

с. Соціальні мережі як засіб поширення тілесної дисморфії як тренду у створенні фотоконтенту: методологія дослідження

2. Аналіз механізму впливу тілесної дисморфії як засобу віртуальної репрезентації, тілесного самоконструювання та гіперболізації вад
- Поширення тілесної дисморфії у фотоконтенті мережі Instagram: обґрунтування концепт-ідеї авторського емпіричного дослідження
 - Комбінований аналіз публікацій instagram-сторінки Кім Кардаш'ян: імідж як інструмент формування тренду у креативі користувацького контенту соцмереж
 - Вплив візуального іміджу Кім Кардаш'ян на сприйняття свого тіла instagram-споживачками: контент-аналіз фотографій та коментарів

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Огляд актуальних наукових джерел з теми. Конкретизація мети і завдань
2	Підготовка тексту розділу 1, висновків до нього
3	Визначення об'єкта дослідження та розробка методичного підходу. Емпіричне дослідження та опрацювання результатів
4	Підготовка тексту розділу 2, висновків до нього
5	Уточнення тексту Вступу
6	Оформлення розділу з Висновками
7	Підготовка а оформленн Списку використаних джерел та Додатків
8	Форматування тексту роботи
9	Підготовка анотації, презентації та доповіді до захисту

Студент

підпис

Євгенія ТУРОВСЬКА
ім'я, прізвище

Керівник роботи

підпис

Лідія СТАРОДУБЦЕВА
ім'я, прізвище

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
В. Н. КАРАЗІНА**

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи
на тему

**«ТІЛЕСНА ДИСМОРФІЯ ЯК ТРЕНД У ФОТОКОНТЕНТІ МЕРЕЖІ
INSTAGRAM»**

Виконала:

студентка 4 курсу групи СМК-46 денної форми навчання
першого (бакалаврського) рівня
спеціальності 061 Журналістика
освітньо-професійної програми
«Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»

Євгенія ТУРОВСЬКА

Наукова керівниця: докторка філософських наук, професорка

Лідія СТАРОДУБЦЕВА



Харків – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНА ТІЛЕСНОЇ ДИСМОРФІЇ У ФОТОКОНТЕНТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	7
1.1 Поняття тілесної дисморфії: спектр дефініцій.....	7
1.2 Феномен тілесної дисморфії як психічної вади: теорії та концепції...10	
1.3 Соціальні мережі як засіб поширення тілесної дисморфії як тренду у створенні фотоконтенту: методологія дослідження.....	15
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МЕХАНІЗМУ ВПЛИВУ ТІЛЕСНОЇ ДИСМОРФІЇ ЯК ЗАСОБУ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ, ТІЛЕСНОГО САМОКОНСТРУЮВАННЯ ТА ГІПЕРБОЛІЗАЦІЇ ВАД.....	25
2.1 Поширення тілесної дисморфії у фотоконтенті мережі Instagram: обґрунтування концепт-ідеї авторського емпіричного дослідження.....	25
2.2 Комбінований аналіз публікацій instagram-сторінки Кім Кардаш'ян: імідж як інструмент формування тренду у креації користувацького контенту соцмереж.....	38
2.3 Вплив візуального іміджу Кім Кардаш'ян на сприйняття свого тіла instagram-споживачками: контент-аналіз фотографій та коментарів.....	44
Висновки до розділу 2.....	54
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58
ДОДАТКИ.....	65
Додаток А Результати пошукових запитів.....	65

Додаток В Вихідні дані для контент-аналізу Instagram-публікацій зірок.....	66
Додаток С Узагальнені результати контент аналізу сторінок знаменитостей..	78
Додаток D Вихідні дані для комбінованого аналізу публікацій Instagram-сторінки Кім Кардаш'ян за типом контенту та візуальними тенденціями.....	80
Додаток Е Візуальне зображення “100 постів із сторінки Кім Кардаш'ян” (від 1-го до 100-го).....	до 94

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. У наш час Instagram став не просто платформою для обміну фотографіями, а справжнім простором, де формуються нові стандарти краси та уявлення про тіло. Щодня мільйони користувачів викладають ретельно відредаговані фото, створюючи ідеалізований, часто нереалістичний образ себе. Фільтри, фотошоп, косметичні процедури – все це стало настільки звичним, що спотворене уявлення про власну зовнішність починає здаватися нормою. Саме в цьому контексті тілесна дисморфія – нав'язливе незадоволення власним тілом – перетворюється на культурний тренд.

Особливо вразливою до цього впливу є молодь, яка ще тільки формує свою самооцінку. Постійне порівняння себе з «ідеальними», нав'язливими образами, опублікованими на платформі Instagram може викликати тривогу, сором, занижену самооцінку і навіть бажання змінити свою зовнішність радикальними методами. Це вже не просто індивідуальні переживання – це соціальне явище, яке набирає обертів і потребує глибокого аналізу.

Актуальність теми дослідження «Тілесна дисморфія як тренд у фотоконтенті мережі Instagram» полягає в тому, що ми живемо в епоху цифрової культури, де візуальний контент має надзвичайну силу впливу. Питання про те, як Instagram змінює уявлення про тіло, стосується не лише психологів чи медіа-аналітиків – воно торкається кожного, хто щодня заходить у соцмережі. Усвідомлення цієї проблеми – перший крок до формування здоровішого ставлення до себе й до медіапростору в цілому.

Ступінь вивченості теми. Тема тілесної дисморфії отримала значну увагу у зарубіжних дослідженнях, проте дещо меншою мірою розроблена на просторах вітчизняних наукових досліджень. Зокрема, українська дослідниця *К. Давиденко* у публікації в Українському медичному часописі розглядає клінічну картину дисморфофобії, її психіатричні прояви, а також ефективні

підходи до лікування цього розладу. У свою чергу, *М. С. Лугова* аналізує психологічні чинники незадоволення тілом серед дівчат юнацького віку, зосереджуючись на переживаннях щодо зовнішності як одному з провідних факторів формування дисморфічних симптомів. Матеріали з *Психологічної енциклопедії* підтверджують, що тілесна дисморфія має складну етіологію та часто співіснує з тривожними й депресивними розладами.

На міжнародному рівні, *Н. Grace* у своїй праці досліджує взаємозв'язок між використанням соціальних мереж і зростанням незадоволення тілом серед підлітків у США, наголошуючи на ролі візуального контенту у формуванні негативного образу тіла. *J. Martenstyn, S. Maguire та S. Griffiths* у серії якісних досліджень розкривають феномен м'язової дисморфії, вказуючи на глибоку внутрішню фіксацію на тілесних недоліках навіть за відсутності об'єктивних вад. *Khemlani-Patel і Neziroglu* пропонують міждисциплінарний підхід до розуміння тілесної дисморфії, підкреслюючи роль когнітивних викривлень та перфекціоністських установок. Водночас *Mayra B.C. Maymone* та її колеги порушують питання необхідності перегляду діагностичних шкал, щоб врахувати вплив соціальних мереж на образ тіла. Таким чином, проблема тілесної дисморфії є не лише медико-психологічною, а й соціокультурною, що вимагає комплексного вивчення.

Мета та завдання дослідження. *Мета дослідження* здійснити аналіз та обґрунтування впливу тілесної дисморфії як тренду фотоконтенту мережі Instagram на сприйняття свого тіла молодими дівчатами.

Відповідно до сформульованої мети, визначено *завдання дослідження*:

1. Здійснити вивчення феномену тілесної дисморфії як психічної вади.
2. Вивчити особливості соціальних мереж як засобу поширення тілесної дисморфії як тренду у фотоконтенті.
3. Провести дослідження поширення тілесної дисморфії у фотоконтенті мережі Instagram.
4. Проаналізувати публікації Instagram-сторінки Кім Кардаш'ян та визначити вплив контенту на сприйняття свого тіла молодими дівчатами.

5. Визначити механізм впливу тілесної дисморфії як засобу гіперболізації вад.

Об'єкт дослідження відображення тілесної дисморфії в сучасному медіапросторі.

Предмет дослідження – висвітлення тілесних стандартів і формування уявлень про ідеальне тіло через фотоконтент Instagram-сторінок зірок, із фокусом на Кім Кардаш'ян.

Методи дослідження. Оскільки тілесна дисморфія є складним явищем, що вивчається на перетині психології, соціології, культурології та медіадосліджень, у роботі застосовано інтегративну міждисциплінарну методологічну стратегію. Використано такі загальнонаукові методи, як аналіз, синтез, узагальнення, порівняння та систематизація.

Для аналізу впливу фотоконтенту мережі Instagram на формування уявлень про тіло юних інтернет-користувачок застосовано такі спеціально-наукові методи:

- психологічний аналіз (для інтерпретації впливу ідеалізованих образів на сприйняття власної зовнішності аудиторією);
- соціокультурний підхід (для дослідження тілесної дисморфії як тренду в контексті сучасної цифрової культури);
- контент-аналізу (для вивчення візуальних та текстових матеріалів instagram-сторінки Кім Кардаш'ян, їх повторюваних елементів та риторичних прийомів);
- емпіричне спостереження (для вивчення реакцій аудиторії під публікаціями, аналіз коментарів і залучення користувачів);
- порівняльний аналіз (для зіставлення контенту та його можливого психологічного впливу на користувачів Instagram).

Теоретичною основою дослідження є праці з психології тіла, концепції соціального порівняння, теорія когнітивних викривлень, а також підходи до аналізу соціальних мереж як медіа середовища впливу.

Емпіричну основу дослідження становлять матеріали instagram-акаунту Кім Кардаш'ян, фрагменти коментарів аудиторії, а також наукові джерела з медичної психології, культурології та сучасні дослідження феномену тілесної дисморфії.

Наукова новизна дослідження полягає у висвітленні тілесної дисморфії як соціокультурного тренду, що формується під впливом візуального контенту в Instagram, а саме: уточнено поняття “тілесна дисморфія” в контексті цифрової культури; систематизовано ключові ознаки фотоконтенту, що сприяють формуванню ідеалізованих стандартів зовнішності; проаналізовано Instagram-сторінку Кім Кардаш'ян як фактор впливу на тілесне самосприйняття молодих дівчат.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання його результатів у сфері психологічної просвіти, медіаграмотності, а також для профілактики психоемоційних розладів, пов'язаних з незадоволенням власною зовнішністю. Крім того, результати дослідження можуть бути використані фахівцями у сфері медіаосвіти для розробки інформаційних кампаній щодо небезпеки тілесної дисморфії як тренду, та для популяризації бодіпозитиву як альтернативного підходу до сприйняття зовнішності.

Структура та обсяг дослідження. Робота складається зі вступу, двох розділів (у тому числі 6-ти підрозділів), висновків, списку використаних джерел (60 найменувань, з них 46 – іноземними мовами, 28 – досліджувані джерела). Робота містить 16 рисунків та 2 таблиці. У додатки винисено 3 аналітичні таблиці. Загальний обсяг дослідження – 111 сторінок (з них основна частина – 51 сторінка).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНА ТІЛЕСНОЇ ДИСМОРФІЇ У ФОТОКОНТЕНТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1.1 Поняття тілесної дисморфії: спектр дефініцій

Тілесна дисморфія є складним і багатогранним психологічним феноменом, який охоплює спектр уявлень про власну зовнішність, що значно відрізняються від об'єктивної реальності. У науковій та клінічній літературі існує низка дефініцій цього поняття, кожна з яких акцентує увагу на певних аспектах сприйняття тіла, емоційної реакції та поведінкових проявів.

Дисморфічний розлад тіла (Body dysmorphic disorder (BDD)) – це складний психічний розлад, що характеризується надмірною стурбованістю і занепокоєнням індивіда уявними незначними дефектами чи недосконалістю у своїй зовнішності. Ці недоліки, які сприймаються, часто настільки незначні, що вони непомітні для інших, але вони поглинають думки людини та значно погіршують її щоденне функціонування. Тілесна дисморфія може проявлятися у вигляді нав'язливих думок, коли людина постійно турбується про свій зовнішній вигляд, що призводить до компульсивної поведінки, такої як перевірка в дзеркало або надмірний догляд. Цей розлад вважається типом неврозу та має спільні риси з obsесивно-компульсивними розладами, що підкреслює тяжкість дистресу, який він викликає [12]. Розуміння характеристик тілесної дисморфії має вирішальне значення для того, щоб відрізнити його від звичайного занепокоєння зовнішністю, оскільки воно включає рівень одержимості та порушення, що значно перевищує типові проблеми образу тіла.

Вивчення поширеності та демографічного розподілу BDD показує його вплив на різні групи населення. У Сполучених Штатах цей розлад вражає приблизно 2,4% дорослих, за даними Американської психіатричної асоціації

[12]. Ця поширеність свідчить про те, що хоча BDD не є настільки поширеним, як деякі інші психічні розлади, воно все ще викликає серйозне занепокоєння для значної частини населення. У міжнародному масштабі рівень поширеності дещо нижчий і коливається від 1,7% до 1,8% [12]. ЗПР часто починається в підлітковому віці, критичному періоді для формування самооцінки, але можуть знадобитися роки, перш ніж люди отримають правильний діагноз, що підкреслює потребу у підвищенні обізнаності та своєчасному втручанні [1]. Розуміння цих моделей поширеності життєво важливе для медичних працівників задля виявлення та ефективної підтримки тих, хто постраждав від BDD.

З наукових поглядів М. Лугової, дисморфобія – психічний розлад, що характеризується відразою до свого тіла, перебільшеним занепокоєнням його виглядом [3, с. 139]. BDD часто призводить до значного погіршення якості життя, соціальної дезадаптації та суїцидальних думок.

У наукових розвідках К. Давиденко [1] відзначається, що згідно з Міжнародною класифікацією хвороб 11-го перегляду (МКХ-11) дисморфобія – це стійка стурбованість одним або декількома ймовірними дефектами або недоліками зовнішнього вигляду, які непомітні або лише незначно помітні для інших.

Згідно із визначеннями D. Rautio [24, р. 868–875] дисморфобія – є відносно поширеним психічним розладом, що характеризується заклопотаністю уявними дефектами зовнішнього вигляду, що призводить до повторюваної поведінки (наприклад, перевірка дзеркал і догляд) або психічних актів (наприклад, порівняння своєї зовнішності з зовнішністю інших), які викликають значний дистрес і порушення .

З точки зору А. Jordan [16, р. 486–503], тілесна дисморфія – це психологічний розлад, який визначається стурбованістю уявною нестачею мускулатури та/або худорлявістю, що спричиняє значні функціональні порушення. У подальших дослідженнях А. Jordan [17, р. 78–92] констатує, що людина з тілесною дисморфією має значну й непохитну стурбованість тим,

що вона недостатньо мускулиста та/або худа. Внаслідок цього людина активно прагне візуально стати привабливішою: піднімає важкості кілька разів на тиждень, ретельно відстежує споживання їжі, щоб досягти цільових показників калорій і білка, часто перевіряє свій зовнішній вигляд у дзеркалі та відчуває функціональні порушення внаслідок своєї нав'язливої поведінки щодо нарощування м'язів .

Із міркувань G. Krebs [15, p. 1268–1276] тілесний дисморфічний розлад (BDD) характеризується тривожною та неприємною стурбованістю передбачуваними або незначними дефектами зовнішнього вигляду, які зазвичай супроводжуються повторюваною поведінкою, що забирає багато часу та енергії.

У своєму дослідженні S. Khemlani-Patel [14] відзначає, що дисморфічний розлад тіла, який раніше розглядався як соматоформний розлад, був включений до новоствореної категорії obsесивно-компульсивних і споріднених розладів (obsessive-compulsive and related disorders, OCRDs) у 5-му виданні Діагностичного та статистичного посібника з психічних розладів. Ця категорія охоплює розлади, що характеризуються нав'язливими думками (обсесіями) або повторюваними діями (компульсіями).

Виходячи із поглядів колективу цих авторів дисморфічний розлад тіла (BDD) характеризується надмірною зосередженістю на одному або кількох уявних дефектах чи вадах зовнішності, які є непомітними для інших або здаються незначними [14]. У певний момент особа з BDD вдається до повторюваної поведінки, такої як постійне споглядання власного відображення в дзеркало, надмірний догляд за собою, розчісування шкіри, пошук підтвердження від інших, або до психічних дій, таких як порівняння своєї зовнішності з зовнішністю інших.

B. Rizwan [25, p. 148–152] вважає, що дисморфія тіла – це проблема психічного здоров'я, коли пацієнт має незначний або невеликий дефект зовнішності, який не можуть побачити інші, проте, самотійно гіперболізує цей недолік .

G. Haddad [11] зазначає, що дисморфія тіла – це розлад, який, як і розлади харчової поведінки, може виникнути через надмірне використання соціальних мереж.

Отже, дисморфічний розлад тіла (BDD) – це складний стан психічного здоров'я, що характеризується надмірною стурбованістю уявними недоліками зовнішнього вигляду, які часто є незначними або непомітними для інших. Цей розлад призводить до значного емоційного стресу та може погіршити повсякденне функціонування, проявляючись через нав'язливі думки та компульсивну поведінку, наприклад перевірку в дзеркалі та надмірний догляд. Тілесна дисморфія зазвичай починається в підлітковому віці та часто неправильно діагностується, що підкреслює потребу в підвищеній обізнаності та своєчасному втручанні, оскільки воно може співіснувати з іншими проблемами психічного здоров'я, такими як тривога та депресія, ще більше ускладнюючи емоційне благополуччя людини.

1.2 Феномен тілесної дисморфії як психічної вади: теорії та концепції

Ставлення до свого тіла – це емоційний відгук про самого себе, що виникає в людини внаслідок самоаналізу, інтроспекції, під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, наприклад моди [9]. Незадоволення власним тілом – це негативний емоційний відгук, негативне сприйняття «я-образу» особистості, що беззаперечно пов'язано із самооцінкою особистості, а саме її рівнем. Неприйняття та тривожність із приводу власного тіла зустрічається приблизно у 2% всіх людей у популяції. Переважна більшість – особи юнацького віку. Це відносно небагато, адже далеко не в кожній людині є схильність до цього [3, с. 139-145], але це гостро стосується окремих груп населення.

Відрізнити дисморфію тіла від нормальної незадоволеності тілом – це вирішальне значення для розуміння його тяжкості та впливу. Хоча багато

людей відчують певний рівень незадоволення своїм зовнішнім виглядом, це почуття зазвичай коливається і не домінує в їхніх думках чи поведінці. Навпаки, дисморфія тіла передбачає постійні, нав'язливі думки та невпинне прагнення виправити уявні дефекти, незважаючи на заспокоєння чи відсутність доказів. Різниця полягає в інтенсивності та виснажливому характері розладу, який може призвести до значного емоційного стресу та порушення функціонування [9]. Крім того, тілесна дисморфія часто співіснує з іншими психічними захворюваннями, такими як тривога та депресія [24, р. 868–875], ще більше ускладнюючи емоційний ландшафт людини.

На підставі аналізу виокремлених трактувань вітчизняними та зарубіжними науковцями дефініції «тілесна дисморфія», відзначаємо, що дисморфія тіла, або дисморфічний розлад тіла (BDD) – це стан психічного здоров'я, що характеризується надмірною стурбованістю уявними недоліками фізичної зовнішності. Ці недоліки, часто незначні або навіть неіснуючі, стають джерелом вагомого страждання та можуть призвести до компульсивної поведінки, спрямованої на їх приховування або виправлення. Люди, які страждають на BDD, можуть годинами розглядати себе в дзеркалах, порівнюючи свою зовнішність з іншими або шукаючи впевненості щодо свого зовнішнього вигляду. Ця інтенсивна зосередженість на передбачуваних недоліках може заважати щоденному функціонуванню та призводити до уникнення соціальних ситуацій [2]. Розлад пов'язаний не просто з марнославством або самосвідомістю; він являє собою глибше психологічне занепокоєння, яке може серйозно вплинути на якість життя людини.

Дисморфія тіла виходить за рамки самосвідомості щодо зовнішності і стає занепокоєнням та формою obsесивно-компульсивного розладу (ОКР). Молоді люди з дисморфією тіла, як правило, заціклені на певних частинах тіла, в той час як середньостатистичні підлітки можуть бути просто незадоволені своєю зовнішністю в цілому, без особливої фіксації на чомусь конкретному. Люди з дисморфією тіла часто переконані, що ця частина тіла,

на якій вони щоденно зациклені, є настільки великою і приголомшливою, що це єдине, на що звертають увагу люди, під час спілкування із страждаючими на BDD.

Дисморфічний розлад тіла є відносно новим психічним діагнозом. Він не був опублікований у Діагностичному та статистичному посібнику з психічних розладів (DSM) до 1987 року і не був названий «дисморфічним розладом тіла» до 1997 року в четвертому виданні DSM [11]. Його етіологія та патофізіологічні фактори залишаються нез'ясованими, проте його симптоми добре задокументовані у сучасних наукових дослідженнях. Діагностичні критерії DSM-5 для BDD включають: занепокоєння щодо зовнішнього вигляду, повторювану поведінку, клінічну значущість (спричиняє серйозні соціальні порушення), диференціацію від розладу харчової поведінки, а також специфічні ознаки, такі як м'язова дисморфія або особливе розуміння/фіксація, які є у людини.

Дисморфічний розлад тіла (BDD) класифікується в межах спектру obsесивно-компульсивних і споріднених розладів, як зазначено в Діагностичному та статистичному посібнику з психічних розладів (DSM-5). Для постановки діагнозу занепокоєння людини зовнішнім виглядом має призвести до повторюваної поведінки або розумових дій, таких як надмірний догляд або перевірка в дзеркалі, які значно погіршують повсякденне функціонування. Критерії підкреслюють непропорційний рівень дистресу, що відрізняє BDD від нормального занепокоєння зовнішнім виглядом. Примітно, що страх і заклопотаність, пов'язані з BDD, не краще пояснюються занепокоєнням щодо зайвої ваги, що відрізняє його від розладів харчової поведінки.

Поширеність дисморфічного розладу тіла свідчить про те, що це відносно поширений стан, який впливає на значну частину населення, особливо серед молодших вікових груп. Дослідження показують, що приблизно 20% жінок і 14% чоловіків віком до 40 років мають симптоми BDD[1; 26, с. 131-135]. Ці демографічні дані підкреслюють не лише

поширеність розладу, але й його потенційні суспільні наслідки, особливо тому, що воно часто починається в підлітковому віці. Такі показники поширеності підкреслюють важливість раннього виявлення та втручання, оскільки запізнiла діагностика може посилити вплив захворювання на соціальне, професійне та особисте життя людей. Розуміння демографічних показників має вирішальне значення для розробки ефективних стратегій у сфері охорони здоров'я та програм підвищення обізнаності для адекватного вирішення цієї проблеми психічного здоров'я.

Симптоми та ознаки дисморфічного розладу тіла в основному зосереджені навколо одержимості людини уявними недоліками своєї зовнішності [8]. Ці нав'язливі ідеї часто проявляються у вигляді надмірної тривоги та страждань через дрібні недоліки, що призводить до такої поведінки, як нав'язливий догляд, колупання шкіри або часте переглядання в дзеркалі. Крім того, люди з BDD можуть відчувати значну соціальну відстороненість або уникання через занепокоєння зовнішністю, що впливає на їх здатність підтримувати стосунки та брати участь у повсякденній діяльності. Розлад також може призвести до зниження самооцінки та підвищеної чутливості до неприйняття чи критики, які є загальними рисами серед постраждалих людей. Розпізнавання цих симптомів має життєво важливе значення для клініцистів, щоб відрізнити BDD від інших психологічних станів і забезпечити відповідне лікування, яке може пом'якшити виснажливі наслідки розладу.

Соціокультурні впливи та вплив соцмереж і ЗМІ є ключовими у формуванні сприйняття образу тіла, значно сприяючи поширенню дисморфії. Засоби масової інформації увічнюють ідеалізовані стандарти тіла через рекламу, соціальні мережі та культуру знаменитостей, які часто пропагують недосяжні ідеали краси. Цей постійний вплив може змусити людей, особливо тих, хто має схильність до BDD, засвоїти ці нереалістичні стандарти, що призведе до викривлення самооцінки. Наприклад, зображення бездоганної статури та ідеальних рис обличчя підвергає людей порівнювати себе

несприятливо, загострюючи почуття неадекватності та незадоволення. Крім того, культурні норми та тиск однолітків ще більше зміцнюють ці ідеали, сприяючи розвитку дисморфії тіла, оскільки люди прагнуть відповідати цим очікуванням суспільства. Таким чином, соціокультурні фактори відіграють вирішальну роль у виникненні та збереженні симптомів дисморфії тіла, підкреслюючи потребу в медіаграмотності та критичному ставленні до культурних повідомлень про образ тіла.

Як бачимо із здійсненого аналізу наукових джерел, тілесна дисморфія має два ключові виміри – медичний та соціально-культурний, які тісно переплітаються, але мають різну природу й підходи до розуміння. З медичної точки зору, тілесна дисморфія (BDD, Body Dysmorphic Disorder) вважається психічним розладом. Людина з BDD постійно фокусується на уявних або незначних фізичних вадах, які здаються їй серйозними дефектами. Цей стан часто супроводжується тривожністю, депресією, компульсивною поведінкою – наприклад, постійним перевірянням зовнішності в дзеркалі, униканням соціальних контактів, надмірним доглядом за собою. Медики розглядають це як патологічне порушення сприйняття себе, яке потребує психотерапії, а іноді – медикаментозного лікування.

Натомість соціально-культурний аспект тілесної дисморфії пов'язаний з тиском суспільства, медіа та культурою краси [7, р. 277–289]. Сучасні стандарти зовнішності формуються під впливом масових зображень у соцмережах, рекламі, фільмах. Люди починають порівнювати себе з цими ідеалізованими образами, часто не замислюючись або не усвідомлюючи, що вони відредаговані або створені штучно. Це породжує почуття невідповідності, незадоволення тілом, прагнення «виправити» себе заради соціального схвалення.

Вважаємо, що медичний діагноз BDD – це крайній прояв цих культурних установок, але багато людей, які не мають клінічного діагнозу, все одно відчують сильний вплив культурних норм краси. Саме тому тілесна дисморфія – це не лише проблема психіатрії, а й соціальне явище. Наприклад,

масове звернення до пластичної хірургії чи дієт – часто реакція не на реальні фізичні проблеми, а на внутрішнє відчуття «не такий, як треба», «не такий як усі».

Отже, образ тіла – це емоційна реакція, що викликається як внутрішніми, так і зовнішніми факторами, що викликає незадоволення приблизно у 2% населення, переважно серед підлітків. Дисморфічний розлад тіла (BDD) – це більш важкий стан, що характеризується нав'язливою зосередженістю на уявних недоліках зовнішності, що може значно погіршити повсякденне функціонування та часто супроводжується тривогою та депресією. Поширеність BDD, особливо серед молодих людей, підкреслює важливість раннього виявлення та втручання, оскільки суспільний тиск і зображення ідеалізованої краси в ЗМІ сприяють розвитку та підтримці незадоволеності своїм тілом і дисморфії. Медичний і соціокультурний виміри тісно пов'язані. Культура створює «норму», яку людина починає бачити як еталон, а психіка – болісно реагує на неможливість цю норму досягти.

1.3 Соціальні мережі як засіб поширення тілесної дисморфії як тренду у створенні фотоконтенту: методологія дослідження

Соціальні мережі стали критично важливим шляхом для самовираження та творчості, пропонуючи користувачам можливість ділитися особистим вмістом, таким як фотографії, малюнки та музика, з великою аудиторією [5]. Однак взаємодія між використанням соціальних мереж і проблемами образу тіла викликає дедалі більше занепокоєння. Такі платформи, як Instagram і TikTok, які віддають перевагу візуальному контенту, часто увічнюють нереалістичні стандарти краси. Користувачі піддаються постійному потоку ідеалізованих образів, які можуть спотворити сприйняття нормальності та власної гідності. Такий вплив може призвести до дисморфії тіла, стану психічного здоров'я, що характеризується нав'язливою зосередженістю на уявних недоліках зовнішності. Розуміння взаємозв'язку

між використанням соціальних медіа та проблемами образу тіла має важливе значення для розробки стратегій пом'якшення цих наслідків.

Вплив соціальних мереж на сприйняття краси незаперечний [18, с. 554-555; 19, с. 28-32]. Адже соціальні мережі давно стали невід'ємною частиною нашого життя. У зв'язку з пандемією COVID після 2020 року відбувся перехід до віртуальних зустрічей, онлайн-навчання та збільшення використання соціальних мереж. Останнім часом спостерігається зростання незадоволеності власним тілом, що, своєю чергою, призводить до дисморфічних переживань та нав'язливих думок про зовнішність, і це явище часто пов'язують із тривалим використанням соціальних мереж.

Аналіз наукових джерел виявляє комплексну взаємозалежність між використанням соціальних мереж та розвитком дисморфічних розладів. Емпіричні дослідження демонструють значний вплив соціальних мереж на формування самосприйняття та образу тіла. Зокрема, соціальні медіаплатформи можуть підсилювати існуючі стереотипи та упередження, що стосуються зовнішнього вигляду. Створене ними середовище часто провокує відчуття тиску щодо відповідності загальноприйнятим стандартам краси, що, своєю чергою, веде до посилення незадоволення власним тілом та тривожних станів. Інтерактивність соціальних мереж також сприяє поглибленню цих проблем, полегшуючи процеси соціального порівняння та закріплюючи негативні установки щодо власної зовнішності.

Соціальні медіа та суспільні стандарти відіграють вирішальну роль у формуванні сприйняття образу тіла, часто посилюючи тиск дотримуватись нереалістичних ідеалів краси [13]. Поширений характер платформ соціальних мереж означає, що люди постійно стикаються з підібраними зображеннями та контентом, які пропагують вузькі стандарти краси. Цей вплив може призвести до посилення незадоволеності тілом і посилити симптоми дисморфії тіла. Дослідження показали, що онлайн-комунікації та соціальні медіа впливають глибоко, і люди відчувають підвищену невпевненість у собі та негативне сприйняття образу тіла.

У сучасному цифровізованому світі соціальні медіа стали основною платформою для просування стандартів краси, які часто є недосяжними для пересічної людини. Індустрія краси та інфлюенсери відіграють значну роль у формуванні цих стандартів [28], створюючи культуру, в якій люди відчують тиск, щоб відповідати певним ідеалам краси, щоб бути прийнятими та оціненими. Тому надзвичайно важливо усвідомлювати вплив соціальних медіа на наше сприйняття краси та критично оцінювати повідомлення, які ми отримуємо через ці платформи.

Вважаємо, що Instagram серед усіх соціальних мереж та платформ для спілкування має найбільш значний вплив на формування уявлень про так зване «ідеальне тіло», особливо серед молоді. Це пов'язано з тим, що платформа візуально орієнтована – більшість контенту складають ретельно відібрані та оброблені фотографії, на яких блогери, знаменитості та інфлюенсери демонструють зовнішність, що відповідає певним естетичним стандартам [19, р. 28–32]. Часто ці зображення є результатом фотошопу, фільтрів або навіть хірургічного втручання, але споживач контенту досить часто сприймає їх як реальність.

Таке постійне зіткнення з ідеалізованими образами формує у користувачів відчуття, що саме така зовнішність є нормою або метою, що може спричиняти незадоволення власним тілом, зниження самооцінки, нав'язливе прагнення до змін зовнішності. Особливо вразливими є підлітки, які ще формують свою ідентичність і легко піддаються впливу зовнішніх джерел.

Крім того, алгоритми Instagram підсилюють цю тенденцію: користувачеві частіше показується подібний контент, на який він вже реагував, створюючи «бульбашку» ідеальних тіл. Це спотворює сприйняття реальності й підживлює ідею, що певна зовнішність – єдиний шлях до прийняття, успіху чи кохання.

Відзначимо, що поширене використання програм для редагування фотографій, таких як Photoshop і FaceTune [30], значно змінило суспільні

стандарти краси, особливо для людей із кольором шкіри, що часто призводить до нереалістичних очікувань щодо зовнішнього вигляду та здоров'я шкіри. Така гонитва за недосяжною естетикою може призвести до зростання незадоволеності поширеними захворюваннями шкіри. Крім того, психологічний вплив цих змін може загострити почуття неадекватності, сприяючи таким станам, як тривога та дисморфічний розлад тіла.

Однак останнім часом можна помітити позитивні зрушення: дедалі більше блогерів починають публікувати контент без фільтрів, показуючи реальні тіла, розтяжки, целюліт, недосконалості. Вважаємо, що це важливий крок у напрямку формування більш здорового, реалістичного і приймаючого ставлення до тіла. Але поки що загальний вплив Instagram усе ще залишається амбівалентним і може бути як надихаючим, так і токсичним.

У сучасному світі фільтри та ретуш стали невід'ємною частиною Instagram-культури [20, р. 49–62]. Вони дозволяють змінювати зовнішність за кілька секунд – звужувати ніс, збільшувати губи, згладжувати шкіру, робити очі більшими й блискучішими. Люди публікують відредаговані зображення, часто навіть не усвідомлюючи, наскільки далекі вони від реальності. В результаті це підвищує планку «нормальності» – природне обличчя сприймається як «недостатнє».

Крім цього, Instagram просуває певні візуальні тренди – наприклад, популярні раніше «бразильські сідниці» стали символом ідеальної фігури: вузька талія, великі сідниці, плоский живіт [33; 34]. За пошуковим запитом в Google *«бразильські сідниці»*, *«тренд бразильські сідниці Instagram»*, *«бразильські сідниці Instagram»* пошуковик видає 7610, 494, 1350 запитів відповідно, що свідчить про те, що дану тему поширюють не лише на просторах соцмереж (Додаток А).

Дещо згодом з'являється не менш новомодний тренд на *«лисячий погляд»* – підтягнуті кутики очей, які створюють чіткий погляд (рис. 1.1).

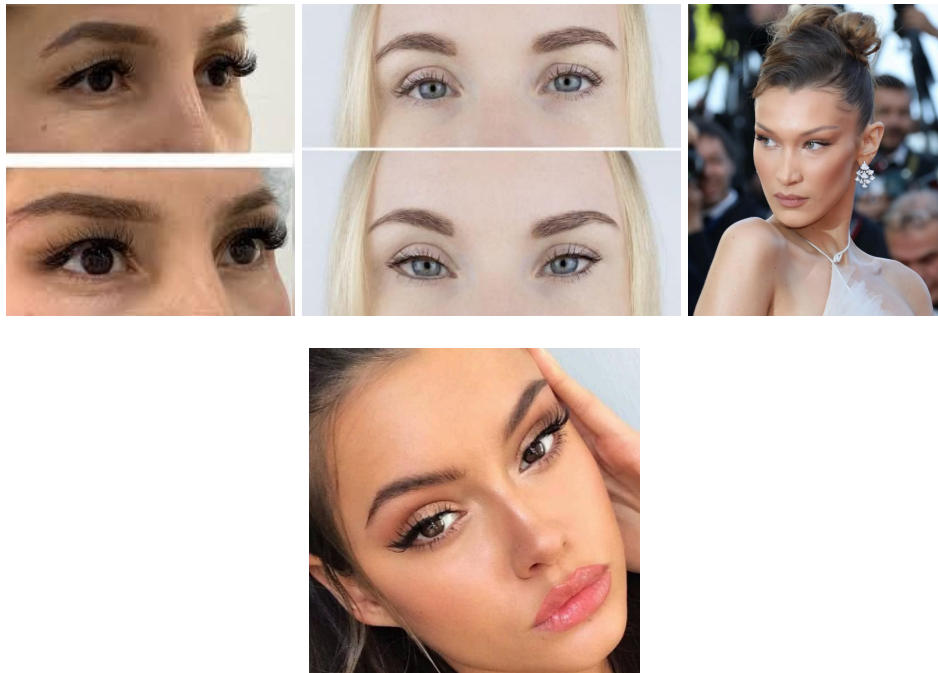


Рис. 1.1 – Зображення жінок із трендовим «лисячим поглядом» (внаслідок оперативного втручання (ліворуч) та як результат косметичних процедур/макіяжу (праворуч) [37-40]

Ці тренди часто підкріплюються знаменитостями, які роблять відповідні операції або рекламують косметику, що «імітує» такий ефект.

Цікаво, що ці уявлення змінюються хвилями: те, що вважалось привабливим 5 років тому (наприклад, дуже худе тіло), сьогодні поступається місцем формам з акцентом на об'ємність. Але загальна ідея незмінна – тіло чи обличчя потрібно постійно змінювати, щоб «вписатися» в актуальні естетичні рамки.

Instagram та TikTok буквально генерують хвилі вірусних тенденцій, які диктують нові правила краси. Наприклад, «*Kylie Jenner Lip Challenge*» заохочував підлітків штучно збільшувати губи за допомогою вакууму – це було не лише небезпечно, а й показало, наскільки сильно соціальні мережі можуть впливати на тілоцентричне мислення (рис. 1.2).



Рис. 1.2 – Тренд «Kylie Jenner Lip Challenge» [50; 59-60]

Іще один тренд «*waist challenge*», де користувачі намагалися охопити талію руками за спиною – своєрідне випробування-тест на «стрункність».



Рис. 1.3 – Тренд «waist challenge» [41]

Ще один приклад – «*Glow Up Challenge*» (рис. 1.4), який заохочує показати себе «до» і «після» змін: макіяжу, спорту, дієт, іноді – й косметичних процедур. Такий контент формує у глядачів думку, що зовнішність обов'язково треба покращувати, інакше вона «недостатня». Усе це підкріплюється лайками, коментарями й вірусністю, що створює сильний тиск на тих, хто ще не встиг змінити себе згідно з трендами.



Рис. 1.4 – Тренд «Glow Up Challenge» [45]

Навіть без прямих вказівок, такі флешмоби (рис. 1.2, 1.3, 1.4) підштовхують до самопорівняння. Люди починають бачити своє тіло та обличчя через призму популярних трендів [8], що провокує сумніви в собі та прагнення відповідати стандарту, який по суті постійно змінюється.

Варто звернути увагу і на те, що поняття «*Instagram face*» (рис. 1.5) стало уособленням нового цифрового ідеалу: це обличчя з чіткими вилицями, пухкими губами, вузьким носом, великими мигдалеподібними очима, ідеальною шкірою [22]. Його можна легко створити за допомогою фільтрів або пластичної хірургії. Проблема в тому, що це «обличчя» стало настільки популярним, що люди починають масово прагнути до однакової зовнішності, стираючи індивідуальність.

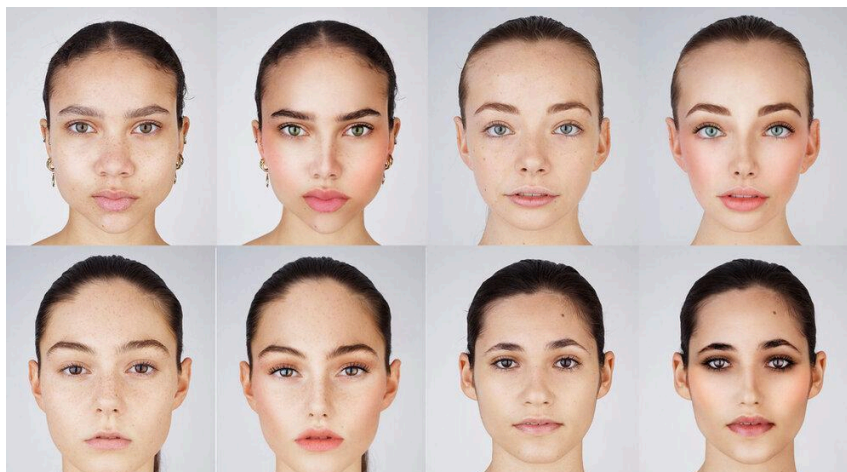


Рис. 1.5 – «Instagram face» [52]

У відповідь на цей феномен з'явився термін *«selfie dysmorphia»* – стан, коли людина починає сприймати себе крізь призму оброблених фото й фільтрів, і відчуває дискомфорт або навіть огиду до своєї реальної зовнішності. Слідування цьому тренду може призвести до психоемоційних проблем, депресій або нав'язливого прагнення до пластичних операцій.

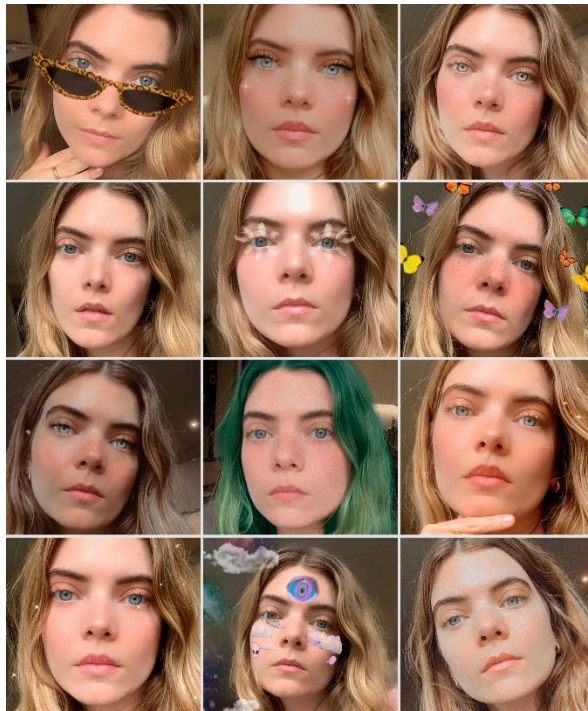


Рис. 1.6 – Тренд «selfie dysmorphia» [49]

Багато пластичних хірургів вже визнають, що до них звертаються клієнти з проханням *«зробити обличчя як на селфі з фільтром»*. Тобто віртуальний образ починає визначати реальні дії (рис. 1.6). Це дуже тривожна тенденція, яка свідчить про те, наскільки глибоко Instagram може впливати на сприйняття себе й тіла.

Тілесна дисморфія може суттєво вплинути на психічне здоров'я людини, часто супроводжуючись іншими психологічними станами, такими як *тривога, депресія та обсесивно-компульсивний розлад*. Дистрес, спричинений уявними недоліками зовнішнього вигляду, може призвести до сильного

емоційного хвилювання та заважати повсякденній діяльності. Ці супутні захворювання посилюють симптоми дисморфії тіла, створюючи порочне коло, яке важко розірвати. Наприклад, люди можуть відчувати підвищену невпевненість у собі та стурбованість своєю зовнішністю, що може передувати виникненню інших проблем психічного здоров'я [26]. Розпізнавання та лікування цих супутніх захворювань має вирішальне значення для ефективного лікування та покращення загального самопочуття людини.

Наслідки дисморфії тіла виходять за межі особистості, впливаючи на особисті стосунки та соціальні взаємодії. Особи, які борються з дисморфією тіла, можуть відчувати підвищену самосвідомість, що призводить до уникнення соціальних ситуацій і відходу від значущих взаємодій. Це відсторонення може призвести до небажання вступати в нові соціальні контакти або приймати можливості, потенційно обмежуючи особистий і професійний ріст. Боротьба за збереження стосунків ускладнюється страхом засудження та відкидання, що може погіршити зв'язки з іншими.

Таким чином, усунення тілесної дисморфії є життєво важливим не лише для психічного здоров'я людини, але й для виховання та підтримки здорових соціальних стосунків.

Висновки до розділу 1

У даному розділі нами розглянуто соціальний вимір тілесної дисморфії крізь призму соціальних мереж, зокрема таких візуально орієнтованих платформ, як Instagram та TikTok. Проаналізовано, як соціальні мережі транслюють стандартизовані еталони зовнішності та перетворюються на потужні механізми формування виявлених уявлень про красу. Показано, що користувачі, особливо молодь, під впливом відретушованих образів «ідеальних» тіл та облич починають порівнювати себе з цими шаблонами, що

призводить до формування почуття невпевненості, тривожності та сорому щодо власної зовнішності.

Нами проаналізовано наукові підходи до дослідження тілесної дисморфії в контексті соціальних комунікацій. Встановлено, що центральним механізмом функціонування еталонів краси в соціальних мережах є багаторазове повторення однотипних візуальних образів, що формують вузьке уявлення про естетику. Особливу увагу приділено феномену «Instagram face», яке характеризується симетричними рисами, пухкими губами, вузьким носом та мигдалеподібними очима. Також розглянуто вплив вірусних фільтрів та візуальних трендів, які сприяють уніфікації зовнішності.

На основі аналізу наукової літератури уточнено соціокультурну природу тілесної дисморфії, яка набуває особливої виразності в умовах цифрової візуалізації. Доведено, що соціальні мережі не лише відображають, а й активно формують і нормалізують певні стандарти краси, виключаючи з культурного образи, які не відповідають домінуючим еталонам. Саме ці висновки стали теоретичною основою нашого подальшого дослідження феномена тілесної дисморфії як соціально сконструйованого явища.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ МЕХАНІЗМУ ВПЛИВУ ТІЛЕСНОЇ ДИСМОРФІЇ ЯК ЗАСОБУ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ, ТІЛЕСНОГО САМОКОНСТРУЮВАННЯ ТА ГІПЕРБОЛІЗАЦІЇ ВАД

2.1 Поширення тілесної дисморфії у фотоконтенті мережі Instagram: обґрунтування концепт-ідеї авторського емпіричного дослідження

Instagram став однією з основних платформ, де ідеалізовані образи зовнішності не лише поширюються, а й активно формуються. Завдяки можливостям редагування фото, застосуванню фільтрів та специфічним трендам, користувачі часто демонструють не реальне, а значно «покрашене» відображення себе. Це призводить до того, що у візуальному контенті поступово нормалізується надмірно стандартизований вигляд тіла та обличчя, що віддаляється від природної різноманітності. У таких умовах *тілесна дисморфія* [22] набуває масового характеру: дедалі більше людей починають відчувати незадоволення власною зовнішністю, порівнюючи себе з недосяжними еталонами, нав'язаними через Instagram.

Виходячи із викладеного вище проведемо обґрунтування концепт-ідеї авторського емпіричного дослідження.

Instagram сьогодні є одним із головних каналів формування візуальних стандартів краси. Через масове використання фільтрів, ретуші, специфічних поз і акцентів на певних рисах тіла у контенті знаменитостей транслюються нереалістичні ідеали зовнішності [32, р. 110–120]. Такі образи сприяють поширенню тілесної дисморфії серед користувачів, особливо серед молоді. Дослідження фокусується на виявленні, як саме у фотоконтенті зірок проявляються дисморфічні тенденції, які категорії змін домінують, і який візуальний наратив формується через Instagram.

Мета емпіричного дослідження – виявити та проаналізувати характерні прояви тілесної дисморфії у фотоконтенті відомих особистостей на платформі Instagram і оцінити їхній потенційний вплив на формування уявлень про «ідеальне» тіло у масовій аудиторії.

Завдання дослідження:

1. Провести контент-аналіз сторінок 100 медійних осіб (зірок) в Instagram щодо наявності ознак тілесної дисморфії.
2. Виокремити основні категорії прояву тілесної дисморфії: використання фільтрів, BBL-естетика, «Instagram face», бодіпозитив, акцент на природній красі тощо.
3. Визначити особливості використання певних поз, елементів ретуші та естетичних акцентів у фотоконтенті.
4. Проаналізувати стилі естетики тіла, які домінують у візуальному представленні зірок.
5. Оцінити потенційні ризики впливу домінуючих стандартів краси у Instagram на сприйняття власної зовнішності молодого аудиторією.
6. Визначити тенденції до поширення або протидії нереалістичним стандартам серед знаменитостей.

Авторська ідея емпіричного дослідження полягає у тому, щоб за допомогою системного контент-аналізу розкрити, як візуальні наративи тілесної дисморфії кристалізуються у популярному фотоконтенті знаменитостей в Instagram, які саме патерни поведінки і візуальної репрезентації сприяють нормалізації нереалістичних стандартів краси, і наскільки активно формується альтернативний тренд на прийняття природної краси й бодіпозитиву. Дослідження прагне привернути увагу до візуальних механізмів впливу соцмереж на тілесне самосприйняття і сприяти формуванню критичного ставлення до ідеалізованих зображень у цифровому просторі.

З метою виявлення поширення тілесної дисморфії у фотоконтенті мережі Instagram було проведено контент-аналіз. Нами проаналізовано сторінки 100 відомих медійних особистостей – зірок та здійснено аналіз наповнення їх сторінок публікаціями, які містять ознаки фоторетуші чи поширення ідей ідеального тіла (Додаток В).

На підставі цього аналізу узагальнимо результати у вигляді табл. 2.1 та рис. 2.1 для вияву частотності використання фільтрів, однакових поз, типів тіла.

Таблиця 2.1

Розподіл результатів контент аналізу сторінок знаменитостей за категоріями прояву тілесної дисморфії у контенті зірок, %
(на основі авторського дослідження)

Категорія прояву тілесної дисморфії	Характеристика прояву	% зірок від загального числа
Часте використання фільтрів, ідеалізація, ретушування	Використання фільтрів для згладження шкіри, зміни рис обличчя, усунення недоліків, створення нереалістичного ідеалу	35
Акцент на вузькій талії та великих сідницях (BBL-естетика)/акцент на стилі та фігурі	Демонстрація непропорційно тонкої талії і великих сідниць; формування естетики BBL; підкреслення тіла одягом і позами	50
Збільшені губи	Використання філерів або цифрове збільшення губ на фотографіях	2
«Instagram face»	Формування «уніфікованого обличчя» - великі очі, маленький ніс, пухкі губи, високі вилиці через фільтри, макіяж або хірургію	13

Акцент на природній красі та індивідуальності, ментальному здоров'ї	Публічне просування прийняття власної зовнішності, боротьба із стандартами краси, відмова від надмірної ретуші	31
Використання косметичних процедур для підтримки молодого вигляду	Постійні естетичні процедури для збереження молодості (ботокс, філери, підтяжки)	1
Бодіпозитив	Відкрите прийняття тіла з різними формами, активна позиція проти фільтрів і стандартів	5

Із табл. 2.1 бачимо, що найбільш поширеним проявом тілесної дисморфії серед контенту зірок є *акцент на вузькій талії та великих сідницях*, характерний для BBL-естетики (50 % від загального числа). Це свідчить про домінування тенденцій гіперфемінізованих і часто нереалістичних стандартів краси, які активно демонструються через образи знаменитостей. Підкреслення певних частин тіла через одяг, пози і візуальні корекції створює і підтримує специфічний ідеал зовнішності, що може впливати на сприйняття свого тіла молоддю.

На другому місці за частотою прояву знаходиться часте *використання фільтрів, ідеалізація та ретушування* (35 %). Цей тренд показує прагнення знаменитостей до створення «ідеального» образу шляхом усунення будь-яких природних недоліків або ознак старіння. Зазначена тенденція підтримує нездорові очікування щодо зовнішності, а також сприяє поширенню нереалістичних уявлень про те, як повинно виглядати «ідеальне» обличчя та тіло.

Водночас 31 % зірок акцентують увагу на *природній красі, індивідуальності та ментальному здоров'ї*. Це позитивна тенденція, яка демонструє зростаючу протидію традиційним стандартам краси і стимулює

аудиторію до прийняття себе без надмірної ретуші. Зірки, що обирають такий підхід, сприяють нормалізації реалістичних образів у соціальних мережах та популяризації тем психічного благополуччя.

Менш поширеними проявами в контенті є формування *«Instagram face»* (13 %), *бодіпозитив* (5 %), *збільшення губ* (2 %) та *використання косметичних процедур для підтримки молодого вигляду* (1 %). Такий відсотковий розподіл свідчить про те, що хоча деякі прояви дисморфічних тенденцій залишаються популярними (особливо візуальні стандарти обличчя), водночас спостерігається зростання інтересу до різноманітності форм і підтримки природності.

Отже, результати аналізу вказують на те, що незважаючи на поступове поширення руху за природність і бодіпозитив, образи, які транслують нереалістичні стандарти тіла й обличчя, все ще переважають у контенті знаменитостей. Це має значний вплив на споживачів контенту, особливо молодь, і вимагає подальшого обговорення та розробки заходів для просування здорового сприйняття власного тіла у соціальних мережах.

Отримані результати у відсотковому розподілі результатів контент аналізу сторінок знаменитостей за категоріями прояву тілесної дисморфії у контенті зірок також зображаємо на рис. 2.1.



Рис. 2.1 – Розподіл результатів контент аналізу сторінок знаменитостей за категоріями прояву тілесної дисморфії у контенті зірок, %
(на основі авторського дослідження)

Також на підставі аналізу інстаграм-акаунтів зірок було встановлено, що найбільш частим явищем, яке зустрічається в публікаціях зірок є використання *фільтрів та ретуші*. 92% зірок активно використовують фільтри (розгладження шкіри, корекція кольору, освітлення обличчя). 85% застосовують *ретушування тіла чи обличчя у професійних зйомках* (легке звуження обличчя чи носа).

Також під час аналізу сторінок було виявлено, що на фото зірки найчастіше використовують пози з акцентом на талію (руки на стегнах або витягування тіла), позу із піднятим підборіддям, нахилом голови для витонченого профілю, «*Selfie поза*» під кутом з використанням фільтра, позу сидячи/на колінах з акцентом на стегна та талію.

Використання поз із руками на стегнах або видовжуванням тіла сприяє створенню враження тоншої талії й підкреслених форм, що відповідає сучасним ідеалам фігури в соціальних мережах. Така постава оптично звужує середню частину тіла і водночас підкреслює округлість стегон.

Підняте підборіддя та легкий нахил голови формують більш витончений профіль обличчя, роблячи риси обличчя гострішими і більш симетричними на фото. Ця поза також дозволяє приховати можливі «недоліки» в зоні підборіддя та шиї, що особливо важливо для відповідності естетичним нормам «*Instagram face*».

«*Selfie-pоза*» під певним кутом у поєднанні з фільтрами допомагає контролювати освітлення, тіні та перспективу, щоб обличчя виглядало тоншим, очі – більшими, а губи – пухкішими. Це робить фотографії візуально привабливішими і відповідає очікуванням підписників щодо "ідеального" вигляду зірок.

Позування сидячи або на колінах з акцентом на талію і стегна дозволяє додатково підкреслити жіночність силуету, створюючи ефектну S-подібну лінію тіла. Такий спосіб фотографування робить акцент на вигинах фігури, що відповідає популярним сьогодні тенденціям BBL-естетики й загальному тренду на сексуалізацію образу в соцмережах.

Отже, вибір зазначених поз є стратегічним і спрямованим на максимальне наближення образу до сучасних візуальних стандартів краси, які активно транслюються через платформи на кшталт Instagram.

На сторінках досліджуваних знаменитостей вирізняються різні стилі у баченні естетики тіла та типажів. Відтак, спостерігаємо світлини зірок із стрункою фігурою з акцентом на вузьку талію та округлі стегна, тренд на «бразильські сідниці» (*Brazillian butt lift effect*), дуже худорляву статуру (особливо серед моделей), атлетичну фігуру (особливо серед фітнес-зірок), тіло з акцентом на природність та мінімальну обробку. Наведемо приклади зірок у стилі яких найбільш яскраво виражені ці тенденції.

Оскільки одним із найпоширеніших образів, який активно транслюється через соціальні мережі знаменитостей, є струнка фігура з акцентом на вузьку талію та округлі стегна [23, р. 347–355], яскравими прикладами такого типу зовнішності є *Кім Кардашян* та *Кендал Дженнер*. Обидві зірки зробили акцент на фігурі важливою частиною свого бренду, популяризуючи стандарти, що орієнтуються на дуже тонку талію і виразні, округлі стегна, що часто досягається не лише тренуваннями, а й косметичними процедурами.

Окрему увагу варто приділити тренду на так звані «бразильські сідниці» (*Brazilian Butt Lift effect*). Саме Кім Кардашян (рис. 2.2) стала однією з головних фігур, які популяризували цей тип фігури у масовій культурі. Її трансформація значною мірою вплинула на моду на об'ємні стегна та сідниці, зробивши їх бажаним атрибутом привабливості серед мільйонів підписників по всьому світу.



Рис. 2.2 – Світлини Кім Кардаш'ян [35; 53]

Разом із трендом на виразні форми залишається актуальним ідеал дуже худорлявої статури, особливо серед моделей. *Кендалл Дженнер* (рис. 2.3), одна із провідних фігур сучасного модельного бізнесу, демонструє класичну модельну худорлявість із довгими худорлявими руками та ногами та мінімальним об'ємом талії й стегон. Такий тип фігури зберігає популярність, особливо в індустрії високої моди.

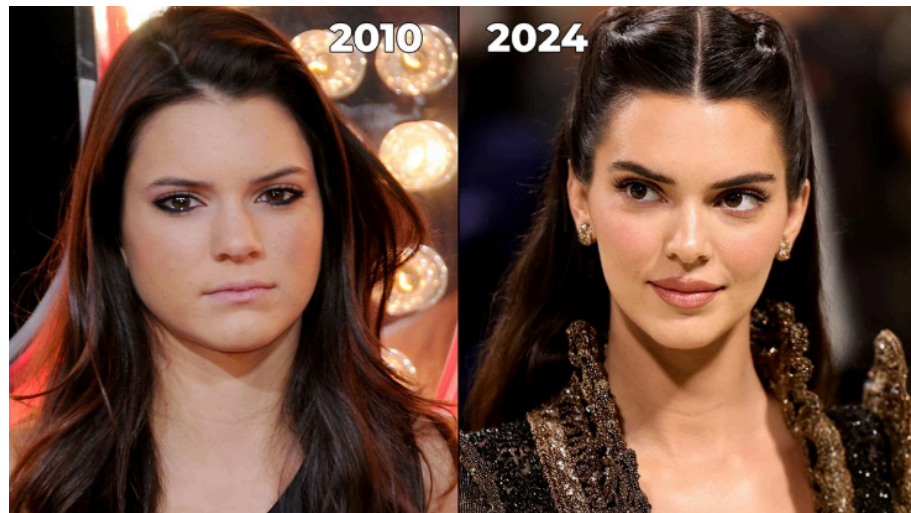


Рис. 2.3 – Світлина Кендалл Дженнер [55]

Розглядаючи образи *Кім Кардашян* та *Кендалл Дженнер*, можна припустити наявність ознак тілесної дисморфії. Їхня *надмірна увага до фігури* [29], регулярне вдосконалення зовнішності за допомогою косметичних (та не тільки) процедур (як-от збільшення сідниць, корекція талії, пластичні операції) свідчить про прагнення відповідати ідеалам, що постійно змінюються. Часте порівняння себе із власними ж ідеалізованими образами може бути проявом незадоволення власним тілом, що є характерним для тілесної дисморфії.

Тренд на «бразильські сідниці», популяризований *Кім Кардашян* (рис. 2.4), також може бути пов'язаний із дисморфічним сприйняттям власного тіла. Бажання радикально змінити природні пропорції за допомогою хірургії, прагнення до неприродної ідеалізації форм – це ризиковані фактори розвитку розладів сприйняття тіла. У випадку *Кендалл Дженнер* ознак тілесної дисморфії виявлено менше. Її фігура більше відповідає традиційним стандартам модної індустрії, а сама модель відкрито не демонструвала тривожних проявів незадоволення власною зовнішністю [29]. Однак постійний тиск у сфері моди може провокувати приховану незадоволеність, що іноді не стає публічною.



Рис. 2.4 – Кім Кардаш'ян – тренд на «бразильські сідниці» [43]

Ще одна тенденція серед зірок в інстаграмі – підкреслено атлетичне тіло. *Меган Ті Сталліон* та *Дуа Ліпа* активно пропагують образ жінки, яка поєднує силу і жіночність (рис. 2.5). Їхні тіла виглядають підтягнутими та спортивними, що відображає зростання популярності активного способу життя та фітнесу серед молоді.

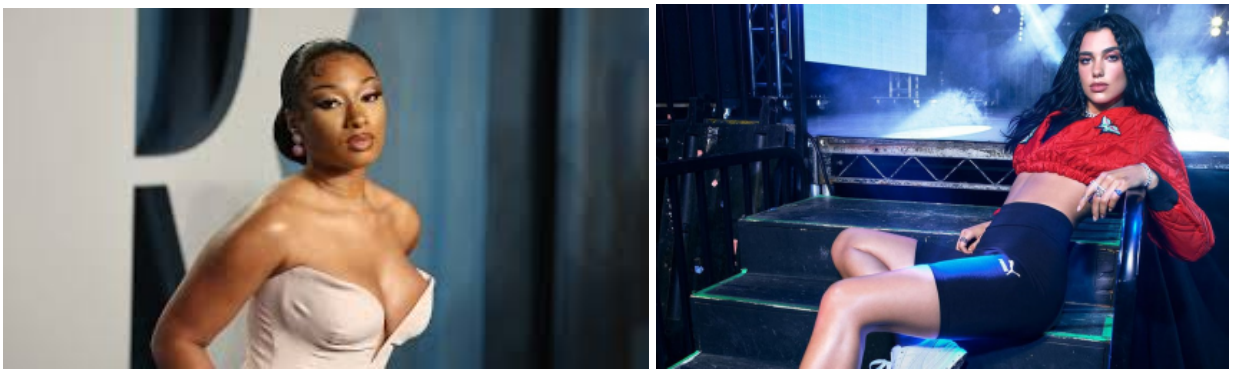


Рис. 2.5 – Світлини Меган Ті Сталліон (ліворуч) та Дуа Ліпа (праворуч) [57; 36]

Також варто відзначити щодо *Меган Ті Сталліон* та *Дуа Ліпи*, їхній акцент на атлетичності радше свідчить про здоровий спосіб життя, а не про тілесну дисморфію. Вони демонструють позитивне ставлення до сильного, здорового тіла без надмірного прагнення змінити його за допомогою процедур або фільтрів.

Водночас дедалі більше знаменитостей демонструють *природність і мінімальне використання ретуші*. Гейлі Бібер – приклад такої тенденції: вона регулярно публікує фото без макіяжу або з мінімальною обробкою, наголошуючи на важливості прийняття себе (рис. 2.6). Такий підхід формує альтернативну позитивну модель самосприйняття серед підписників, контрастуючи зі штучно створеними образами.

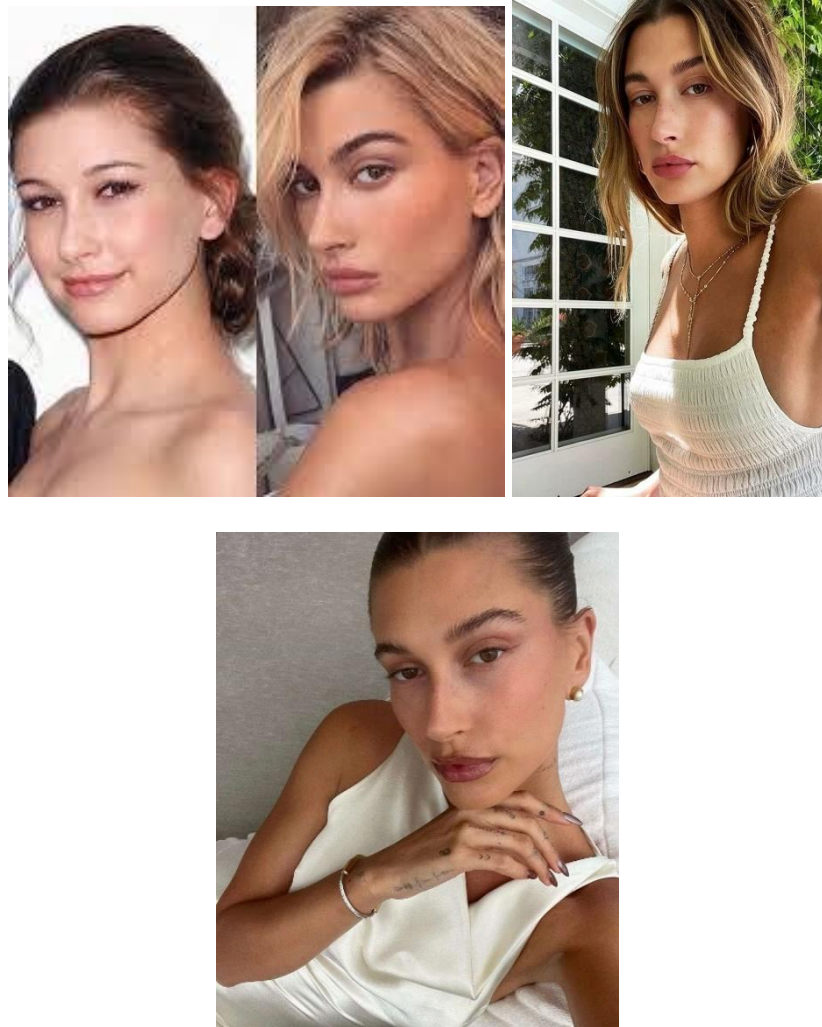


Рис. 2.6 – Світлини Гейлі Бібер [56; 47-48]

Гейлі Бібер, яка активно підтримує природність та мінімальну обробку фото, навпаки, є прикладом боротьби проти проявів тілесної дисморфії. Її відкрите просування ідеї самоприйняття та ментального здоров'я показує намагання змінити токсичні стандарти краси.

Поширення ідеалізованих образів у соцмережах особливо сильно впливає на молодь. Підлітки та молодь перебувають на етапі формування самооцінки, тому порівняння себе з недосяжними образами, які вони бачать щодня, може призводити до незадоволення власною зовнішністю, тривожності, зниження самооцінки та врешті – до тілесної дисморфії. У гонитві за «ідеальним» виглядом багато хто починає надмірно фільтрувати свої фото, вдаватися до дієт або косметичних процедур, що тільки поглиблює проблему.

Більше того, культура «візуальної досконалості», яку формують соціальні мережі, поступово зміщує уявлення про норму. Те, що колись вважалося екстремальним або штучним, сьогодні подається як звичайне й очікуване. Молодь втрачає зв'язок із реальним виглядом тіла, починаючи орієнтуватися не на власне здоров'я чи природність, а на візуальні тренди.

Алгоритми Instagram влаштовані так, щоб просувати контент, який набирає більше уваги – лайків, репостів, збережень і коментарів. У результаті в топі стрічки або рекомендаціях частіше з'являються фотографії, які відповідають певним «естетичним стандартам». І якраз ті самі тенденції, які ми виявили у 100 зірок – ідеальні шкіра і тіло, вигідні пози, використання фільтрів – отримують найбільшу видимість. Алгоритми підсилюють такі прояви тілесної дисморфії: контент з обробленими фото має вищий показник залучення, пости з типовими «виграшними» фігурами отримують більше вподобань, а челенджі на кшталт *#bodygoals* стають вірусними. Сам механізм роботи Instagram створює середовище, де стандарти краси стають одноманітними й максимально ідеалізованими, що формує спотворене уявлення про норму і підсилює розвиток тілесної дисморфії серед користувачів.

Отже, Instagram став важливою платформою для поширення та формування ідеалізованих стандартів краси, що часто призводить до нормалізації нереалістичного вигляду тіла та обличчя за допомогою фільтрів, ретуші та спеціальних поз. Дослідження, під час якого аналізується вміст

фотографій 100 знаменитостей в Instagram, показало, що більшість зірок підкреслюють вузьку талію та великі сідниці, що вказує на естетику BBL, а також часто використовують фільтри та ретуш для створення ідеалізованих зображень. Незважаючи на зростаючу тенденцію до пропаганди природної краси та позитиву тіла, поширеність нереалістичних стандартів краси продовжує впливати на молоду аудиторію, сприяючи дисморфії тіла та спотвореному самосприйняттю.

2.2 Комбінований аналіз публікацій instagram-сторінки Кім Кардаш'ян: імідж як інструмент формування тренду у креації користувачького контенту соцмереж

У сучасному цифровому просторі імідж виступає потужним інструментом створення і поширення трендів. Публічні особи та інфлюенсери завдяки візуальній складовій свого контенту формують певні стандарти поведінки, зовнішності, стилю життя, які стають зразками для наслідування серед широкої аудиторії. Візуальні образи в соцмережах створюються цілеспрямовано: через вибір локації, стилю одягу, міміки, композиції кадру, що підсилює бажаний ефект і дозволяє «запустити» тренд.

Користувачі соцмереж, прагнучи бути частиною актуальних трендів, активно адаптують побачені візуальні моделі у власному контенті. Так відбувається масове тиражування окремих стилів фотозйомки, поз, стилізацій під відомих особистостей. Таким чином імідж стає не лише способом самопрезентації окремого інфлюенсера, а й механізмом, що задає тон мільйонам публікацій, перетворюючи індивідуальне в масове.

Комбінований – означає поєднання кількісного і якісного аналізу (що саме і скільки разів з'являється + як саме виглядає зміст: теми, посили, емоційне забарвлення, стилістика). Окрім цього він може також включати і візуальний аналіз (дослідження того як побудовані фото: пози, акценти, обробка).

Матеріалами для здійснення комбінованого аналізу будуть слугувати публікації *instagram-сторінки Кім Кардаш'ян*. Для проведення комбінованого аналізу візьмемо останні 100 постів із сторінки Кім Кардаш'ян.

Комбінований аналіз публікацій Instagram-сторінки Кім Кардаш'ян – це дослідницький підхід, який передбачає використання одразу кількох методів аналізу для всебічного вивчення її контенту. Його мета – глибше зрозуміти, який саме зміст публікацій, як він подається і який вплив справляє на аудиторію (наприклад, на сприйняття ідеалів зовнішності).

Комбінований аналіз публікацій Кім Кардаш'ян дозволить на практиці простежити, як її персональний імідж слугує каталізатором для формування трендів у соцмережах. Детальне вивчення візуального та текстового контенту її Instagram-сторінки допоможе виявити домінуючі теми, естетичні орієнтири та поведінкові моделі, які активно підхоплюються її підписниками й ширшою аудиторією. Кількісний підрахунок частоти певних образів і якісний аналіз їхнього змісту допомагають зрозуміти, які саме елементи іміджу стають основою трендових хвиль (Додаток D, табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Комбінований аналіз публікацій Instagram-сторінки Кім Кардаш'ян за
типом контенту та візуальними тенденціями
(на основі авторського дослідження)

Тип контенту	% від загальної кількості постів	Візуальні тенденції	% від загальної кількості постів
Реклама	40	Акцент на фігурі та стилі	50
Особистий контент	49	Гіперболізація краси/тіла	2
Фотосесія	1	Ретуш/фільтри	74
Модний образ	1	Сексуалізація жіночого тіла	37
Відео-кліп	7	Візуальна естетика	5

Естетика фото	1	Акцент на натуральність	2
Обкладинка журналу	1	Модні тренди (колаборація модних брендів)	9

Останні 100 публікацій Кім Кардаш'ян в Instagram демонструють *еволюцію її візуального стилю*, що відображає сучасні тренди краси та особисті переваги зірки.

Рекламні публікації займають майже половину контенту Кім Кардаш'ян – 40%. Вони часто спрямовані на демонстрацію продуктів через підкреслення її зовнішності – фігури, макіяжу, стильних образів, що, на нашу думку, свідчить про те, що візуальна привабливість є важливим інструментом просування брендів на її сторінці.

Як видно із табл. 2.2, *особистий контент* складає найбільшу частку – 49% (основна частина проаналізованих постів) майже половину всіх постів. В таких публікаціях головний акцент – на гіперболізації краси: зовнішність, тіло, бездоганний вигляд підкреслюються за допомогою позування, макіяжу або візуальних ефектів. Особистий контент тут не означає «натуральність» – він так само ретельно продуманий.

Професійних не рекламних фотосесій на сторінці Кім зовсім небагато – лише 1%. Проте навіть ці рідкісні пости сильно оброблені: ретуш та використання фільтрів є основною візуальною технікою, яка допомагає створити ідеалізований образ Кім. Так само й пости з модними луками займають мінімальну частку контенту, але відзначаються яскравим акцентом на сексуалізації жіночого тіла. Часто використовуються відверті вбрання або акценти на певних частинах тіла, щоб підсилити візуальний ефект.

Контент у вигляді відео-кліпів зустрічається нечасто, проте має особливий візуальний стиль. Тут робиться ставка на загальну естетику –

витримані кольори, драматичне освітлення, кінематографічність, що створює яскраве враження навіть без явної ретуші.

Окремі *фото-пости* акцентують увагу на «натуральності», хоча таких всього 1%. У цих випадках демонструється більш природний макіяж або мінімальна обробка зображень, однак навіть «натуральний» вигляд є ретельно продуманим. Пости із зйомками для обкладинок журналів зустрічаються рідко, але в них чітко простежуються модні тренди і колаборації з відомими брендами. Такий контент більше про імідж і високий статус, ніж про повсякденність.

Що стосується візуальних тенденцій, на підставі здійсненого комбінованого контент аналізу відзначаємо, що половина всього контенту побудована навколо *демонстрації фігури та вишуканих образів* – 50% постів. Вбрання, пози та стиль підбираються так, щоб максимально підкреслити привабливість та персональний бренд Кім.

Лише невелика частина постів (2%) має *явне перебільшення зовнішніх якостей*, коли вигляд робиться ще більш ідеалізованим через пози, освітлення або цифрову обробку.

Майже три чверті контенту – 74%, проходить через *значну пост-обробку*. Це один із найбільш виражених візуальних трендів: шкіра, фігура та риси обличчя коригуються для створення «бездоганного» образу.

Понад третина контенту – 37%, включає *елементи сексуалізації* – відверті пози, акцент на певних частинах тіла або сексуальні образи, що використовується як спосіб залучення уваги та підтримки певного естетичного іміджу.

Невелика частка постів – 5% орієнтована більше на загальне *художнє враження*: композиція, кольори, атмосфера фото важливіші за саму особу на знімку.

Іще менша частина контенту – 2% намагається створити *враження натуральності*, показуючи менш оброблені зображення або більш «земні» моменти життя.

Близько 9% постів присвячено *демонстрації модних новинок* і співпраці з брендами. Такий контент підкреслює статус Кім як лідера думок у світі моди.

На підставі проведеного контент аналізу визначаємо такі ключові особливості візуального контенту сторінки:

- Найпоширеніший тип контенту – особисті пости та рекламні кампанії.
- Основний візуальний акцент – на фігуру, стильні образи та ідеалізовану красу.
- Домінуючий візуальний тренд – активне використання ретуші та фільтрів (74% контенту).
- Часто підкреслюється сексуалізація жіночого тіла через вибір одягу та пози.
- Відео-контент орієнтований на створення візуально вражаючої естетики з мінімальною ретушшю.
- Тренд на BBL-естетику (широкі стегна, вузька талія) простежується у великій частині фото- та відеоконтенту.
- Незначна кількість постів демонструє тренд на «натуральність», але навіть там образ залишається продуманим.
- Присутня активна інтеграція модних трендів через співпрацю з брендами.

Таким чином, комбінований аналіз дає змогу не просто описати, які візуальні образи використовує Кім Кардаш'ян, а й проаналізувати, як ці образи сприяють креації користувацького контенту у глобальному масштабі. Це дозволяє глибше осмислити механізм поширення трендів через соціальні мережі та роль індивідуального іміджу у колективних практиках самопрезентації.

Здійснимо аналіз іміджу Кім Кардаш'ян на підставі вивчення контенту сторінки зірки.

Кім Кардаш'ян використовує свій Instagram як головний майданчик для побудови персонального бренду. Її стрічка дуже продумана: поєднуються гламурні фотосесії, кадри з життя та рекламні пости. Вона балансує між роллю зірки, підприємниці й мами, створюючи образ ідеального (але досяжного) життя для своїх підписників.

Велику частину контенту займає промоція її бізнес-проектів, таких як *косметика SKKN*, *бренд shapewear SKIMS* чи інші *партнерські колаборації*. Кожен рекламний пост виглядає органічно і стилістично вписується у загальну естетику сторінки – мінімалізм, ніжні кольори, чисті лінії. Видно, що візуальне оформлення продумане до дрібниць.

Крім реклами, Кім показує моменти зі свого особистого життя – діти, подорожі, світські події. Так вона вибудовує емоційний зв'язок із аудиторією: підписники бачать у ній не лише бізнес-леді, а й людину з щоденними радощами й турботами. Проте навіть у таких особистих кадрах все виглядає дуже «по-інстаграмному» ідеально.

Її стиль спілкування в дописах доволі стриманий – мінімум тексту, більше емоцій через фото чи відео. Часто вона використовує короткі підписи, цитати або залишає пости без тексту, даючи візуальному контенту «говорити» за себе.

Крім того, в контенті Кім Кардаш'ян чітко простежується побудова особистої концептуальної візуальної естетики: вона формує образ сильної, успішної, незалежної жінки, яка водночас залишається стильною та привабливою. Багато публікацій підкреслюють її прагнення до самовдосконалення, баланс між сімейним життям і кар'єрними досягненнями. У цьому аспекті Кім стає своєрідним зразком для наслідування, оскільки її імідж апелює до поширених уявлень про сучасний ідеал жінки в західній культурі.

Важливо також відзначити, що Кім активно використовує елементи «керованої автентичності». Вона іноді публікує фото чи відео з «простішими» моментами життя (наприклад, домашні образи без надмірного глянцю), однак

і ці матеріали зазвичай професійно оформлені. Таким чином, створюється ілюзія відкритості та натуральності, але без втрати контролю над іміджем.

Загалом її Instagram-сторінка функціонує як потужний інструмент:

- для самопозиціонування (через зорові і текстові наративи);
- для просування особистого бренду та бізнесу;
- для задавання візуальних і стилістичних трендів у масовій культурі;
- для зміцнення емоційного зв'язку з аудиторією через баланс «зірковості» та «доступності».

Загалом можемо констатувати, що Instagram Кім Кардаш'ян – це ретельно керований інструмент самопрезентації, де бізнес, мода та особистість поєднуються у єдиний сильний бренд. Вона вміло перетворює особисту популярність на комерційний успіх, залишаючись при цьому завжди в центрі уваги.

Отже, комбінований аналіз показує, що імідж Кім Кардаш'ян у соцмережах – це результат ретельно продуманих стратегій візуальної комунікації. Її контент задає тренди у сфері краси, стилю і поведінкових моделей, активно впливаючи на масову культуру та уявлення аудиторії про ідеальне життя. Застосування кількісного, якісного і візуального аналізу дозволяє глибше осмислити, як формується і поширюється ця нова цифрова естетика.

2.3 Вплив візуального іміджу Кім Кардаш'ян на сприйняття свого тіла instagram-споживачками: контент-аналіз фотографій та коментарів

Візуальний імідж Кім Кардаш'ян суттєво впливає на сприйняття власного тіла багатьма користувачками Instagram. Її публікації демонструють ідеалізоване, ретельно оброблене та підкреслено сексуалізоване тіло, яке часто стає еталоном краси для мільйонів підписниць. Багато жінок, порівнюючи себе з таким образом, починають критичніше ставитися до своєї

зовнішності, прагнуть відповідати подібним стандартам і можуть відчувати незадоволення власним тілом.

При цьому варто розуміти, що образ Кім Кардаш'ян – це результат цілеспрямованої роботи команди стилістів, фотографів та редакторів, а також використання фільтрів і ретуші. Проте у соціальних мережах ця межа між реальним і штучно створеним образом часто стирається. Через це багато користувачок починають сприймати такі недосяжні стандарти краси як норму, що може спричиняти зниження самооцінки, розвиток тривожності або навіть проблеми з харчовою поведінкою.

Аналіз 100 останніх публікацій Кім Кардаш'ян показує стабільно високі показники залучення аудиторії. Найбільше охоплення отримали пости, пов'язані з особистими *подіями або провокаційними образами* – наприклад, пост №95 (3,1 млн лайків і 225 тис. репостів) або №26 (3,2 млн лайків і 236 тис. репостів) (Додаток Д). Такі цифри свідчать про надзвичайно сильний вплив особистого бренду Кім на аудиторію. На Instagram сторінці імідж Кім Кардаш'ян активно формується через особисту подачу себе у поєднанні з рекламною активністю, особливо продуктів, що підкреслюють тіло (SKIMS, косметика) (рис. 2.7).

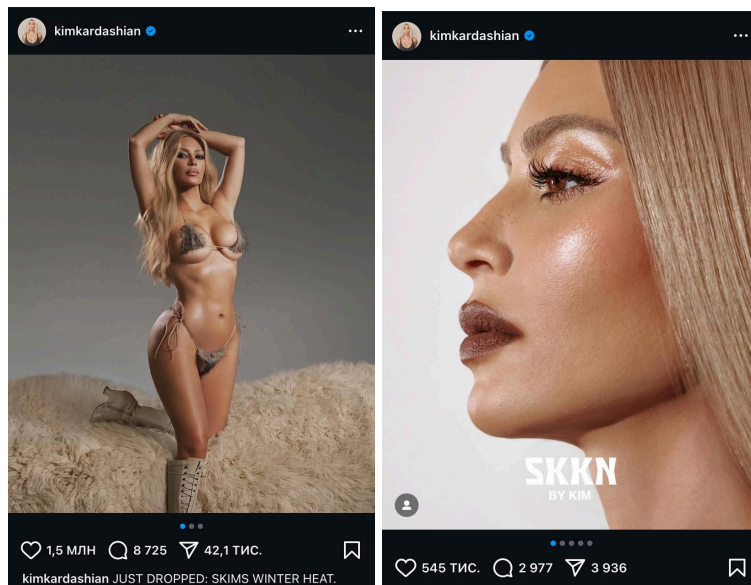


Рис. 2.7 – Рекламний пост SKIMS (ліворуч) та рекламний пост SKKN (праворуч) [51; 58]

Найвище залучення (4,1 млн лайків) мають особисті фото (пост №54) (рис. 2.8). Велика кількість лайків під дописами свідчать про первинне емоційне схвалення.



Рис. 2.8 – Пост з найбільшим охопленням [42]

Найбільші кількості пересилань («репости») також мають особисті або *іміджеві пости*, особливо ті, де показано фігуру у нижній білизні, купальниках або з акцентом на форми тіла (рис. 2.9).

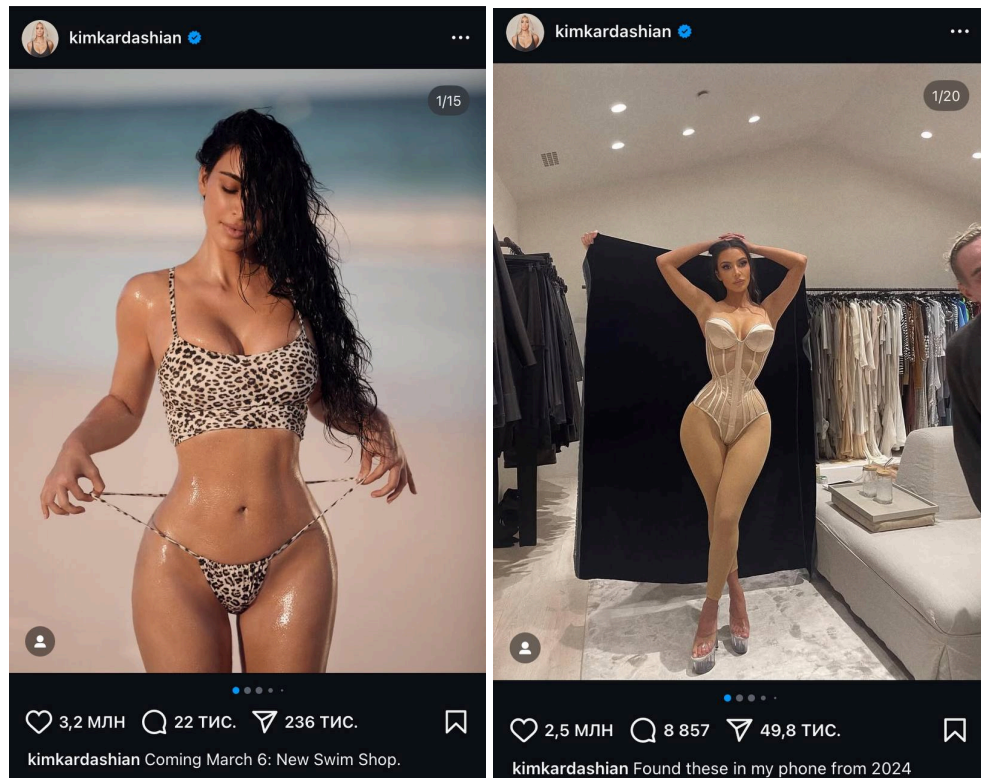


Рис. 2.9 – Приклади постів із найбільшою кількістю репостів [44; 46]

Рекламні пости (особливо SKIMS) мають трохи нижчий рівень лайків, але високий рівень пересилань, що свідчить про їхню «зразковість» адже це може свідчити про те, що споживачки передають їх одна одній як приклад бажаного вигляду. Вважаємо, що Кім через свої фото встановлює еталони краси: вузька талія, великі сідниці, ідеальна шкіра – що надсилається як приклад ідеального тіла.

Коментарі під постами дуже різні: поряд із захопленими («queen», «icon», «gorgeous») регулярно з'являються критичні – про надмірне редагування фото, нереалістичні стандарти краси та підозру в надмірних косметичних процедурах. Чим більше *контroversійний образ* – тим більше коментарів і репостів, що свідчить про те, що емоційні реакції (позитивні й негативні) підвищують загальне залучення. Варто звернути увагу на деякі сплески активності в коментарях – наприклад, пост №55 має 63,5 тис. коментарів при доволі середньому охопленні лайками (670 тис.), що вказує на резонанс, викликаний змістом або виглядом посту (Додаток Г-Д). Коментарі,

які надсилають підписниці часто відзначають зовнішність, стиль або фігуру («*body goals*», «*queen*», «*perfect body*» тощо) (рис. 2.10).

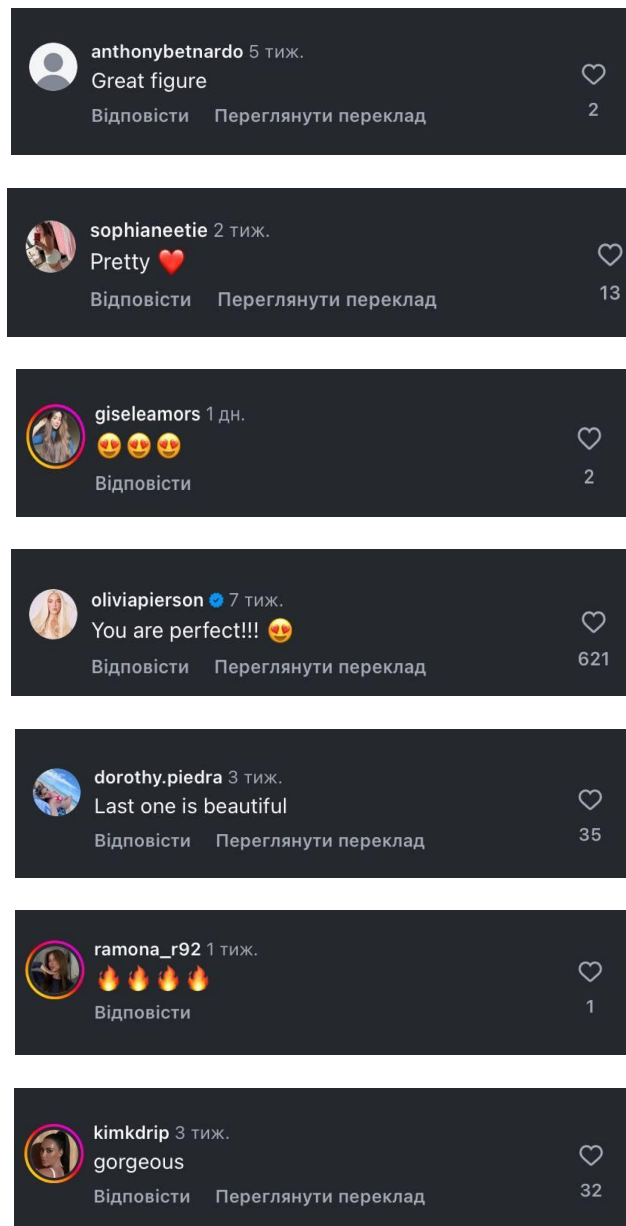


Рис. 2.10 – Приклади позитивних коментарів під постави Кім Кардаш'ян [54]

Проте, окрім схвальних коментарів та високої оцінки стандартів краси зірки під дописами, зустрічається і низка негативних відгуків. Часто користувачі критикують надмірну обробку фото, звинувачуючи Кім у створенні нереалістичних уявлень про зовнішність. У коментарях можна побачити зауваження про «штучність» образу, обговорення змін у її

зовнішності та звинувачення у надмірному використанні фільтрів, фотошопу чи косметичних процедур.

Деякі підписники також висловлюють занепокоєння впливом таких образів на молоду аудиторію, особливо на дівчат, які прагнуть досягти ідеалу, створеного на основі ретуші та хірургічних втручань. Попри це, Кім залишається однією з найвпливовіших фігур у сфері краси й моди, адже її образи продовжують задавати тренди й викликати активне обговорення в соцмережах.

Репости постів демонструють бажання поділитися ідеалом, що свідчить про вплив на бажання *«бути як Кім»*. Відзначаємо, що особливо велика кількість пересилань говорить, що її образ використовується не лише для захоплення, а й для наслідування і натхнення, що посилює ідеї самокритики серед Instagram-споживачок.

На підставі аналізу фото зі сторінки Кім Кардаш'ян визначимо загальні тенденції впливу візуального іміджу Кім Кардаш'ян на сприйняття свого тіла instagram-споживачками (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Загальні тенденції впливу візуального іміджу Кім Кардаш'ян на
сприйняття свого тіла instagram-споживачками
(на основі авторського дослідження)

Фактор	Вплив
Демонстрація тіла у «зразковій» формі	Формує завищені стандарти краси
Рекламування власного бренду (SKIMS)	Підсилює меседж про контроль тіла та його вдосконалення
Фотосесії та постановочні фото	Створюють ідеалізовані образи, які важко досягти в реальності
Багато пересилань	Активно поширюється «еталон фігури», впливаючи на самооцінку підписниць

Виходячи із визначених загальних тенденцій впливу візуального іміджу Кім Кардаш'ян на сприйняття свого тіла instagram-споживачками

формулюємо думку стосовно того, що Кім Кардаш'ян часто демонструє у своєму Instagram тіло в ідеальній формі. Такі фото створюють у підписниць враження, що саме так і має виглядати *«правильне»* тіло. В результаті виникають завищені стандарти краси, а звичайні дівчата починають несвідомо порівнювати себе з цим образом, що може призводити до незадоволення своєю зовнішністю.

Через рекламу свого бренду SKIMS Кім підкреслює ідею, що зовнішність можна і потрібно вдосконалювати. Білизна, корсети та спеціальні речі, які вона просуває, ненав'язливо підказують підписницям: ідеальне тіло – це не просто генетика, а результат постійної роботи над собою і використання правильних засобів. Постановочні фотосесії, якими переповнений її профіль, лише підсилюють цю картинку. Ідеальне освітлення, ракурси, макіяж, обробка фото – все це створює образ, який у реальному житті досягти майже неможливо. Але глядач часто цього не усвідомлює і сприймає побачене за «норму». Ще один важливий момент – велика кількість пересилань і репостів контенту з Кім. Її образ постійно з'являється в стрічках користувачів, що тільки підсилює тиск: чим більше ми бачимо «ідеал», тим сильніше починаємо вірити, що повинні виглядати так само. Це безпосередньо впливає на самооцінку і ставлення до власного тіла.

На підставі контент-аналізу фото та коментарів на інстаграм сторінці зірки, вважаємо, що сторінка Кім Кардаш'ян має значний вплив на формування у молоді уявлення про *«ідеальне»* тіло. Через пости з ідеально скульптурованим обличчям, чіткими контурами тіла, бездоганною шкірою та вишуканим стилем, створюється образ, якого в реальному житті досягти вкрай важко без втручань – косметологічних процедур, операцій або цифрової обробки. Для багатьох дівчат такі візуальні стандарти можуть стати джерелом тиску: вони порівнюють себе з відретушованими образами й часто почуваються невпевнено через невідповідність цим ідеалам. Це, вважаємо, може спричинити зниження самооцінки, розвиток тілесної дисморфії (викривленого сприйняття власного тіла) і нездорову погоню за зовнішньою

досконалістю через дієти, фітнес чи навіть пластичні операції. Хоча Кім також просуває ідеї впевненості у власній унікальності, загальний візуальний наратив її сторінки все ж переважно підтримує високі, часто недосяжні стандарти зовнішності. Таким чином, її Instagram є одночасно натхненням і джерелом великого соціального тиску для покоління Z і міленіалів.

Додаткове навантаження та тиск створює вірусний тренд «*будь як Кім*» («*be like Kim*») – потужне явище у поп-культурі, яке виникло завдяки феноменальній впізнаваності та впливовості Кім Кардаш'ян. Його суть полягає в прагненні повторити її стиль, спосіб життя, манеру поведінки, фігуру й навіть бізнес-модель. Цей тренд активно підтримується соціальними мережами, модною індустрією та б'юті-брендами, що пропонують продукти й послуги, які дозволяють «наблизитися» до образу Кім.

На практиці це проявляється у всьому: від характерного макіяжу (контуринг обличчя, нюдові відтінки, густі брови) і стилю вбрання (обтягуючі силуети, монохромні образи, спорт-шик) до трендів тілесної модифікації – таких як збільшення сідниць у стилі BBL, підтягнуті талії та виразні форми. Багато молодих дівчат і навіть зірок соціальних мереж будують свої публічні образи, буквально наслідуючи естетику Кім.

Тренд «*будь як Кім*» водночас має двояке сприйняття: з одного боку, він надихає впевненістю в собі, амбіційністю й бажанням досягати вершин, як зробила сама Кім. З іншого – він підтримує і посилює нереалістичні стандарти краси, сприяючи порівнянню себе з ідеалізованими образами, що може впливати на психічне здоров'я молоді аудиторії, зокрема, на виникнення тілесної дисморфії у інстаграм-споживачок.

Тренд «*будь як Кім*» створює у молодих дівчат дуже конкретний і часто недосяжний ідеал зовнішності. Ідеально окреслені вилиці, маленький ніс, об'ємні губи, вузька талія, великі сідниці – це образ, який вимагає або природної унікальності, або втручань косметологів, пластичних хірургів, фітнес-інструкторів і професійних фотографів. Коли підлітки чи молоді

жінки бачать ці «ідеальні» фото щодня, у них може виникати почуття меншовартості: мовляв, «я недостатньо красива», «зі мною щось не так».

Порівнюючи себе з ретушованими зображеннями або з тілесними стандартами, яких неможливо досягти без спеціальних процедур, дівчата можуть втратити об'єктивне сприйняття власної зовнішності. Це призводить до постійного невдоволення своїм тілом і бажання змінити навіть ті риси, які в реальності є абсолютно нормальними та красивими. Так поступово формується тілесна дисморфія – психологічний стан, коли людина надмірно фокусується на уявних «недоліках» свого тіла. Особливо небезпечно те, що цей процес може починатися дуже непомітно. Спочатку – легке незадоволення власним фото в дзеркалі, потім – фільтри в Instagram, а далі – реальні зміни через косметичні втручання. І навіть після змін проблема не зникає, бо очікування залишаються нереалістичними: хочеться бути «ще трохи кращою», ще «трохи більш схожою на Кім». Таким чином, тренд «будь як Кім» часто змушує інстаграм-споживачок не любити себе такими, якими вони є, а гнатися за чужим ідеалом. Вважаємо, що якщо соціальні мережі не почнуть частіше показувати різноманітність реальної краси, наслідки для психічного здоров'я нового покоління можуть бути дуже серйозними.

Те, як Кім Кардаш'ян подає свій візуальний образ у соцмережах, може провокувати у підписниць тілесну дисморфію. Виглядаючи на фото завжди ідеальною, Кім створює картинку, яка для багатьох дівчат стає недосяжним орієнтиром.

Підписниці, постійно переглядаючи «відфотошоплені» кадри з бездоганним тілом, можуть почати сприймати свої природні особливості як «проблеми». Навіть невеликі «відхилення» від нав'язаного стандарту – трохи ширші стегна, природні зморшки чи відсутність ідеально плаского живота – сприймаються як щось ненормальне. Людина починає гостро переживати через те, що інші можуть «помітити» її недоліки.

Тілесна дисморфія може мати серйозні наслідки для психічного здоров'я. Вона часто призводить до тривожності, депресії, зниження

самооцінки. У важких випадках люди починають уникати соціальних контактів, ховати своє тіло під одягом, а іноді – вдаються до численних косметичних процедур або небезпечних дієт, що шкодить не тільки психіці, а й фізичному здоров'ю.

Ще одна небезпека – нав'язлива ідея «*виправити себе*», що часто підштовхує людей витратити великі гроші на продукти, які обіцяють «ідеальне тіло». Це може стати нескінченним процесом, тому що справжня проблема – не в зовнішності, а у викривленому сприйнятті себе.

Щоб не потрапити у пастку тілесної дисморфії, важливо навчитися критично сприймати контент у соцмережах. Варто пам'ятати, що навіть публічні люди користуються фільтрами, професійною обробкою фото і командами стилістів, візажистів, фотографів. Те, що ми бачимо в Instagram, часто не має нічого спільного з реальним життям.

Допомагає також робота над власною самооцінкою: вдячність своєму тілу за те, що воно може (а не тільки за те, як воно виглядає), спілкування з реальними людьми, які не знецінюють індивідуальні особливості, а також обмеження часу в соцмережах. У важких випадках варто звертатися за підтримкою до психолога.

Головне пам'ятати: краса – це не про ідеальні фото, а про живе, справжнє тіло, яке змінюється протягом життя і не потребує постійного «виправлення», щоб бути гідним любові та поваги.

Отже, візуальний імідж Кім Кардашьян в Instagram суттєво формує уявлення про красу серед її підписників, що часто призводить до завищених стандартів зовнішності. Її дописи, які демонструють ідеалізоване та сильно відредаговане тіло, створюють еталон, якому багато жінок змушені відповідати, що призводить до невдоволення власним тілом. Розмита межа між реальністю та зображеннями, які вона представляє, може призвести до зниження самооцінки та таких проблем, як дисморфія тіла серед користувачів. Незважаючи на деякі позитивні відгуки про її красу, є помітна присутність критики щодо нереалістичних стандартів, які вона пропагує, що

може негативно вплинути на молоду аудиторію. Зрештою, хоча вплив Кім Кардаш'ян може вселити впевненість, він також зміцнює недосяжні ідеали, які можуть завдати шкоди психічному здоров'ю, підкреслюючи необхідність критичного ставлення до вмісту соціальних мереж.

Висновки до розділу 2

У цьому розділі нами здійснено аналіз впливу соціальних мереж, зокрема Instagram, на формування сучасних естетичних норм, які сприяють поширенню нереалістичних стандартів краси. Особливу увагу приділено візуальному контенту, що транслюється через профілі відомих особистостей, таких як Кім Кардаш'ян. Проведене дослідження, засноване на кількісному, якісному та візуальному аналізі, дозволило виявити ключові аспекти візуальної стратегії зірки, яка активно формує уявлення про “ідеальне тіло” серед її численних підписників.

Нами встановлено, що Instagram функціонує як ефективний інструмент для нормалізації естетичних орієнтирів, що базуються на естетиці BBL — акценті на вузькій талії, об'ємних сідницях і ретельно відретушованому обличчі. Аналіз контенту ста фотографій зірок засвідчив переважне використання фільтрів та візуальних ефектів, що сприяють поширенню ідеалізованих образів. Хоча в медіа простежується зростання інтересу до бодіпозитиву та натуральності, утвердження візуального стандарту, який не відповідає реальності, продовжує впливати на молодіжну аудиторію, провокуючи тілесну дисморфію та зниження самооцінки.

Окремо акцентовано, що створений імідж Кім Кардаш'ян є результатом стратегічної візуальної комунікації, яка формує уявлення про красу, стиль життя та поведінкові моделі. Її дописи викликають активну реакцію аудиторії у вигляді лайків, коментарів і поширень, що свідчить про глибоке проникнення транслюємих нею стандартів у масову культуру. Постійне

порівняння себе з цими образами підштовхує користувачів до зовнішніх змін, часто через придбання рекламованих продуктів і послуг.

Таким чином, у мережах даного розділу розкрито механізм візуальної репрезентації в Instagram як чинника формування споживчого сприйняття тілесності. Образ Кім Кардаш'ян розглянуто як репрезентативний приклад впливу на масову аудиторію, з акцентом його потенційно шкідливий ефект для психічного здоров'я. Зроблено висновок про необхідність критичного мислення щодо контенту, що споживається у цифровому середовищі, та усвідомлення його впливу на уявлення про власне тіло.

ВИСНОВКИ

У цьому дослідженні розкрито складний стан психологічного здоров'я — тілесну дисморфію (BDD), що характеризується надмірною стурбованістю уявними недоліками зовнішності, які часто є незначними або непомітними для інших. Нами досягнуто мети — розкрити сутність та наслідки BDD, а також проаналізувати вплив фотоконтенту мережі Instagram на його формування та поширення. Розглянуто визначення BDD, його клінічні прояви та зв'язок з образом тіла. Проаналізовано роль соціальних мереж, зокрема Instagram та TikTok, у формуванні нереалістичних стандартів краси та їхній вплив на самосприйняття, особливо серед молоді. Визначено механізми нав'язування ідеалів краси через візуальні шаблони та приклади їхньої реалізації. Окреслено вплив іміджу Кім Кардаш'ян як одного з факторів формування нереалістичних уявлень про ідеальне тіло. Показано, що соціальні мережі є важливим фактором соціального підживлення тілесної дисморфії.

Ключові результати дослідження полягають у наступному.

1. Визначено основні характеристики дисморфічного розладу тіла як психічного стану, що включає надмірну стурбованість уявними вадами зовнішності та пов'язані з цим емоційний стрес і порушення повсякденного функціонування. Надано розуміння образу тіла як емоційної реакції на внутрішні та зовнішні фактори, що може призводити до невдоволення власною зовнішністю. Обґрунтовано зв'язок між незадоволеністю образом тіла та розвитком BDD, особливо в підлітковому віці.

2. Проаналізовано соціальні мережі як потужний інструмент трансляції певних еталонів краси. Визначено, що візуальна складова платформ, таких як Instagram та TikTok, сприяє поширенню відретушованих та відфільтрованих зображень “ідеальних” тіл та облич. Показано, як порівняння себе з цими образами може викликати негативні емоції та впливати на самооцінку користувачів, особливо молоді.

3. Виявлено механізм нав'язування ідеалів краси в соціальних мережах через багаторазове повторення візуальних шаблонів, таких як “Instagram face” та вірусні фільтри. Продemonстровано, як це призводить до формування звуженого уявлення про красу та відкидання всього, що не відповідає цим стандартам. Підкреслено, що таким чином соціальні мережі стають середовищем, у якому тілесна дисморфія знаходить соціальну підтримку.

4. Нами окреслено роль Instagram як важливої платформи для поширення нереалістичних стандартів краси за допомогою фільтрів, ретуші та спеціальних поз. Наведено приклад дослідження контенту знаменитостей, що демонструє акцент на певних стандартах (естетика BBL) та використання редагування зображень. Зазначено, що, попри тенденції до пропаганди природної краси, нереалістичні стандарти продовжують впливати на молоду аудиторію, сприяючи дисморфії тіла.

5. Нами було проаналізовано вплив іміджу Кім Кардаш'ян у соціальних мережах, як прикладу ретельно продуманої візуальної комунікації, що задає тренди у сфері краси та стилю. Показано, як її контент може формувати нереалістичні очікування у споживачок щодо власного тіла через демонстрацію ідеалізованого та відредагованого вигляду. Підкреслено, що постійне порівняння себе з цим образом може призводити до невпевненості та бажання змінювати себе.

У цілому, ключовим результатом дослідження є окреслення впливу соціальних мереж на формування та поширення нереалістичних стандартів краси, що сприяють розвитку та підтримці дисморфічного розладу тіла, особливо серед молоді. Ця тема є важливою для розуміння сучасних проблем психічного здоров'я та потребує подальшого дослідження в контексті розвитку цифрових технологій та їхнього впливу на самосприйняття особистості.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Давиденко К. Дисморфофобія: клінічна картина та методи лікування // *Український медичний часопис*. 2019. URL : <https://umj.com.ua/uk/novyna-159691-dismorfofobiya-klinichna-kartina-ta-metodi-likuvannya> (дата звернення: 15.12.2024).
2. Дисморфофобія // Психологічна енциклопедія. URL : <https://surl.lu/lotiki> (дата звернення: 15.12.2024).
3. Лугова М. С. Психологічні особливості незадоволення дівчат своїм тілом у юнацькому віці // *Габітус*. 2021. Вип. 23. С. 139–145.
4. Скорик І. Г. «Модне тіло» як продукт самотворення та інвестування // *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір: матеріали VI Всеукр. наук. конф. молод. вч., асп.* 2022. С. 173–174.
5. Як соціальні мережі впливають на суспільство та бізнес. URL : <https://inproject.org/vplyv-soczialnuh-merezh-na-suspilstvo-i-biznes/> (дата звернення: 10.01.2025).
6. Afana N. H., Astuti N. W., Sari M. P. The Relationship Between Instagram Usage & Body Image of Social Media Influencer Followers: Social Comparison as a Mediator // *International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, Jakarta, Indonesia, 17–18 February 2021. Paris, France, 2021. URL : <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.208> (дата звернення: 23.03.2025).
7. Appel, H., Crusius, J., & Gerlach, A. L. Social comparison, envy, and depression on Facebook: A study looking at the effects of high comparison standards on depressed individuals // *Journal of Social and Clinical Psychology*. 2015. No. 34. P. 277–289.
8. Body Dysmorphic Disorder: 30 Cases of Imagined Ugliness / ed. by K. A. Phillips et al. // *The Science of Mental Health*. New York, 2022. P. 86–92. URL : <https://doi.org/10.4324/9780203822937-9> (дата звернення: 15.01.2025).

9. Body dysmorphic disorder and self-esteem: a meta-analysis / ed. by N. Kuck et al. *BMC Psychiatry*. 2021. Vol. 21. No. 1. URL : <https://doi.org/10.1186/s12888-021-03185-3> (дата звернення: 20.01.2025).
10. Evens O., Stutterheim S. E., Alleva J. M. Protective filtering: A qualitative study on the cognitive strategies young women use to promote positive body image in the face of beauty-ideal imagery on Instagram // *Body Image*. 2021. Vol. 39. P. 40–52. URL : <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.06.002> (дата звернення: 29.12.2024).
11. Grace H. The Impact of Social Media on Body Dissatisfaction and Dysmorphia in Adolescents in the U.S // Master Essay, University of Pittsburgh. 2022. URL : <https://d-scholarship.pitt.edu/42803/> (дата звернення: 15.12.2024).
12. Jorden A. Дисморфічний розлад тіла // Cummings University of Saskatchewan. URL : <https://surl.li/zibujt> (дата звернення: 15.12.2024).
13. Kalashnyk I. Digital Transformations: Challenges and Benefits for the Economy and Society. The University of Technology in Katowice Press, 2023. URL : <https://surl.li/lvrhfb> (дата звернення: 17.04.2025).
14. Khemlani-Patel S., Neziroglu F. Body Dysmorphic Disorder. URL : <https://surl.li/asptaz> (дата звернення: 20.12.2024).
15. Krebs G., Fernández de la Cruz L. The association between body dysmorphic symptoms and suicidality among adolescents and young adults: a genetically informative study // *Psychological Medicine*. Vol. 52. Issue 7. 2022. P. 1268–1276.
16. Martenstyn J. A., Maguire S., Griffiths S. A qualitative investigation of the phenomenology of muscle dysmorphia: Part 1 // *Body Image*. 2022. Vol. 43. P. 486–503.
17. Martenstyn J. A., Maguire S., Griffiths S. A qualitative investigation of the phenomenology of muscle dysmorphia: Part 2 // *Body Image*. 2023. Vol. 44. P. 78–92.

18. Mayra B. C. Maymone, George Kroumpouzou Incorporation of social media questions in body dysmorphic disorder scales: A proposed revision // *Clinics in Dermatology*. 2022. Vol. 40. Issue 5. P. 554–555.
19. Melissa R. Laughter, Jaclyn B. Anderson, Mayra B. C. Maymone, George Kroumpouzou. Psychology of aesthetics: Beauty, social media, and body dysmorphic disorder // *Clinics in Dermatology*. 2023. Vol. 41. Issue 1. P. 28–32.
20. McComb S. E., Mills J. S. Young women's body image following upwards comparison to Instagram models: The role of physical appearance perfectionism and cognitive emotion regulation // *Body Image*. 2021. Vol. 38. P. 49–62. URL : <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.012> (дата звернення: 25.03.2025).
21. Mwangi Z., Buvár Á. The beauty complex: social media trends, effects, and opportunities // *Cogent Social Sciences*. 2024. Vol. 10. No. 1. URL : <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2427350> (дата звернення: 29.12.2024).
22. Prevalence of body dysmorphic disorder: A systematic review and meta-analysis / L. R. McGrath et al. *Body Image*. 2023. Vol. 46. P. 202–211. URL: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.06.008> (дата звернення: 12.03.2025).
23. Prichard I., Taylor B., Tiggemann M. Comparing and self-objectifying: The effect of sexualized imagery posted by Instagram Influencers on women's body image. *Body Image*. 2023. Vol. 46. P. 347–355. URL: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.07.002> (дата звернення: 20.01.2025).
24. Rautio D., Isomura K., Bjureberg J., Rück C., Lichtenstein P., Larsson H., Kuja-Halkola R., Chang Z., D'Onofrio B.M., Brikell I., Sidorchuk A., Mataix-Cols D., Lorena Fernández de la Cruz a Intentional Self-Harm and Death by Suicide in Body Dysmorphic Disorder: A Nationwide Cohort Study // *Biological Psychiatry*. Volume 96. Issue 11. 2024. P. 868-875.
25. Rizwan B., Zaki M., Javaid S., Jabeen Z., Mehmood M., Riaz M., Maqbool L., Omar H. Increase in body dysmorphia and eating disorders among adolescents due to social media: Increase In Body Dysmorphia and Eating

Disorders Among Adolescents // Pakistan BioMedical Journal. 2022. No. 5(3). P. 148–152.

26. Singh A.R., Veale D. Understanding and treating body dysmorphic disorder // Indian J. Psychiatry. 2019. No. 9, 61(1). P. 131–135.

27. Smith S. Kim Kardashian. HarperCollins Publishers, 2015. P. 276–290.

28. Standards Lulu Rasha P K Sidhique P. Filter and Selfie Dysmorphia – Social Media and Beauty. URL : <https://surl.li/vycfrp> (дата звернення: 18.05.2025).

29. Tafesse W., Wood B. P. Followers' engagement with instagram influencers: The role of influencers' content and engagement strategy // Journal of Retailing and Consumer Services. 2021. Vol. 58. 102303. URL : <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102303> (дата звернення: 12.03.2025).

30. The Impact of Photo Editing on Dermatological Perceptions in Skin of Color // Journal of Biosciences and Medicines. 2025. Vol. 13. No. 2. URL : <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=140822> (дата звернення: 15.02.2025).

31. Tiggemann M., Anderberg I., Brown Z. #Loveyourbody: The effect of body positive Instagram captions on women's body image // *Body Image*. 2020. Vol. 33. P. 129–136. URL : <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.015> (дата звернення: 29.12.2024).

32. Webs of Influence: The Psychology of Online Persuasion / ed. by Nathalie Nahai. London : Pearson Education, Limited, 2017. P. 110–120.

Досліджувані джерела

33. Бразильські сідниці – новий тренд серед красунь усього світу. URL : <https://www.facebook.com/watch/?v=1191958331246040> (дата звернення: 20.01.2025).
34. Бразильські сідниці на піку популярності. URL : https://www.instagram.com/kosmetolog___kyiv/reel/DBJUk28q1gM/ (дата звернення: 20.01.2025).
35. Вона завжди у центрі уваги: сексуальні образи Кім Кардашян. URL: <https://surl.li/tkinul> (дата звернення: 23.01.2025).
36. Дуа Ліпа здивувала фанів надмірно довгими ногами (фото). URL : <https://www.unian.ua/lite/stars/dua-lipa-zdivuvala-faniv-nadmirno-dovgimi-nogami-foto-11503681.html> (дата звернення: 23.01.2025).
37. Ефект вій (лисячі вій). URL : <https://surl.li/tvkttn> (дата звернення: 21.01.2025).
38. Лисячі очі: улюблений трюк зіркових візажистів або Face Lift Tape. URL : <https://surl.li/veoxmh> (дата звернення: 21.01.2025).
39. Операція «Лисячий погляд» // Coolaser Clinic. URL: <https://coolaser.clinic/uk/plastyka-oblychchya/operacziya-lysyachyj-poglyad/> (дата звернення: 21.01.2025).
40. Операція лисячий погляд – подивіться на світ новими очима. URL : <https://surl.li/klkdej> (дата звернення: 21.01.2025).
41. A Chinese student wraps his arm around his waist and touches his belly-button to attempt a "Belly-button challenge" at a school in Luoyang city. url; <https://surl.li/flhdvo> (дата звернення: 24.02.2025).
42. Beautiful family. URL : <https://surl.li/uifbww> (дата звернення: 24.02.2025).
43. BUM DEAL Kim Kardashian getting rid of her famous bum as she ‘stops getting BBL topped up’ for surprising reason. URL :

<https://www.thesun.ie/tvandshowbiz/9033735/kim-kardashian-bum-stops-bbl-pete-davidson-kanye/> (дата звернення: 20.02.2025).

44. Coming March 6: New Swim Shop. URL : https://www.instagram.com/p/DGvqz2MP4L7/?img_index=1 (дата звернення: 24.02.2025).

45. Foto Cewek Cantik Pamer Tubuh Langsing dengan Kertas Jadi Tren Baru di China. URL : <https://berjambang.blogspot.com/2016/10/foto-cewek-cantik-pamer-tubuh-langsing.html> (дата звернення: 19.02.2025).

46. Found these in my phone from 2024. URL : https://www.instagram.com/p/DEbpIuyx8FZ/?img_index=1 (дата звернення: 20.03.2025)

47. Hailey Bieber Instagram April 22, 2021. URL : <http://www.starstyle.com/hailey-baldwin-instagram-sp497278/> (дата звернення: 20.03.2025).

48. Hailey Bieber Instagram September. URL : <http://www.starstyle.com/hailey-baldwin-instagram-sp602929/> (дата звернення: 20.03.2025).

49. I Feel Increasingly Weird About My Face. URL : <https://surl.li/qcbnae> (дата звернення: 19.04.2025).

50. In 2015 the Kylie Jenner Lip Challenge. URL : https://www.instagram.com/p/C7egwF7ODBO/?locale=sl&hl=cs&img_index=7 (дата звернення: 20.01.2025).

51. JUST DROPPED: SKIMS WINTER HEAT. URL : https://www.instagram.com/p/DDulvLuSWXQ/?img_index=1 (дата звернення: 18.05.2025).

52. KENDALL PACKO. Blog & Portfolio. URL : <https://www.kendallpacko.com/home/2018/9/5/insta-face> (дата звернення: 18.05.2025).

53. Kim Kardashian West Admits She Suffers From Body Dysmorphia. URL : <https://surl.li/hrmdjd> (дата звернення: 20.12.2024).

54. Kimkardashian. URL : <https://www.instagram.com/kimkardashian/> (дата звернення: 05.01.2025).

55. Kylie Jenner yine yapacağını yaptı estetik kraliçesi sarı bikinili karesiyle gözleri kanattı! Sosyal medyanın diline düştü. URL : <https://www.takvim.com.tr/galeri/magazin/kylie-jenner-yine-yapacagini-yapti-estet>

ik-kralicesi-sari-bikinili-karesiyle-gozleri-kanatti-sosyal-medyanin-diline-dustu/35
(дата звернення: 18.01.2025).

56. MAD AS HAIL Hailey Baldwin shuts down accusations she got plastic surgery and insists 'I've never touched my face!'. URL : <https://www.thesun.co.uk/tvandshowbiz/11686033/hailey-baldwin-slams-accusations-plastic-surgery-face/> (дата звернення: 18.01.2025).

57. Megan Thee Stallion Ties Nicki Minaj's Record With Her New No. 1 Single. URL : <https://surl.li/lgrbwh> (дата звернення: 18.05.2025).

58. Silk Matte Lip Color is available now exclusively at SKKNBYKIM.com. URL : https://www.instagram.com/p/DBwl8PFyEyu/?img_index=1 (дата звернення: 05.01.2025).

59. Y'all kids gone learn. URL : <https://it.pinterest.com/pin/1020909809266199587/> (дата звернення: 18.01.2025).

60. Yung tinry mo yung Kylie Jenner lip challenge. URL : <https://www.instagram.com/pgag.ph/p/C7b0q1HxSGc/> (дата звернення: 18.01.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Результати пошукових запитів
(на основі авторського дослідження)

бразильські сідниці

×



Усі

Зображення

Відео

Покупки

Новини

Короткі відео

Карти

⋮

Більше

Інструменти

Будь-якою мовою ▾

Будь-коли ▾

Усі результати ▾

Розширений пошук

Приблизна кількість результатів: 7 610 (0,25 c)

Безпечний пошук

✓ Розмивати

Вимкнено

Фільтрувати

⋮



тренд бразильські сідниці

×



Усі

Зображення

Відео

Короткі відео

Покупки

Новини

Книги

⋮

Більше

Інструменти

Будь-якою мовою ▾

Будь-коли ▾

Усі результати ▾

Розширений пошук

Приблизна кількість результатів: 1 350 (0,22 c)

Безпечний пошук

✓ Розмивати

Вимкнено

Фільтрувати

⋮

тренд бразильські сідниці Instagram

×



Усі

Зображення

Відео

Покупки

Короткі відео

Новини

Вебсторінки

⋮

Більше

Інструменти

Будь-якою мовою ▾

Будь-коли ▾

Усі результати ▾

Розширений пошук

Приблизна кількість результатів: 494 (0,21 c)

Безпечний пошук

✓ Розмивати

Вимкнено

Фільтрувати

⋮

**Вихідні дані для контент-аналізу instagram-публікацій зірок
(на основі авторського аналізу інстаграм-сторінок зірок (покликання на сторінки «Стовбець 2»))**

№	Ім'я зірки	Посилання на Instagram	Прояви тілесної дисморфії	Візуальні/естетичні тренди на сторінці
1	Kim Kardashian	@kimkardashian	Часте використання фільтрів, ретушування шкіри, акцент на вузькій талії та великих сідницях, що відповідає BBL-естетиці	"Instagram face", BBL-естетика, контуринг, гламурний макіяж
2	Kylie Jenner	@kyliejenner	Збільшені губи, ретушування обличчя, використання фільтрів для досягнення ідеальної шкіри	"Instagram face", глянцеви макіяж, акцент на губах
3	Ariana Grande	@arianagrande	Часте використання фільтрів, акцент на великих очах та вузькому обличчі, що відповідає "Instagram face"	"Instagram face", лисиця-погляд, висока зачіска
4	Bella Hadid	@bellahadid	Використання фільтрів, акцент на високих вилицях та вузькому носі, що відповідає "Instagram face"	"Instagram face", мінімалістичний стиль, природний макіяж
5	Gigi Hadid	@gigihadid	Менше використання фільтрів, але все ж акцент на ідеальній шкірі та фігурі	Природний стиль, мінімалістичний макіяж, модний одяг
6	Zendaya	@zendaya	Рідко використовує фільтри, акцент на природній	Природний стиль, акцент на моді та індивідуальності

			красі та індивідуальності	
7	Selena Gomez	@selenagomez	Часте використання фільтрів, акцент на ідеальній шкірі та фігурі	"Instagram face", гламурний макіяж, модний одяг
8	Hailey Bieber	@haileybieber	Часте використання фільтрів, акцент на ідеальній шкірі та фігурі	"Instagram face", глянцева макіяж, модний одяг
9	Dua Lipa	@dualipa	Використання фільтрів для досягнення ідеальної шкіри та фігури	Гламурний стиль, модний одяг, яскравий макіяж
10	Billie Eilish	@billieeilish	Рідко використовує фільтри, акцент на природній красі та індивідуальності	Природний стиль, акцент на індивідуальності, унікальний модний підхід
11	Sofia Vergara	@sofiavergara	Часте використання косметичних процедур для підтримки молодого вигляду; акцент на фігурі та стилі	Гламурний стиль, акцент на жіночності та моді
12	Eva Longoria	@evalongoria	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Елегантний стиль, акцент на моді та подіях
13	Eiza González	@eizagonzalez	Демонструє ідеалізовані зображення, акцент на фігурі та стилі	Гламурний стиль, акцент на моді та кіно
14	Margot Robbie	@margotrobbieofficial	Публікує професійні фото з акцентом на фігуру та стиль	Класичний стиль, акцент на моді та кіно
15	Jenna Ortega	@jennaortega	Демонструє ідеалізовані зображення, акцент на фігурі та стилі	Молодіжний стиль, акцент на моді та серіалах

16	Sydney Sweeney	@sydney_sweeney	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль	Гламурний стиль, акцент на моді та кіно
17	Lily Allen	@lilyallen	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Альтернативний стиль, акцент на музиці та самовираженні
18	Megan Fox	@meganfox	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Гламурний стиль, акцент на моді та кіно
19	Ariana Grande	@arianagrande	Часте використання фільтрів, акцент на великих очах та вузькому обличчі, що відповідає "Instagram face"	"Instagram face", лисиця-погляд, висока зачіска
20	Lizzo	@lizzobeeating	Акцент на бодіпозитиві, проте останнім часом демонструє схуднення та зміну фігури, що викликає дискусії про щирість її меседжів	Бодіпозитив, яскраві образи, акцент на самовираженні
21	Lindsay Lohan	@lindsaylohan	Публікує селфі без макіяжу, демонструючи природну красу та свіжий вигляд	Природний стиль, акцент на догляді за шкірою
22	Christina Ricci	@riccigrams	Відверто говорить про свій шлях до самоприйняття та важливість внутрішніх якостей над зовнішністю.	Мінімалістичний стиль, акцент на особистості
23	Iskra Lawrence	@iskra	Відома відсутністю ретуші в публікаціях,	Бодіпозитив, натуральність, акцент на впевненості

			просуває реалістичні стандарти краси	
24	Jameela Jamil	@jameelajamil	Активно критикує нереалістичні стандарти краси та просуває прийняття себе	Антидієтичні меседжі, акцент на ментальному здоров'ї
25	Tess Holliday	@tessholliday	Просуває бодіпозитив, приймає термін "plus-size" та виступає проти бодішеймінгу	Яскраві образи, акцент на самовираженні
26	Victoria Gracie	@victoriagracie	Проводить TEDx Talks про тілесну дисморфію та вплив соціальних мереж на самооцінку	Освітній контент, акцент на науковому підході до бодіпозитиву
27	Ashley Graham	@ashleygraham	Демонструє реалістичні зображення тіла, включаючи розтяжки та інші "недосконалості"	Бодіпозитив, натуральність, акцент на материнстві
28	Demi Lovato	@ddlovato	Відверто говорить про розлади харчової поведінки та шлях до самоприйняття	Альтернативний стиль, акцент на ментальному здоров'ї
29	Bebe Rexha	@beberexha	Висловлює незадоволення щодо бодішеймінгу та просуває прийняття себе	Гламурний стиль, акцент на впевненості
30	Iggy Azalea	@thenewclassic	Публікує зображення з акцентом на фігуру, іноді використовує фільтри	Гламурний стиль, акцент на моді
31	Saweetie	@saweetie	Демонструє ідеалізовані зображення, акцент на фігурі	Яскравий стиль, акцент на моді та трендах

32	Normani	@normani	Публікує професійні фото з акцентом на фігуру та стиль	Гламурний стиль, акцент на танцях та музиці
33	Tinashe	@tinashenow	Демонструє фігуру в танцювальних відео та фотосесіях	Танцювальний стиль, акцент на рухах та музиці
34	Becky G	@iambeckyg	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль	Урбаністичний стиль, акцент на музиці та моді
35	Tove Lo	@tovelo	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Альтернативний стиль, акцент на самовираженні
36	Rosalía	@rosalia.vt	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль	Фламенко-стиль, акцент на культурних елементах
37	Anitta	@anitta	Демонструє фігуру в танцювальних відео та фотосесіях	Бразильський стиль, акцент на танцях та музиці
38	Karol G	@karolg	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль	Латиноамериканський стиль, акцент на музиці та моді
39	Jennie (BLACKPINK)	@jennierubyjane	Демонструє ідеалізовані зображення, акцент на фігурі та стилі	К-поп стиль, акцент на моді та трендах
40	Lisa (BLACKPINK)	@lalalalisa_m	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль	К-поп стиль, акцент на танцях та моді
41	Beyoncé	@beyonce	Публікує професійні фото з акцентом на фігуру та стиль	Гламурний стиль, акцент на моді та музиці
42	Khloé Kardashian	@khloekardashian	Часте використання фільтрів, ретушування шкіри, акцент на фігурі	"Instagram face", гламурний макіяж, модний одяг

43	Kendall Jenner	@kendalljenner	Публікує професійні фото з акцентом на фігуру та стиль	Модний стиль, акцент на подіумі та фотосесіях
44	Taylor Swift	@taylorswift	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Класичний стиль, акцент на музиці та особистості
45	Jennifer Lopez	@jlo	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Гламурний стиль, акцент на танцях та музиці
46	Nicki Minaj	@nickiminaj	Демонструє ідеалізовані зображення, акцент на фігурі та стилі	Яскравий стиль, акцент на моді та музиці
47	Kourtney Kardashian	@kourtneykardash	Часте використання фільтрів, ретушування шкіри, акцент на фігурі	"Instagram face", гламурний макіяж, модний одяг
48	Miley Cyrus	@mileycyrus	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Альтернативний стиль, акцент на музиці та самовираженні
49	Katy Perry	@katyperry	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Гламурний стиль, акцент на музиці та моді
50	Zendaya	@zendaya	Рідко використовує фільтри, акцент на природній красі та стилі	Мінімалістичний стиль, акцент на моді та акторській кар'єрі
51	Rihanna	@badgalriri	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Гламурний стиль, акцент на моді та музиці
52	Dua Lipa	@dualipa	Демонструє ідеалізовані зображення,	Модний стиль, акцент на музиці та подорожах

			акцент на фігурі та стилі	
53	Gigi Hadid	@gigihadid	Публікує професійні фото з акцентом на фігуру та стиль	Модний стиль, акцент на подіумі та фотосесіях
54	Bella Hadid	@bellahadid	Часте використання фільтрів, ретушування шкіри, акцент на фігурі	"Instagram face", гламурний макіяж, модний одяг
55	Hailey Bieber	@haileybieber	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Гламурний стиль, акцент на моді та красі
56	Selena Gomez	@selenagomez	Відверто говорить про розлади харчової поведінки та шлях до самоприйняття	Натуральний стиль, акцент на ментальному здоров'ї
57	Billie Eilish	@billieeilish	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Альтернативний стиль, акцент на музиці та самовираженні
58	Camila Cabello	@camila_cabello	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Гламурний стиль, акцент на музиці та моді
59	Halsey	@iamhalsey	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Альтернативний стиль, акцент на музиці та самовираженні
60	Olivia Rodrigo	@oliviarodrigo	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Молодіжний стиль, акцент на музиці та моді
61	Doja Cat	@dojacat	Демонструє ідеалізовані зображення, акцент на фігурі та стилі	Яскравий стиль, акцент на музиці та моді

62	Megan Thee Stallion	@theestallion	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Гламурний стиль, акцент на музиці та моді
63	SZA	@sza	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Альтернативний стиль, акцент на музиці та самовираженні
64	Lorde	@lordemusic	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Альтернативний стиль, акцент на музиці та моді
65	Lana Del Rey	@lanadelrey	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Ретро-стиль, акцент на музиці та естетиці
66	Ellie Goulding	@elliegoulding	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Гламурний стиль, акцент на музиці та моді
67	Carly Rae Jepsen	@carlyraejepsen	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Поп-стиль, акцент на музиці та моді
68	Kesha	@iiswhoiiis	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Альтернативний стиль, акцент на музиці та самовираженні
69	Avril Lavigne	@avrillavigne	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Рок-стиль, акцент на музиці та моді
70	Shakira	@shakira	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Латиноамериканський стиль, акцент на музиці та танцях

71	Зої Кравіц	@zoeisabellakravitz	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Мінімалістичний стиль, акцент на моді та акторській кар'єрі
72	Аня Тейлор-Джой	@anyataylorjoy	Публікує професійні фото з акцентом на фігуру та стиль	Вишуканий стиль, акцент на моді та кіно
73	Керрі Мілліган	@careymulligan	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Класичний стиль, акцент на кіно та театральних ролях
74	Емілі Ратаковські	@emrata	Часте використання фільтрів, ретушування шкіри, акцент на фігурі	"Instagram face", гламурний макіяж, модний одяг
75	Кейт Бланшетт	@cate_blanchettofficial	Публікує професійні фото з акцентом на фігуру та стиль	Елегантний стиль, акцент на кіно та моді
76	Керрі Вашингтон	@kerrywashington	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Класичний стиль, акцент на кіно та активізмі
77	Дженніфер Гарнер	@jennifer.garner	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Натуральний стиль, акцент на сімейному житті та благодійності
78	Керрі-Енн Мосс	@carrieannemoss	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Альтернативний стиль, акцент на кіно та самовираженні
79	Сара Джессіка Паркер	@sarahjessicaparker	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Модний стиль, акцент на моді та кіно
80	Шарліз Терон	@charlizeafrica	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Класичний стиль, акцент на кіно та благодійності

81	Крістен Стюарт	@kristenstewartx	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Альтернативний стиль, акцент на кіно та самовираженні
82	Наталі Портман	@natalieportman	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Елегантний стиль, акцент на кіно та благодійності
83	Скарлетт Йоханссон	@scarlettjohanssonworld	Публікує професійні фото з акцентом на фігуру та стиль	Гламурний стиль, акцент на кіно та моді
84	Емма Стоун	@emmastone	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Класичний стиль, акцент на кіно та театральних ролях
85	Галь Гадот	@gal_gadot	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Гламурний стиль, акцент на кіно та моді
86	Блейк Лайвлі	@blakelively	Часте використання фільтрів, ретушування шкіри, акцент на фігурі	"Instagram face", гламурний макіяж, модний одяг
87	Різ Візерспун	@reesewitherspoon	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Класичний стиль, акцент на кіно та благодійності
88	Джулія Робертс	@juliaroberts	Демонструє натуральність, іноді публікує зображення без макіяжу	Елегантний стиль, акцент на кіно та благодійності
89	Сандра Буллок	@sandrabullock_official	Публікує зображення з акцентом на фігуру та стиль; використання фільтрів	Класичний стиль, акцент на кіно та благодійності

90	Дженніфер Еністон	@jenniferaniston	Часте використання фільтрів, ретушування шкіри, акцент на фігурі	"Instagram face", гламурний макіяж, модний одяг
91	Белла Хадід	@bellahadid	Часте використання фільтрів, сильна ретуш, змінені риси обличчя ("Instagram face")	Б'юті-тренди ("лисиця-погляд"), висока мода, арт-фотосесії
92	Джіджі Хадід	@gigihadid	Використання фільтрів, акцент на бездоганній шкірі	Fashion-естетика, натуральність у повсякденному житті, високі бренди
93	Кендалл Дженнер	@kendalljenner	Ретушування шкіри, тренд на стрункість	Мінімалізм, люксовий стиль, тренди подіумної моди
94	Кайлі Дженнер	@kyliejenner	"Instagram face", об'ємні губи, ретушування тіла, акцент на фігурі	Гламур, тренд "бразильських сідниць", макіяжні луки
95	Кім Кардаш'ян	@kimkardashian	Масштабна ретуш шкіри, зміна пропорцій тіла, "selfie dysmorphia"	"Бразильські сідниці", гламур, тренди фотостудіо-естетики
96	Хейлі Бібер	@haileybieber	Фільтри, ідеалізація шкіри, акцент на худорлявій фігурі	Чистий макіяж (clean look), тренди мінімалізму та модної зйомки
97	Дуа Ліпа	@dualipa	Легка ретуш обличчя та тіла, акцент на сексуальність.	Яскраві образи, модна фотографія, музичні тренди.
98	Олівія Родріго	@oliviarodrigo	Природна краса з мінімальною обробкою, але іноді фільтри на обличчі	Молодіжна естетика, тренди TikTok, яскравий стиль
99	Біллі Айліш	@billieeilish	Відмова від класичних канонів краси, інколи акцент на зміні іміджу	Альтернативна естетика, oversized-стиль, самовираження

100	Селена Гомес	@selenagomez	Помірне використання фільтрів, прийняття натуральної зовнішності	Натуральність, self-love, психічне здоров'я як тренд
-----	--------------	--------------	--	--

**Узагальнені результати контент аналізу сторінок знаменитостей
(на основі авторського дослідження проведено аналіз додатка В)**

Категорія прояву тілесної дисморфії	Характеристика прояву	Ім'я зірки
Часте використання фільтрів, ідеалізація, ретушування	Використання фільтрів для згладження шкіри, зміни рис обличчя, усунення недоліків, створення нереалістичного ідеалу	Kim Kardashian, Kylie Jenner, Ariana Grande, Bella Hadid, Gigi Hadid, Selena Gomez, Hailey Bieber, Eva Longoria, Megan Fox, Ariana Grande, Iggy Azalea, Khloé Kardashian, Jennifer Lopez, Nicki Minaj, Kourtney Kardashian, Katy Perry, Rihanna, Bella Hadid, Hailey Bieber, Camila Cabello, Olivia Rodrigo, Doja Cat, Megan Thee Stallion, Lorde, Ellie Goulding, Емілі Ратаковські, Сара Джессіка Паркер, Наталі Портман, Різ Візерспун, Сандра Буллок, Дженніфер Еністон, Белла Хадід, Джіджі Хадід, Кендалл Дженнер, Хейлі Бібер
Акцент на вузькій талії та великих сідницях (BBL-естетика)/акцент на стилі та фігурі	Демонстрація непропорційно тонкої талії і великих сідниць; формування естетики BBL; підкреслення тіла одягом і позами	Kim Kardashian, Gigi Hadid, Selena Gomez, Hailey Bieber, Dua Lipa, Eva Longoria, Eiza González, Margot Robbie, Sydney Sweeney, Megan Fox, Iggy Azalea, Saweetie, Normani, Tinashe, Becky G, Rosalía, Anitta, Karol G, Jennie (BLACKPINK), Lisa (BLACKPINK), Beyoncé, Kendall Jenner, Jennifer Lopez, Nicki Minaj, Kourtney Kardashian, Katy Perry, Rihanna, Dua Lipa, Gigi Hadid, Bella Hadid, Hailey Bieber, Olivia Rodrigo, Doja Cat, Ellie Goulding, Kesha, Shakira, Megan

		Thee Stallion, Lorde, Аня Тейлор-Джой, Емілі Ратаковські, Кейт Бланшетт, Дженніфер Гарнер, Сара Джессіка Паркер, Наталі Портман, Скарлетт Йоханссон, Галь Гадот, Сандра Буллок, Дженніфер Еністон, Кайлі Дженнер, Хейлі Бібер
Збільшені губи	Використання філерів або цифрове збільшення губ на фотографіях	Kylie Jenner, Кайлі Дженнер
"Instagram face"	Формування «уніфікованого обличчя» - великі очі, маленький ніс, пухкі губи, високі вилиці через фільтри, макіяж або хірургію	Kim Kardashian, Kylie Jenner, Ariana Grande, Bella Hadid, Gigi Hadid, Selena Gomez, Hailey Bieber, Jenna Ortega, Ariana Grande, Блейк Лайвлі, Дженніфер Еністон, Белла Хадід, Кайлі Дженнер
Акцент на природній красі та індивідуальності, ментальному здоров'ї	Публічне просування прийняття власної зовнішності, боротьба із стандартами краси, відмова від надмірної ретуші	Zendaya, Billie Eilish, Lily Allen, Lindsay Lohan, Christina Ricci, Jameela Jamil, Victoria Gracie, Demi Lovato, Bebe Rexha, Tove Lo, Taylor Swift, Miley Cyrus, Zendaya, Selena Gomez, Billie Eilish, Halsey, SZA, Lana Del Rey, Carly Rae Jepsen, Avril Lavigne, Зої Кравіц, Керрі Мілліган, Керрі Вашингтон, Керрі-Енн Мосс, Шарліз Терон, Крістен Стюарт, Емма Стоун, Джулія Робертс, Олівія Родріго, Біллі Айліш, Селена Гомес
Використання косметичних процедур для підтримки молодого вигляду	Постійні естетичні процедури для збереження молодості (ботокс, філери, підтяжки)	Sofia Vergara
Бодіпозитив	Відкрите прийняття тіла з різними формами, активна позиція проти фільтрів і стандартів	Lizzo, Iskra Lawrence, Tess Holliday, Ashley Graham, Ashley Graham

Вихідні дані для комбінованого аналізу публікацій
Instagram-сторінки Кім Кардаш'ян за типом контенту та візуальними
тенденціями
(на основі авторського дослідження [54])

Номер поста за порядковим номером вибірки	Дата публікації	Охоплення (лайки/коментарі/репости)	Тип контенту	Візуальні тенденції	Посилання на instagram-пост
100	28.10.2024	1,4 млн / 3054 / 35,3 тис	Реклама SKIMS	Акцент на BBL-естетику	https://www.instagram.com/p/DBrIVJiP3b5/?igsh=Z3o5b29INDVrZjBv
99	29.10.2024	811 тис / 3702 / 6431	Реклама косметик	Гіперболізація краси, сексуалізація, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DBtsxysPytw/?igsh=MTMzNWJ2eDMxemIyeQ==
98	30.10.2024	1,6 млн / 6556 / 24,7 тис	Особистий контент	Селфі-фото	https://www.instagram.com/p/DBuWa9ySaus/?igsh=NGRudnN3aGFwbWQ5
97	30.10.2024	485 тис / 3602 / 21,6 тис	Відео-рекламний ролик	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DBucIPRS5tb/?igsh=MW5nODhhbjZ4cDA4OA==
96	30.10.2024	545 тис / 2977 / 3936	Реклама косметик	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DBwl8PFyEyu/?igsh=bnVIMXV2eHA4cGxv
95	31.10.2024	3,1 млн / 32,8 тис / 225 тис	Фотосесія	Ретуш/фільтри, гіперболізація фігури	https://www.instagram.com/p/DBzQfnoyDRg/?igsh

					=OGs0bnNrd zU4Ym84
94	05.11.20 24	778 тис / 3186 / 1418	Особистий контент	Фото	https://www.instagram.com/p/DB_8yICSAU5/?igsh=Z2psemRrd3ExZ2ds
93	07.11.20 24	1,2 млн / 7500 / 16,3 тис	Модний образ	Сексуалізація, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DCE4GXIpKlr/?igsh=MTRwcTMwaW1lanRweA==
92	07.11.20 24	394 тис / 3402 / 6502	Реклама SKIMS	Відео-рекламний ролик	https://www.instagram.com/reel/DCFFmnrSYyB/?igsh=djVwamY2eXJmdm44
91	12.11.20 24	731 тис / 2896 / 5065	Реклама косметики	Ретуш/фільтри, мейк-ап тренди	https://www.instagram.com/p/DCR2wqbvUjp/?igsh=MTU5N2ZwN25ucDRtcQ==
90	12.11.20 24	227 тис / 961 / 1557	Реклама косметики	Естетика косметики	https://www.instagram.com/p/DCSOkj5zvfO/?igsh=NWZoYWZwdmpmbno0
89	14.11.20 24	2 млн / 14,5 тис / 75,9 тис	Реклама SKIMS	Колаборація модних брендів, акцент на BBL-естетику	https://www.instagram.com/p/DCWy4SCvjoH/?igsh=MWZhZWx2eXNvMm14NQ==
88	14.11.20 24	1,5 млн / 4381 / 22,8 тис	Рекламна зйомка	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація образу	https://www.instagram.com/p/DCXAE0av54E/?igsh=NDdwZ2N0MDE5c3Rw
87	15.11.20 24	563 тис / 2601 / 8602	Реклама SKIMS	Колаборація модних	https://www.instagram.com

				брендів, акцент на BBL-естети ку	m/p/DCXw MinSYNp/?i gsh=MWt1M mtpdzBpamI 1OA==
86	15.11.20 24	902 тис / 9646 / 12,7 тис	Реклама SKIMS	Акцент на BBL-естети ку	https://www.i nstagram.co m/p/DCZlcI RSpuu/?igsh =MWJ2MzN lczhzcDY4d w==
85	17.11.20 24	1,3 млн / 5999 / 33,1 тис	Реклама SKIMS	Колаборація модних брендів, акцент на BBL-естети ку	https://www.i nstagram.co m/p/DCeuxc 9y5QE/?igsh =ajQ5aXE4a Xp5MmVi
84	18.11.20 24	- / 1402 / -	Реклама SKIMS	Відео-рекла мний ролик	https://www.i nstagram.co m/reel/DCf6 DsUJ_93/?ig sh=bzgwNG pvMDIwNW 1v
83	18.11.20 24	785 / 2555 / 2778	Особисти й контент	Фільтри, акцент на BBL-естети ку	https://www.i nstagram.co m/p/DChTM CpvsLC/?igs h=M3ZuM3 Bla25zbDF5
82	19.11.20 24	1,7 млн / 5489 / 20,1 тис	Особисти й контент	Фільтри, акцент на BBL-естети ку	https://www.i nstagram.co m/p/DCiH5Z eSCfu/?igsh= MXNmchHRr dnhhdGFuN Q==
81	19.11.20 24	1 млн / 3550 / 10,4 тис	Реклама SKIMS	Колаборація модних брендів, акцент на BBL-естети ку, сексуалізаці я тіла, ретуш/фільт ри	https://www.i nstagram.co m/p/DCjjcJZ p6yD/?igsh= MW1ib25we XJwaXkx
80	19.11.20 24	1,4 млн / 7172 / 32,5 тис	Особисти й контент	Акцент на BBL-естети ку,	https://www.i nstagram.co m/p/DCj4so

				сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	Gy-7d/?igsh=Z2lvY3pnZTc1djJp
79	20.11.2024	1,8 млн / 27, тис / 173 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DCk9PKUpQpV/?igsh=cmZ6cXpveW03N3Jk
78	21.11.2024	669 тис / 3138 / 5958	Реклама SKIMS	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DCnF-e1ytgT/?igsh=cjVmZ283Z3dpaDI2
77	21.11.2024	1,5 млн / 13,1 тис / 56,4 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DCpBs3qv5tE/?igsh=MWd3NTB0Z3lxanV1OA==
76	22.11.2024	803 тис / 5980 / 15 тис	Реклама SKIMS	Колаборація модних брендів, акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DCsCQzXzSch/?igsh=MThucG56aXBub2Q3MA==
75	28.11.2024	853 тис / 12 тис / 101 тис	Відео-кліп	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DC5e7kLvPh2/?igsh=NjVnZW0zbDFzZWVm
74	01.12.2024	1,2 млн / 3131 / 12,1 тис	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DDBtj_9R-Pa/?igsh=MWgyYWhib3E5MnBzYw==
73	02.12.2024	1,2 млн / 2871 / 5368	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DDFhcC

					GSh7i/?igsh=Z2JmeTFyeG5oNW5u
72	04.12.2024	1,9 млн / 12,8 тис / 63,3 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DDJaof5R5hh/?igsh=MXVwZXR4cXl6d28zNA==
71	05.12.2024	703 тис / 4299 / 5315	Особистий контент	Селфі-фото, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DDLTMQDSPvA/?igsh=NXV6Z3l5NHQ3azJ5
70	05.12.2024	1,2 млн / 8936 / 150 тис	Реклама SKIMS	Колаборація модних брендів, акцент на BBL-естетику	https://www.instagram.com/p/DDMwRO4pPN1/?igsh=MXBpN2xqc2dpYmMxbA==
69	06.12.2024	2,4 млн / 5220 / 10,2 тис	Особистий контент	Селфі-фото, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DDNqME9yBqS/?igsh=a3dqbHA3d3pibXpq
68	06.12.2024	1 млн / 7387 / 49,9 тис	Реклама SKIMS	Колаборація модних брендів, акцент на BBL-естетику	https://www.instagram.com/p/DDPtIyGSsHn/?igsh=N3JlZHhqCTF0d2J5
67	07.12.2024	335 тис / 4197 / 28,8 тис	Реклама SKIMS, рекламний відеоролик	Колаборація модних брендів, акцент на BBL-естетику	https://www.instagram.com/reel/DDQP6iHyp-x/?igsh=MTg4NnFibHNkMXhjYQ==
66	10.12.2024	933 тис / 6535 / 18,4 тис	Реклама SKIMS	Колаборація модних брендів, акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри, сексуалізація	https://www.instagram.com/p/DDZoIopFWI/?igsh=dGRncDNuc2k3ODgx

				я жіночого тіла	
65	11.12.2024	1 млн / 2700 / 10,5 тис	Рекламна кампанія SKIMS	Рекламні візуальні фото бренду	https://www.instagram.com/p/DDca1CdPLLq/?igsh=MW5sa2Vza2dkaXBsZQ==
64	12.12.2024	775 тис / 3444 / 37,1 тис	Реклама SKIMS	Естетичне рекламне фото інтер'єру	https://www.instagram.com/p/DDe5x3PPU4b/?igsh=MXZsbGVIMGEyMnZnMA==
63	15.12.2024	1,8 млн / 7437 / 33,8 тис	Реклама SKIMS	Акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри, сексуалізація жіночого тіла	https://www.instagram.com/p/DDmhpQvxI0T/?igsh=ajd5NTZiYm9mb3M=
62	15.12.2024	708 тис / 2757 / 6420	Реклама SKIMS	Акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DDnK37myfG/?igsh=ZmJxZW44M2dzZm56
61	16.12.2024	1,8 млн / 3976 / 12,9 тис	Реклама SKIMS	Акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DDnt8_cSeXV/?igsh=dHZ1OXhqdGw4Y3hu
60	16.12.2024	1,1 млн / 8777 / 21,8 тис	Реклама SKIMS	Акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DDpd8CcBsR1/?igsh=MWJxYTB1cWZhaXZkeQ==
59	18.12.2024	163 тис / 825 / 778	Реклама косметик	Естетика косметики	https://www.instagram.com/p/DDsxwSRhyS6/?igsh=MTg4aTk5NWlIMGlwdQ==

58	18.12.2024	1,5 млн / 8725 / 42,1 тис	Реклама SKIMS	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DDulvLuSWXQ/?igsh=c2R3OWlsZjNkM3Vs
57	19.12.2024	725 тис / 7347 / 14,3 тис	Реклама SKIMS	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DDxhGR6TR4r/?igsh=MXg0NmJwOW02bmVuZg==
56	21.12.2024	2,1 млн / 9056 / 33,4 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DD02-TtxL3c/?igsh=MWJ5d21ibWk5ODQxcQ==
55	23.12.2024	670 тис / 63,5 тис / 253 тис	Відео-кліп	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DD6IpUnRrmt/?igsh=MTN1b2RhNTN6Mzhbw==
54	29.12.2024	4,1 млн / 18,4 тис / 66,5 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DELAhuQyBfF/?igsh=OHozdmZyOTR2NnFy
53	31.12.2024	1,7 млн / 5059 / 10,7 тис	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DEOgk2tpUY-/igsh=cGxyODExOTZ2a2lq
52	05.01.2025	2,5 млн / 8857 / 49,8 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DEbpluyx8FZ/?igsh=ZXZvZ2RxcWhleG12

51	06.01.2025	1,2 млн / 4209 / 7542	Естетика фото	Естетичні фото інтер'єру	https://www.instagram.com/p/DEfbgNdPtW1/?igsh=MTJ3MjJ2NW9jZGxhNA==
50	07.01.2025	1,1 млн / 17 тис / 28,4 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DEiFoSzyu4B/?igsh=eWtwMzYwZ2l5NTFn
49	15.01.2024	1,2 млн / 10,1 тис / 6402	Особистий контент	Фільтри	https://www.instagram.com/p/DE22PWlyJS7/?igsh=MTV0ZXhmaGd2OXN6Nw==
48	16.01.2025	2,2 млн / 10,6 тис / 8754	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DE3wk1VR5aq/?igsh=bHNlaTI2NDd0Z2Vw
47	21.01.2025	1,2 млн / 10,1 тис / 29,5 тис	Рекламна кампанія SKIMS	Рекламні візуальні фото бренду	https://www.instagram.com/p/DFGR0f3yYTW/?igsh=azZzem83YmFpcGE3
46	27.01.2024	2,1 млн / 7183 / 21,7 тис	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DFVZHqLPbzK/?igsh=MXc4dmIwZzFodzFtNw==
45	29.01.2025	1,9 млн / 8657 / 28,5 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри, сексуалізація жіночого тіла	https://www.instagram.com/p/DFbLAHSyLCP/?igsh=OWFsYjhucnVsZHRm
44	02.02.2025	1,7 млн / 6636 / 18,7 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику,	https://www.instagram.com/p/DFjUDS

				ретуш/фільтри, сексуалізація жіночого тіла	1yQUv/?igsh=MXBicHg0bWZ4OXcwbG==
43	04.02.2025	902 тис / 6721 / 9581	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри, сексуалізація жіночого тіла	https://www.instagram.com/p/DFod41WyWjT/?igsh=MXZ1NHlwNnFib2RiNQ==
42	07.02.2025	145 тис / 2166 / 3568	Відео-ролик	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DFwIPq9y1SV/?igsh=bzB3eTYwNzloYzI5
41	11.02.2025	872 тис / 12 тис / 173 тис	Відео-ролик	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DF8gZYqSwrK/?igsh=eXQ5bWpvYmZ3eGty
40	13.02.2025	1,1 млн / 13,2 тис / 45 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри, сексуалізація жіночого тіла	https://www.instagram.com/p/DGBPHKxJHzq/?igsh=MXNmMTEsMXV6ZWlpbw==
39	14.02.2025	2 млн / 8890 / 41,4 тис	Особистий контент	Акцент на натуральність	https://www.instagram.com/p/DGCQDICvunV/?igsh=cmJpajNiZ2dmZ3di
38	17.02.2025	201 тис / 3158 / 2804	Відео-ролик	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DGL2sAHyLlt/?igsh=MTJyd2RxaHR5dmMweA==
37	17.02.2025	814 тис / 3897 / 5846	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DGL_Q

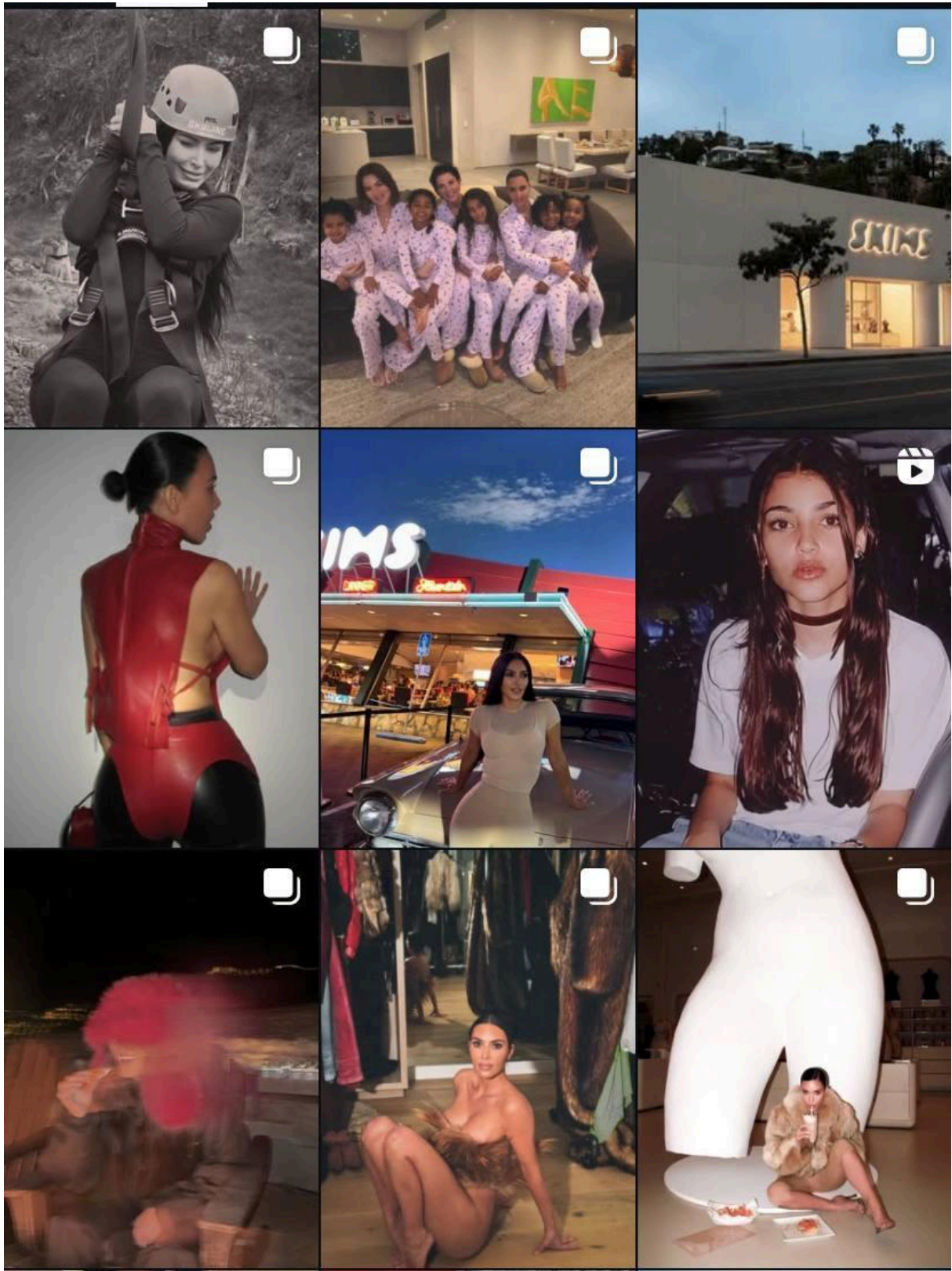
					g9SPJp/?igsh=MWRseGdjсTFiNGV2aA==
36	18.02.2025	1,3 млн / 6625 / 24,3 тис	Реклама	Акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри, сексуалізація жіночого тіла	https://www.instagram.com/p/DGMYmmRySVP/?igsh=MW15bjFoenRoZW1mYQ==
35	18.02.2025	923 тис / 6065 / 98,4 тис	Рекламна кампанія SKIMS	Рекламні візуальні фото бренду	https://www.instagram.com/p/DGNyCvQJPlе/?igsh=MTRjNWpmdW16Y2t2dA==
34	18.02.2025	592 тис / 3954 / 12,6 тис	Рекламна кампанія SKIMS	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DGOF7Olvv6I/?igsh=MWlhbmNoMHo3bXVzeg==
33	21.02.2025	- / 6249 / -	Особистий контент, відео ролик	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DGV1U_Hv_Ya/?igsh=MW1xd2hqdHNnNGZvbw==
32	25.02.2025	1,7 млн / 6051 / 17,2 тис	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DGgMEefyj-c/?igsh=aXdPd2lhbn91dmJ6
31	28.02.2025	612 тис / 4014 / 4481	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DGoXfoUSl9I/?igsh=aXBodXFjMjg2bnJ6
30	02.03.2025	581 тис / 6106 / 17,2 тис	Особистий контент, відео ролик	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла,	https://www.instagram.com/reel/DGr9hdpRbvK/?igsh=MXA3eX

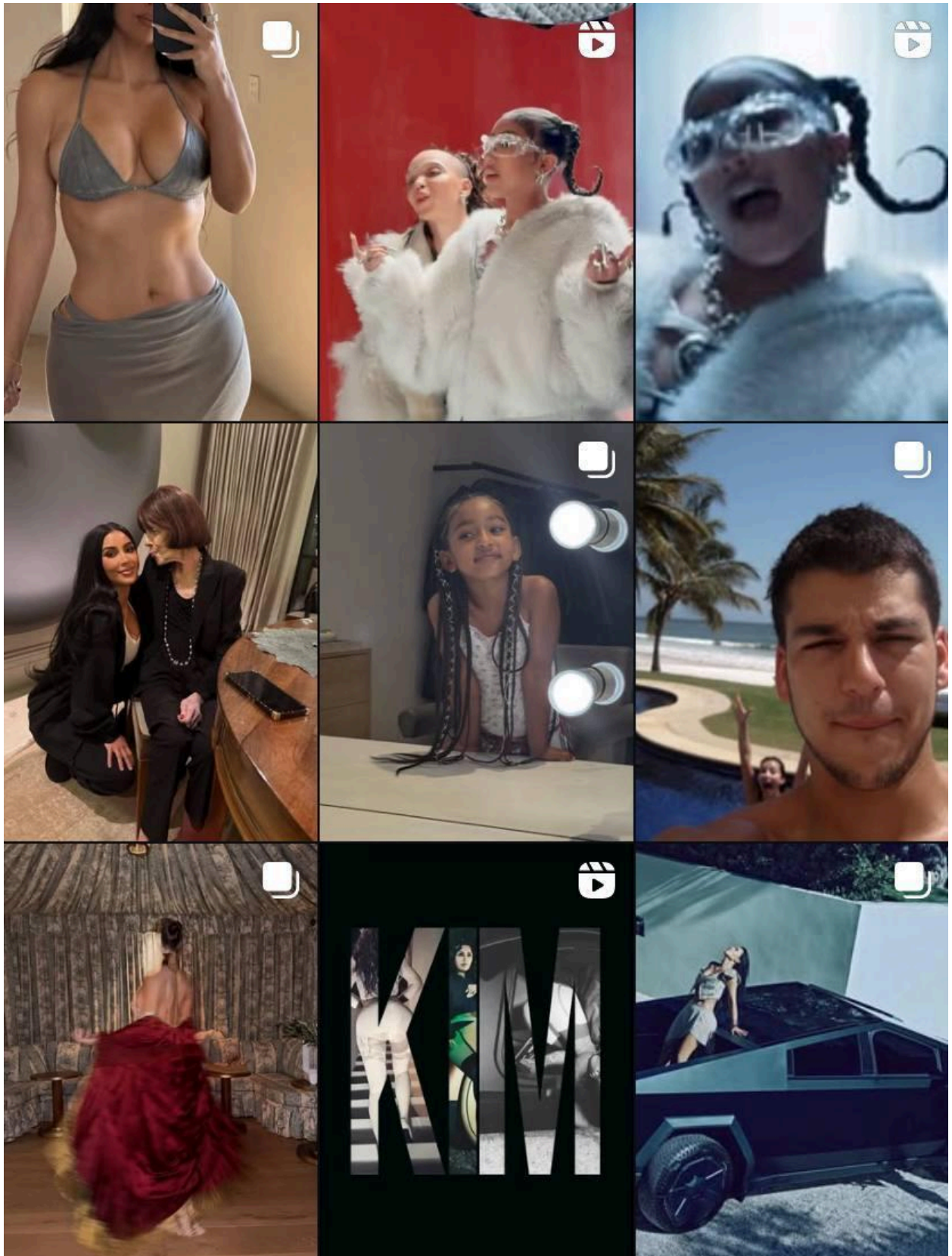
				ретуш/фільтри	RscnZtZjNrdQ==
29	02.03.2025	1,2 млн / 6099 / 19,2 тис	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DGsI__tR7mw/?igsh=MWV1Ym0wMnd2MWhleA==
28	03.03.2025	550 тис / 5286 / 11,7 тис	Рекламний відеоролик	Акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DGuzOdkxjIF/?igsh=MWVhbmR2MzVnMDZ0Zw==
27	03.03.2025	1 млн / 4202 / 10,2 тис	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DGvbhFNpHvs/?igsh=MzdhZjQ4anZ4a2h3
26	03.03.2025	3,2 млн / 22 тис / 236 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DGvqz2MP4L7/?igsh=ZDh2ZTNnbzZhZ2Ey
25	04.03.2025	599 тис / 3491 / 5661	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DGyTCSuSwkz/?igsh=MTI3ZHp2d3RqM2thag==
24	04.03.2025	1 млн / 8697 / 57,4 тис	Рекламний контент SKIMS	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DGyqIN5yZZz/?igsh=MXZ5d2hkeW05djVnOQ==
23	05.03.2025	177 тис / 2885 / 2030	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DGzd_XxRx3O/?igsh=MWUxcW9ncm9yb2QydQ==

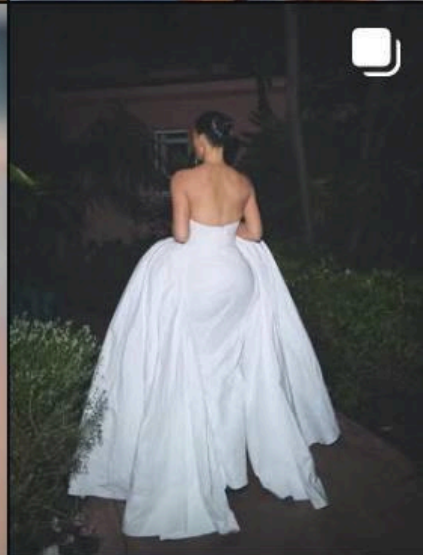
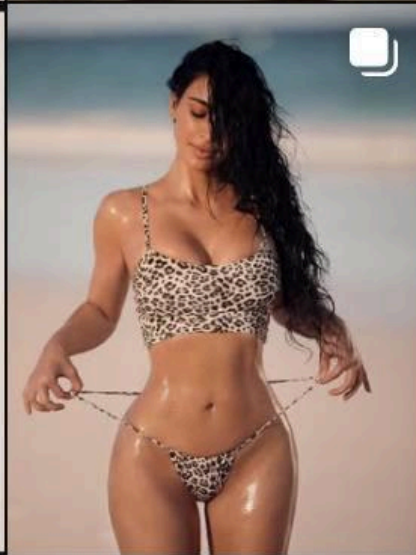
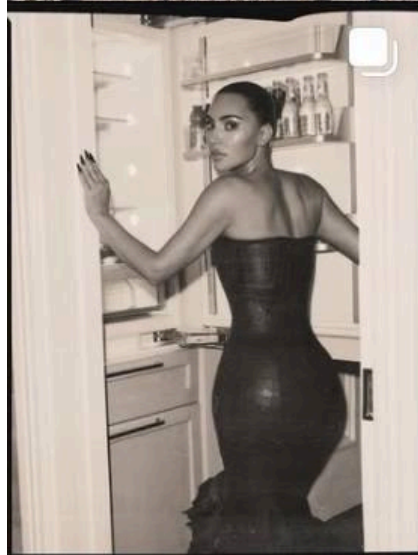
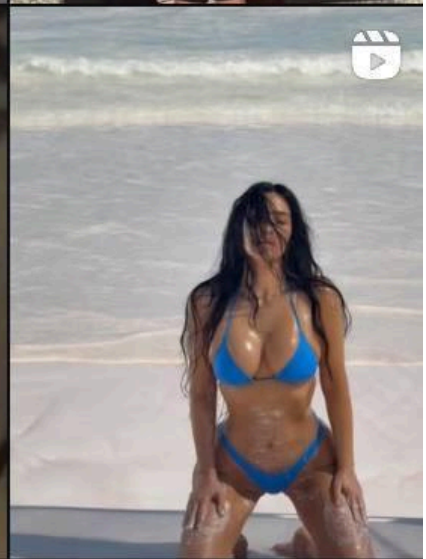
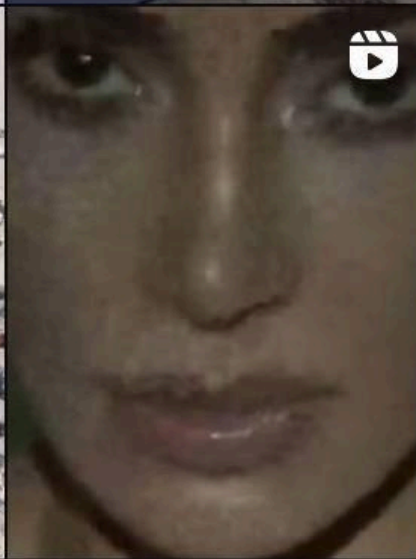
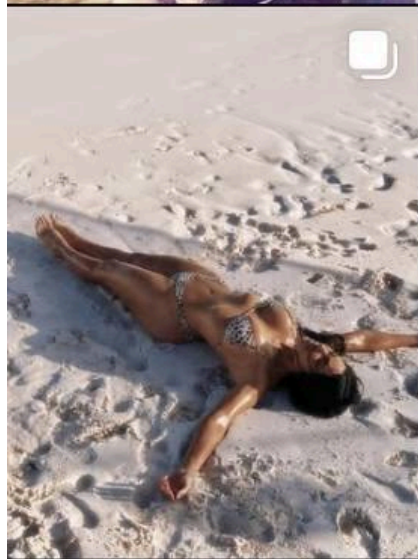
22	06.03.2025	1 млн / 5557 / 14,8 тис	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DG3ZKRVvMq7/?igsh=dnE3NzJnZDB0OGhu
21	14.03.2025	606 тис / 2597 / 3892	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DHKG7pYSgv-/?igsh=bWtxNHfyexdiZ2Nh
20	14.03.2025	789 тис / 4543 / 21,4 тис	Рекламний контент SKIMS	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DHLz3ehJA6o/?igsh=a3l5YXE0YjBjeGFy
19	14.03.2025	392 тис / 4388 / 5562	Обкладинка журналу	Сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DHL_cMapJN7/?igsh=NmE0eGg0eWF2Mnpt
18	14.03.2025	1 млн / 32,7 тис / 53,7 тис	Рекламний контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DHMBa0MSj1H/?igsh=eG03dnR4Ynl0dnpw
17	15.03.2025	- / 4721 / -	Рекламний контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DHMyW3RS6Nu/?igsh=d2QyZzhbnhrNHR5
16	17.03.2025	812 тис / 5075 / 5544	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DHSbbTtxp05/?igsh=YTM2NnUycnNvdDZo
15	17.03.2025	1,6 млн / 5651 / 22,3 тис	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DHULYROSPbL/?igsh=MWZxN

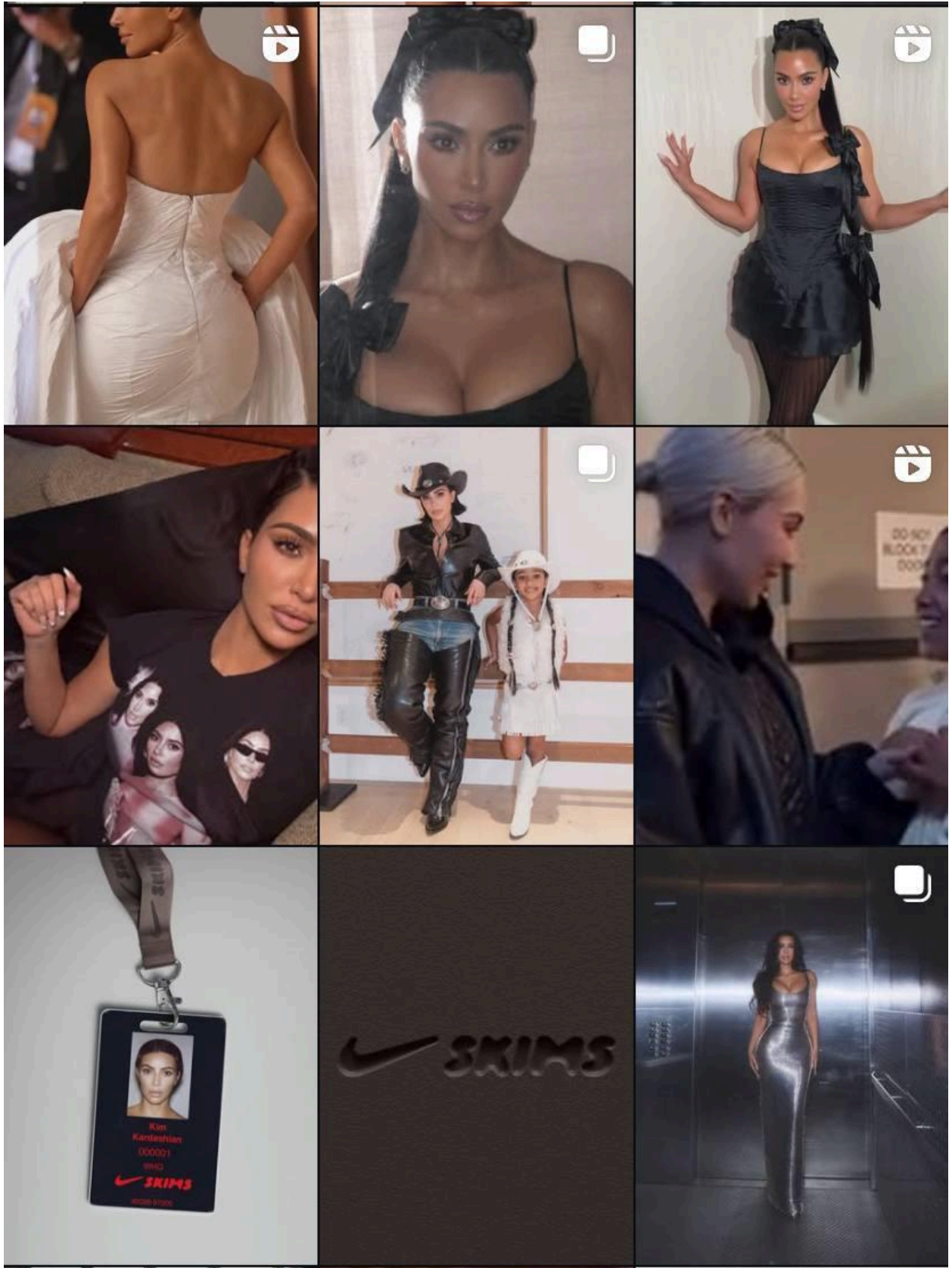
					GdkcnM4cD NjMg==
14	25.03.20 25	1,2 млн / 4417 / 8246	Особисти й контент	Фільтри	https://www.instagram.com/p/DHn_iS4px9i/?igsh=dzVicWxqdm96Z2Nq
13	27.03.20 25	910 тис / 3624 / 4067	Особисти й контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DHrmdOyS7n-/?igsh=dG9lMWdnem8zd3F0
12	27.03.20 25	307 тис / 4949 / 35,1 тис	Відео-ролик	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DHtsvrby9JU/?igsh=MTlzaG15bmxdTlZlag==
11	28.03.20 25	657 тис / 10,1 тис / 55,1 тис	Відео-ролик	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/reel/DHuT3tuSt6m/?igsh=MWUxOXp0OHBwYTN3cA==
10	29.03.20 25	989 тис / 8029 / 33,4 тис	Особисти й контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DHzAw2GS4_y/?igsh=MWZsZTR0eDV6ZXVvNw==
9	01.04.20 25	730 тис / 4150 / 6699	Реклама SKIMS	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DH6rtWQBxkF/?igsh=MTlvaXB1YWhnYTZzNw==
8	03.04.20 25	1,3 млн / 8831 / 23,6 тис	Особисти й контент	Акцент на BBL-естетику, сексуалізація тіла, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DH_dcP5ppZx/?igsh=MXNlaHZvb21zODg3MQ==

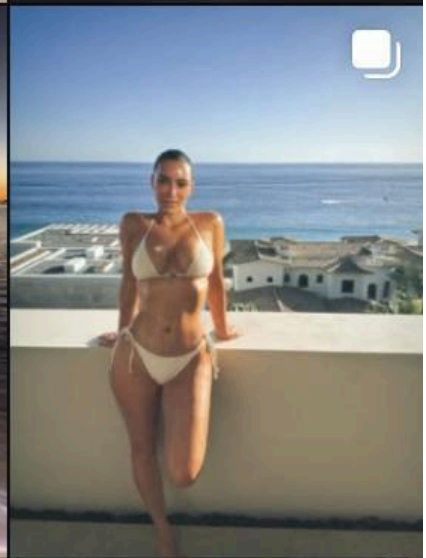
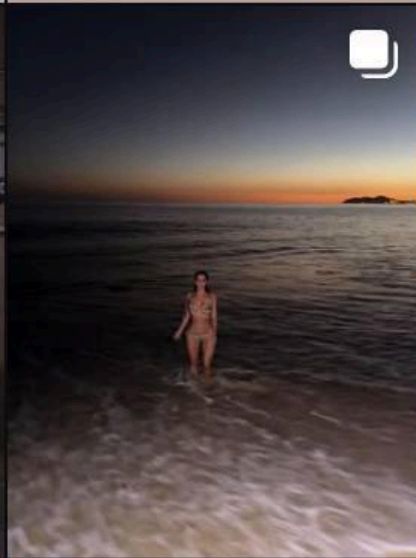
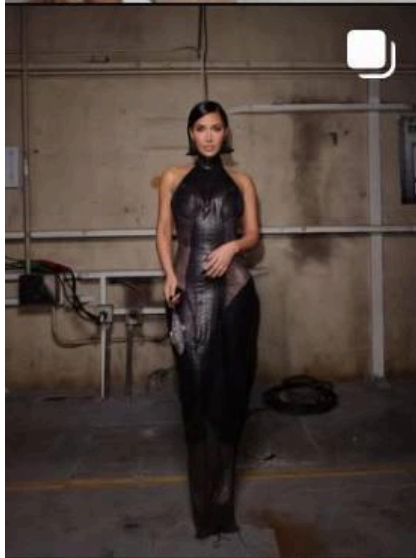
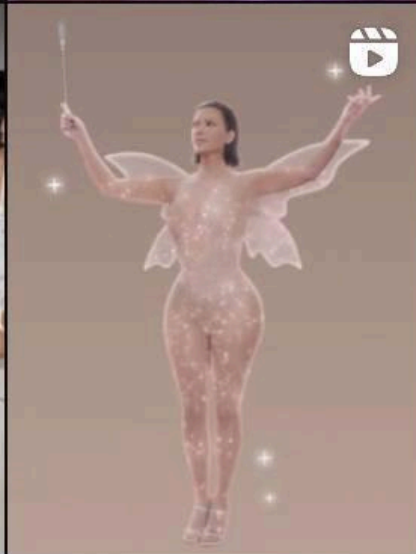
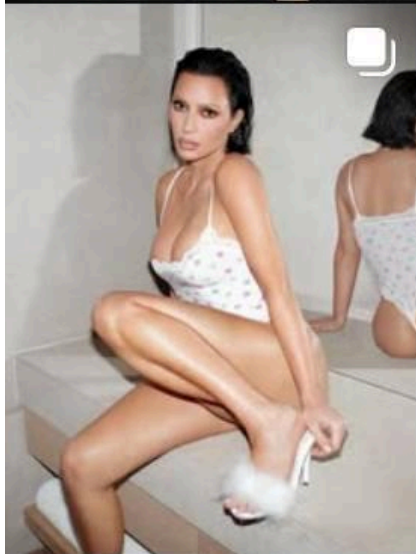
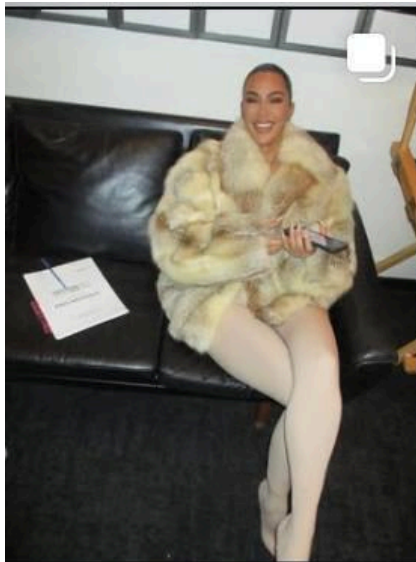
7	05.04.2025	898 тис / 2355 / 2576	Особистий контент	Акцент на натуральність	https://www.instagram.com/p/DIChoxpSVHQ/?igsh=cGd5cThrhm53OHJj
6	05.04.2025	1,4 млн / 11,5 тис / 38,2 тис	Особистий контент	Ретуш/фільтри, III	https://www.instagram.com/reel/DIE5jhYSN28/?igsh=NXJxNnk4ZTN6OWQx
5	07.04.2025	1,5 млн / 6622 / 19,1 тис	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DIH7aZpyIT5/?igsh=MTNlZzJvNGc4aHVpdg==
4	10.04.2025	394 тис / 3435 / 1975	Особистий контент	Акцент на BBL-естетику, ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DIPuoASopy/?igsh=MXRidDhoMDg1ZmNyOA==
3	10.04.2025	626 / 3821 / 6812	Реклама SKIMS	Рекламні фото бренду	https://www.instagram.com/p/DIRS4bAplzG/?igsh=Y2d3b3ZndWtuMzQ2
2	21.04.2025	1,6 млн / 7076 / 16,9 тис	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DIuScETzD-e/?igsh=dHRvaXFvdGxtbHdn
1	24.04.2025	1,4 млн / 3816 / 9678	Особистий контент	Ретуш/фільтри	https://www.instagram.com/p/DI1vw07Ty5d/?igsh=MTVmeHUzM2Ezd2k=

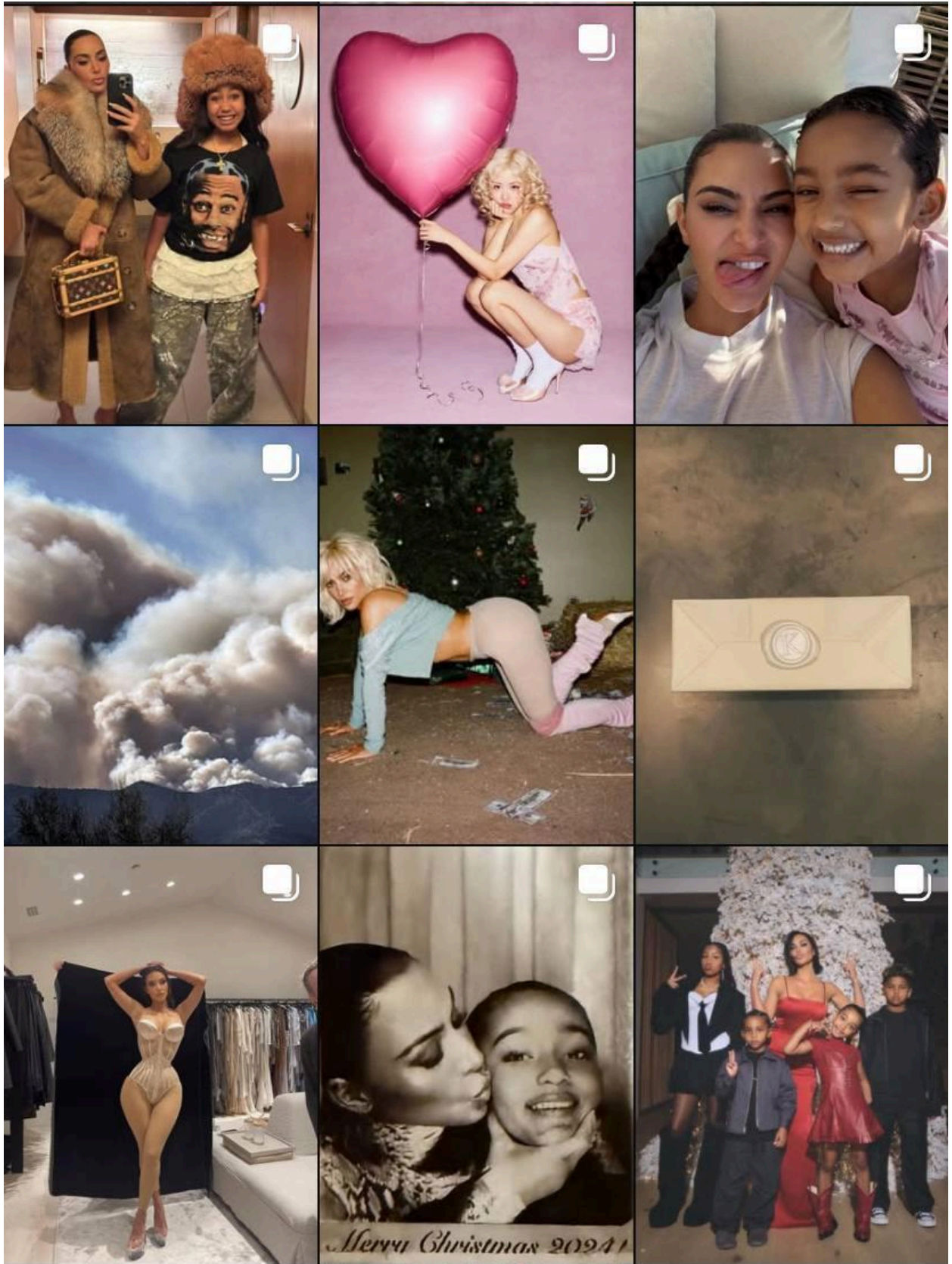
Візуальне зображення “100 постів із сторінки Кім” (від 1-го до 100-го) [54]

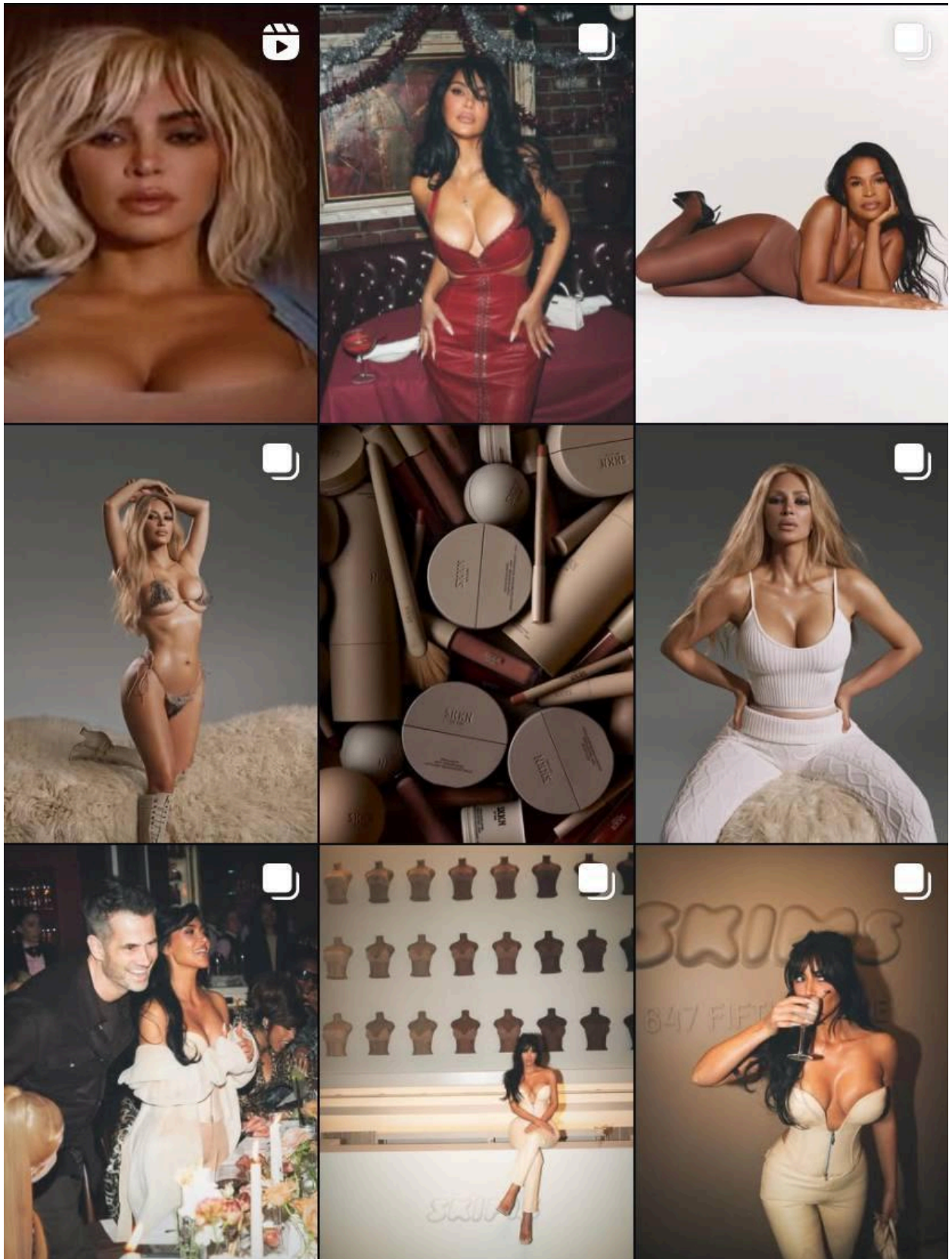


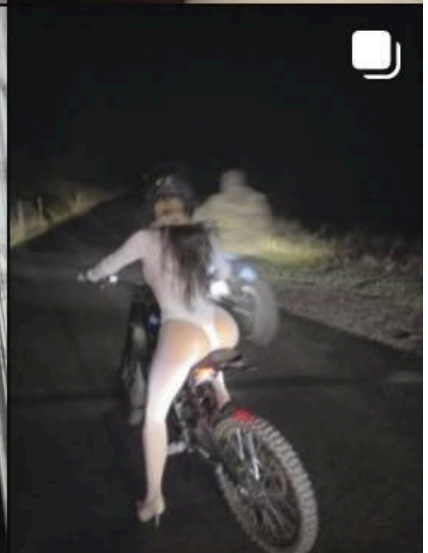
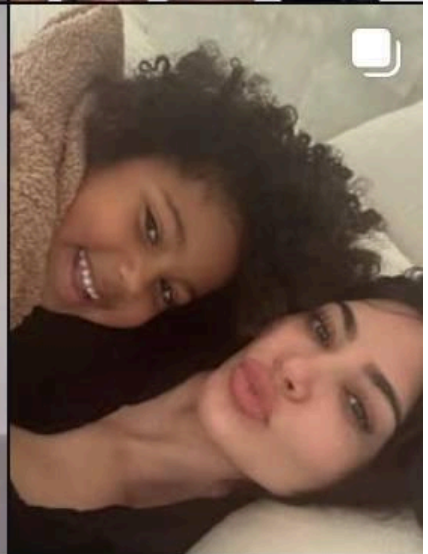
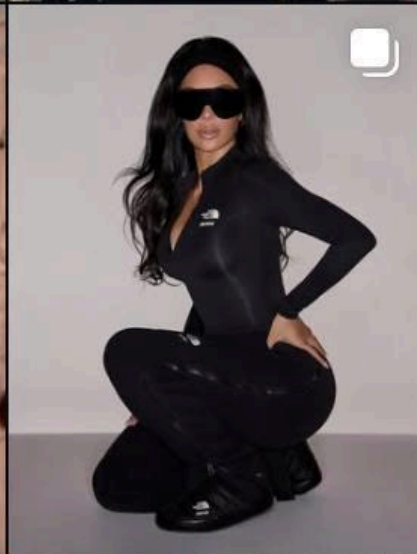
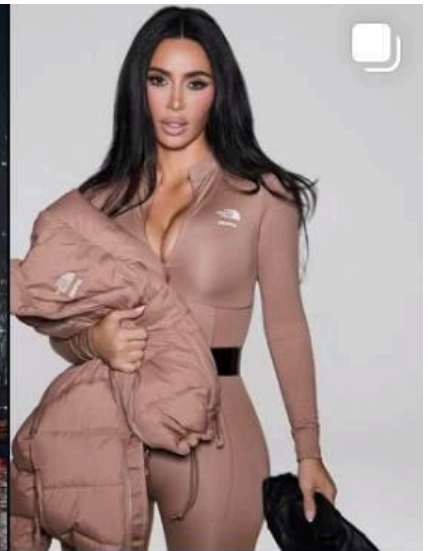
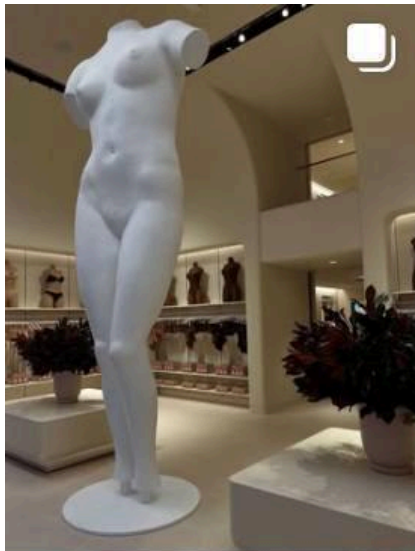


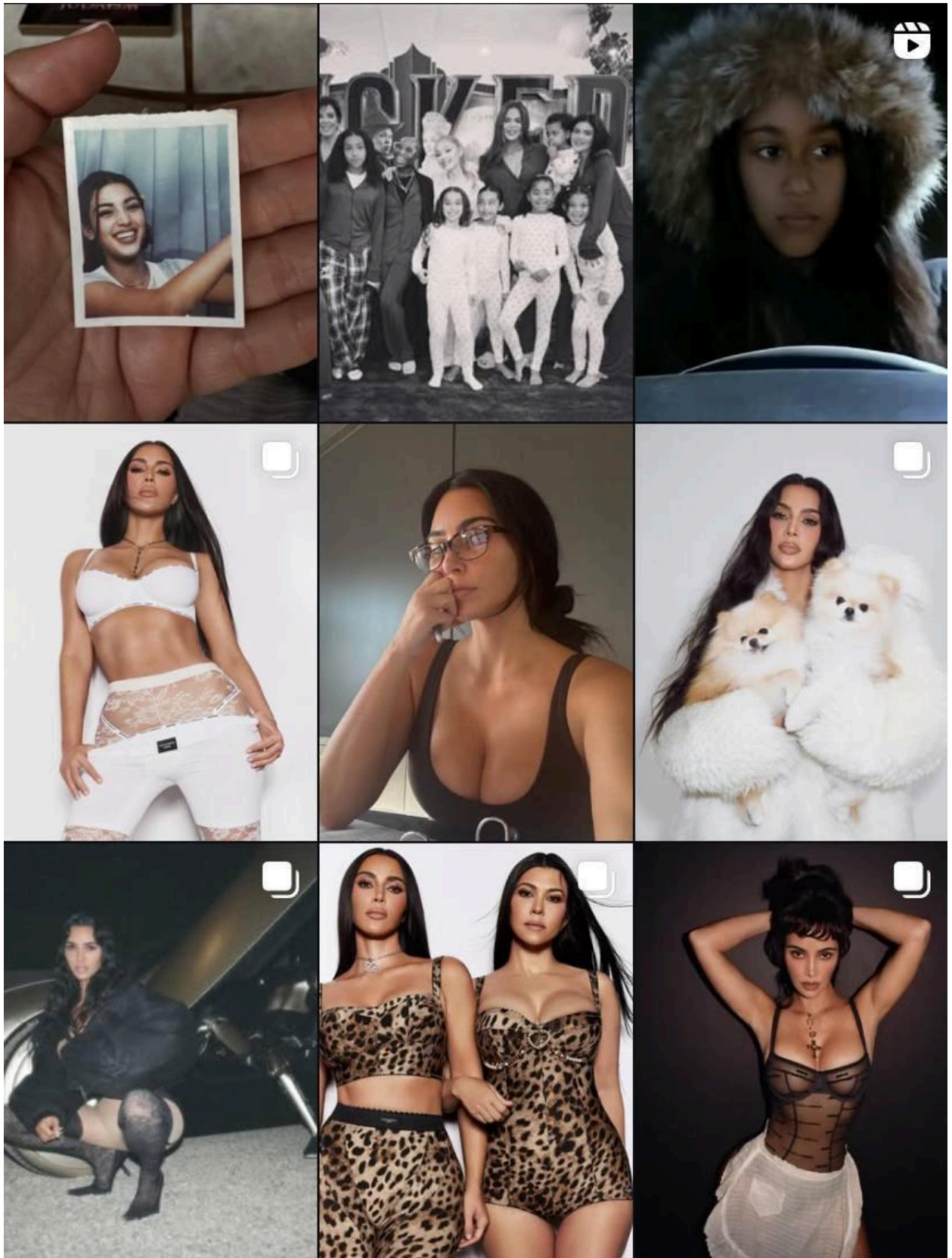


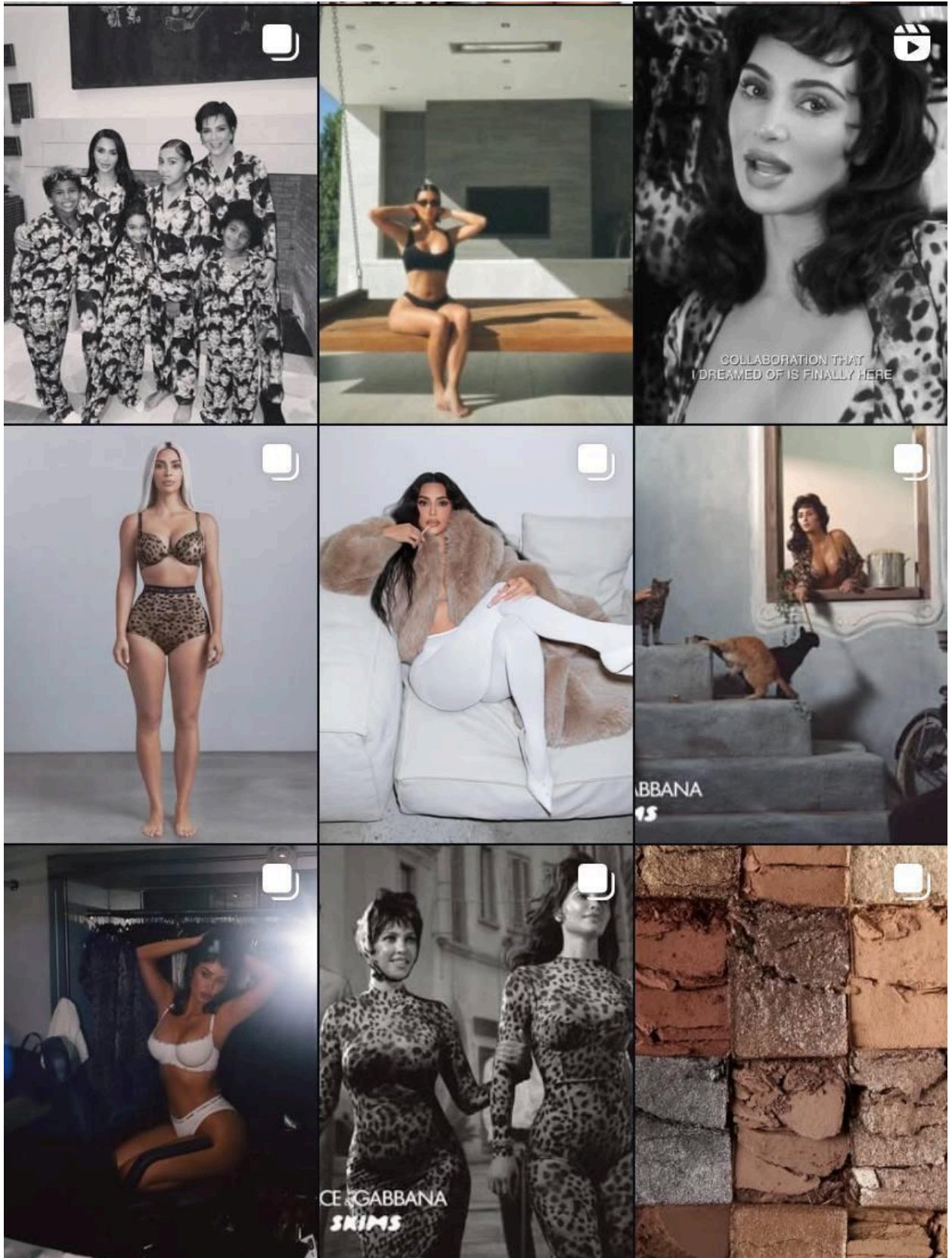


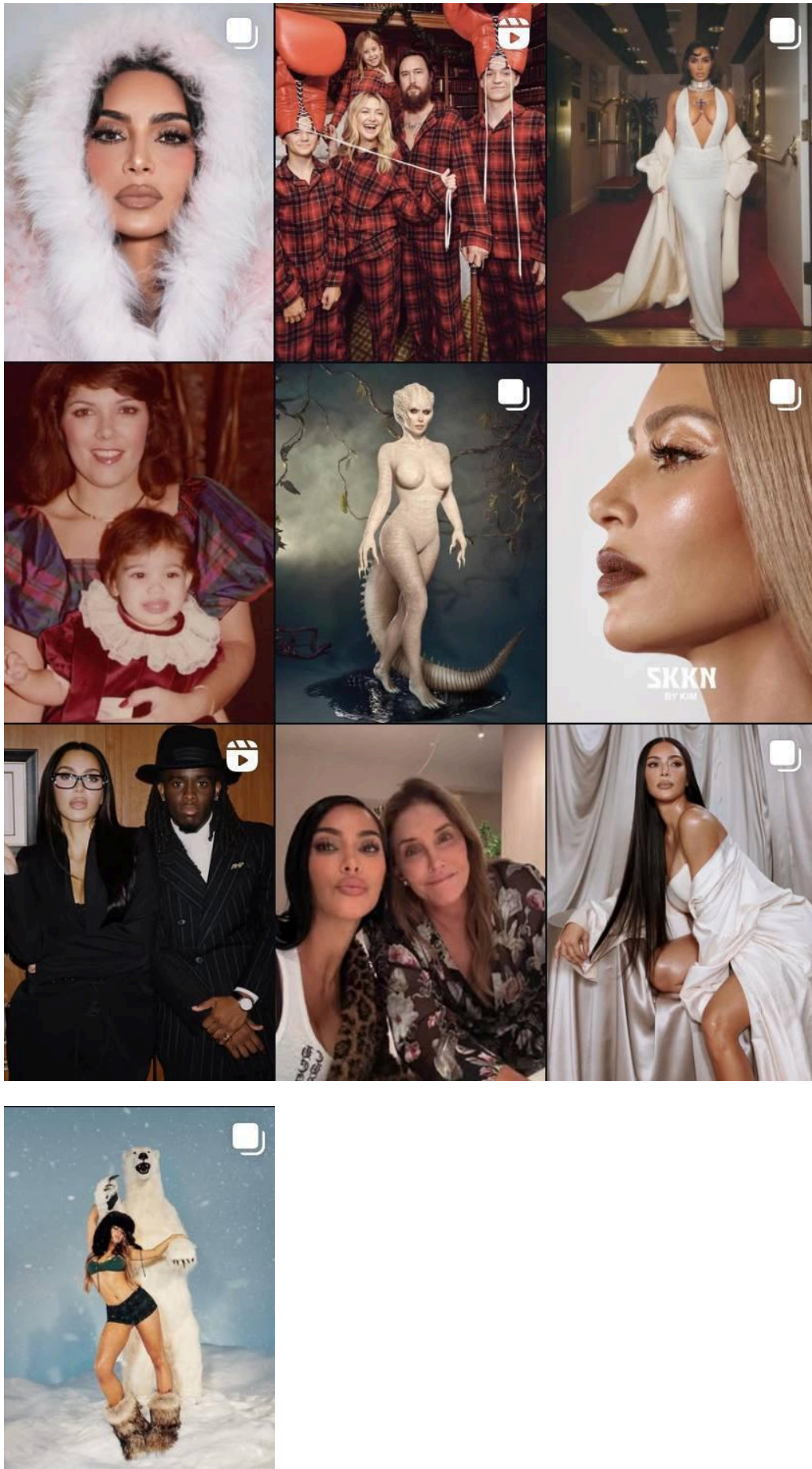












АНОТАЦІЯ

Дипломна робота на тему «Тілесна дисморфія як тренд у фотоконтенті мережі Instagram» присвячена вивченню впливу цифрової культури на формування уявлень про зовнішність серед молоді, зокрема через призму ідеалізованих образів, які створюються та поширюються в Instagram. У центрі дослідження – явище тілесної дисморфії як наслідок порівняння з нереалістичними візуальними стандартами краси, що домінують у соцмережах.

Об'єктом дослідження є тілесна дисморфія як психологічне явище.

Предметом – фотоконтент сторінки Кім Кардаш'ян в Instagram як приклад візуальної комунікації, що може впливати на формування незадоволення власною зовнішністю серед молодих дівчат.

Мета – проаналізувати вплив тілесної дисморфії як соціального та медіа-тренду на сприйняття тіла користувачками Instagram.

На основі аналізу наукових джерел уточнено поняття тілесної дисморфії, розглянуто її психологічні характеристики, причини виникнення та соціокультурний контекст поширення. Також досліджено роль соціальних мереж, зокрема Instagram, у формуванні викривленого образу тіла.

Практична частина роботи базується на контент-аналізі публікацій Instagram-акаунту Кім Кардаш'ян. Було проаналізовано візуальні образи, риторику публікацій, фільтри, акценти на зовнішності та реакції аудиторії. Проведено інтерпретацію результатів із урахуванням когнітивних викривлень, що властиві дисморфічному сприйняттю себе. Результати аналізу дозволяють краще зрозуміти механізми впливу фотоконтенту на психоемоційний стан молодих користувачок соціальних мереж.

Рекомендації, сформовані на основі дослідження, можуть бути використані у сфері психологічної освіти, медіаграмотності, а також для

створення профілактичних програм, спрямованих на зниження ризику розвитку тілесної дисморфії.

Ключові слова: тілесна дисморфія, Instagram, фотоконтент, соціальні мережі, зовнішність, самооцінка, візуальна культура.

ABSTRACT

The thesis on the topic "Body Dysmorphia as a Trend in Instagram Photo Content" is devoted to the study of the influence of digital culture on the formation of ideas about appearance among young people, in particular through the prism of idealized images that are created and distributed on Instagram. The focus of the study is the phenomenon of body dysmorphia as a consequence of comparison with unrealistic visual standards of beauty that dominate social networks.

The object of the study is body dysmorphia as a psychological phenomenon.

The subject is the photo content of Kim Kardashian's Instagram page as an example of visual communication that can influence the formation of dissatisfaction with one's own appearance among young girls.

The goal is to analyze the influence of body dysmorphia as a social and media trend on the perception of the body by Instagram users.

Based on the analysis of scientific sources, the concept of body dysmorphia is clarified, its psychological characteristics, causes of occurrence and sociocultural context of distribution are considered. The role of social networks, in particular Instagram, in the formation of a distorted body image was also investigated.

The practical part of the work is based on a content analysis of publications on Kim Kardashian's Instagram account. Visual images, rhetoric of publications, filters, emphasis on appearance, and audience reactions were analyzed. The results were interpreted taking into account cognitive distortions inherent in dysmorphic self-perception. The results of the analysis allow us to better understand the mechanisms of the influence of photo content on the psycho-emotional state of young users of social networks.

The recommendations formed on the basis of the study can be used in the field of psychological education, media literacy, as well as for the creation of preventive programs aimed at reducing the risk of developing body dysmorphia.

Keywords: body dysmorphia, Instagram, photo content, social networks, appearance, self-esteem, visual culture.