

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ХАРЧОВУ ПОВЕДІНКУ КОРИСТУВАЧІВ

Шеремета Сергій

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,
м.Київ, Україна

phomestuck@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6516-5402>

Мета. Здійснити дослідження впливу соціальних мереж на харчову поведінку користувачів із подальшим аналізом чинників, що опосередковують такий вплив.

Методи. Було здійснено емпіричне дослідження із використанням порівняльного та кореляційного аналізу. Вибірка складала 50 респондентів. із використанням попередньої анкети респондента, Нідерландського опитувальника харчової поведінки (DEBQ), Шкала інтуїтивного харчування – 2 (IES-2 Т. Тулка) в адаптації Ящишиної Ю., Фатєєвої М., Комфортний спосіб медіакомунікації І. Підгірної, шкали Селфетісу та Кіберкомунікативної адикції «Тест-опитувальник на виявлення кіберадикції» (ТОК) Асєєва Ю. О., Аймедов К. В.

Результати. Досліджено, що групи респондентів можуть мати однакові показники використання соціальних мереж та їхні середні значення опитувальників харчової поведінки є часто досить різними та можуть вказувати на схильності або ж відсутність порушень харчової поведінки. Групи респондентів, що бажають змінити свою фігуру та звертають увагу на фото інших людей в соціальних мережах схильні до більшого обмеження себе та схильності до емоціогенного порушення харчової поведінки. Відповідно до цього важливо не лише вимірювати кількість затраченого часу, а й аналізувати як соціальні мережі використовують самі ж користувачі.

Висновки. За результатами дослідження виявлено, що показники шкал порушень харчової поведінки та інтуїтивності харчування можуть вказувати за вихід показника норми або ж свідчать про негативний вплив на особистість в різних групах досліджуваних (чоловіки, бажання схуднути, звертання уваги на фото і т.п.). Проте складно стверджувати, що саме затрачений час на використання соціальних мереж здійснює негативний вплив на особистість та її харчову поведінку. Відповідно до цього важливо не лише вимірювати кількість затраченого часу, а й аналізувати як соціальні мережі використовують самі ж користувачі. Порівняння користувачів, що спостерігають за групами схуднення

та фітнес контентом із загальною групою користувачів соціальних мереж дають більш чіткі дані про власне вплив соціальних мереж на особистість.

Ключові слова: порушення харчової поведінки, схуднення, соціальні мережі.

Serhii Sheremeta. A study of the impact of social media on the eating behavior of users.

Purpose. To study the impact of social media on users' eating behavior, followed by an analysis of the factors that mediate this impact.

Methods. An empirical study was conducted using comparative and correlation analysis. The sample consisted of 50 respondents using a preliminary questionnaire, the Dutch Eating Behavior Questionnaire (DEBQ), the Intuitive Eating Scale - 2 (IES-2 by T. Tylka) in the adaptation of Yashchyshina Yu, Fateeva M., Comfortable way of media communication by I. Pidhirna, Self-efficacy scale and Cyber addiction "Cyber Addiction Test Questionnaire" (TQ) by Y. Aseyeva, K. Aymedov.

Results. It has been shown that groups of respondents may have the same indicators of social media use and their average values of eating behavior questionnaires are often different and may indicate a tendency or absence of eating disorders. Groups of respondents who want to change their body shape and pay attention to other people's photos on social networks are more likely to limit themselves and to be prone to emotional eating disorders.

Conclusion. The study found that the scores of the eating disorders and intuitive eating scales may indicate an abnormal value or indicate a negative impact on the personality in different groups of subjects (men, desire to lose weight, attention to photos, etc.). However, it is difficult to argue that it is the time spent on social media that has a negative impact on a person and their eating behavior. Accordingly, it is important not only to measure the amount of time spent, but also to analyze how social media is used by the users themselves. Comparing users who follow weight loss groups and fitness content with the general group of social media users provides clearer data on the actual impact of social media on the individual.

Key words: eating disorders, weight loss, social media.

Вступ. Харчова поведінка явище багато в чому соціальне, адже із нормами культури в людини формується ставлення до процесу їди. Саме поняття «харчова поведінка» описується різними авторами, проте чітко визначеного, загальноприйнятого терміну немає. Харчова поведінка включає установки, форми поведінки, звички й емоції, що стосуються їжі та є індивідуальними для кожної особистості, оскільки, споживаючи їжу, людина вкладає в цей процес особистий смисл, настрій та зміст (Федотова, Кихтюк, Кульчицька, 2019).

Саме ці установки і форми поведінки формуються з досвіду взаємодії із суспільством після чого стають власним надбанням людини. Слід зазначити, що все більше соціальні мережі почали переймати на себе функцію соціального інституту. Таким чином, вони є одним з провідних ретрансляторів культури й водночас сприяють формуванню нових культур, в яких люди як соціальні істоти функціонують. Соціальні мережі сприяють створенню осередків людей, котрі віднаходять подібних до себе або ж прагнуть переймати досвід інших і залучаються у соціум. Однією з найбільших переваг є швидкий доступ до взаємодії з іншими людьми, що сприяє швидкому росту популярності соціальних мереж (Шеремета, 2023).

Соціальні мережі – це платформи всесвітньої глобальної мережі, де користувачі мають можливість ділитись різного виду контентом (зображення, відео, текст і т.п.) та мають змогу реагувати й взаємодіяти в межах певної платформи (Young 1998).

Здійснивши аналіз попередніх досліджень допомогою Google Scholar, було виявлено, часто науковці виділяються соціальний фактор, як один з основних, що впливає на харчову поведінку (Ганзуля, Абсалямова, 2022; Серга, Білоусенко, 2022; Сиротенко, Бугайова, 2023). Виявлено дослідження пов'язані з темою впливу соціальних мереж на особистість (Березовська, 2020; Бохонкова, Хунов, Сербін, 2018; Найдьонова, 2016; Підгірна, 2016; Стрільчук, 2020). Проте, емпіричних досліджень в яких аналізується власне вплив соціальних мереж на харчову поведінку бракує серед українських наукових праць. Переважно такі роботи зосереджують на кількісному аналізі проведеного часу користувачів соціальних мереж та результатів опитувальників спрямованих на виявлення порушень харчової поведінки.

Це призводить до спрощеного бачення проблеми. В таких дослідженнях не беруться до уваги:

- Аналіз контенту, що споживають користувачі;
- Взаємодія користувачів із контентом соціальних мереж;
- Особливості поводження в соціальних мережах.

Серед сучасних досліджень в анголомовній літературі таких наукових праць значно більше, зокрема, що мережа Facebook може впливати на прийняті норми щодо фактичного споживання і норми, схваленням або заборонаю. Соціальні мережі можуть по-різному впливати на споживання низькокалорійних і висококалорійних

продуктів і напоїв. (Hawkins, Farrow, Thomas, 2020). Дослідження про вплив однолітків у середовищі соціальних мереж охоплює спектр від здорового харчування до розладів харчової поведінки (Chung, Vieira, Donley, Tan, Jean-Louis, Kiely, 2021).

В іншому дослідженні серед студентів визначили, що існує зв'язок тривалості використання Instagram та харчової поведінки (Selvi, Evawany, Etti, 2020).

Ці результати показують, що соціальні мережі справді можуть впливати на харчову поведінку, проте вплив може бути різноманітний. Досі складно виокремити чинники які сприяють негативному або позитивному впливу на харчову поведінку користувачів.

Відповідно до цього **метою роботи** було здійснити дослідження впливу соціальних мереж на харчову поведінку користувачів із подальшим аналізом чинників, що опосередковують такий вплив.

Методи та процедура дослідження. Дослідження проводилось за допомогою гугл-форми, що дало змогу розширити географію дослідження і включити у вибірку мешканців багатьох міст України. Респонденти були відібрані серед індивідів, що є користувачами соціальних мереж Instagram, Facebook, Telegram, Twitter та Tik-Tok, зокрема учасників запитували про їхню приналежність до груп з теми харчування, фітнес-контенту або ж каналів пов'язаних із схудненням.

Методики дослідження були розподілені на декілька провідних параметрів за якими власне здійснювалось дослідження. Параметри були розподілені на 3 групи: загальна інформація, особливості харчової поведінки та особливості використання соціальних мереж.

Відповідно першою групою *дослідження загальної інформації* про респондентів та аналіз споживаного контенту соціальних мереж - анкета респондента. При аналізі даних визначалось середнє значення отриманих показників. Показники індексу маси тіла визначались за наступними критеріями: менше 18.5 - низький; 18.5-24.9 - норма; 25-29.9 - зайва вага; 30 + - ожиріння відповідно до рекомендацій МОЗ України.

Другою групою параметрів є *дослідження особливостей харчової поведінки*, що досліджувалось за Нідерландським опитувальником харчової поведінки (DEBQ)- вивчення основних типів харчової поведінки: обмежувального, емоціогенного та

екстернального. За показниками шкал DEBQ O - сер. 2.4; DEBQ EM - сер. 1.8; DEBQ EK - сер. 2.7 (Федотова, Кихтюк, Кульчицька, 2021). Також за Шкалою інтуїтивного харчування – 2 (IES-2 Т. Тулка) в адаптації Ящишиної Ю., Фатєєвої М., - для оцінки харчової поведінки і пов'язаної з нею харчової інтуїції – «схильності людей слідувати власним фізичним ознакам голоду та ситості при визначенні того, коли і що їм з'їсти. Інтерпретація результатів дослідження відповідно до низького рівня від 2,3 до 3,13. Середній рівень – 3,14–3,7. Рівень вище середнього – 3,71–4,6. Високий рівень – 4,7–5 (Фатєєва, 2019; Тулка, Kroon, 2019).

Третьою групою є *особливості використання соціальних мереж*. Психодіагностичний інструментарій використаний для дослідження визначеного параметру використовувалась «Комфортний спосіб медіакомунікації» І. Підгірної - виявлення «індивідуального стилю медіакомунікації» особистості. Аналіз результатів: 3 – 4 бали – низький рівень активності; 5 – 7 балів – середній рівень активності; 8 – 9 балів – високий рівень активності (Підгарна, 2016). Також за шкалами Селфетісу та Кіберкомунікативної адикції «Тест-опитувальник на виявлення кіберадикції» (ТОК) Асєєва Ю. О., Аймедов К. В., для визначення ймовірності наявності кібер-адикції за відповідними шкалами. Відповідно до результатів опитувальника 17-24 балів - відсутність; 25-34 бали - норма; 35-51 бали - 1-й ступінь адикції; 52-68 бали - 2-й ступінь адикції; 69-85 бали - 3-й ступінь адикції (Асєєва, 2021).

Статистична обробка результатів дослідження здійснювалась в програмі StatPlus для операційної системи IOS. Серед методів математичної обробки даних було використано порівняльний аналіз.

При здійсненні порівняльного аналізу було виділено наступні диференціальні критерії: чоловіки та жінки; показник ІМТ норма чи вихід за її межі; звертання уваги респондентів на фото в соціальних мережах або ж не звертання уваги на фото в соціальних мережах серед користувачів; задоволеність чи не задоволеність власною формою та вагою тіла, що продемонстровано в результатах таблиці пілотажного дослідження наведеного нижче.

Обговорення результатів. Вибірка дослідження складала 50 респондентів серед яких 34 жінки та 16 чоловіків. Середній вік вибірки 30.4 роки, всі респонденти є впевненими користувачами соціальних мереж.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз частина 1. (сер.знач)

Критерій	Чоловіки	Жінки	ІМТ в межах норми	ІМТ поза межею норми
№	16	34	30	20
Вік	31,625±7,88987	29,91176±8,46872	31,23333±8,19034	29,3±8,40489
Індекс маси тіла	31,625±7,88987	23,43235±4,57011	21,53667±1,97998	27,25±4,8245
Годин роботи в день	7,28125±2,42191	7,42941±3,06599	7,71034±2,83692	7,71034±2,83692
Годин відпочинку в день	3,09375±1,93407	2,85294±2,04321	2,63793±1,60855	3,5±2,34521
Екранний час	3,34375±2,20755	3,88529±2,71395	3,94333±3,08295	3,365±1,4456
Групи для схудення	0,0625±0,25	0,98529±1,57386	0,83333±1,50478	0,475±1,14104
Фітнес контент	0,8125±1,79699	1,42647±1,90348	1,18333±1,71948	1,3±2,12999
DEBQ O	1,91875±0,87195	2,37059±0,92164	2,14±0,91712	2,355±0,93779
DEBQ EM	1,875±0,77589	2,20882±1,09333	2,11±1,07298	2,09±0,92617
DEBQ EK	3,11875±0,73776	2,95294±0,52986	2,93±0,51805	3,12±0,70755
Шкала інтуїтивного харчування	3,45625±0,73663	3,4±0,75518	3,4±0,7254	3,445±0,78504
Безумовний дозвіл	3,48125±0,57413	3,73824±0,85529	3,66333±0,86681	3,645±0,64927
Їжа на фіз. голод	3,78125±0,78928	3,30588±1,05886	3,42±1,01315	3,515±0,99804
Покладаюсь на сигнали голоду/ситості	3,10625±1,16874	3,22059±1,04266	3,38667±1,00883	2,88±1,12184
Гармонія їжі і тіла	3,1±1,12131	3,42353±0,91156	3,41±0,95605	3,185±1,03378

Таблиця 1

Порівняльний аналіз частина 1. (сер.знач)

Рівень активності використання медіа	8,5±0,63246	8,67647±0,53488	8,6±0,56324	8,65±0,58714
Рівень активності с.м	9,1875±2,34432	11,02941±2,15301	10,6±2,51341	10,2±2,14231
Особливості саморезентації	13,125±2,27669	12,85294±2,21746	12,66667±2,00574	13,35±2,49789
Встановлення контактів	12,5±2,3094	12,58824±2,18975	12,76667±2,22344	12,25±2,19749
Особливості створення повідомлень	8±2,73252	8,32353±1,66462	8,6±2,15918	7,65±1,75544
ТОК (Кіберкомунікація)	30,5±7,08049	34,64706±9,73865	34,16667±10,51791	32,05±6,51698
ТОК (Селфетіс)	20,875±5,0448	24±6,70594	24,33333±7,44327	21±3,49436

Відповідно до результатів дослідження за поділом вибірки на **чоловіків та жінок** було визначено наступні результати дослідження.

1. За параметром «Загальна інформація про респондентів та аналіз споживаного контенту соціальних мереж» не було виявлено суттєвих відмінностей в наведених показниках, що свідчить про подібність стилю життя та використання власного часу.

2. За параметром «Дослідження особливостей харчової поведінки»:

За опитувальником DEBQ виявлено, що показник DEBQ O в чоловіків менший (1.9), що вказує на менше обмеження в їжі та вони схильні менше контролювати кількість та якість спожитої їжі, ніж жінки (2.3). Показник DEBQ EM вказує, що жінки більш схильні до заїдання при переживанні астенічних емоцій (2.2), а DEBQ EK вказує на схильність чоловіків переїдати за компанію, а також їм складніше себе утримувати при гарно та/або смачно оформленій страві (3.1), ніж жінкам (2.9). За Шкалою інтуїтивного харчування-2 Т. Тілкі (адаптація Ящишиної-Фатєєвої) виявлено, що чоловіки менше покаладаються на відчуття голоду/ситості (3.1) та якості вживання продуктів відповідно до власних тілесних особливостей (3.1), в жінок цей показник в рамках середнього.

3. За параметром «Особливості використання соціальних мереж» було виявлено, що жінки більше схильні до кіберкомунікативної адикції, ніж чоловіки, хоча показники в межах норм (34.6).

За іншим критерієм **норми та виходу за межі норми показнику ІМТ** виявлено наступні результати:

1. За параметром «Загальна інформація про респондентів та аналіз споживаного контенту соціальних мереж» не було виявлено суттєвих відмінностей в наведених показниках

2. Параметр «Дослідження особливостей харчової поведінки»:

DEBQ ЕК вказує на схильність людей за межами норми ІМТ переїдати за компанію, а також їм складніше себе утримувати при гарно та/або смачно оформленій страві (3.1).

За Шкалою інтуїтивного харчування - 2 Т. Тільки (адаптація Ящишиної-Фатєєвої) людям, що виходять за межі ІМТ менше покладаються на відчуття голоду/ситості (2.8) та якості вживання продуктів відповідно до власних тілесних особливостей (3.1).

3. За параметром «Особливості використання соціальних мереж» було виявлено, що респонденти нормою ІМТ більше схильні до кіберкомунікативної адикції, хоча показники в межах норми опитувальника (34.1).

Наступні визначені критерії власне стосуються використання соціальних мереж для схуднення. Критерії **«звертання уваги на фото»** та **«задоволеність власною фігурою»** слугують водночас своєрідним тригером внутрішньої динаміки яка запускається в користувача соціальних мереж для зміни та соціальні мережі тут можуть виступати як засобом, що може допомагати схуднути або ж навпаки до виникнення порушень харчової поведінки.

Таблиця 2

Порівняльний аналіз частина 2. (сер.знач)

Критерій	Звертають увагу на фігуру на фото	Не звертають уваги на фігуру на фото	Задоволені власною фігурою	Хочуть змінити власну фігуру
№	32	18	17	33

Таблиця 2

Порівняльний аналіз частина 2. (сер.знач)

Вік	30,53125±8,25397	30,33333±8,47141	33,52941±9,45461	28,90625±7,31485
Індекс маси тіла	23,7625±4,71277	23,92778±3,90186	22,17647±3,39863	24,6697±4,65393
Годин роботи в день	7,19677±3,07696	8,11111±1,70255	7,64706±2,92492	7,47188±2,57535
Годин відпочинку в день	2,72581±1,64742	3,44444±2,40642	3,53125±2,53948	2,72727±1,60122
Екранний час	4,01562±2,8161	3,17222±1,96013	3,74706±2,47617	3,69394±2,62928
Групи для схудення	0,95313±1,50996	0,22222±0,94281	0,05882±0,24254	1,01515±1,58846
Фітнес контент	1,54688±1,91075	0,66667±1,71499	0,67647±1,31031	1,51515±2,06717
DEBQ O	2,38125±0,92508	1,95±0,87397	1,82353±0,74038	2,43333±0,94725
DEBQ EM	2,2625±1,06461	1,81667±0,84939	1,54118±0,65198	2,39091±1,04264
DEBQ EK	3,025±0,49121	2,97222±0,77521	2,75882±0,69647	3,13333±0,51214
Шкала інтуїтивного харчування	3,36562±0,74471	3,51111±0,74981	3,75882±0,59588	3,24242±0,75665
Безумовний дозвіл	3,6625±0,88272	3,64444±0,57622	4,00588±0,69953	3,47576±0,76691
Їжа на фіз. голод	3,30938±0,99234	3,72222±0,97953	3,77647±0,81818	3,29394±1,05295
Покладаюсь на сигнали голоду/ситості	3,16562±1,04314	3,21667±1,15669	3,67059±0,8673	2,93333±1,09506
Гармонія їжі і тіла	3,44062±0,96147	3,10556±1,01371	3,37059±1,17195	3,29394±0,89055
Рівень активності використання медіа	8,65625±0,60158	8,55556±0,51131	8,70588±0,46967	8,57576±0,61392
Рівень активності с.м	11,1875±2,08586	9,11111±2,27231	9,76471±2,48821	10,78788±2,24663

Таблиця 2

Порівняльний аналіз частина 2. (сер.знач)

Особливості саморезентації	12,625±2,15152	13,5±2,28164	12,88235±2,39485	12,9697±2,15762
Встановлення контактів	12,4375±2,1393	12,77778±2,36533	12,94118±2,60937	12,36364±1,98145
Особливості створення повідомлень	8,40625±2,13812	7,88889±1,87519	7,58824±1,58346	8,54545±2,19504
ТОК (Кіберкомунікація)	36,21875±9,42794	28,16667±5,77265	29,17647±7,17847	35,45455±9,35779
ТОК (Селфетіс)	24±6,82027	21,22222±5,09389	21,82353±4,74652	23,60606±7,01756

При порівняльному аналізі середніх значень за критерієм звертання уваги на фото серед респондентів виявлено наступні результати:

1. За параметром *«Загальна інформація про респондентів та аналіз споживаного контенту соціальних мереж»*:

Користувачі соціальних мереж, які звертають увагу на фото інших більше схильні до споглядання контенту пов'язаного із схудненням та фітнесу (0.9 та 1.5).

2. Параметр *«Дослідження особливостей харчової поведінки»*:

За опитувальником DEBQ показник обмежувальної харчової поведінки та емоціогенної поведінки респонденти, що не звертають увагу на фігури інших мають нижчі показники (1.9) та (1.8) відповідно. Що вказує на менший контроль стосовно їжі та меншу схильність переїдати через емоції, чого власне бракує іншій досліджуваній групі. Також обидві групи схильні до переїдання за компанію. Опитувальник інтуїтивності харчування вказує на низький рівень покладання на відчуття в голоду в респондентів, що фокусують увагу на фігурах інших людей на фото (3.1). Водночас група, що не звертає увагу на фото має низький рівень гармонії їжа та тіло, що свідчить про вживання менш якісної їжі для свого тіла (3.1).

3. За параметром *«Особливості використання соціальних мереж»* було виявлено, що респонденти першої порівнювальної групи схильні до Кіберкомунікативної адикції 1-ступеня.

Останнім критерієм порівняльного аналізу є задоволеність або ж бажання змінити власну фігуру. Серед респондентів виявлено такі результати:

1. Параметр «Загальна інформація про респондентів та аналіз споживаного контенту соціальних мереж» вказує, що респонденти котрі хочуть змінити власну фігуру більше слідкують за групами для схуднення (1) та фітнес контентом (1.5).

2. Параметр «Дослідження особливостей харчової поведінки» результати опитувальника DEBQ свідчать про те, що задоволеність власною фігурою сприяє меншому обмеженню в їжі (1.8), проте бажання змінити власну фігуру в респондентів вказує на їхню меншу стриманість в переїданні, коли почувають емоції (2.3). Також таким респондентам притаманна схильність до екстернальної харчової поведінки (3.1) та низький рівень покладання на відчуття голоду.

3. За параметром «Особливості використання соціальних мереж» виявлено, що респонденти із бажанням змінити фігуру схильні до Кіберкомунікативної адикції 1-ступеня.

Обчислення кореляційного аналізу за Спірменом показали взаємозв'язки за наступними показниками:

1) Шкала DEBQ ЕМ і шкал Інтуїтивного харчування ($r = -0.6$), Їжа та фізичний голод ($r = -0.6$) та шкали Кіберкомунікації опитувальника ТОК ($r = 0.5$);

2) Шкала інтуїтивного харчування має зв'язок із шкалами Безумовний дозвіл ($r = 0.5$), Їжа на фізичний голод ($r = 0.7$), Покладаюсь на сигнали голоду/ситості ($r = 0.8$) та Гармонія їжі і тіла ($r = 0.5$);

3) Існує зв'язок між шкалою Безумовний дозвіл і Покладаюсь на сигнали голоду/ситості ($r = 0.5$);

4) Показник рівня активності користування соціальними мережами показав на зв'язок шкал Кіберкомунікація ($r = 0.5$) та Селфетісу ($r = 0.6$) опитувальника ТОК;

5) Опитувальник ТОК вказав на кореляцію між шкалами опитувальника ($r = 0.6$);

6) Показник екранного часу вказав на кореляцію із рівнем активності використання соціальних мереж ($r = 0.5$), особливості самопрезентації ($r = -0.5$) та показниками Кіберкомунікації ($r = 0.5$) й Селфетісу ($r = 0.5$).

Подані результати свідчать про те, що нам не вдалось виявити прямі кореляції між використання соціальних мереж та порушенням

харчової поведінки або ж загалом впливом на харчову поведінку. Водночас існує обернений зв'язок між емоціогенною харчовою поведінкою та інтуїтивним харчуванням. Існує кореляція між використанням соціальних мереж та кіберрадикацією серед респондентів. Єдиний показник, що вказав на існування взаємозв'язку це емоціогенна харчова поведінка та кіберкомунікація.

Висновки і перспективи. За результатами дослідження виявлено, що показники шкал порушень харчової поведінки та інтуїтивності харчування можуть вказувати за вихід показника норми або ж свідчать про негативний вплив на особистість в різних групах досліджуваних (чоловіки, бажання схуднути, звертання уваги на фото і т.п.). Проте складно стверджувати, що саме затрачуваний час на використання соціальних мереж здійснює негативний вплив на особистість та її харчову поведінку, також не було виявлено кореляції між цими досліджуваними показниками.

Відповідно до цього важливо не лише вимірювати кількість затрачуваного часу, а й аналізувати як соціальні мережі використовують самі ж користувачі. Порівняння користувачів, що спостерігають за групами схуднення та фітнес контентом із загальною групою користувачів соціальних мереж дають більш чіткі дані про власне вплив соціальних мереж на особистість.

Подальшими розвідками із проблемного феномену вбачаємо у наборі значно більшого масиву даних, який надасть змогу розподілити групи респондентів за віковим періодом, за частотою зміни фігури, за більш детальним аналізом показників ІМТ та за власне особливостями харчової поведінки, що надасть змогу для проведення кореляційного та порівняльного аналізу.

Література

1. Асєєва, Ю. (2021). *Психологічні засади кіберрадикації в підлітковому та юнацькому віці*. Докторська дисертація. Державний заклад «Південноукраїнський національний університет імені КД Ушинського».
2. Березовська, Л. (2020). Вплив соціальних мереж на психологічне благополуччя особистості. *Вісник Національного університету оборони України*, 28-36.
3. Бохонкова, Ю., Хунов, Ю., Сербін, Ю. (2018). Соціально-психологічні особливості впливу соціальних мереж на особистісний розвиток у студентському віці. *Теоретичні і прикладні проблеми психології*, 3 (1), 53-59. <http://dx.doi.org/10.33216/2219-2654-2021-56-3-2-101-112>
4. Ганзуля, А., Абсалямова, Л. (2022). Психологія харчової поведінки в умовах сучасного світу. *Collection of Scientific Papers «SCIENTIA»* (pp. 18–20). (May 6, 2022; Vilnius, Lithuania).

5. Найдюнова, Л. (2010). Візуальна творчість в Інтернет-спілкуванні. *Актуальні проблеми психології: Психологія творчості*. 406–413. <http://dx.doi.org/10.59416/mamd9685>
6. Підгірна, І. (2016). Становлення індивідуальних стилів медіакомунікації молоді в соціальних мережах: дис. на здоб. наук. ступ. канд. псих. наук. Київ.
7. Серга, Т., Білоусенко, М. (2022). Психологічні фактори порушення харчової поведінки у жінок середнього віку. *Перспективи та інновації науки*, 2(7). 968-979. [http://dx.doi.org/10.52058/2786-4952-2022-2\(7\)-968-979](http://dx.doi.org/10.52058/2786-4952-2022-2(7)-968-979)
8. Сиротенко, І., Бугайова, Н. (2023). Соціально-психологічні особливості впливу самоідентичності особистості підлітків на порушення їх харчової поведінки. In *The 3rd International scientific and practical conference "Modern research in science and education" (November 9-11, 2023)* (p. 644). *BoScience Publisher, Chicago, USA*.
9. Стрільчук, О. (2019). Соціально-психологічні механізми формування медіакультури у підлітків з Інтернет захопленістю : дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук. ІСПП НАПН України. Київ.
10. Фатєєва, М. (2019) Інтуїтивне харчування у світлі наукових вітчизняних та зарубіжних розшукувань. *Теорія і практика сучасної психології*, 3 (1), 153-157.
11. Федотова, Т., Кихтюк, О., Кульчицька, А. (2021). Психологічна підтримка у формування харчової поведінки підлітків в роботі клінічного психолога. *Перспективи та інновації науки. Серія Педагогіка, Серія Психологія. Серія Медицина*, 4(4), 410-422. [http://dx.doi.org/10.52058/2786-4952-2021-4\(4\)-410-422](http://dx.doi.org/10.52058/2786-4952-2021-4(4)-410-422)
12. Шеремета, С. Р. (2023). Проблемати досліджень соціально-психологічного впливу соціальних мереж на харчову поведінку користувачів. *Психологія та соціальна робота*, (1), 46-55. <http://dx.doi.org/10.59416/xyjk1526>
13. Chung, A., Vieira, D., Donley, T., Tan, N., Jean-Louis, G., Kiely Gouley, K., Seixas, A. (2021). Adolescent Peer Influence on Eating Behaviors via Social Media: Scoping Review. *J Med Internet Res*, 23 (6). <http://dx.doi.org/10.2196/19697>
14. Hawkins, L. K., Farrow, C., Thomas, J. M. (2020). Do perceived norms of social media users 'eating habits and preferences predict our own food consumption and BMI?. *Appetite*, 149, 104611. <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2020.104611>
15. Selvi K., Evawany Y. A., & Etti S. (2020). The Relationship of the Duration of Social Media Instagram Usage and Student's Eating Behavior in University of Sumatera Utara, 2019. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BIOHS) Journal*, 2(1), 289-295. <https://doi.org/10.33258/biohs.v2i1.190>
16. Tylka, T. L., Kroon Van Diest, A. M. (2013). The Intuitive Eating Scale-2: item refinement and psychometric evaluation with college women and men. *Journal of counseling psychology*, 60 (1), 137–153. <https://doi.org/10.1037/a0030893>
17. Young, K. S., Rogers, R. C. (1998). The relationship between depression and Internet addiction. *CyberPsychology & Behavior*, 1(1), 25–28. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.25>

References

1. Aseeva, Y. (2021). *Psykhologichni zasady kiberadyktsii v pidlitkovomu ta yunatskomu vitsi* [Psychological foundations of cyber-radiation in adolescence and youth]. *Doctor's thesis*. State Institution "South Ukrainian National University named after K.D. Ushynsky» [in Ukrainian].
2. Berezovska, L. (2022). *Vplyv sotsialnykh merezh na psykhologichne blahopoluchchia osobystosti* [The impact of social networks on psychological well-being]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu oborony Ukrainy – Bulletin of the National Defense University of Ukraine*, 55. [in Ukrainian].
3. Bokhonkova, Y., Khunov, Y., Serbin, Y. (2018). *Sotsialno-psykhologichni osoblyvosti vplyvu sotsialnykh merezh na osobystisnyi rozvytok u studentskomu vitsi*. [Socio-psychological features of the influence of social networks on personal development in student age]. *Teoretychni i prykladni problemy psykhologii – Theoretical and applied problems of psychology*, 3 (1), 53-59. <http://dx.doi.org/10.33216/2219-2654-2021-56-3-2-101-112> [in Ukrainian].

4. Ganzulya, A., Absalyamova, L. (2022). Psykholohiia kharchovoi povedinky v umovakh suchasnoho svitu [Psychology of eating behavior in the modern world]. *Collection of Scientific Papers "SCIENTIA"*, (pp. 18–20). (May 6, 2022; Vilnius, Lithuania) [in Ukrainian].
5. Naidonova, L. (2010). Vizualna tvorchist v Internet-spilkuvanni [Visual creativity in online communication]. *Aktualni problemy psykholohii. Psykholohiia tvorchosti - Topical issues of psychology. Psychology of creativity*, 406–413. <http://dx.doi.org/10.59416/mamd9685> [in Ukrainian].
6. Pidgirna, I. (2016). Stanovlennia indyvidualnykh styliv mediakomunikatsii molodi v sotsialnykh merezhakh [Formation of individual styles of media communication of young people in social networks]. *Candidate's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].
7. Serga, T., Bilousenko, M. (2022). Psykholohichni faktory porushennia kharovoi povedinky u zhinok serednoho viku [Psychological factors of eating disorders in middle-aged women]. *Perspektyvy ta innovatsii nauky – Perspectives and innovations of science*, 2(7), 968-979. [http://dx.doi.org/10.52058/2786-4952-2022-2\(7\)-968-979](http://dx.doi.org/10.52058/2786-4952-2022-2(7)-968-979) [in Ukrainian].
8. Sirotenko, I., Bugaiova, N. (2023). Sotsialno-psykholohichni osoblyvosti vplyvu samoidentychnosti osobystosti pidlitiv na porushennia yikh kharchovoi povedinky. [Socio-psychological features of the influence of adolescents' self-identity on eating disorders]. In The 3rd International scientific and practical conference "Modern research in science and education" (November 9-11, 2023) (p. 644). BoScience Publisher, Chicago, USA. [in Ukrainian].
9. Strilchuk, O. (2020). Sotsialno-psykholohichni mekhanizmy formuvannia mediakultury u pidlitiv z Internet zakhopenistiu [Social and psychological mechanisms of media culture formation in adolescents with Internet addiction]. *Candidate's thesis*. Kyiv: ISPP NAPN Ukrayiny [in Ukrainian].
10. Fateeva, M. S. (2019). Intuityvne kharchuvannia u svitli naukovykh vitchyznianskykh ta zarubizhnykh rozshukuvan [Intuitive nutrition in the light of scientific domestic and foreign research]. *Teoriia i praktyka suchasnoi psykholohii – Theory and practice of modern psychology*, 3 (1),153-157. [in Ukrainian].
11. Fedotova, T., Kykhtiuk, O., Kulchytska, A. (2021). Psykholohichna pidtrymka u formuvannia kharchovoi povedinky pidlitiv v roboti klinichnoho psykholoha [Psychological support in the formation of adolescent eating behaviour in the work of a clinical psychologist]. *Perspektyvy ta innovatsii nauky. Serii Pedagogika, Psykholohiia. Medytsyna – Prospects and innovations of science. Pedagogy series, Psychology series. Medicine series*, 4(4), 410-422. [http://dx.doi.org/10.52058/2786-4952-2021-4\(4\)-410-422](http://dx.doi.org/10.52058/2786-4952-2021-4(4)-410-422) [in Ukrainian].
12. Sheremeta, S. R. (2023). Problematy doslidzhen sotsialno-psykholohichnoho vplyvu sotsialnykh merezh na kharchovu povedinku korystuvachiv. [Issues of research on the social networks on the eating behaviour of the users]. *Psykhohiia ta sotsialna robota – Psychology and Social Work*, (1), 46–55. <http://dx.doi.org/10.59416/xyjk1526> [in Ukrainian].
13. Chung, A., Vieira, D., Donley, T., Tan, N., Jean-Louis, G., Kiely Gouley, K., Seixas, A. (2021). Adolescent Peer Influence on Eating Behaviors via Social Media: Scoping Review. *J Med Internet Res*, 23 (6). <http://dx.doi.org/10.2196/19697>
14. Hawkins, L. K., Farrow, C., Thomas, J. M. (2020). Do perceived norms of social media users 'eating habits and preferences predict our own food consumption and BMI?. *Appetite*, 149, 104611. <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2020.104611>
15. Selvi K., Evawany Y. A., & Etti S. (2020). The Relationship of the Duration of Social Media Instagram Usage and Student's Eating Behavior in University of Sumatera Utara, 2019. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BioHS) Journal*, 2(1), 289-295. <https://doi.org/10.33258/biohs.v2i1.190>
16. Tyłka, T. L., Kroon Van Diest, A. M. (2013). The Intuitive Eating Scale-2: item refinement and psychometric evaluation with college women and men. *Journal of counseling psychology*, 60 (1), 137–153. <https://doi.org/10.1037/a0030893>
17. Young, K. S., Rogers, R. C. (1998). The relationship between depression and Internet addiction. *CyberPsychology & Behavior*, 1(1), 25–28. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.25>

Received: 16.07.2024

Accepted: 16.08.2024