». Загальний обсяг вибірки складає 30 пар, тобто 60 осіб.

Перша група охоплює молодь віком від 16 до 25 років. Верхня вікова межа відповідає демографічним і культурним критеріям сучасної молодії когорти, яка народилася між 1996 і 2010 роками та дорослішала в умовах повного доступу до цифрового інтернетпростору. Критеріями включення до дослідження були громадянство України або постійне проживання на території України, а також наявність принаймні одного з батьків або опікуна, здатного взяти участь у дослідженні.

Друга група – батьки або опікуни учасників із першої групи – охоплює осіб віком від 40 до 60 років, що загалом відповідає поколінню X та старшим міленіалам. Ці респонденти формували свій образ тіла переважно в умовах домінування традиційних медіа, без постійного

доступу до інтернету в підлітковому та ранньому молодому дорослому віці, що є принциповою відмінністю їхнього медіадосвіду від досвіду сучасної молоді.

До групи молоді увійшло 30 респондентів. Вік учасників цієї групи коливався від 16 до 25 років, середній вік становив 20 років. Переважна частина відповідей належала особам юнацького та раннього дорослого віку, які формували свою ідентичність у період повсюдного доступу до інтернету з дитинства та підліткового віку. Це узгоджується із загальною логікою дослідження когорти молодих людей, чий соціальний і психологічний розвиток відбувався в умовах цифрового середовища як базового контексту повсякденного життя. За статтю група молоді розподілилася таким чином: 18 осіб жіночої статі, що становить 60,0% вибірки; 10 осіб чоловічої статі, що становить 33,3%; 2 особи зазначили небінарну гендерну ідентичність, що становить 6,7%.

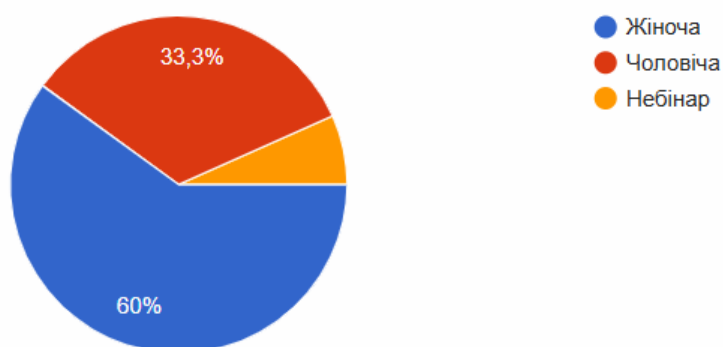


Рис. 2.1. Розподіл за статтю вибірки покоління молоді

За типом населеного пункту більшість учасників групи молоді проживали у великих містах: 24 особи, що становить 80,0% групи. Ще 4 респонденти (13,3%) проживали в малих містах, а 2 респонденти (6,7%) – у селищах. За типом зайнятості 14 учасників (46,7%) одночасно навчалися

й працювали; 10 осіб (33,3%) були залучені лише до навчання; 6 осіб (20,0%) на момент дослідження лише працювали.

До групи дорослих увійшло 34 респонденти. Вік учасників цієї групи коливався від 35 до 51 року, середнє значення віку становило 38,12 року. За статтю група дорослих була представлена переважно жінками: 28 респонденток, або 82,4%, зазначили жіночу стать, тоді як 6 респондентів, або 17,6%, – чоловічу.

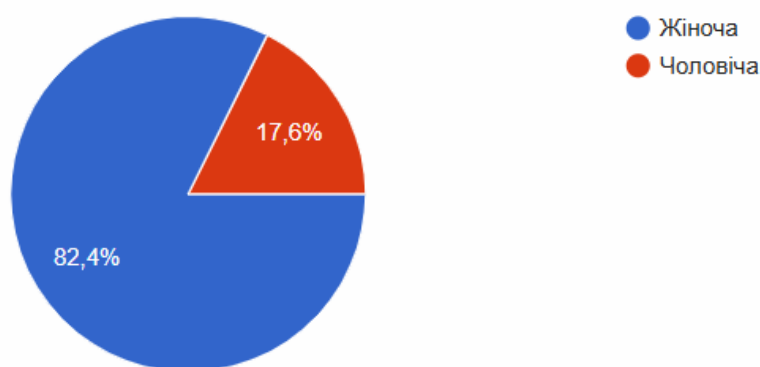


Рис. 2.2. Розподіл дорослих учасників за статтю

Рекрутування учасників здійснювалося методом «снігової кулі». Спочатку запрошення до участі в дослідженні надсилалися представникам молоді, після чого вони могли поширювати посилання на опитувальник серед своїх знайомих та батьків. Кожен учасник із першої групи самостійно запрошував одного зі своїх батьків або опікунів до участі в дослідженні. Обидва члени пари отримували однаковий анонімний числовий код, за допомогою якого їхні відповіді надалі поєднувалися в єдиній базі даних. Участь у дослідженні була добровільною та анонімною; жодна персональна ідентифікаційна інформація не збиралася й не зберігалася.

Висновки до розділу 2

Концептуальна модель дослідження поєднує два взаємопов'язані напрями аналізу чинників образу тіла молоді, яка зростала в умовах повсюдного доступу до інтернету з ранніх етапів соціалізації: вплив сімейного середовища та характеристики цифрового дорослішання. Саме така побудова моделі дає змогу розглядати образ тіла не як ізольоване індивідуальне утворення, а як результат взаємодії міжсуб'єктних і медіаопосередкованих впливів. У цьому контексті дизайн «дитина – батьки» є методологічно обґрунтованим, оскільки забезпечує можливість одночасного вимірювання обох груп чинників і подальшого зіставлення їхньої відносної сили за допомогою внутрішньосімейного кореляційного аналізу.

Логіка дослідження конкретизується у чотирьох дослідницьких гіпотезах, які охоплюють міжпоколінні відмінності у задоволеності тілом, внутрішньосімейну передачу особливостей образу тіла, зв'язок цих характеристик із цифровим медіадосвідом, а також співвідношення сили сімейних і цифрових асоціацій. Така структура гіпотез формує цілісну систему перевірюваних припущень, безпосередньо пов'язаних із загальною метою дослідження та його конкретними емпіричними завданнями. Завдяки цьому другий розділ фіксує послідовний перехід від теоретичного обґрунтування змінних до способів їх емпіричної операціоналізації.

Відповідно до поставлених завдань було сформовано діагностичний пакет, який включає чотири верифіковані психодіагностичні методики. Шкала BAS2 та семантичний диференціал «Ставлення до тіла» дають змогу оцінити образ тіла з двох комплементарних позицій: позитивного прийняття власного тіла та особливостей смислового структурування

ставлення до нього; **BAS-2** описується як психометрично надійний інструмент вимірювання позитивного образу тіла. Шкала **STAI** фіксує емоційний компонент тривожності, тоді як тест **IAT** використовується для стандартизованої оцінки специфіки цифрового медіадосвіду молодих людей, що дорослішали в середовищі постійної онлайн-доступності.

Вибірка дослідження була сформована цілеспрямовано з урахуванням внутрішньосімейного зв'язку між представниками двох поколінь, а рекрутування здійснювалося за принципом «снігової кулі», який у дослідницькій практиці застосовують для залучення учасників через наявні соціальні зв'язки. Анонімне кодування пар «дитина – батьки» гарантувало конфіденційність учасників і водночас забезпечувало коректне зіставлення їхніх відповідей у подальшому статистичному аналізі; використання кодованих ідентифікаторів у межах **snowball-**рекрутування відповідає загальним етичним вимогам захисту приватності. У сукупності це дає підстави розглядати запропонований дизайн як внутрішньо узгоджений і придатний для перевірки висунутих гіпотез.

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ТІЛА МОЛОДІ

3.1. Результати показників образу тіла, задоволеності тілом та тривожності у молоді

За результатами психодіагностичного обстеження 30 пар учасників, об'єднаних внутрішньосімейним зв'язком «дитина – батьки», отримано описові статистики за застосованими методиками для обох досліджуваних груп: молоді віком 18–25 років та їхніх батьків. Зведені дані наведено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Описові статистики показників образу тіла, тривожності та інтернет-залежності в обох групах

Методика	Підлітки				Батьки			
	M	SD	min	max	M	SD	min	max
Задоволеність тілом	3.23	0.72	1.70	4.80	3.77	1.13	1.80	5.00
Сем. диференціал (ставлення до тіла)	3.68	1.03	1.50	5.20	3.27	1.15	1.50	5.30
Ситуативна тривожність	47.20	12.97	23	69	44.94	13.81	26	76
Особистісна тривожність	52.33	9.39	33	66	48.91	13.51	29	70
Інтернет-залежність	63.53	11.68	46	87	38.41	13.86	21	79

Задоволеність тілом за шкалою BAS₂ у групі молоді становила $M=3,23$ при $SD=0,72$, що відповідає помірному рівню та є нижчим за орієнтовний нормативний показник для вибірок дорослого населення України. У батьківській групі зафіксовано вищий середній рівень задоволеності тілом ($M=3,77$, $SD=1,13$), показники якого

наближаються до позитивного полюса шкали. Діапазон значень у групі молоді є відносно звуженим (1,70–4,80) порівняно з батьківською групою (1,80–5,00), що свідчить про вищу однорідність тілесного самосприйняття серед молодих учасників та більшу варіативність цих показників у дорослих.

За результатами Семантичного диференціала середній показник ставлення молоді до власного тіла становив $M=3,68$ при $SD=1,03$, що є нижчим за середнє значення шкали (4,0) і свідчить про переважно негативне або амбівалентне емоційно-сміслові ставлення до власного тіла. Батьківська група, попри старший вік та більшу фізичну дистанцію від тілесних ідеалів, трансльованих молодіжною культурою, демонструє подібний середній показник – $M=3,27$ при $SD=1,15$. Отримані дані вказують на те, що ставлення до тіла у батьків виявляється не кращим, а в окремих випадках навіть менш сприятливим, ніж у молоді, що може бути пов'язано як із впливом вікових фізичних змін, так і з механізмами соціального порівняння, характерними для дорослого покоління.

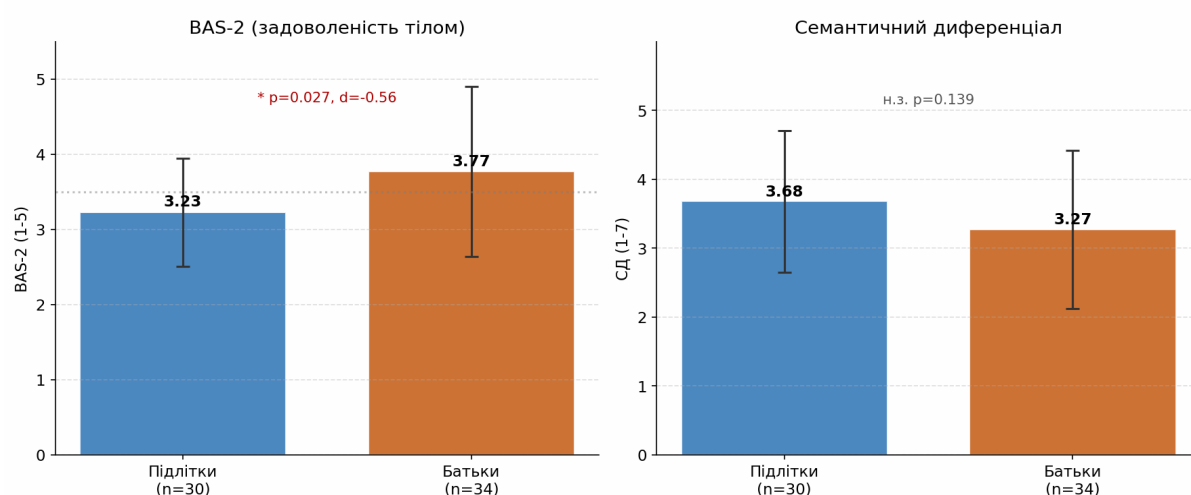


Рисунок 3.1. Показники задоволеності тілом (BAS-2) та ставлення до тіла (СД) у групах підлітків і батьків

Рівень тривожності у молоді є підвищеним за обома субшкалами. Ситуативна тривожність $M=47.20$ ($SD=12.97$) та особистісна тривожність $M=52.33$ ($SD=9.39$), обидва показники відповідають діапазону високого рівня тривожності. У батьків ситуативна тривожність дещо нижча ($M=44.94$, $SD=13.81$) і наближається до межі між помірним та високим рівнями, тоді як особистісна тривожність також належить до високого рівня ($M=48.91$, $SD=13.51$).

Найбільш виразна міжгрупова відмінність спостерігається за показником інтернетзалежності. Молодь демонструє середній рівень, що належить до зони «надмірного використання» ($M=63.53$, $SD=11.68$), тоді як у батьківської групи середній показник відповідає зоні «нормального користувача» ($M=38.41$, $SD=13.86$). Такий розрив є очікуваним з огляду на відмінності у цифровому досвіді поколінь, проте його величина виявляється суттєвою: міжгрупова різниця перевищує 25 балів, а 100% представників молодіжної вибірки потрапляють до категорії надмірного використання інтернету або вище.

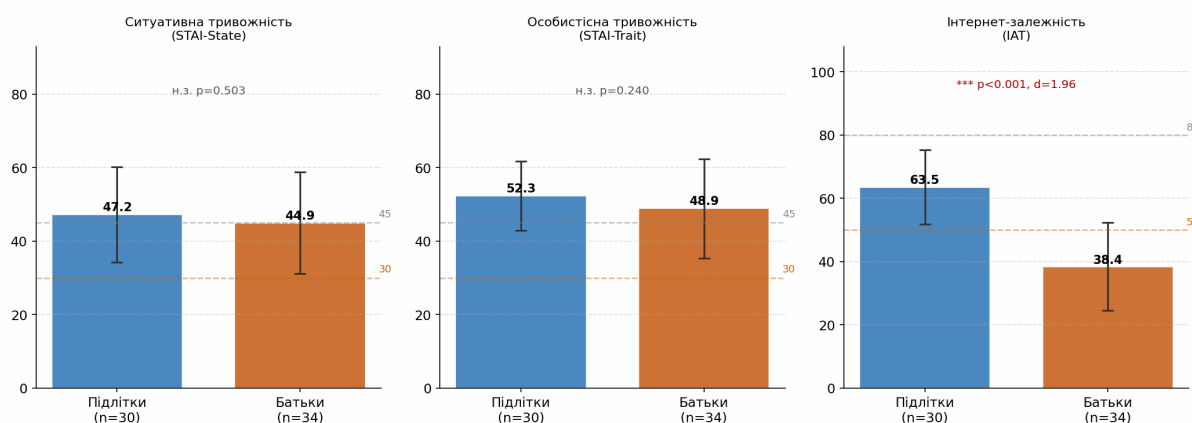


Рисунок 3.2. Показники тривожності (STAI-S, STAI-T) та інтернет-залежності (IAT) у групах підлітків і батьків

Для перевірки гіпотези 1 щодо нижчого рівня задоволеності тілом у молоді порівняно з батьківською групою було застосовано двовибірковий t -критерій Стюдента з поправкою Уелча на нерівність дисперсій. Результати порівняльного аналізу подано в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Результати порівняльного аналізу показників у групах підлітків та батьків (t-критерій Уелча)

Шкала	t (Уелч)	p	d Коена
BAS-2	-2.27	0.027	-0.56
Сем. диф.	+1.50	0.139	0.37
STAI-S	+0.67	0.503	0.17
STAI-T	+1.19	0.240	0.29
IAT	+7.86	<0.001	1.96

Результати аналізу засвідчили статистично значущу міжгрупову відмінність за показником задоволеності тілом: $t = -2,27$, $p = 0,027$. Молодь демонструє істотно нижчий рівень задоволеності тілом ($M = 3,23$) порівняно з батьківською групою ($M = 3,77$); розмір ефекту за d Коена становить $-0,56$, що відповідає ефекту середньої величини.

Отже, гіпотезу 1 підтверджено: молоді учасники дослідження характеризуються нижчим рівнем задоволеності власним тілом порівняно з батьківським поколінням.

За показниками Семантичного диференціала, а також ситуативної та особистісної тривожності статистично значущих міжгрупових відмінностей не виявлено ($p = 0,139$, $p = 0,503$, $p = 0,240$ відповідно). Хоча середні значення цих змінних у групах дещо різняться (зокрема,

тривожність є вищою у молоді), за наявного обсягу вибірки ці відмінності не досягають рівня статистичної значущості.

Найбільш виразний ефект виявлено за тестом ІАТ: $t=7,86$, $p<0,001$, $d=1,96$, що відповідає великому розміру ефекту. Молодь статистично значуще перевищує батьків за показником інтернетзалежності майже на два стандартних відхилення, що можна розглядати як сильний аргумент на користь якісно відмінного цифрового досвіду двох поколінь.

3.2. Дослідження взаємозв'язків між показниками образу тіла дітей та батьків

Перевірка гіпотези 2 про наявність статистично значущих внутрішньопарних кореляцій між показниками образу тіла дітей та їхніх батьків здійснювалася за допомогою коефіцієнта кореляції Пірсона, обчисленого на основі правильно зіставлених пар «дитина-батько/мати» за кодами учасників. Результати представлені у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Внутрішньопарні кореляції між показниками підлітків та їхніх батьків

Шкала	r	p	М П	М Б	Різниця М
Задоволеність тілом	+0.174	0.357	3.23	3.77	-0.54
Сем. диференціал (ставлення)	+0.182	0.336	3.68	3.27	+0.41
Ситуативна тривожність	+0.084	0.658	47.20	44.94	+2.26
Особистісна тривожність	-0.314	0.091	52.33	48.91	+3.42
Інтернет-залежність	+0.188	0.319	63.53	38.41	+25.12

Аналіз внутрішньопарних кореляцій засвідчив відсутність статистично значущих зв'язків між показниками образу тіла дітей та їхніх батьків за жодною зі шкал. Значення коефіцієнтів кореляції коливаються від $r=0.084$ (ситуативна тривожність) до $r=0.188$ (ІАТ). Лише для особистісної тривожності зафіксована тенденція до від'ємної кореляції ($r=-0.314$, $p=0.091$), яка, однак, не досягає прийнятого рівня значущості $p<0.05$.

Отримані результати не підтверджують гіпотезу 2: показники задоволеності тілом та ставлення до тіла у молоді не демонструють статистично значущих кореляцій з відповідними показниками їхніх батьків. Така відсутність внутрішньопарних зв'язків суперечить вихідному теоретичному припущенню про виражену міжпоколіннєву трансмісію установок щодо тілесності в межах безпосереднього сімейного контексту. З огляду на це можна припустити, що в досліджуваній вибірці сімейні моделі ставлення до тіла, ймовірно, мають обмежений або опосередкований вплив порівняно з іншими джерелами соціалізації, насамперед із цифровим медіасередовищем.

Відсутність статистично значущих внутрішньопарних кореляцій може свідчити про те, що для сучасної молоді, яка дорослішала в умовах повсюдного доступу до інтернету, формування образу тіла в більшій мірі опосередковується саме цифровим середовищем, ніж безпосередніми сімейними впливами. У цьому випадку соціальні мережі, онлайн спільноти та медіадискурс щодо тілесності потенційно відіграють роль основних референтних груп, які задають стандарти привабливості, норми тілесної презентації та сценарії самопорівняння. Відповідно, сімейний контекст може залишатися важливим фоном, однак його вплив

на образ тіла молоді виявляється менш диференційованим і перекривається інтенсивною залученістю до цифрового медіапростору.

3.3. Зв'язок цифрового середовища та сімейних факторів

Гіпотеза 3 передбачає, що характеристики цифрового дорослішання, операціоналізовані через показник ІАТ, пов'язані з нижчим рівнем задоволеності тілом у сучасної молоді, яка дорослішала в умовах повсюдного доступу до інтернету. Гіпотеза 4 передбачає, що внутрішньосімейні кореляції не поступатимуться за силою кореляціям між показниками образу тіла та параметрами цифрового середовища.

Для перевірки цих припущень було обчислено кореляції Пірсона між показником ІАТ та чотирма індикаторами образу тіла і тривожності в групі підлітків і молодих дорослих. Отримані результати подано в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Кореляції ІАТ з показниками образу тіла та тривожності у групі підлітків

Показник образу тіла	r	p	r ²	Пояс. дисп.
BAS-2 (задоволеність тілом)	-0.672	<0.001	0.451	45.1%
Сем. диференціал (ставлення)	+0.604	0.0004	0.365	36.5%
Ситуативна тривожність	+0.483	0.007	0.234	23.4%
Особистісна тривожність	+0.632	0.0002	0.400	40.0%

Результати виявили сильні та статистично значущі кореляції між ІАТ і всіма показниками образу тіла у групі молоді. Найбільш виразним є від'ємний зв'язок між ІАТ та задоволеністю тілом: $r=-0.672$, $p<0.001$. Це

означає, що чим вищий рівень інтернет-залежності, тим нижчою є задоволеність тілом. Коефіцієнт детермінації $r^2=0.451$ вказує на те, що ІАТ пояснює 45.1% дисперсії BAS-2, що є дуже значним для психологічних досліджень показником.

Подібні закономірності спостерігаються і для ставлення до тіла: $r=+0.604$, $p<0.001$, $r^2=0.365$. Позитивний напрям кореляції відображає, що вищий ІАТ пов'язаний з вищим балом по СД, що в рамках цієї шкали означає більш негативне ставлення до власного тіла. Обидва показники образу тіла разом свідчать про системний зв'язок між проблематичним використанням інтернету та порушенням тілесного самостварення.

Для показників тривожності також зафіксовано значущі додатні кореляції: особистісна тривожність демонструє найсильніший зв'язок з ІАТ ($r=+0.632$, $p<0.001$, $r^2=0.400$), ситуативна тривожність – помірний ($r=+0.483$, $p=0.007$, $r^2=0.234$). Ці дані свідчать про те, що молодь із вищим рівнем інтернет-залежності не лише є менш задоволеною власним тілом, але й характеризується суттєво вищим рівнем тривожності як особистісної риси.

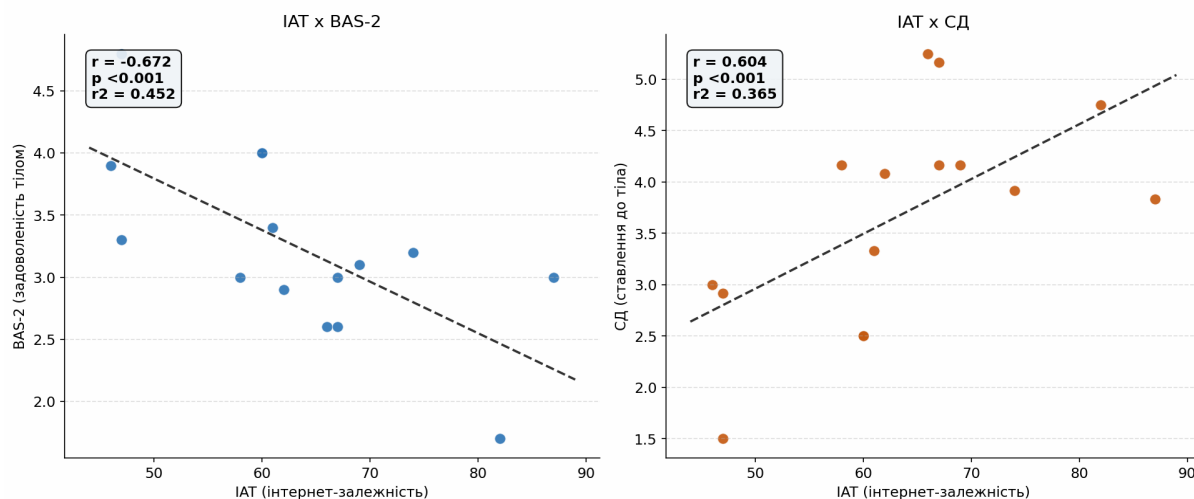


Рисунок 3.3. Кореляції між ІАТ та показниками образу тіла у групі підлітків (пунктирна лінія – лінія регресії)

На рисунку 3.3 наочно видно лінійний характер від'ємного зв'язку між ІАТ і BAS-2, де зі зростанням інтернет-залежності задоволеність тілом систематично знижується. Жоден учасник із $IAT > 70$ не демонструє BAS-2 вище 4.0. Прямий зв'язок ІАТ з Семантичним диференціалом також добре видно на графіку, де точки утворюють виражений висхідний тренд.

Для перевірки гіпотези 4 проводилося пряме зіставлення абсолютних значень внутрішньосімейних кореляцій (таблиця 3.3) та кореляцій між ІАТ і показниками образу тіла (таблиця 3.4). Результати ілюструє рисунок 3.4.

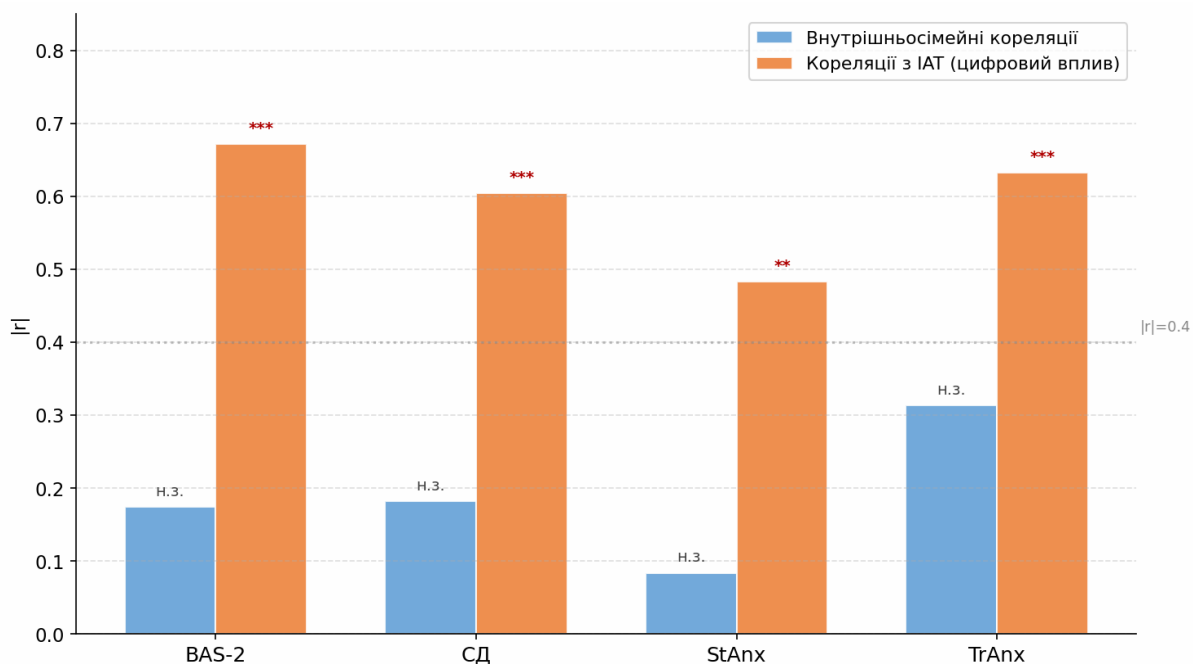


Рисунок 3.4. Порівняння абсолютних значень сімейних кореляцій та кореляцій з ІАТ

Рисунок 3.4 наочно демонструє виразне переважання кореляцій між ІАТ і образом тіла над внутрішньосімейними кореляціями за всіма чотирма показниками. Для BAS-2 різниця є найбільш разючою, де цифровий вплив є у 3.9 рази сильнішим за сімейний. Для особистісної тривожності це співвідношення становить двократне переважання.

Таким чином, гіпотезу 4 не підтверджено: внутрішньосімейні кореляції виявляються істотно слабшими за кореляції між показниками образу тіла молоді та характеристиками цифрового дорослішання. Цифрове медіасередовище, операціоналізоване через рівень інтернет-залежності, виступає значно сильнішим предиктором тілесного самоставлення сучасної молоді, яка дорослішала в умовах повсюдного доступу до інтернету, ніж схожість її показників із показниками батьків.

Для поглибленого розуміння кореляційної структури у кожній із груп окремо були обчислені

матриці кореляцій Пірсона між усіма п'ятьма показниками. У групі підлітків виявлено систему взаємопов'язаних кореляцій: негативна задоволеність тілом (BAS-2) пов'язана з вищим ставленням за СД ($r = -0.910$, $p < 0.001$), що підтверджує конвергентну валідність обох інструментів. Обидва показники образу тіла суттєво пов'язані з тривожністю: $r(\text{BAS-2} \times \text{STAI-T}) = -0.640$, $r(\text{СД} \times \text{STAI-T}) = 0.738$ (обидва $p < 0.001$). У групі батьків структура кореляцій є схожою: найсильнішим є зв'язок між BAS-2 і СД ($r = -0.804$, $p < 0.001$), зв'язки з тривожністю дещо слабші, ніж у підлітків.

Висновки до розділу 3

Молоді учасники дослідження продемонстрували статистично значуще нижчий рівень задоволеності власним тілом порівняно з батьківською групою, що дає підстави вважати гіпотезу 1 емпірично підтвердженою. Це узгоджується з уявленням про юнацький вік як період підвищеної вразливості щодо оцінювання зовнішності, посиленої як соціальним контекстом, так і специфікою цифрового дорослішання. Водночас за показниками ставлення до тіла, ситуативної та особистісної тривожності, а також за більшістю індикаторів, пов'язаних із образом тіла, міжгрупові відмінності не досягають рівня статистичної значущості, попри наявність тенденцій до дещо вищої тривожності та вищих значень ІАТ у молоді. Виняток становить показник ІАТ: різниця між групами за рівнем інтернет залежності виявилася високозначущою, що відображає якісно відмінний характер цифрового досвіду батьків і їхніх дорослих

дітей та підтверджує релевантність виділення цифрового дорослішання як окремого когортного чинника.

Аналіз внутрішньосімейних зв'язків засвідчив, що внутрішньопарні кореляції між показниками образу тіла дорослих дітей та їхніх батьків за всіма п'ятьма шкалами є статистично незначущими. Відповідно, гіпотезу 2 щодо вираженої міжпоколіннєвої трансмісії образу тіла у форматі прямої схожості психодіагностичних показників підтверджено не було. Такий результат може свідчити, по перше, про те, що просте зіставлення рівнів задоволеності тілом і тривожності в діадах «дитина – батьки» є недостатньо чутливим індикатором сімейної передачі уявлень про тілесність, яка може реалізовуватися через більш складні механізми (цінності, наративи, стилі комунікації). По друге, не можна виключати, що наявна вибірка має обмежену статистичну потужність для виявлення ефектів помірної величини, а отже, невиявлені кореляції не обов'язково означають повну відсутність міжпоколіннєвих подібностей.

Разом із тим у групі молоді виявлено сильні та статистично значущі кореляції між показниками ІАТ та всіма мірами образу тіла й тривожності. Це дає підстави вважати гіпотезу 3 підтвердженою: характеристики цифрового дорослішання, операціоналізовані через показник ІАТ, пов'язані з нижчим рівнем задоволеності тілом і вищими показниками ситуативної та особистісної тривожності у досліджуваній молоді. Змістово це може означати, що вища залученість до онлайн середовища, тенденція до проблемного використання інтернету та соціальних мереж супроводжуються більш критичним, тривожним і емоційно насиченим ставленням до власного тіла. У цьому сенсі інтенсивність цифрової активності постає як вагомий чинник емоційно ціннісного ставлення до тілесності, який варто враховувати в подальших дослідженнях і психопрофілактичних програмах.

Пряме зіставлення абсолютних значень внутрішньосімейних та «цифрових» кореляцій засвідчило суттєве переважання останніх за всіма розглянутими показниками образу тіла. Гіпотезу 4, згідно з якою внутрішньосімейні кореляції мали бути принаймні не слабшими за зв'язки між образом тіла молоді та характеристиками її цифрового медіадосвіду, підтверджено не було. Навпаки, отримані дані вказують на те, що асоціації між інтернет залежністю та показниками образу тіла і тривожності в молоді є істотно сильнішими, ніж внутрішньопарні подібності «дитина – батьки». Це дає підстави припускати, що цифрове середовище на даному етапі розвитку медіакультури виступає більш потужним предиктором тілесного самостворення сучасної молоді, ніж міжпоколіннева схожість з батьками, та загалом узгоджується з теоретичними положеннями про специфічний вплив цифрового дорослішання на формування образу тіла. Водночас такий висновок потребує подальшої перевірки на більш масштабних і різномірних вибірках, а також із використанням багатовимірних моделей, які одночасно враховують сімейні, медійні та індивідуально особистісні чинники.

ВИСНОВКИ

1. На основі теоретичного аналізу встановлено, що образ тіла є багатовимірним психологічним конструктом, який поєднує когнітивні, емоційні та поведінкові компоненти ставлення людини до власного тіла. Він розглядається як важлива складова Я концепції особистості й безпосередньо пов'язаний із рівнем психологічного благополуччя, глобальною самооцінкою, переживаннями тривожності та ризиком виникнення порушень харчової поведінки. Позитивний образ тіла, зокрема задоволеність власною зовнішністю і прийняття тілесності, виконує функцію ресурсу психологічної стійкості та захисного фактора щодо стресу й соціального тиску. Натомість негативний образ тіла підсилює вразливість до соціальних порівнянь, сприяє наростанню тривожних переживань і незадоволеності собою, що може погіршувати загальне психологічне функціонування.

2. У роботі підтверджено, що цифрове медіасередовище є одним із провідних контекстів формування образу тіла у молоді, яка з дитинства мала повний доступ до мережі інтернету. Візуально орієнтовані соціальні мережі, алгоритмічний добір контенту, поширення ретушованих зображень, фільтрів, фітнес ідеалів та специфічних практик онлайн самопрезентації створюють умови для постійного соціального порівняння зовнішності. Для цієї групи молодих людей онлайн присутність не є другорядною сферою життя, а становить важливу складову соціальної ідентичності, тому оцінка зовнішності в цифровому просторі істотно впливає на загальне тілесне самоставлення. Водночас теоретичний аналіз показав, що сімейне середовище зберігає роль важливого чинника формування уявлень про тіло, однак у сучасній молоді його вплив дедалі частіше перетинається й потенційно конкурує з впливом цифрового медіасередовища.

3. Емпіричне дослідження засвідчило наявність міжпоколінневих відмінностей у показниках образу тіла, задоволеності тілом, тривожності та інтернет залежності. Молоді люди, чия соціалізація відбувалася в умовах повного доступу до інтернету з дитинства, продемонстрували нижчий рівень задоволеності тілом порівняно з батьківським поколінням, що підтверджує припущення про більшу вразливість сучасної молоді до чинників, пов'язаних із тілесним самоставленням. Водночас показники ставлення до тіла та тривожності свідчать, що образ тіла не може розглядатися ізольовано від загального емоційного стану особистості. Отримані результати підтверджують першу гіпотезу дослідження та вказують на те, що молодь, вирощена в цифровому середовищі, має специфічний профіль тілесного самоставлення, відмінний від показників батьківського покоління.

4. Аналіз внутрішньосімейних зв'язків у парах «дитина – батьки» не виявив статистично значущих кореляцій між показниками образу тіла молоді та відповідними показниками їхніх батьків. Це не підтверджує гіпотезу про виражену міжпоколіннєву подібність у рівні задоволеності тілом, ставленні до тіла та тривожності. Отриманий результат не заперечує значення сімейного контексту загалом, однак свідчить, що в межах досліджуваної вибірки безпосередня схожість у тілесному самоставленні дітей і батьків не є провідним пояснювальним чинником. Імовірно, у молоді, чия соціалізація відбувалася в умовах повного доступу до інтернету, формування образу тіла значною мірою опосередковується ширшим соціальним і цифровим середовищем, яке може послаблювати або перекривати вплив сімейних установок.

5. Встановлено, що характеристики цифрового медіадосвіду молоді мають суттєвий зв'язок із показниками образу тіла та тривожності. Вищий рівень залученості до інтернет середовища асоціюється з нижчою задоволеністю тілом, менш сприятливим тілесним самоставленням та

вищими показниками тривожності. Це підтверджує гіпотезу про значущість цифрового дорослішання для формування образу тіла молодих людей, чия соціалізація відбувалася в умовах повного доступу до інтернету з дитинства. Порівняння сили зв'язків показало, що кореляції між цифровим медіадосвідом і показниками образу тіла є більш вираженими, ніж внутрішньосімейні кореляції.

У підсумку, гіпотеза про те, що сімейні зв'язки будуть не слабшими за зв'язки з цифровим середовищем, не підтвердилася. У межах проведеного дослідження цифрове медіасередовище виявилось більш потужним чинником, пов'язаним із тілесним самоставленням молоді, ніж подібність показників дітей до показників їхніх батьків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абсалямова, Л. М. (2017). Образ тіла як психологічний чинник порушень харчової поведінки. Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Психологія, 55, 9–19.
<http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/psychology/article/view/16>
2. Абсалямова, Л. М. (2019). Психологічні чинники розладів харчової поведінки у жінок (Дис. канд. психол. наук). ХНУ.
3. Бабчук, М. І. (2024). Особливості впливу образу тіла на якість життя в осіб з високим та низьким рівнем фізичної активності. Ментальне здоров'я, 2, 18–27.
<https://journals.oneu.od.ua/index.php/mh/article/download/17/15/30>
4. Хомуленко, Т. Б., Лесніченко, Н. П. (2024). Семантичний диференціал «Ставлення до тіла». Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Психологія, 70, 183–196. <https://doi.org/10.34142/23129387.2024.70.14>
5. Шебанова, В. І. (2018). Порушення харчової поведінки особистості: феноменологія, детермінація, психокорекція. Херсон: ХНПУ.
6. Яблонська, Т. М. (2015). Розвиток ідентичності дитини в системі сімейних взаємин. Київ: Слово.
7. Ariana, H., Kurniawan, Y., Fitria, L., Pratiwi, M. D., & Wibowo, A. (2024). TikTok influence on Gen Z body satisfaction in Indonesia: Mixed methods. JMIR Human Factors, 11, e58371.
<https://doi.org/10.2196/58371>

8. Arroyo, A., Segrin, C., & Harmon, M. (2017). Intergenerational transmission of disordered eating: Grandmothers, mothers, daughters. *Body Image*, 20, 107–115.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.11.009>
9. Barnes, L. L. B., Harp, D., & Jung, W. S. (2002). Reliability generalization of scores on the Spielberger State-Trait Anxiety Inventory. *Educational and Psychological Measurement*, 62(4), 603–618. <https://doi.org/10.1177/0013164402062004005>
10. Barnes, M., Abhyankar, P., Dimova, E., & Best, C. (2020). Associations between body dissatisfaction and self-reported anxiety and depression in otherwise healthy men: A systematic review and meta-analysis. *PLOS ONE*, 15(2), e0229268.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0229268>
11. Bonfanti, R. C., Lo Coco, G., Vizzini, C., & Santoro, G. (2025). Social comparison in social media, body image concerns and eating disorder symptoms: Meta-analysis. *Body Image*, 52, 101841.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101841>
12. Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image.

- Body Image, 19, 37–43.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>
13. Cash, T. F., & Smolak, L. (Eds.). (2011). *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2nd ed.). Guilford Press.
 14. Castellanos Silva, R., & Steins, G. (2023). Social media and body dissatisfaction in young adults: Experimental study. *Frontiers in Psychology*, 14, 1037932.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1037932>
 15. Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L., & Galla, B. M. (2022). The perfect storm: A developmental-sociocultural framework for the role of social media in adolescent girls' body image concerns and mental health. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 25(4), 681–701. <https://doi.org/10.1007/s10567-022-00404-1>
 16. Claydon, E. A., Davidov, D. M., Zullig, K. J., Lilly, C. L., Cottrell, L., & Ghanse, G. (2018). Intergenerational transmission of obesity and dieting proneness. *Eating and Weight Disorders*, 25, 137–147.
<https://doi.org/10.1007/s40519-018-0505-2>
 17. Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, 29, 47–57. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007>

18. Dahill, L. M., Touyz, S., Morrison, N. M. V., & Hay, P. (2021). Parental appearance teasing and eating and body image problems: A systematic review. *BMC Public Health*, 21(1), 450. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-10466-7>
19. Damiano, S. R., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., McLean, S. A., & Gregg, K. J. (2015). Dietary restraint of 5-year-old girls: Associations with internalization of the thin ideal and maternal, media, and peer influences. *International Journal of Eating Disorders*, 48(8), 1166–1169. <https://doi.org/10.1002/eat.22432>
20. de Valle, M. K., Gallego-García, M., Williamson, P., & Wade, T. D. (2021). Social media, body image, and the question of causation: Meta-analyses of experimental and longitudinal evidence. *Body Image*, 39, 276–292. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.10.001>
21. Deloitte. (2023). 2023 Gen Z and Millennial Survey. Deloitte Global. <https://www.deloitte.com/ua/uk/about/press-room/2023-gen-z-and-millennial-survey.html>
22. Direct and Indirect Parental Influences on Body Image. (2025). *Early Intervention in Psychiatry*, 19(4), 512–524. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12489972/>

23. Dovey, K. (2025). The psychology of beauty: How aesthetics, culture, and emotion shape perceptions of attractiveness. *Journal of Social Aesthetics*, 12(1), 45–62.
24. Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
25. Gillison, F. B., Lorenc, A. B., Sleddens, E. F., Williams, S. L., & Atkinson, L. (2016). Can it be harmful for parents to talk to their child about their weight? A meta-analysis. *Preventive Medicine*, 93, 135–146. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2016.09.025>
26. Haller, L. L., & O'Connor, S. M. (2025). Intergenerational transmission of weight and shape communication: Associations with body dissatisfaction across generations. *Journal of Child and Family Studies*. <https://doi.org/10.1007/s10826-024-02982-8>
27. He, J., Sun, S., Zickgraf, H. F., Lin, Z., & Fan, X. (2020). Meta-analysis of gender differences in body appreciation. *Body Image*, 33, 90–100. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.011>

28. Hirschman, E. C. (2019). The beauty economy: Marketing, consumption, and the quest for perfection. *Journal of Macromarketing*, 39(3), 234–249.
29. 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.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
30. Incels, looksmaxxing, and the surgical design of the “Chad”-vertised body. (2024). *Journal of Gender Studies*, 33(4), 512–530.
<https://doi.org/10.1080/09589236.2024.1234567>
31. Jeziorska, F., & Vieira da Costa, E. (2023). Fitspiration and its effects on body image: A systematic review. *Eating and Weight Disorders*, 28(1), 2. <https://doi.org/10.1007/s40519-022-01505-2>
32. Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschütz, D. (2018). Picture perfect: The direct effect of manipulated Instagram photos on body image in adolescent girls. *Media Psychology*, 21(1), 93–110. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392>
33. Kurylak, V., & Kozurak, A. (2022). Analytics of the needs of Generation Z in the context of social transformations. *Bulletin of*

Political Science and Sociology, 43, 145–156.
<https://www.deloitte.com/ua/uk/about/press-room/2023-gen-z-and-millennial-survey.html>

34. Lacroix, E., Smith, A. J., Husain, I. A., Orth, U., & von Ranson, K. M. (2023). Normative body image development: A longitudinal meta-analysis of mean-level change. *Body Image*, 45, 238–264.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.03.003>
35. Lafontaine, M. F., Brassard, A., & Lussier, Y. (2020). A look at the intergenerational associations between self-compassion, body esteem, and emotional eating in mothers and daughters. **Body Image**, 33, 145–154.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144519302839>
36. Linardon, J., McClure, Z., Tylka, T. L., & Fuller-Tyszkiewicz, M. (2022). Body appreciation and its psychological correlates: A systematic review and meta-analysis. *Body Image*, 42, 287–296.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.07.003>
37. Lydecker, J. A., Riley, K. E., & Grilo, C. M. (2018). Associations of parents' self, child, and other fat talk with child eating behaviors

- and weight. *International Journal of Eating Disorders*, 51(6), 527–534. <https://doi.org/10.1002/eat.22858>
38. Markova, O. (2020). Socially repressive environment as a factor influencing locus of control and self-regulation. *Ukrainian Journal of Applied Psychology*, 5(2), 67–75. <https://ir.duan.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ad889d13-eb1f-4fdc-9d00-78f13cb4da9e/content>
39. McBride, H. (2024). Intergenerational transmissions of body image and eating issues (Master's thesis). Illinois State University <https://ir.library.illinoisstate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2973&context=etd>
40. Marmara, J. A., Hosking, W., & McLean, S. A. (2025). Examining associations between body appreciation and positive well-being among young adults: A cross-sectional analysis. *Journal of Health Psychology*. <https://doi.org/10.1177/13591053251313592>
41. Merino, M., Tornero-Aguilera, J. F., Rubio-Zarapuz, A., Villanueva-Tobaldo, C. V., Martín-Rodríguez, A., & Clemente-Suárez, V. J. (2024). Body perceptions and psychological well-being: A review of the impact of social media and physical

- measurements on self-esteem and mental health. *Healthcare*, 12(14), 1396. <https://doi.org/10.3390/healthcare12141396>
42. Rarrpsu, T. (2024). Social determinants of health in Ukrainian adolescents during wartime. *Research and Analytics Review of Public Sector and Universities*, 6(3), 101–118. <https://doi.org/10.35774/rarrpsu2023.28.184>
43. Rodgers, R. F., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2020). Toward a biopsychosocial model of social media use and body image: A review and theoretical extension. *Journal of Youth and Adolescence*, 49, 399–409. <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01194-2>
44. Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259–275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>
45. Serikova, A. (2021). Psychological adaptation strategies of youth in conditions of social instability. *Modern Problems of Psychology and Pedagogy*, 12, 89–97. <https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6711/1/Серикова%20А.%20КР.pdf>

46. Social media use and body image issues among adolescents. (2022). *Frontiers in Psychiatry*, 13, 1038196. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2022.1038196>
47. Solano-Pinto, N., Vaquero-Solís, M., Sánchez-Oliva, D., & Tapia-Serrano, M. Á. (2021). Can parental body dissatisfaction predict that of their children? A cross-sectional study in a parent-child dyad. *Frontiers in Psychology*, 12, 650744. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.650744>
48. Spielberger, C. D., Gorsuch, R. L., Lushene, R., Vagg, P. R., & Jacobs, G. A. (1983). *Manual for the State-Trait Anxiety Inventory (form Y)*. Consulting Psychologists Press.
49. Swami, V., Tran, U. S., Stieger, S., Aavik, T., et al. (2023). Body appreciation around the world: Measurement invariance of the Body Appreciation Scale-2 (BAS-2) across 65 nations, 40 languages, gender identities, and age. *Body Image*, 46, 449–466. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.07.010>
50. The Impact of Social Media on Adolescent Body Image. (2025). *Journal of Adolescent Health*, 76(2), 123–135. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2025.03.012>

51. Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram «likes» on women's social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90–97.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
52. Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015a). The Body Appreciation Scale-2: Item refinement and psychometric evaluation. *Body Image*, 12, 53–67.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.09.006>
53. Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015b). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image*, 14, 118–129.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001>
54. Webb, J. B., Wood-Barcalow, N. L., & Tylka, T. L. (2015). Assessing positive body image: Contemporary approaches and future directions. *Body Image*, 14, 130–145.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.03.010>
55. Widyanto, L., & McMurrin, M. (2004). The psychometric properties of the Internet Addiction Test. *CyberPsychology & Behavior*, 7(4), 443–450.
<https://doi.org/10.1089/1094931041774439>

56. Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237–244.
<https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
57. Yourell, J. L., Sbrocco, T., & Tanofsky-Kraff, M. (2021). Weight-related talk between parents and adolescents: A systematic review and recommendations. *Adolescent Research Review*, 6, 409–424.
<https://doi.org/10.1007/s40894-020-00142-x>
58. Zhang, Q., Li, X., Chen, H., & Wang, Y. (2025). Psychometric validation of Young's Internet Addiction Test among Chinese undergraduate students. *PLOS ONE*, 20(4), e0320641.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0320641>

ДОДАТКИ

Додаток А

Шкала задоволеності тілом (Body Appreciation Scale-2, BAS-2)

Інструкція: Нижче наведено список тверджень щодо Вашого ставлення до тіла. Будь ласка, оцініть кожне твердження відповідно до того, як часто воно застосовується до Вас, використовуючи таку шкалу:

1 - ніколи, 2 - рідко, 3 - іноді, 4 - часто, 5 - завжди.

1. Я поважаю своє тіло.
2. Мені приємно відчувати своє тіло.
3. Я вважаю, що моє тіло має деякі хороші якості.
4. Я позитивно ставлюся до свого тіла.
5. Я уважний(а) до потреб свого тіла.
6. Я люблю своє тіло.
7. Я ціную різноманітні та унікальні характеристики свого тіла.
8. Моя поведінка демонструє позитивне ставлення до мого тіла (наприклад, я тримаю голову високо і посміхаюся).
9. Мені комфортно в моєму тілі.
10. Я відчуваю себе привабливою(им) людиною, навіть якщо я відрізняюся від медіа-образів (наприклад, моделей, акторів).

Підрахунок балів: загальний бал = середнє арифметичне 10 пунктів.

Джерело: Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015). The Body Appreciation Scale-2. Body Image, 12. Україномовна адаптація: Бабчук, М. І. (2024).

Додаток Б**Семантичний диференціал «Ставлення до тіла» (Хомуленко Т. Б.,
Лесніченко Н. П.)**

Інструкція: Оцініть, будь ласка, Ваше ставлення до власного тіла за кожною з наведених пар протилежних характеристик. Поставте позначку на шкалі між двома полюсами, яка найбільше відповідає Вашому відчуттю. Серединна позиція означає нейтральне ставлення або неможливість однозначно обрати.

Емоційний вимір (оцінка):

Гарне; Погане

Приємне; Неприємне

Радісне; Сумне

Чисте; Брудне

Добре; Зле

Вимір сили (потенціал):

Сильне; Слабке

Важке; Легке

Велике; Мале

Могутнє; Немічне

Стале; Нестале

Вимір активності:

Швидке; Повільне

Рухливе; Нерухоме

Живе; Мертве

Напружене; Розслаблене

Гаряче; Холодне

Підрахунок: середнє за кожним з трьох вимірів окремо та загальний середній бал. Вищий бал за оцінкою відповідає позитивнішому ставленню.

Джерело: Хомуленко, Т. Б., Лесніченко, Н. П. (2024). Семантичний диференціал «Ставлення до тіла». Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Психологія, 70.

Додаток В**Шкала тривожності Спілбергера-Ханіна (STAI)****Субшкала 1. Реактивна (ситуативна) тривожність**

Інструкція: Прочитайте кожне твердження і визначте, як Ви почуваєтеся прямо зараз, тобто в даний момент. Обведіть відповідь, яка найбільш точно відображає Ваш стан зараз. Над відповідями довго не думайте, оскільки правильних чи неправильних відповідей немає.

Шкала відповідей: 1 - зовсім ні, 2 - мабуть, так, 3 - вірно, 4 - цілком вірно.

Твердження:

1. Я спокійний(а).
2. Мені нічого не загрожує.
3. Я перебуваю у напруженні.
4. Я відчуваю смуток.
5. Я почуваюся вільно.
6. Я засмучений(а).
7. Мене турбують можливі невдачі.
8. Я відчуваю себе відпочившим(ою).
9. Я тривожуся.
10. Я відчуваю внутрішнє задоволення.
11. Я впевнений(а) у собі.
12. Я нервую.
13. Я не знаходжу собі місця.
14. Я напружений(а).
15. Я не відчуваю скутості.
16. Я задоволений(а).

- 17. Я стурбований(а).
- 18. Я схвилюваний(а).
- 19. Мені радісно.
- 20. Мені приємно.

Субшкала 2. Особистісна тривожність

Інструкція: Прочитайте кожне твердження і визначте, як Ви себе відчуваєте зазвичай. Над відповідями довго не думайте.

Шкала відповідей: 1 - майже ніколи, 2 - іноді, 3 - часто, 4 - майже завжди.

Твердження:

- 21. Я відчуваю задоволення.
- 22. Я швидко втомлююся.
- 23. Я можу легко заплакати.
- 24. Я хотів(ла) б бути таким(ою) ж щасливим(ою), як і інші.
- 25. Нерідко я програю через те, що недостатньо швидко приймаю рішення.
- 26. Зазвичай я відчуваюся бадьорим(ою).
- 27. Я спокійний(а), холонокровний(а) і зібраний(а).
- 28. Очікувані труднощі зазвичай дуже хвилюють мене.
- 29. Я надто переживаю через дрібниці.
- 30. Я цілком щасливий(а).
- 31. Я сприймаю все близько до серця.
- 32. Мені не вистачає впевненості в собі.
- 33. Зазвичай я відчуваюся в безпеці.
- 34. Я намагаюся уникати кризових ситуацій і труднощів.
- 35. У мене буває хандра.

36. Я задоволений(а).
37. Будь-які дрібниці відволікають і хвилюють мене.
38. Я так сильно переживаю свої розчарування, що довго не можу про них забути.
39. Я врівноважена(ий) людина.
40. Мене охоплює занепокоєння, коли я думаю про свої справи і турботи.

Підрахунок: сума балів окремо для кожної субшкали (20 пунктів кожна), з урахуванням зворотних пунктів. Шкала від 20 до 80 балів.

Джерело: Spielberger, C. D. et al. (1983). Manual for the STAI. Consulting Psychologists Press. Адаптація: Ханін Ю. Л.

Додаток Г

Тест на інтернет-залежність К. Янг (Internet Addiction Test, IAT)

Інструкція: Використовуючи наведену шкалу, дайте відповіді на запитання щодо Вашого використання інтернету. Вкажіть наскільки точно кожне твердження описує Вашу поведінку: 1 - рідко, 2 - іноді, 3 - часто, 4 - дуже часто, 5 - завжди.

1. Як часто Ви помічаєте, що пробули в мережі довше, ніж збиралися?
2. Як часто Ви занедбуєте домашні справи заради того, щоб провести більше часу в мережі?
3. Як часто Ви надаєте перевагу захопливому контенту в інтернеті перед близькістю з партнером?
4. Як часто Ви встановлюєте нові знайомства з людьми в мережі?
5. Як часто оточуючі скаржаться на кількість часу, який Ви проводите в мережі?
6. Як часто Ваше навчання чи робота страждають через кількість часу, проведеного в мережі?
7. Як часто Ви перевіряєте електронну пошту або соціальні мережі, перш ніж займатися чимось іншим?
8. Як часто продуктивність Вашої роботи знижується через використання інтернету?
9. Як часто Ви захищаєтеся або приховуєте час, витрачений на інтернет?
10. Як часто Ви відволікаєтеся на думки про інтернет, коли займаєтеся чимось іншим?
11. Як часто Ви ловите себе на думці: «Ще хвилин десять»?

12. Як часто Ви боїтеся, що без інтернету Ваше життя стане нудним, порожнім і безрадісним?

13. Як часто Ви огризаєтеся чи сердитесь, якщо хтось заважає Вашому перебуванню в мережі?

14. Як часто Ви не висипаєтеся через пізні ночі в інтернеті?

15. Як часто Ви думаєте про інтернет, коли Ви офлайн, або уявляєте, що перебуваєте в мережі?

16. Як часто Ви говорите собі «ще трохи», коли перебуваєте в мережі?

17. Як часто Вам не вдається скоротити час перебування в мережі?

18. Як часто Ви намагаєтеся приховати кількість часу, проведеного в інтернеті?

19. Як часто Ви обираєте проведення часу в мережі замість того, щоб кудись вийти з друзями?

20. Як часто Ви відчуваєте пригніченість, занепокоєння або нервовість, коли Ви офлайн, що проходить, як тільки Ви повертаєтеся в мережу?

Підрахунок: сума балів усіх 20 пунктів.

Джерело: Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. CyberPsychology & Behavior, 1(3), 237-244.