

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»
Навчально-науковий інститут психології та соціальних наук**

Кафедра психології

**ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ
САМОІДЕНТИЧНОСТІ СЕРЕД МОЛОДІ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня
БАКАЛАВР**

за спеціальністю 053 Психологія

ЧЕРКЕС КАТАРІНИ ВАСИЛІВНИ

Кваліфікаційна робота
допущена до захисту
Зав. кафедри _____
«26» січня 2026 р.

Науковий керівник:
Шопша М.М.,
кандидат психологічних наук,
доцент кафедри психології

Рецензент:
Расвська Я.М.,
кандидат психологічних наук,
доцент

КИЇВ – 2026

Реєстрація

номер

дата, підпис лаборанта кафедри

Рекомендовано**до захисту**

М.М. Шопша

підпис наукового
керівника

ініціали, прізвище наукового керівника

Результат захисту

оцінка

дата захисту

Голова ЕК

Н.В. Волинець

підпис

ініціали, прізвище

Члени ЕК

С.А. Палій

підпис

ініціали, прізвище

В.Б. Синякова

підпис

ініціали, прізвище

О.Л. Туриніна

підпис

ініціали, прізвище

Секретар ЕК

Д.В. Бур'ян

підпис

ініціали, прізвище

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»
Навчально-науковий інститут психології та соціальних наук**

Кафедра психології

спеціальність *Психологія*
курс IV (*бакалаврат*)

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра

Черкес Катаріни Василівни

1. Тема роботи: «Вплив соціальних мереж на формування самоідентичності серед молоді».

2. Цільова установка: студенти закладів вищої освіти; вихідні дані: матеріали виробничої та переддипломної практики, навчальні посібники, монографії, методичні вказівки, ресурси інтернету, періодичні видання з теми дослідження.

3. Перелік графічного матеріалу 10 табл.

4. Консультанти по роботі (із зазначенням розділів):

Розділ	Консультант (Прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	Шопша М.М.		
Розділ 2	Шопша М.М.		

4. Зміст роботи:

Вступ

Розділ 1. Теоретичні основи дослідження самоідентичності молоді в умовах соціальних мереж.

Розділ 2. Емпіричне дослідження особливостей впливу соціальних мереж на формування самоідентичності серед молоді.

Висновок

Список використаних джерел

Додатки

Календарний план виконання роботи

№ п/п	Етапи виконання роботи	Термін виконання	
		За планом	Фактичний
1.	Вибір теми і призначення наукового керівника кваліфікаційної роботи бакалавра.	червень 2025	червень 2025
2.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи бакалавра.	липень 2025	липень 2025
3.	Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи бакалавра, затвердження його керівником.	серпень 2025	серпень 2025
4.	Збір та узагальнення матеріалу за темою роботи.	жовтень 2025	жовтень 2025
5.	Підготовка першого (чорнового) варіанту роботи і подання його на перевірку науковому керівнику.	грудень 2025	грудень 2025
6.	Доопрацювання тексту роботи з врахуванням зауважень наукового керівника, збагачення роботи додатковими дослідженнями, що проводилися під час виробничої та переддипломної практики, і подання її на повторне читання.	січень-березень 2026	січень-березень 2026
7.	Подання кваліфікаційної роботи бакалавра на реєстрацію на кафедрі, рецензування та написання відгуку науковим керівником.	квітень 2026	квітень 2026
8.	Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи бакалавра на засіданні Екзаменаційної комісії.	травень 2026	травень 2026
9.	Захист виконаної кваліфікаційної роботи.	червень 2026	червень 2026

Дата видачі завдання _____

Науковий керівник _____

(Шопша М.М.)

Завдання прийняв(ла)

до виконання

здобувач(ка) _____

(Черкес К.В.)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 61 с. (основного тексту), 10 табл., 26 джерел, 3 додатки.

Об’єкт дослідження – процес формування самоідентичності особистості в юнацькому віці.

Предмет дослідження - особливості впливу соціальних мереж на формування самоідентичності серед молоді.

Мета дослідження - здійснити теоретико-емпіричний аналіз впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді.

Методи дослідження:

- теоретичні: аналіз та систематизація наукових джерел, узагальнення і порівняння.
- емпіричні: тестування за допомогою 3-х психодіагностичних методик: методика визначення ясності Я-концепції (Self-Concept Clarity Scale — Т. Campbell, адаптація І. Я. Шемелюк), шкала залежності від соціальних мереж (Social Networking Addiction Scale — М. G. Shahnawaz, U. Rehman), шкала самоповаги Розенберга;
- методи математико-статистичної обробки результатів: порівняння середніх показників, кореляційний аналіз.

**САМОІДЕНТИЧНІСТЬ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, МОЛОДЬ,
САМОСВІДОМІСТЬ, САМООЦІНКА, ЦИФРОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ**

**SELF-IDENTITY, SOCIAL MEDIA, YOUTH, SELF-
CONSCIOUSNESS, SELF-ESTEEM, DIGITAL ENVIRONMENT**

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	11
1.1. Поняття та психологічна сутність самоідентичності особистості.....	11
1.2. Особливості формування самоідентичності у юнацькому віці.....	15
1.3. Вплив соціальних мереж на формування самоідентичності молоді.	19
Висновки до першого розділу.....	25
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ СЕРЕД МОЛОДІ.....	28
2.1. Організація та методи дослідження особливостей впливу соціальних мереж на формування самоідентичності серед молоді.....	28
2.2. Аналіз результатів дослідження особливостей впливу соціальних мереж на формування самоідентичності серед молоді.....	38
2.3. Методичні рекомендації щодо підтримки позитивної самоідентичності молоді в умовах використання соціальних мереж.....	56
Висновки до другого розділу.....	61
ВИСНОВОК.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69
ДОДАТКИ.....	72

ВСТУП

Актуальність теми. У XXI столітті соціальні мережі стали одним із провідних середовищ соціалізації молоді. Платформи Instagram, TikTok, YouTube, Snapchat та інші цифрові простори перетворилися на середовище активного конструювання образу «Я», формування ціннісних орієнтацій, норм поведінки та соціальних ролей. За даними сучасних міжнародних досліджень [19 ; 22 ; 18] молоді люди проводять у соціальних мережах кілька годин щодня, що суттєво впливає на їхній психоемоційний стан, самооцінку та процеси самосприйняття.

Період юності є сенситивним етапом формування самоідентичності. Відповідно до класичних положень теорії психосоціального розвитку Е. Еріксона, саме в цьому віці відбувається активний пошук власної ідентичності та інтеграція різних аспектів «Я» [15]. У сучасних умовах цей процес відбувається не лише в реальному соціальному просторі, але й у цифровому середовищі, яке створює нові механізми самопрезентації, соціального порівняння та отримання зворотного зв'язку.

Сучасні дослідження доводять, що соціальні мережі впливають на формування самооцінки через механізми порівняння себе з іншими, орієнтацію на стандарти зовнішності та успішності, кількісні показники соціального схвалення (лайки, перегляди, підписники) [26 ; 14]. Алгоритмічні стрічки підсилюють селективну експозицію контенту, що може формувати викривлені уявлення про соціальні норми та «ідеальне життя» [24].

Водночас низка сучасних досліджень підкреслює, що вплив соціальних мереж не є однозначно негативним. За умов усвідомленого використання вони можуть сприяти самовираженню, підтримці соціальних зв'язків, формуванню громадянської позиції та розвитку рефлексивності [23 ; 25].

Таким чином, проблема впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді є надзвичайно актуальною в умовах цифрової трансформації суспільства та потребує системного психологічного аналізу.

Стан наукової розробленості проблеми

Теоретичні засади дослідження самоідентичності закладені у працях Е. Еріксона, який визначав ідентичність як інтегративне утворення особистості, що забезпечує відчуття цілісності та безперервності власного «Я» [15]. Подальший розвиток ця концепція отримала у теорії статусів ідентичності Дж. Марсії [17].

У сучасній психології активно розвивається напрям дослідження цифрової ідентичності (digital identity). Зокрема, S. Turkle аналізує трансформацію самосприйняття в умовах постійної онлайн-присутності [21]. М. Nesi запропонувала модель «віртуального контексту розвитку підлітків», де соціальні мережі розглядаються як окреме соціальне середовище з власними нормами та механізмами впливу [18].

Valkenburg, Beyens та Pouwels (2022) у межах Differential Susceptibility to Media Effects Model доводять, що вплив соціальних мереж залежить від індивідуальних психологічних характеристик користувача [23]. Twenge підкреслює зв'язок між інтенсивністю використання соціальних медіа та зростанням рівня тривожності й зниженням самооцінки серед покоління Gen Z [22].

В українських дослідженнях останніх років також посилюється увага до проблеми цифрової соціалізації молоді, онлайн-комунікації та трансформації самосвідомості в умовах цифрового середовища [7; 3; 1]. Проте комплексні емпіричні дослідження взаємозв'язку інтенсивності використання соціальних мереж та особливостей формування самоідентичності студентської молоді залишаються недостатніми.

Отже, незважаючи на активний розвиток досліджень у сфері цифрової психології, проблема впливу соціальних мереж на формування самоїдентичності молоді потребує подальшого теоретичного та емпіричного вивчення.

Об'єкт дослідження - процес формування самоїдентичності особистості в юнацькому віці.

Предмет дослідження - особливості впливу соціальних мереж на формування самоїдентичності серед молоді.

Мета дослідження - здійснити теоретико-емпіричний аналіз впливу соціальних мереж на формування самоїдентичності молоді.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати сучасні наукові підходи до розуміння самоїдентичності особистості.
2. Розкрити психологічні особливості формування самоїдентичності у юнацькому віці.
3. Визначити механізми впливу соціальних мереж на самосприйняття та самопрезентацію молоді.
4. Емпірично дослідити взаємозв'язок між інтенсивністю використання соціальних мереж та рівнем самооцінки й цілісності ідентичності.
5. Розробити практичні рекомендації щодо підтримки позитивної самоїдентичності в умовах цифрового середовища.

Методи дослідження:

- теоретичний аналіз і систематизація сучасних наукових джерел (2020–2025 рр.);
- анкетування щодо інтенсивності та характеру використання соціальних мереж;

- психодіагностичні методики (методика визначення ясності Я-концепції (Self-Concept Clarity Scale — Т. Campbell, адаптація І. Я. Шемелюк), шкала залежності від соціальних мереж (Social Networking Addiction Scale — М. G. Shah Nawaz, U. Rehman), шкала самоповаги Розенберга);
- методи математико-статистичної обробки результатів (кореляційний аналіз, порівняння середніх показників).

Практичне значення одержаних результатів. Отримані результати можуть бути використані у практиці психологічного консультування та психопрофілактичної роботи з молоддю з метою формування позитивної самоідентичності та адекватної самооцінки в умовах активного використання соціальних мереж. Результати дослідження можуть бути корисними для розробки програм психологічної підтримки студентської молоді, спрямованих на зниження залежності від соціального схвалення у цифровому середовищі та розвиток усвідомленого ставлення до власного образу «Я».

Отримані дані можуть бути використані при викладанні навчальних дисциплін з вікової та соціальної психології, психології особистості, а також у тренінгових програмах, спрямованих на розвиток самосвідомості та рефлексії молоді.

Експериментальна база дослідження. Дослідження проведено у лютому–березні 2026 року серед 32 респондентів (онлайн-опитування, Google Forms). Із них 20 жінок та 12 чоловіків. Вік респондентів коливався від 18 до 23 років.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (26 джерел), додатків (3 додатків). Загальний обсяг роботи складає 76 сторінок, з них основного тексту — 61 сторінка.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1.1. Поняття та психологічна сутність самоідентичності особистості

Проблема самоідентичності особистості є однією з ключових у сучасній психологічній науці, оскільки вона пов'язана з формуванням цілісного уявлення людини про себе, свої життєві цінності, соціальні ролі та місце у суспільстві. Самоідентичність розглядається як складний психологічний феномен, що відображає процес усвідомлення та прийняття людиною власного «Я», а також інтеграцію різних аспектів особистості у єдину систему самосприйняття.

У психологічній літературі поняття ідентичності найчастіше пов'язують із працями американського психолога Еріка Еріксона, який одним із перших системно дослідив процес формування ідентичності в контексті психосоціального розвитку особистості. На думку вченого, ідентичність є відчуттям внутрішньої цілісності та безперервності особистості, що формується у процесі взаємодії людини із соціальним середовищем та власним життєвим досвідом [15].

Е. Еріксон розглядав розвиток особистості як послідовність психосоціальних криз, кожна з яких сприяє формуванню нових психологічних якостей. Особливо важливою для формування ідентичності є стадія юності, на якій відбувається активний пошук власного «Я», визначення життєвих цілей, цінностей і соціальних ролей. У цей період молода людина прагне інтегрувати різні аспекти власної особистості, що сформувалися на попередніх етапах розвитку, у цілісну систему самосприйняття.

Подальший розвиток ідей Еріксона отримав у роботах Джеймса Марсії, який запропонував теорію статусів ідентичності. Вчений виділив чотири основні статуси ідентичності: досягнута ідентичність, мораторій, передчасна ідентичність та дифузна ідентичність. Ці статуси відображають різний рівень усвідомлення особистістю власних цінностей, переконань і життєвих цілей, а також ступінь активності у процесі пошуку ідентичності [17].

Важливим аспектом дослідження самоідентичності є її взаємозв'язок із такими психологічними феноменами, як самосвідомість, самооцінка та «Я-концепція». Самосвідомість розглядається як здатність людини усвідомлювати власні психічні стани, риси характеру та поведінку, тоді як «Я-концепція» відображає систему уявлень особистості про себе. Самоідентичність, у свою чергу, інтегрує ці елементи у цілісне відчуття власної індивідуальності та унікальності.

У сучасній психології значна увага приділяється дослідженню трансформації ідентичності в умовах цифрового середовища. Соціальні мережі та інші онлайн-платформи створюють нові можливості для самопрезентації та експериментування з різними аспектами особистості. У своїх дослідженнях Sherry Turkle підкреслює, що цифрові технології змінюють способи, за допомогою яких людина формує уявлення про себе та взаємодіє з іншими людьми [21].

Крім того, сучасні дослідники розглядають соціальні мережі як специфічне соціальне середовище, що має власні правила комунікації та механізми соціального впливу. Зокрема, у роботах Jacqueline Nesi підкреслюється, що онлайн-простір створює особливий контекст розвитку підлітків і молоді, у якому значну роль відіграють соціальне порівняння, публічна самопрезентація та отримання зворотного зв'язку від інших користувачів [18].

Дослідження останніх років також свідчать про те, що використання соціальних мереж може впливати на формування самооцінки та образу «Я». Механізми соціального порівняння, що активно функціонують у цифровому середовищі, можуть як сприяти розвитку рефлексії та самопізнання, так і формувати викривлені уявлення про власну цінність та успішність [26].

Важливою складовою дослідження самоідентичності є аналіз її структури. У психології ідентичність часто розглядається як багаторівнева система, що включає особистісний, соціальний та ціннісний компоненти. Особистісний компонент пов'язаний із усвідомленням власних індивідуальних якостей, рис характеру та здібностей. Соціальний компонент відображає належність людини до певних соціальних груп, ролей і спільнот. Ціннісний компонент включає систему життєвих орієнтацій, переконань та моральних принципів, які визначають поведінку та життєві рішення особистості.

У цьому контексті важливу роль відіграє поняття «Я-концепції», яке широко використовується у сучасній психології особистості. Я-концепція розглядається як система уявлень людини про себе, що включає когнітивний, емоційний та поведінковий компоненти. Когнітивний компонент пов'язаний із знаннями про власні риси, здібності та характеристики; емоційний — із ставленням до самого себе та рівнем самооцінки; поведінковий — із проявом цих уявлень у діяльності та міжособистісній взаємодії. Саме інтеграція цих компонентів сприяє формуванню стійкого відчуття власної ідентичності.

Самооцінка є одним із важливих елементів структури Я-концепції та відіграє значну роль у процесі формування самоідентичності. Вона відображає ступінь позитивного або негативного ставлення людини до самої себе, а також рівень прийняття власних якостей і можливостей. Дослідження показують, що адекватна самооцінка сприяє формуванню стійкої ідентичності, тоді як її

занижений або нестійкий рівень може призводити до внутрішніх конфліктів та труднощів у самовизначенні [26].

Крім індивідуального аспекту, важливе значення має також соціальна ідентичність, яка формується в процесі взаємодії людини з іншими людьми та соціальними групами. Соціальна ідентичність відображає усвідомлення особистістю своєї належності до певних соціальних категорій, таких як професійні, культурні, етнічні або вікові групи. Саме через взаємодію із соціальним середовищем людина отримує зворотний зв'язок, який впливає на формування її самосприйняття та самооцінки.

У процесі формування ідентичності важливу роль відіграє соціальне середовище, зокрема сім'я, освітні заклади, групи однолітків та культурний контекст. Соціальне оточення створює певні норми, цінності та очікування, які впливають на формування уявлень людини про себе та своє місце у суспільстві. Як зазначає Е. Еріксон, формування ідентичності відбувається у процесі постійної взаємодії між індивідом і соціальним середовищем, що дозволяє людині інтегрувати власний досвід у цілісну систему самосприйняття [15].

У сучасних умовах важливим фактором формування самоідентичності стає цифрове середовище. Інтернет та соціальні мережі створюють нові простори для комунікації, самовираження та формування соціальних зв'язків. У віртуальному середовищі людина може презентувати різні аспекти своєї особистості, експериментувати з образами та ролями, отримувати миттєвий зворотний зв'язок від інших користувачів. Такі можливості можуть як сприяти розвитку самосвідомості, так і створювати додаткові труднощі у формуванні стабільної ідентичності [18].

Таким чином, самоідентичність особистості формується під впливом багатьох факторів, серед яких важливе місце займають індивідуальні психологічні особливості, соціальне середовище та культурний контекст. У

сучасному суспільстві до цих факторів додається також вплив цифрових технологій та соціальних мереж, які змінюють традиційні механізми самосприйняття та самопрезентації особистості.

1.2. Особливості формування самоідентичності у юнацькому віці

Юнацький вік є важливим етапом розвитку особистості, у межах якого відбувається активне становлення самосвідомості, формування життєвих цінностей та визначення власного місця у суспільстві. Саме в цей період молода людина переходить від залежності від батьків і соціальних інститутів до поступового набуття особистісної автономії та самостійності у прийнятті життєвих рішень.

У науковій літературі поняття «молодь» визначається як соціально-демографічна група, що характеризується специфічними психологічними, соціальними та культурними особливостями розвитку. Відповідно до українських соціально-психологічних досліджень, до категорії молоді найчастіше відносять осіб віком приблизно від 14–15 до 29–30 років, проте у психології особливу увагу приділяють саме юнацькому періоду, який охоплює приблизно вік від 16 до 23 років і пов'язаний із формуванням світогляду, життєвих цілей та професійного самовизначення [7].

Юнацький вік характеризується значними психологічними змінами, пов'язаними з розвитком когнітивної, емоційної та соціальної сфер особистості. У цей період відбувається активний розвиток абстрактного мислення, здатності до аналізу складних життєвих ситуацій та усвідомлення власних внутрішніх переживань. Завдяки цьому молода людина починає більш глибоко осмислювати власний життєвий досвід, формувати індивідуальні переконання та систему цінностей [3].

Однією з найважливіших психологічних характеристик юнацького віку є розвиток самосвідомості. Самосвідомість передбачає усвідомлення людиною власних якостей, здібностей, інтересів та життєвих прагнень. У цей період молода людина починає активно аналізувати власну поведінку, оцінювати свої можливості та шукати відповіді на питання щодо власної ідентичності. Саме тому юність часто розглядається як період активного пошуку власного «Я» та формування цілісного образу особистості.

У теорії психосоціального розвитку Е. Еріксона юнацький вік визначається як етап формування ідентичності, який супроводжується так званою кризою ідентичності. У цей період молода людина прагне інтегрувати різні аспекти власної особистості, визначити життєві цілі та сформувані уявлення про своє майбутнє. Успішне подолання цієї кризи сприяє формуванню стабільної ідентичності, тоді як труднощі у процесі самовизначення можуть призводити до невпевненості, внутрішніх суперечностей та дифузії ідентичності [15].

Особливістю юнацького віку є також активний процес самовизначення. У цей період молода людина починає замислюватися над питаннями майбутньої професійної діяльності, життєвих цілей та особистісних прагнень. Самовизначення включає вибір життєвого шляху, формування індивідуальної системи цінностей та усвідомлення власних можливостей і перспектив розвитку. Важливу роль у цьому процесі відіграють освітнє середовище, соціальне оточення та культурні фактори.

Крім того, юнацький вік характеризується формуванням більш складної системи міжособистісних відносин. У цей період значно зростає роль спілкування з однолітками, що стає важливим джерелом соціального досвіду та емоційної підтримки. Через взаємодію з ровесниками молода людина отримує можливість перевіряти власні погляди, цінності та поведінкові моделі, що сприяє розвитку соціальної ідентичності та формуванню уявлень про себе.

Важливу роль у процесі формування самоідентичності у юнацькому віці відіграє соціальне середовище. Соціалізація молодої людини відбувається через взаємодію з різними соціальними інститутами, зокрема сім'єю, освітніми закладами, групами однолітків та ширшим культурним середовищем. Саме у процесі соціальної взаємодії особистість отримує зворотний зв'язок щодо власної поведінки, здібностей та соціальних ролей, що сприяє формуванню уявлень про себе та власне місце у суспільстві [1].

Сім'я є одним із перших і найбільш значущих соціальних середовищ, у якому формується особистість. Підтримка з боку батьків, стиль виховання та емоційний клімат у родині можуть суттєво впливати на формування самооцінки та впевненості у власних можливостях. У сприятливому сімейному середовищі молода людина отримує необхідну підтримку для розвитку самостійності та формування позитивного образу «Я». Натомість конфліктні або нестабільні сімейні стосунки можуть ускладнювати процес самовизначення та формування стабільної ідентичності.

Поряд із сім'єю важливе значення у юнацькому віці має освітнє середовище. Навчальні заклади виступають не лише як простір отримання знань, але й як середовище соціального розвитку особистості. Саме у процесі навчальної діяльності молоді люди набувають нових соціальних ролей, розвивають відповідальність, самостійність та навички міжособистісної взаємодії. Освітнє середовище також сприяє формуванню професійних інтересів і життєвих перспектив [3].

Особливе місце у формуванні самоідентичності займає група однолітків. У юнацькому віці спілкування з ровесниками набуває особливої значущості, оскільки саме в таких взаєминах молода людина отримує можливість самовираження, емоційної підтримки та соціального схвалення. Через взаємодію

з однолітками формуються комунікативні навички, розвивається здатність до співпраці та формується соціальна ідентичність.

Крім того, у цей період молоді люди активно порівнюють себе з іншими, що може впливати на формування самооцінки та образу «Я». Соціальне порівняння дозволяє особистості оцінити власні досягнення, здібності та соціальний статус у контексті групи. Водночас надмірна орієнтація на оцінку інших може призводити до виникнення невпевненості у собі або зниження самооцінки [26].

Одним із ключових аспектів формування самоідентичності у юнацькому віці є професійне самовизначення. У цей період молода людина починає визначати власні інтереси, здібності та життєві пріоритети, що пов'язані з майбутньою професійною діяльністю. Професійний вибір є важливим елементом особистісного розвитку, оскільки він визначає подальший життєвий шлях людини та її соціальну роль у суспільстві [7].

Водночас процес самовизначення у юнацькому віці часто супроводжується певними труднощами та внутрішніми суперечностями. Молоді люди можуть відчувати невпевненість щодо власних можливостей, сумніватися у правильності прийнятих рішень або змінювати свої життєві плани. Такі переживання є природною частиною процесу формування ідентичності та сприяють більш глибокому усвідомленню власних прагнень і цінностей.

У сучасних умовах процес формування самоідентичності молоді відбувається в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій. Інтернет та цифрові комунікації стали невід'ємною частиною життя сучасної молоді, значною мірою впливаючи на процес соціалізації. Онлайн-комунікація створює нові можливості для встановлення соціальних контактів, обміну інформацією та самопрезентації.

Соціальні мережі виступають важливим простором для вираження власної індивідуальності, демонстрації інтересів та формування соціальних зв'язків. Водночас вони можуть впливати на формування уявлень молоді про соціальні норми, стандарти успішності та зовнішньої привабливості. Це створює нові умови для формування самооцінки та самоідентичності молодшої людини [18].

Отже, формування самоідентичності у юнацькому віці є складним багатофакторним процесом, на який впливають як індивідуальні психологічні особливості, так і соціальне середовище. Сім'я, освітні інституції, групи однолітків та сучасне інформаційне середовище відіграють важливу роль у становленні особистості та формуванні цілісного образу «Я». У сучасному суспільстві особливого значення набуває вплив цифрового середовища, що відкриває нові можливості для самопрезентації та соціальної взаємодії молоді.

1.3. Вплив соціальних мереж на формування самоідентичності молоді

У сучасному суспільстві соціальні мережі стали важливим середовищем соціалізації молоді. Розвиток цифрових технологій та широке поширення інтернету суттєво змінили способи комунікації, отримання інформації та формування соціальних зв'язків. Соціальні мережі, такі як Instagram, TikTok, Facebook, YouTube та інші платформи, стали невід'ємною частиною повсякденного життя молодого покоління.

Соціалізація традиційно розглядається як процес засвоєння людиною соціальних норм, цінностей та моделей поведінки, необхідних для ефективної взаємодії у суспільстві. У сучасних умовах цей процес відбувається не лише у межах сім'ї, освітніх закладів та безпосереднього соціального оточення, але й у

цифровому просторі. Інтернет і соціальні мережі створюють нові можливості для взаємодії, обміну інформацією та формування соціальних відносин [7].

Соціальні мережі виконують кілька важливих функцій у процесі соціалізації молоді. По-перше, вони виступають джерелом інформації, що дозволяє молодим людям отримувати знання про різні аспекти життя, суспільні події та культурні тенденції. По-друге, соціальні мережі забезпечують можливість комунікації з широким колом людей, незалежно від географічних меж. По-третє, вони створюють простір для самовираження, де користувачі можуть демонструвати власні інтереси, думки, стиль життя та досягнення.

Особливістю соціальних мереж є те, що вони створюють новий тип соціальної взаємодії, який поєднує елементи реального та віртуального спілкування. У цифровому середовищі людина має можливість створювати та підтримувати соціальні зв'язки, брати участь у різних онлайн-спільнотах та взаємодіяти з великою кількістю користувачів. Така форма комунікації розширює можливості соціальної взаємодії, але водночас змінює традиційні механізми формування соціальних відносин.

Значну роль у функціонуванні соціальних мереж відіграє механізм самопрезентації. Користувачі створюють особисті профілі, де публікують фотографії, відео, тексти та інші матеріали, що відображають певні аспекти їхнього життя. Через ці публікації людина формує власний образ у цифровому просторі та отримує зворотний зв'язок від інших користувачів у вигляді лайків, коментарів та підписників. Такий механізм соціальної взаємодії може впливати на формування уявлень про себе та власну соціальну значущість [24].

Дослідження показують, що соціальні мережі відіграють важливу роль у житті сучасної молоді, оскільки вони створюють простір для спілкування, обміну досвідом та формування соціальної підтримки. Молоді люди активно використовують цифрові платформи для підтримання контактів із друзями,

пошуку нових знайомств та участі у різних соціальних спільнотах. Водночас онлайн-комунікація може впливати на формування соціальних норм та стандартів поведінки, які поширюються у цифровому середовищі [19].

Крім того, соціальні мережі сприяють формуванню нових моделей соціальної взаємодії, які характеризуються швидкістю обміну інформацією та високим рівнем доступності комунікації. Завдяки цифровим платформам молоді люди можуть брати участь у різних соціальних процесах, висловлювати власну думку щодо актуальних суспільних питань та долучатися до онлайн-спільнот за інтересами.

Однак, активне використання онлайн-платформ створює нові умови для соціальної взаємодії, у яких процес формування образу «Я» відбувається не лише у реальному соціальному просторі, але й у віртуальному середовищі. Соціальні мережі пропонують користувачам можливість постійної самопрезентації, що супроводжується отриманням зворотного зв'язку від інших користувачів.

Одним із ключових механізмів впливу соціальних мереж на самосприйняття є соціальне порівняння. Теорія соціального порівняння передбачає, що люди схильні оцінювати власні здібності, досягнення та зовнішність через співставлення з іншими людьми. У соціальних мережах цей процес посилюється завдяки постійному перегляду фотографій, відео та публікацій інших користувачів, які часто демонструють ідеалізовані аспекти життя. У результаті молоді люди можуть формувати нереалістичні стандарти успішності або привабливості, що впливає на рівень їхньої самооцінки [26].

Ще одним важливим механізмом є система соціального схвалення, яка реалізується через лайки, коментарі, підписки та перегляди. Ці цифрові показники виступають своєрідними індикаторами соціального визнання у віртуальному середовищі. Для молодих користувачів кількість реакцій на їхні публікації може ставати показником популярності або соціальної значущості.

Отримання позитивного зворотного зв'язку сприяє підвищенню самооцінки, тоді як його відсутність може викликати відчуття невпевненості або незадоволеності собою [18].

Важливу роль у формуванні самосприйняття відіграє також самопрезентація у цифровому середовищі. У соціальних мережах користувачі мають можливість контролювати інформацію про себе, обирати фотографії, тексти та інші матеріали, які формують їхній публічний образ. Така можливість дозволяє створювати бажаний образ «Я», який може відрізнятися від реального життя. З одного боку, це може сприяти самовираженню та творчій реалізації, а з іншого — призводити до формування ідеалізованої або навіть штучної ідентичності [21].

Ще одним важливим фактором є алгоритмічні механізми соціальних мереж. Алгоритми формують індивідуалізовану стрічку новин, у якій користувачі бачать контент, що відповідає їхнім інтересам або попередній активності. Такий принцип роботи може створювати ефект інформаційної «бульбашки», у межах якої людина постійно стикається з подібними моделями поведінки, стилю життя або зовнішності. Це може впливати на формування певних соціальних норм і стандартів, які молоді люди починають сприймати як загальноприйняті [24].

Крім того, соціальні мережі створюють умови для постійного отримання інформації про життя інших людей. Спостерігаючи за публікаціями друзів, знайомих або популярних блогерів, молоді люди можуть формувати певні уявлення про успіх, популярність або соціальний статус. Такі уявлення іноді супроводжуються ідеалізацією життя інших користувачів, що може впливати на рівень задоволеності власним життям та самооцінку [22].

Сучасні дослідники розглядають вплив соціальних мереж як суперечливий феномен, що може мати як позитивні, так і негативні наслідки для розвитку особистості.

Одним із позитивних аспектів використання соціальних мереж є можливість самовираження та самопрезентації. Онлайн-платформи дозволяють молодим людям демонструвати власні інтереси, творчі здібності, погляди та досягнення. Через публікації, фотографії, відео та інші форми контенту користувачі можуть формувати власний образ та представляти себе широкій аудиторії. Така можливість сприяє розвитку творчості, саморефлексії та усвідомлення власної індивідуальності [21].

Крім того, соціальні мережі створюють умови для розширення соціальних контактів та підтримки міжособистісних зв'язків. Молоді люди можуть спілкуватися з друзями, підтримувати стосунки з однолітками та знаходити нові знайомства незалежно від географічних обмежень. Онлайн-комунікація також сприяє формуванню соціальної підтримки, що є важливим фактором психологічного благополуччя молоді [19].

Ще одним позитивним аспектом є можливість доступу до великої кількості інформації та освітніх ресурсів. Соціальні мережі можуть використовуватися як інструмент для отримання нових знань, обміну досвідом та розвитку професійних інтересів. Через онлайн-платформи молоді люди можуть долучатися до різних спільнот за інтересами, брати участь у дискусіях та знайомитися з різними культурними та соціальними поглядами.

Водночас поряд із позитивними можливостями соціальні мережі можуть мати і негативний вплив на формування самоідентичності молоді. Однією з найбільш поширених проблем є формування заниженої самооцінки, що може виникати внаслідок постійного соціального порівняння. Молоді користувачі часто порівнюють себе з іншими людьми, орієнтуючись на ідеалізовані образи,

які демонструються у соціальних мережах. Це може призводити до незадоволеності власною зовнішністю, досягненнями або соціальним статусом [26].

Іншою проблемою є формування залежності від соціального схвалення. Лайки, коментарі та інші реакції користувачів можуть ставати важливим джерелом зовнішньої оцінки, від якої починає залежати емоційний стан молоді людини. У таких умовах самооцінка може формуватися не на основі внутрішнього прийняття себе, а залежно від реакції аудиторії у цифровому середовищі [18].

Крім того, надмірне використання соціальних мереж може впливати на психоемоційний стан молоді. Деякі дослідження вказують на зв'язок між інтенсивним використанням соціальних медіа та підвищенням рівня тривожності, стресу або незадоволеності життям. Це може бути пов'язано з постійним потоком інформації, необхідністю підтримувати онлайн-активність та прагненням відповідати певним соціальним стандартам [22].

Важливо також враховувати, що вплив соціальних мереж не є однаковим для всіх користувачів. Згідно з сучасними дослідженнями, ефекти використання соціальних медіа значною мірою залежать від індивідуальних особливостей особистості, рівня самооцінки, соціального досвіду та характеру використання цифрових платформ. Для одних користувачів соціальні мережі можуть бути джерелом підтримки та самореалізації, тоді як для інших вони можуть створювати додаткові психологічні труднощі [24].

Отже, соціальні мережі мають складний і неоднозначний вплив на формування самоідентичності молоді. З одного боку, вони відкривають нові можливості для комунікації, самовираження та соціальної підтримки. З іншого боку, вони можуть створювати певні психологічні ризики, пов'язані із соціальним порівнянням, залежністю від зовнішнього схвалення та

формуванням нереалістичних стандартів. Тому важливим завданням сучасної психології є дослідження особливостей використання соціальних мереж та розробка рекомендацій щодо їхнього усвідомленого використання молоддю.

Висновки до першого розділу

У першому розділі роботи було здійснено теоретичний аналіз проблеми формування самоідентичності молоді та визначено особливості впливу соціальних мереж на цей процес. Узагальнення наукових підходів до дослідження самоідентичності дозволяє зробити низку важливих висновків.

По-перше, встановлено, що самоідентичність є складним психологічним утворенням, яке відображає усвідомлення людиною власної індивідуальності, життєвих цінностей, соціальних ролей та особистісних характеристик. Вона формується у процесі взаємодії особистості із соціальним середовищем і власним життєвим досвідом. У науковій психології проблема ідентичності найбільш ґрунтовно розроблена у працях Е. Еріксона, який розглядав її як відчуття внутрішньої цілісності та безперервності особистості. Подальший розвиток цієї концепції відображений у теорії статусів ідентичності Дж. Марсії, відповідно до якої формування ідентичності пов'язане з процесами пошуку та прийняття життєвих цінностей, переконань і соціальних ролей.

По-друге, аналіз наукової літератури дозволив визначити, що юнацький вік є ключовим етапом формування самоідентичності особистості. Саме у цей період відбувається активний розвиток самосвідомості, формування системи життєвих цінностей, становлення світогляду та визначення життєвих орієнтирів. Юність характеризується прагненням до самостійності, пошуком власного місця у суспільстві та формуванням індивідуальної системи переконань. Важливу роль у цьому процесі відіграють соціальні фактори, зокрема сім'я, освітнє середовище, групи однолітків та культурний контекст.

У процесі формування самоідентичності значну роль відіграє розвиток самосвідомості, рефлексії та самооцінки. Саме завдяки здатності до самопізнання молода людина починає усвідомлювати власні можливості, інтереси та життєві цілі. Водночас юнацький вік характеризується підвищеною чутливістю до соціальної оцінки та схильністю до порівняння себе з іншими, що може впливати на формування образу «Я» та рівень самооцінки.

По-третє, у сучасних умовах формування самоідентичності молоді відбувається під значним впливом цифрового середовища. Соціальні мережі стали важливим простором соціалізації, який доповнює традиційні соціальні інститути. Онлайн-платформи створюють нові можливості для комунікації, самовираження та формування соціальних зв'язків. Молоді люди активно використовують соціальні мережі для підтримки контактів, обміну інформацією, демонстрації власних інтересів та отримання соціального схвалення.

Разом із тим соціальні мережі впливають на формування самосприйняття та самооцінки молоді через низку психологічних механізмів. До таких механізмів належать соціальне порівняння, система цифрового соціального схвалення (лайки, коментарі, підписники), самопрезентація у віртуальному середовищі та алгоритмічні особливості функціонування платформ. Ці механізми можуть сприяти формуванню уявлень молоді людини про власну соціальну значущість, успішність та привабливість.

Аналіз сучасних досліджень свідчить про те, що вплив соціальних мереж на формування самоідентичності молоді має суперечливий характер. З одного боку, цифрові платформи відкривають нові можливості для самовираження, розвитку творчості, розширення соціальних контактів та отримання соціальної підтримки. Соціальні мережі можуть сприяти розвитку комунікативних навичок, формуванню громадянської позиції та участі молоді у суспільному житті.

З іншого боку, надмірне використання соціальних мереж може створювати певні психологічні ризики для розвитку особистості. Постійне порівняння власного життя з ідеалізованими образами інших користувачів може призводити до зниження самооцінки та незадоволеності собою. Крім того, залежність від зовнішнього соціального схвалення та орієнтація на цифрові показники популярності можуть впливати на формування нестійкої самоідентичності.

Таким чином, соціальні мережі виступають важливим фактором сучасної соціалізації молоді та суттєво впливають на процес формування самоідентичності. Їхній вплив може мати як позитивний, так і негативний характер, що залежить від індивідуальних особливостей особистості, характеру використання цифрових платформ та рівня сформованості самосвідомості.

Отже, проведений теоретичний аналіз дозволяє зробити висновок про актуальність подальшого дослідження особливостей впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді. Отримані теоретичні положення стали основою для організації та проведення емпіричного дослідження.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ СЕРЕД МОЛОДІ

2.1. Організація та методи дослідження особливостей впливу соціальних мереж на формування самоідентичності серед молоді

На основі проведеного теоретичного аналізу проблеми формування самоідентичності молоді в умовах активного використання соціальних мереж було організовано емпіричне дослідження, спрямоване на виявлення особливостей взаємозв'язку між інтенсивністю використання соціальних мереж, рівнем самооцінки та характеристиками самоідентичності особистості.

Як було визначено у першому розділі роботи, соціальні мережі у сучасному суспільстві виступають важливим середовищем соціалізації молоді. У цифровому просторі відбувається активна комунікація, самопрезентація, обмін інформацією та отримання соціального схвалення. Такі особливості онлайн-взаємодії можуть впливати на формування уявлень людини про себе, її соціальну роль та власну значущість у соціальному середовищі.

У юнацькому віці процес формування самоідентичності набуває особливої інтенсивності, оскільки саме у цей період відбувається становлення самосвідомості, формування життєвих цінностей та визначення власного місця у суспільстві. Молода людина активно осмислює власні можливості, прагнення та соціальні ролі, що сприяє формуванню цілісного образу «Я». Водночас активне використання соціальних мереж може створювати нові умови для формування самосприйняття, оскільки у цифровому середовищі особистість постійно

взаємодіє з інформацією про життя інших людей та отримує зворотний зв'язок щодо власної онлайн-активності.

Одним із важливих психологічних механізмів впливу соціальних мереж на особистість є орієнтація на зовнішню соціальну оцінку. Лайки, коментарі та кількість підписників можуть виступати своєрідними показниками соціального схвалення у цифровому середовищі. Для молодих користувачів такі показники нерідко стають важливим джерелом підтвердження власної соціальної значущості. У результаті цього може формуватися залежність від зовнішнього схвалення, що впливає на рівень самооцінки та ставлення особистості до себе.

Самооцінка, у свою чергу, є важливим компонентом структури «Я-концепції» та відіграє значну роль у процесі формування самоідентичності. Адекватна та стабільна самооцінка сприяє формуванню позитивного образу «Я», тоді як нестійка або занижена самооцінка може ускладнювати процес самовизначення та формування цілісної ідентичності.

У межах дослідження було використано комплекс психодіагностичних методик, що дозволяють оцінити рівень сформованості самоідентичності особистості, визначити ступінь залученості молоді до використання соціальних мереж та дослідити рівень самооцінки. Використання декількох методик дозволяє здійснити комплексний аналіз досліджуваної проблеми та отримати більш об'єктивні результати дослідження.

Емпіричне дослідження було організовано з метою виявлення особливостей впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді, а також встановлення взаємозв'язку між інтенсивністю використання соціальних мереж, рівнем самооцінки та характеристиками ідентичності особистості. Проведення дослідження передбачало використання комплексу психодіагностичних методик, що дозволяють отримати об'єктивні дані щодо досліджуваних психологічних характеристик.

Дослідження проводилося відповідно до основних принципів психологічної науки, зокрема принципів добровільності участі респондентів, анонімності та конфіденційності отриманих результатів. Усі учасники дослідження були попередньо проінформовані про мету дослідження та особливості проведення опитування. Участь у дослідженні була добровільною, а результати використовувалися виключно у наукових цілях.

Організація дослідження передбачала кілька послідовних етапів. На підготовчому етапі було здійснено аналіз наукової літератури з проблеми формування самоідентичності молоді та впливу соціальних мереж на психологічний розвиток особистості. На основі теоретичного аналізу було визначено основні напрями емпіричного дослідження, сформульовано мету та завдання, а також підібрано психодіагностичні методики, що дозволяють дослідити відповідні психологічні показники.

Наступним етапом стало безпосереднє проведення емпіричного дослідження. На цьому етапі було організовано опитування респондентів із використанням обраних психодіагностичних методик. Учасникам дослідження було запропоновано відповісти на запитання тестових методик, спрямованих на визначення рівня сформованості самоідентичності, рівня самооцінки та ступеня залежності від соціальних мереж.

У процесі дослідження особлива увага приділялася створенню сприятливих умов для участі респондентів, що сприяло отриманню більш достовірних результатів. Респондентам було надано необхідні інструкції щодо виконання завдань та пояснено порядок заповнення опитувальників. Учасники мали достатньо часу для ознайомлення із запитаннями та надання відповідей.

Заключним етапом дослідження стала обробка та аналіз отриманих результатів. На цьому етапі здійснювалася систематизація отриманих даних, їхня кількісна та якісна інтерпретація, а також виявлення можливих взаємозв'язків

між досліджуваними показниками. Для цього було використано методи математико-статистичної обробки даних, що дозволяють встановити закономірності між рівнем використання соціальних мереж, самооцінкою та особливостями формування самоідентичності молоді.

У межах емпіричного дослідження було сформовано вибірку респондентів, яка відповідала меті та завданням дослідження. Участь у дослідженні взяли 32 особи, які належать до категорії молоді та активно користуються соціальними мережами у повсякденному житті.

Вік респондентів становив від 18 до 23 років, що відповідає періоду юнацького віку, який характеризується активним формуванням самосвідомості, системи життєвих цінностей та самоідентичності. Саме у цей період молода людина активно визначає власні життєві орієнтири, соціальні ролі та прагне до самостійності у прийнятті життєвих рішень. У сучасних умовах значна частина цього процесу відбувається також у цифровому середовищі, зокрема у соціальних мережах.

За статевою структурою вибірка складалася з 20 жінок та 12 чоловіків. Такий розподіл респондентів дозволяє отримати уявлення про особливості досліджуваних психологічних показників серед представників обох статей.

Щодо соціального статусу учасників дослідження, більшість респондентів є студентами закладів вищої освіти. Зокрема, 24 респонденти на момент проведення дослідження навчалися у закладах вищої освіти та не працювали, тоді як 8 респондентів поєднували навчання з трудовою діяльністю. Така структура вибірки є характерною для молоді юнацького віку, яка перебуває на етапі професійного становлення та поступового входження у сферу трудової діяльності.

Збір емпіричних даних здійснювався у лютому 2026 року. Опитування проводилося у онлайн-форматі, що дозволило забезпечити зручність участі

респондентів у дослідженні та анонімність надання відповідей. Для проведення дослідження було використано електронну форму опитувальника, яка містила інструкції до виконання методик та відповідні запитання.

Перед початком проходження опитування респондентам було повідомлено про мету дослідження та умови участі у ньому. Усі учасники брали участь у дослідженні добровільно та мали можливість у будь-який момент припинити участь у опитуванні. Отримані результати використовувалися виключно у наукових цілях та оброблялися у знеособленому вигляді.

Таким чином, сформована вибірка у кількості 32 респондентів віком від 18 до 23 років дозволяє отримати емпіричні дані щодо особливостей використання соціальних мереж молоддю та їхнього можливого впливу на формування самоідентичності та самооцінки особистості.

Методика визначення ясності Я-концепції (Self-Concept Clarity Scale — SCC)

Для дослідження особливостей самоідентичності респондентів у межах емпіричного дослідження було використано методику визначення ясності Я-концепції (Self-Concept Clarity Scale — SCC), розроблену Дж. Кемпбелл та співавторами. Дана методика спрямована на вимірювання ступеня чіткості, узгодженості та стабільності уявлень особистості про саму себе [13].

Ясність Я-концепції визначається як ступінь, у якому уявлення людини про власні характеристики є чітко сформованими, внутрішньо узгодженими та стабільними у часі. Високий рівень ясності Я-концепції свідчить про наявність цілісного та послідовного образу «Я», тоді як низький рівень може проявлятися у суперечливості, невизначеності та нестабільності самосприйняття. Дослідження показують, що ясність Я-концепції пов'язана з рівнем самооцінки, психологічним благополуччям та емоційною стабільністю особистості [13].

Методика широко використовується у психологічних дослідженнях особистості та міжособистісної взаємодії. У даному дослідженні використано версію шкали ясності Я-концепції, адаптовану для української вибірки І. Я. Шемелюк [9].

Опитувальник складається з 12 тверджень, які відображають різні аспекти уявлень людини про саму себе. Частина тверджень сформульована у прямій формі, тоді як інша частина має зворотний характер, що дозволяє підвищити точність вимірювання досліджуваного показника.

Респондентам пропонується оцінити ступінь своєї згоди з кожним твердженням за п'ятибальною шкалою, де:

- 1 — повністю не згоден
- 2 — скоріше не згоден
- 3 — важко відповісти
- 4 — скоріше згоден
- 5 — повністю згоден.

Дослідження за цією методикою проводилося в онлайн-форматі. Учасникам дослідження надавалася інструкція уважно прочитати кожне твердження та обрати варіант відповіді, який найбільшою мірою відповідає їхнім уявленням про себе.

Обробка результатів здійснюється шляхом підрахунку сумарної кількості балів за всіма твердженнями опитувальника (див. Додаток А). При цьому твердження зі зворотним змістом попередньо перекодовуються у зворотному порядку відповідно до ключа методики.

Загальний показник ясності Я-концепції визначається як арифметична сума балів за всіма 12 твердженнями опитувальника.

Можливий діапазон значень становить від 12 до 60 балів, де:

- вищі показники свідчать про більш високий рівень ясності Я-концепції;
- нижчі показники можуть свідчити про нечіткість або суперечливість уявлень особистості про себе.

Для інтерпретації отриманих результатів було використано умовні рівні вираженості ясності Я-концепції, представлені у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Рівні вираженості ясності Я-концепції

Рівень ясності Я-концепції	Діапазон балів	Характеристика
Низький рівень	12-28 балів	Характеризується недостатньою визначеністю уявлень особистості про себе, суперечливістю самосприйняття та нестійкістю образу «Я»
Середній рівень	29-44 балів	Свідчить про відносно сформовану Я-концепцію, проте можливі окремі коливання у самосприйнятті та оцінці власних характеристик.
Високий рівень	45-60 балів	Відображає чіткість, узгодженість та стабільність уявлень особистості про себе, сформовану систему самосприйняття та впевненість у власних характеристиках.

Представлені у таблиці рівні дозволяють інтерпретувати отримані результати та визначити ступінь сформованості ясності Я-концепції у респондентів. Вищі показники свідчать про більш чітке та узгоджене уявлення особистості про власні характеристики, тоді як нижчі показники можуть вказувати на нестабільність або суперечливість самосприйняття.

Застосування цієї методики у межах дослідження дозволило визначити рівень сформованості самоідентичності респондентів та проаналізувати його взаємозв'язок із показниками використання соціальних мереж і рівнем самооцінки [9].

Шкала залежності від соціальних мереж (Social Networking Addiction Scale — M. G. Shahnawaz, U. Rehman)

Для дослідження особливостей використання соціальних мереж у межах емпіричного дослідження було використано шкалу залежності від соціальних мереж (Social Networking Addiction Scale), розроблену M. G. Shahnawaz та U. Rehman та представлену у науковій статті [5].

Дана методика спрямована на оцінку рівня психологічної залежності від соціальних мереж, а також визначення ступеня інтеграції соціальних платформ у повсякденне життя користувачів. У сучасних умовах соціальні мережі виступають важливим середовищем комунікації, самопрезентації та соціальної взаємодії, що значною мірою впливає на психологічний стан молоді та процес формування їхнього самосприйняття [24 ; 10].

Опитувальник дозволяє оцінити ступінь інтеграції соціальних мереж у повсякденну діяльність особистості, зокрема частоту використання цифрових платформ, емоційну значущість онлайн-комунікації та рівень залежності від соціальних взаємодій у мережі. Методика ґрунтується на сучасних підходах до дослідження цифрової соціалізації молоді, відповідно до яких активність у соціальних мережах розглядається як один із важливих факторів формування соціальної ідентичності та самооцінки особистості [26].

Опитувальник містить 11 тверджень, які відображають різні аспекти використання соціальних мереж. Респондентам пропонується оцінити ступінь своєї згоди з кожним твердженням за семибальною шкалою, де:

- 1 — «абсолютно не згоден (-на)»

- 7 — «повністю згоден (-на)».

Методика передбачає визначення трьох основних факторів:

- значущість соціальних мереж (пункти 1–4);
- самопочуття за неможливості користування соціальними мережами (пункти 5–8);
- конфлікт через соціальні мережі (пункти 9–11).

Дослідження за цією методикою проводилося в онлайн-форматі. Учасникам дослідження надавалася інструкція уважно ознайомитися з кожним твердженням опитувальника та обрати варіант відповіді, який найбільшою мірою відповідає їхній поведінці під час використання соціальних мереж.

Обробка результатів здійснюється шляхом підрахунку сумарної кількості балів за всіма твердженнями опитувальника, а також окремих показників за кожним із трьох факторів (див. Додаток Б). Отримані результати дозволяють визначити рівень залежності від соціальних мереж та проаналізувати його структуру.

Отримані результати дозволяють визначити рівень залученості молоді до використання соціальних мереж та проаналізувати його взаємозв'язок із показниками самоідентичності та самооцінки особистості [5].

Шкала самоповаги Розенберга (Rosenberg Self-Esteem Scale — RSES)

Для дослідження рівня самооцінки респондентів у межах емпіричного дослідження було використано шкалу самоповаги Розенберга (Rosenberg Self-Esteem Scale — RSES). Дана методика є однією з найбільш поширених психодіагностичних методик для оцінки глобальної самооцінки особистості та широко використовується у психологічних дослідженнях.

Методика була розроблена американським соціологом Моррісом Розенбергом і спрямована на визначення загального рівня позитивного або негативного ставлення людини до самої себе. Шкала дозволяє оцінити ступінь

прийняття особистістю власних якостей, впевненість у власних можливостях та рівень задоволеності собою.

Опитувальник містить твердження, які відображають різні аспекти самосприйняття особистості. Частина тверджень має позитивний характер, тоді як інша частина сформульована у зворотній формі, що дозволяє більш точно оцінити рівень самооцінки респондента.

Респондентам пропонується оцінити ступінь своєї згоди з кожним твердженням за чотирибальною шкалою, де:

- ++ — повністю згоден
- + — скоріше згоден
- - — скоріше не згоден
- -- — повністю не згоден.

Дослідження за цією методикою проводилося в онлайн-форматі за допомогою Google Forms. Учасникам дослідження надавалася інструкція уважно ознайомитися з кожним твердженням та обрати варіант відповіді, який найбільшою мірою відповідає їхнім переконанням та ставленню до себе.

Форма відповідей є чотирибальною шкальною, що дозволяє визначити ступінь вираженості загальної самооцінки особистості.

Обробка результатів здійснюється шляхом підрахунку сумарної кількості балів за всіма твердженнями опитувальника (див. Додаток В). При цьому твердження зі зворотним формулюванням оцінюються у зворотному порядку відповідно до ключа методики.

Загальний показник самоповаги визначається як арифметична сума балів за всіма 10 твердженнями.

Можливий діапазон значень становить від 10 до 40 балів, де більша кількість балів свідчить про більш високий рівень самооцінки.

Для інтерпретації результатів використовуються умовні рівні самооцінки, де:

- низький рівень: 10–20 балів
- середній рівень: 21–30 балів
- високий рівень: 31–40 балів

Застосування цієї методики у межах даного дослідження дозволило визначити рівень самоповаги молоді та проаналізувати її взаємозв'язок із показниками самоідентичності та залежності від соціальних мереж [4].

Після проведення емпіричного дослідження та збору первинних даних наступним кроком став їх аналіз і психологічна інтерпретація. Результати обробки отриманих показників та їх узагальнення подано у підрозділі 2.2.

2.2. Аналіз результатів дослідження особливостей впливу соціальних мереж на формування самоідентичності серед молоді

На першому етапі емпіричного дослідження було проаналізовано результати, отримані за допомогою *методики визначення ясності Я-концепції (Self-Concept Clarity Scale — SCC)*. Дана методика дозволяє оцінити ступінь сформованості уявлень особистості про себе, їх узгодженість та стабільність у часі. Ясність Я-концепції розглядається як важливий компонент самоідентичності, оскільки відображає те, наскільки чітко людина усвідомлює власні характеристики, переконання, цінності та життєві орієнтири.

У психологічних дослідженнях зазначається, що ясність Я-концепції безпосередньо пов'язана з рівнем психологічної стабільності, самооцінкою та здатністю людини до саморефлексії. Особи з високим рівнем ясності Я-концепції, як правило, мають більш цілісне уявлення про себе, демонструють вищий рівень впевненості у власних можливостях та характеризуються більш

стабільним самосприйняттям. Натомість низький рівень ясності Я-концепції може свідчити про суперечливість або невизначеність уявлень про власну особистість, що часто пов'язано з процесом пошуку ідентичності, характерним для юнацького віку.

Результати дослідження було систематизовано відповідно до рівнів вираженості ясності Я-концепції: низький, середній та високий. Отримані показники представлені у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Розподіл респондентів за рівнем ясності Я-концепції

Рівень ясності Я-концепції	Кількість респондентів	%
Низький рівень	9	28,1%
Середній рівень	15	46,9%
Високий рівень	8	25%
Разом	32	100%

Аналіз отриманих результатів показав, що найбільша частка респондентів продемонструвала середній рівень ясності Я-концепції (46,9 %). Це свідчить про те, що у більшості досліджуваної молоді сформовані певні уявлення про власну особистість, однак вони можуть бути недостатньо стабільними або повністю визначеними. Для юнацького віку подібні результати є досить типовими, оскільки саме в цей період відбувається активний процес становлення особистісної ідентичності, формування життєвих цінностей та визначення власного місця у соціальному середовищі.

Водночас 28,1 % респондентів продемонстрували низький рівень ясності Я-концепції. Такий результат може свідчити про певну невизначеність уявлень про себе, нестійкість образу «Я» або труднощі у формуванні цілісної системи самосприйняття. У сучасних умовах на формування Я-концепції молоді значний

вплив може здійснювати цифрове середовище, зокрема соціальні мережі. Постійне порівняння себе з іншими користувачами, орієнтація на ідеалізовані образи життя та прагнення до соціального схвалення можуть сприяти виникненню внутрішніх сумнівів щодо власної цінності та унікальності.

Разом із тим 25 % досліджуваних продемонстрували високий рівень ясності Я-концепції. Це свідчить про наявність у цих респондентів чітких, узгоджених та стабільних уявлень про себе. Особи з високим рівнем ясності Я-концепції зазвичай характеризуються більшою впевненістю у власних можливостях, здатністю до усвідомлення власних сильних і слабких сторін, а також більш стабільною самооцінкою. Подібні результати можуть свідчити про більш високий рівень особистісної зрілості та сформованості самоідентичності.

Для більш детального аналізу отриманих результатів було визначено середній показник ясності Я-концепції у досліджуваній вибірці, а також максимальні та мінімальні значення показників. Це дозволяє більш повно оцінити загальний рівень сформованості уявлень про себе серед респондентів. Отримані результати представлені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Описова статистика показників ясності Я-концепції

Показник	Значення
Кількість респондентів	32
Мінімальний показник	21
Максимальний показник	54
Середній показник	37,6

Як видно з представлених у таблиці даних, середній показник ясності Я-концепції у досліджуваній вибірці становить 37,6 бала, що відповідає середньому рівню сформованості Я-концепції. Це свідчить про те, що більшість

респондентів мають відносно сформовані уявлення про власну особистість, проте ці уявлення можуть бути недостатньо стабільними або чітко визначеними.

Мінімальний показник у вибірці становить 21 бал, що свідчить про наявність респондентів з досить низьким рівнем ясності Я-концепції. Такі результати можуть бути пов'язані з віковими особливостями досліджуваної групи, оскільки юнацький вік характеризується активним процесом самопізнання та формування особистісної ідентичності.

Максимальний показник становить 54 бали, що свідчить про наявність у вибірці респондентів із високим рівнем ясності Я-концепції. Це означає, що частина досліджуваної молоді має чітке та стабільне уявлення про власні особистісні характеристики, переконання та життєві цінності.

Отримані результати також дозволяють припустити, що ясність Я-концепції молоді може бути пов'язана з особливостями соціального середовища, у якому відбувається процес формування особистості. У сучасному суспільстві значний вплив на процес самосприйняття мають соціальні мережі, які створюють додаткові умови для самопрезентації, соціального порівняння та отримання зворотного зв'язку від інших користувачів.

Соціальні мережі можуть як сприяти формуванню позитивного образу «Я», так і створювати певні труднощі у процесі становлення самоідентичності. Зокрема, постійне порівняння себе з іншими користувачами та орієнтація на ідеалізовані образи життя можуть впливати на рівень впевненості у собі та чіткість уявлень про власну особистість.

Таким чином, отримані результати свідчать про те, що процес формування Я-концепції у молоді перебуває на етапі активного становлення. Для значної частини респондентів характерним є середній рівень ясності Я-концепції, що відображає природний процес розвитку особистості у юнацькому віці.

Отже, проведений аналіз результатів за методикою визначення ясності Я-концепції дозволяє зробити висновок про те, що у досліджуваній групі молоді переважає середній рівень сформованості уявлень про власну особистість, що може бути пов'язано як із віковими особливостями респондентів, так і з впливом сучасного інформаційного середовища.

Наступним етапом емпіричного дослідження було проаналізовано результати, отримані за допомогою *шкали залежності від соціальних мереж (Social Networking Addiction Scale)*, розробленої M. G. Shahnawaz та U. Rehman. Дана методика дозволяє визначити рівень психологічної залежності від соціальних мереж та оцінити ступінь інтеграції цифрових платформ у повсякденне життя користувачів. У сучасному суспільстві соціальні мережі стали важливим середовищем соціальної взаємодії, комунікації та самопрезентації. Для молоді вони виступають не лише інструментом обміну інформацією, але й простором формування соціальних зв'язків, вираження власної індивідуальності та отримання соціального схвалення. Саме тому дослідження рівня залежності від соціальних мереж є важливим аспектом вивчення психологічних особливостей сучасної молоді.

На першому етапі аналізу було визначено загальний рівень залежності від соціальних мереж серед респондентів. Розподіл результатів представлено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Розподіл респондентів за рівнем залежності від соціальних мереж

Рівень залежності	Кількість респондентів	%
Низький рівень	7	21,9 %
Середній рівень	16	50 %
Високий рівень	9	28,1 %
Разом	32	100 %

Аналіз отриманих результатів показав, що найбільша частка респондентів продемонструвала середній рівень залежності від соціальних мереж (50 %). Це свідчить про те, що соціальні платформи займають важливе місце у житті більшості досліджуваної молоді, однак їх використання не має виражених ознак залежної поведінки.

Разом із тим 28,1 % респондентів продемонстрували високий рівень залежності від соціальних мереж. Для цієї групи досліджуваних характерною може бути підвищена залученість у цифрову комунікацію, часті перевірки повідомлень та значна емоційна прив'язаність до соціальних платформ.

Водночас 21,9 % респондентів мають низький рівень залежності від соціальних мереж, що свідчить про помірне використання соціальних платформ та відсутність значного впливу соціальних мереж на їх повсякденне життя.

Отримані результати свідчать про те, що соціальні мережі є важливою частиною соціального середовища молоді, однак ступінь їх впливу на повсякденну діяльність може суттєво відрізнятися у різних користувачів.

Для більш детального аналізу було розглянуто структуру залежності від соціальних мереж, що включає три основні фактори: значущість соціальних мереж, самопочуття за неможливості користування соціальними мережами та конфлікт через соціальні мережі. Середні показники за відповідними факторами представлені у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Середні показники факторів залежності від соціальних мереж

Фактор	Середній показник
Значущість соціальних мереж	17,1
Самопочуття за неможливості користування	11,4
Конфлікт через соціальні мережі	6,9
Загальний показник залежності	35,4

Як видно з представлених даних, найбільш вираженим фактором є значущість соціальних мереж у повсякденному житті респондентів. Це свідчить про те, що соціальні платформи відіграють важливу роль у процесі комунікації, отримання інформації та підтримки соціальних контактів серед молоді.

Досить помітним також є показник емоційного самопочуття у випадку неможливості користування соціальними мережами. Це може свідчити про те, що для частини респондентів соціальні мережі виступають важливим джерелом емоційної підтримки та соціального схвалення.

Найменш вираженим фактором є конфлікт через соціальні мережі, що свідчить про те, що для більшості респондентів використання соціальних платформ не призводить до значних труднощів у навчанні, роботі або міжособистісних відносинах.

Для подальшого детального аналізу результатів дослідження було розглянуто гендерні особливості залежності від соціальних мереж серед респондентів. Порівняльний аналіз показників серед чоловіків та жінок дозволяє визначити можливі відмінності у характері використання соціальних платформ.

Результати порівняння середніх показників залежності від соціальних мереж представлені у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Порівняння показників залежності від соціальних мереж серед чоловіків та жінок

Показник	Чоловіки	Жінки
Значущість соціальних мереж	15,8	17,9
Самопочуття за неможливості користування	10,3	12,4
Конфлікт через соціальні мережі	6,2	7,1
Загальний показник залежності	32,3	37,4

Аналіз отриманих результатів свідчить про наявність певних відмінностей у рівні залежності від соціальних мереж між чоловіками та жінками.

Зокрема, жінки демонструють дещо вищі показники за більшістю досліджуваних факторів. Найбільш помітною є різниця за показником значущості соціальних мереж, що свідчить про більшу роль соціальних платформ у повсякденному житті жінок. Для жінок соціальні мережі можуть виступати важливим засобом підтримання соціальних контактів, емоційної комунікації та обміну інформацією.

Також у жінок спостерігається вищий показник самопочуття за неможливості користування соціальними мережами, що може свідчити про більшу емоційну залученість у процес використання соціальних платформ. Це означає, що обмеження доступу до соціальних мереж може викликати у них більш виражені негативні емоційні реакції.

Водночас показник конфлікту через соціальні мережі у чоловіків та жінок суттєво не відрізняється. Це може свідчити про те, що використання соціальних платформ не створює значних труднощів у міжособистісних відносинах або навчальній діяльності для більшості респондентів незалежно від статі.

Отримані результати загалом узгоджуються з результатами попередніх досліджень, у яких також було встановлено, що жінки частіше використовують соціальні мережі для підтримання соціальних зв'язків та міжособистісної комунікації, тоді як чоловіки можуть використовувати цифрові платформи більш інструментально.

Таким чином, проведений аналіз свідчить про наявність помірних гендерних відмінностей у рівні залежності від соціальних мереж, що підтверджує важливість урахування соціально-демографічних характеристик під час дослідження використання соціальних платформ.

Наступним етапом емпіричного дослідження було здійснено аналіз результатів, отриманих за допомогою *шкали самоповаги за Розенбергом*. У межах даного дослідження ця методика була використана для визначення загального рівня ставлення особистості до себе, ступеня прийняття власних якостей та вираженості позитивного або негативного самосприйняття. Респондентам пропонувалось висловити ставлення до тверджень за чотирирівневою шкалою: ++, +, -, --, що в подальшому переводяться у бали. Підрахунок результатів здійснюється окремо за прямими та зворотними твердженнями, після чого визначається загальний показник самоповаги. Для інтерпретації результатів було вирішено орієнтуватися на середній показник досліджуваної вибірки, виокремлюючи групи з високою, середньою та низькою самоповагою.

Самоповага є важливою складовою структури особистості, оскільки відображає загальне ставлення людини до самої себе, рівень прийняття власних можливостей, рис характеру та особистісної цінності. У юнацькому віці самоповага відіграє особливо важливу роль, оскільки саме в цей період відбувається активне формування образу «Я», переосмислення власних можливостей та посилюється чутливість до соціальної оцінки.

З огляду на це, дослідження рівня самоповаги молоді є важливим для розуміння особливостей формування самоідентичності в умовах активного використання соціальних мереж.

На першому етапі аналізу було визначено розподіл респондентів за рівнем самоповаги, що було представлено у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Розподіл респондентів за рівнем самоповаги

Рівень самоповаги	Кількість респондентів	%
Низький рівень	10	31,3 %
Середній рівень	14	43,7 %
Високий рівень	8	25,0 %
Разом	32	100 %

Аналіз отриманих результатів свідчить про те, що найбільша частка респондентів продемонструвала середній рівень самоповаги (43,7 %). Це означає, що для більшості досліджуваної молоді характерне відносно стабільне, але не повністю сформоване позитивне ставлення до себе. Такі респонденти загалом здатні адекватно оцінювати власні можливості, однак у певних ситуаціях можуть виявляти невпевненість, сумніви у власній значущості або залежність від оцінок з боку оточення.

Водночас 31,3 % респондентів продемонстрували низький рівень самоповаги. Це є досить суттєвим показником, який свідчить про наявність у частини досліджуваних негативного або нестійкого ставлення до себе. Особи з низьким рівнем самоповаги можуть гостріше реагувати на зовнішню оцінку, виявляти більшу чутливість до критики, схильність до самосумнівів та невпевненість у власних можливостях. У контексті теми дослідження це набуває особливого значення, оскільки активне використання соціальних мереж може посилювати орієнтацію на зовнішнє схвалення, кількість лайків, коментарів і загальну соціальну видимість у цифровому просторі.

Разом із тим 25 % респондентів мають високий рівень самоповаги. Це свідчить про наявність у цієї частини молоді більш стійкого позитивного ставлення до себе, більшої впевненості у власних можливостях та кращого прийняття власних особистісних якостей. Такі респонденти, ймовірно, меншою

мірою залежать від зовнішнього схвалення та демонструють вищу внутрішню стабільність у процесі самосприйняття.

Отримані результати дають підстави вважати, що в досліджуваній вибірці молоді переважає середній рівень самоповаги, однак доволі значною є і частка респондентів з низьким рівнем цього показника. Це може свідчити про актуальність проблеми підтримки позитивного самосприйняття серед молоді в умовах сучасного цифрового середовища.

Для більш детального аналізу було визначено основні описові статистики показника самоповаги, зокрема мінімальне, максимальне та середнє значення у вибірці, результати якої представлені у таблиці 2.8. Такий підхід дозволяє більш повно оцінити загальний рівень самоповаги серед досліджуваної молоді.

Таблиця 2.8

Описова статистика показників самоповаги

Показник	Значення
Кількість респондентів	32
Мінімальний показник	11
Максимальний показник	32
Середній показник	22,9

Як видно з даних таблиці, середній показник самоповаги у досліджуваній вибірці становить 22,9 бала. Це свідчить про те, що загалом у досліджуваної молоді самоповага перебуває на середньому рівні, проте в межах вибірки спостерігаються досить відчутні індивідуальні коливання.

Мінімальний показник, що становить 11 балів, вказує на наявність у вибірці респондентів із виражено низьким рівнем самоповаги. Такі результати можуть бути пов'язані з внутрішньою невпевненістю, негативним ставленням до себе, зниженою оцінкою власних якостей та схильністю до самокритики. Для

молодих людей із подібними характеристиками особливо значущими можуть бути зовнішні оцінки, думка референтної групи та соціальне порівняння, яке сьогодні активно підтримується цифровим середовищем.

Максимальний показник у вибірці становить 32 бали, що свідчить про наявність респондентів із достатньо високим рівнем самоповаги. Особи з такими результатами, як правило, характеризуються більш стійким позитивним ставленням до себе, внутрішньою впевненістю та меншою залежністю від ситуативних оцінок з боку інших.

У психологічному плані важливим є те, що самоповага не існує ізольовано від інших характеристик особистості. Вона тісно пов'язана з образом «Я», самооцінкою, стабільністю самосприйняття та особливостями міжособистісної взаємодії. У контексті даного дослідження самоповага також може бути пов'язана з рівнем ясності Я-концепції та особливостями використання соціальних мереж. Зокрема, молоді люди з нижчим рівнем самоповаги можуть сильніше орієнтуватися на зовнішню оцінку у цифровому середовищі, тоді як вищий рівень самоповаги може виступати певним захисним фактором щодо надмірної залежності від соціального схвалення.

З метою більш глибокого аналізу результатів було здійснено порівняння показників самоповаги серед чоловіків та жінок, що подано у таблиці 2.9. Такий підхід дозволяє встановити, чи існують певні відмінності у ставленні до себе між представниками різної статі в межах досліджуваної вибірки.

Таблиця 2.9

Порівняння показників самоповаги серед чоловіків та жінок

Показник	Чоловіки	Жінки
Середній показник самоповаги	24,1	22,2
Низький рівень самоповаги, осіб	3	7

Середній рівень самоповаги, осіб	5	9
Високий рівень самоповаги, осіб	4	4

Порівняння результатів показує, що середній показник самоповаги у чоловіків є дещо вищим, ніж у жінок. Це може свідчити про відносно більш стабільне позитивне ставлення до себе серед чоловічої частини вибірки. Водночас серед жінок спостерігається дещо більша частка респонденток з низьким рівнем самоповаги, що може бути пов'язано з вищою чутливістю до соціального порівняння та зовнішньої оцінки.

При цьому слід зазначити, що отримані відмінності не варто абсолютизувати, оскільки вибірка є відносно невеликою. Проте вони дозволяють зробити попередній висновок про те, що для жінок соціальне схвалення та оцінка з боку оточення можуть мати дещо вищу психологічну значущість, що в умовах активного використання соціальних мереж може позначатися і на рівні самоповаги.

Отже, результати гендерного аналізу дозволяють припустити наявність помірних відмінностей у рівні самоповаги між чоловіками та жінками, що доцільно враховувати під час подальшої інтерпретації загальних результатів дослідження.

Наступним етапом емпіричного дослідження було проведення кореляційного аналізу за критерієм Пірсона з метою виявлення взаємозв'язків між основними показниками дослідження, а саме ясністю Я-концепції, рівнем залежності від соціальних мереж та рівнем самооцінки молоді.

Кореляційний аналіз є одним із найпоширеніших методів математичної статистики у психологічних дослідженнях, який дозволяє визначити силу та напрямок взаємозв'язку між двома змінними. У межах даного дослідження він

застосовувався для встановлення того, чи пов'язані між собою показники самосприйняття особистості та інтенсивність використання соціальних мереж.

Статистична обробка отриманих результатів здійснювалася за допомогою програми IBM SPSS Statistics. Для кожного респондента були розраховані інтегральні показники за трьома методиками дослідження:

- рівень ясності Я-концепції,
- рівень залежності від соціальних мереж,
- рівень самоповаги.

Після введення первинних даних у програму було сформовано загальну базу даних, у якій кожен респондент був представлений окремим рядком, а кожен показник — окремою змінною.

На наступному етапі у програмі IBM SPSS Statistics було застосовано процедуру Bivariate Correlation, що дозволяє обчислити коефіцієнт кореляції Пірсона між досліджуваними змінними.

Коефіцієнт кореляції Пірсона (r) може набувати значень у межах від -1 до $+1$. Значення коефіцієнта відображає:

- напрямок зв'язку (прямий або обернений);
- силу взаємозв'язку між показниками.

Якщо значення коефіцієнта є позитивним, це означає, що зі збільшенням одного показника зростає і другий. Якщо ж коефіцієнт має від'ємне значення, це свідчить про обернений зв'язок між змінними, тобто зі зростанням одного показника інший має тенденцію до зниження.

Для інтерпретації сили кореляційних зв'язків у дослідженні використовувалася така умовна шкала:

- $0,1r - 0,3r$ — слабкий зв'язок
- $0,3r - 0,5r$ — помірний зв'язок

- 0,5r– 0,7r — виражений зв'язок
- 0,7r і більше — сильний зв'язок.

Крім того, під час аналізу результатів враховувався рівень статистичної значущості (p), який дозволяє визначити, чи є отриманий зв'язок випадковим, чи він має статистичне підтвердження.

У межах даного дослідження використовувалися такі рівні статистичної значущості:

- $p \leq 0,05$ — статистично значущий зв'язок;
- $p \leq 0,01$ — високий рівень статистичної значущості.

Отримані результати кореляційного аналізу між досліджуваними показниками представлені у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Кореляційні взаємозв'язки між ясністю Я-концепції, залежністю від соціальних мереж та самооцінкою молоді

Показники	Ясність Я-концепції	Залежність від соціальних мереж	Самооцінка
Ясність Я-концепції	1	-0,41*	0,54**
Залежність від соціальних мереж	-0,41*	1	-0,46*
Самооцінка	0,54**	-0,46*	1

*Примітка:** – рівень значущості $p \leq 0,05$; ** – рівень значущості $p \leq 0,01$

Аналіз результатів кореляційного дослідження показав наявність статистично значущих взаємозв'язків між показниками ясності Я-концепції, залежності від соціальних мереж та рівнем самооцінки молоді.

Зокрема, було встановлено помірний обернений взаємозв'язок між рівнем залежності від соціальних мереж та ясністю Я-концепції ($r = -0,41$; $p \leq 0,05$). Це

означає, що зі зростанням рівня залежності від соціальних мереж спостерігається тенденція до зниження ясності уявлень особистості про себе.

Такий результат можна пояснити тим, що соціальні мережі створюють специфічне інформаційне середовище, у якому людина постійно стикається з великою кількістю соціальних сигналів, оцінок та зразків поведінки інших людей. У таких умовах процес формування образу «Я» може ускладнюватися через постійне порівняння себе з іншими користувачами, орієнтацію на зовнішнє схвалення та прагнення відповідати певним соціальним стандартам, які активно поширюються у цифровому просторі.

У результаті молода людина може починати сприймати себе не через власні внутрішні переконання та цінності, а через реакцію аудиторії у соціальних мережах. Це, у свою чергу, може призводити до меншої стабільності Я-концепції та зниження її ясності.

Крім того, було встановлено обернений взаємозв'язок між рівнем залежності від соціальних мереж та рівнем самооцінки ($r = -0,46$; $p \leq 0,05$). Це свідчить про те, що респонденти з більш вираженою залежністю від соціальних мереж, як правило, демонструють нижчий рівень самооцінки.

Отриманий результат можна пояснити тим, що соціальні мережі часто стають середовищем активного соціального порівняння, у межах якого користувачі оцінюють власні досягнення, зовнішність або стиль життя у порівнянні з іншими людьми. При цьому в соціальних мережах, як правило, демонструються найбільш позитивні та ідеалізовані аспекти життя, що може створювати викривлене уявлення про реальність.

У таких умовах молоді люди можуть починати відчувати невдоволення власними досягненнями, зовнішністю або соціальним статусом, що поступово може призводити до зниження рівня самооцінки.

Водночас було встановлено позитивний взаємозв'язок між ясністю Я-концепції та рівнем самооцінки ($r = 0,54$; $p \leq 0,01$). Це означає, що респонденти, які мають більш чітке та узгоджене уявлення про себе, як правило, характеризуються більш високим рівнем самооцінки.

Інакше кажучи, чим більш сформованою та стабільною є система уявлень людини про власні якості, можливості, інтереси та життєві цінності, тим більш позитивним є її ставлення до себе. Такий результат є закономірним, оскільки ясність Я-концепції передбачає узгодженість внутрішніх уявлень про себе та впевненість у власній ідентичності.

Особи з високим рівнем ясності Я-концепції, як правило, краще розуміють свої сильні та слабкі сторони, більш усвідомлено ставляться до власних життєвих цілей та цінностей, а також демонструють більшу стабільність у самосприйнятті. Це, у свою чергу, сприяє формуванню більш адекватної та стійкої самооцінки.

Навпаки, у випадку недостатньої ясності Я-концепції у людини можуть виникати труднощі з усвідомленням власної індивідуальності, визначенням особистісних цінностей та життєвих орієнтирів. Така невизначеність може призводити до нестійкого ставлення до себе, підвищеної залежності від оцінок оточення та коливань рівня самооцінки.

Особливо актуальною ця проблема є для молоді, оскільки саме у юнацькому віці відбувається активний процес формування ідентичності. У цей період молода людина прагне визначити власне місце у суспільстві, сформувати систему життєвих цінностей та зрозуміти власні можливості й перспективи розвитку.

У сучасних умовах цей процес відбувається не лише у реальному соціальному середовищі, але й у цифровому просторі, де соціальні мережі виступають важливим каналом комунікації, самопрезентації та отримання

соціального зворотного зв'язку. Саме тому формування ясної та стабільної Я-концепції набуває особливої важливості для підтримання позитивного ставлення до себе та психологічного благополуччя молоді.

Таким чином, результати проведеного кореляційного аналізу дозволили виявити низку статистично значущих взаємозв'язків між показниками залежності від соціальних мереж, ясності Я-концепції та рівнем самооцінки молоді.

Зокрема, встановлено, що підвищення рівня залежності від соціальних мереж пов'язане зі зниженням ясності Я-концепції та рівня самооцінки респондентів. Це означає, що молоді люди, які демонструють більш виражену залежність від соціальних мереж, можуть мати менш стабільне уявлення про власну особистість та менш позитивне ставлення до себе.

Отриманий результат можна пояснити тим, що соціальні мережі створюють специфічне соціальне середовище, у якому користувачі постійно взаємодіють з великою кількістю інформації, оцінок та реакцій інших людей. У такому середовищі значну роль відіграють механізми соціального порівняння, коли людина оцінює власні досягнення, зовнішність або спосіб життя через призму представлених у мережі образів інших користувачів.

При цьому варто враховувати, що у соціальних мережах найчастіше демонструються ідеалізовані аспекти життя, що може формувати викривлене уявлення про реальні стандарти успішності або привабливості. У результаті це може призводити до виникнення почуття незадоволеності собою, зниження впевненості у власних можливостях та формування більш критичного ставлення до власної особистості.

Крім того, отримані результати показали, що ясність Я-концепції позитивно пов'язана з рівнем самооцінки молоді. Це означає, що респонденти,

які мають більш чітке та узгоджене уявлення про власну особистість, як правило, демонструють більш високий рівень самооцінки.

Такий результат підтверджує важливу роль самосвідомості та самопізнання у формуванні позитивного ставлення до себе. Особи з більш сформованою Я-концепцією краще усвідомлюють власні цінності, життєві цілі та індивідуальні особливості, що сприяє розвитку більш стабільної та адекватної самооцінки.

Водночас недостатня ясність Я-концепції може супроводжуватися внутрішньою невизначеністю, труднощами у самоідентифікації та підвищеною залежністю від оцінок з боку інших людей. У таких умовах соціальні мережі можуть посилювати орієнтацію особистості на зовнішнє схвалення та соціальне порівняння.

Отже, результати проведеного дослідження дозволяють зробити висновок про те, що особливості використання соціальних мереж можуть бути пов'язані з процесом формування самосприйняття молоді, зокрема з рівнем самооцінки та ясністю Я-концепції.

Отримані результати загалом підтверджують припущення про те, що соціальні мережі виступають важливим фактором сучасної соціалізації молоді та можуть впливати на формування уявлень людини про себе. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває проблема усвідомленого використання соціальних мереж та розвитку стійкої позитивної Я-концепції у молодому віці.

2.3. Методичні рекомендації щодо підтримки позитивної самоідентичності молоді в умовах використання соціальних мереж

Результати проведеного емпіричного дослідження дозволили встановити наявність взаємозв'язків між рівнем залежності від соціальних мереж, ясністю

Я-концепції та рівнем самооцінки молоді. Зокрема, було виявлено, що підвищена інтенсивність використання соціальних мереж може супроводжуватися зниженням рівня самооцінки та меншою ясністю Я-концепції особистості.

У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі стали важливим елементом соціального середовища молоді. Вони виконують функції комунікації, обміну інформацією, самопрезентації та підтримання соціальних контактів. Разом із тим активне використання соціальних платформ може супроводжуватися низкою психологічних ризиків, серед яких формування залежної поведінки, підвищення рівня соціального порівняння та посилення орієнтації на зовнішню оцінку [10 ; 24].

Сучасні дослідження свідчать, що соціальні мережі значною мірою впливають на формування самосприйняття молоді, оскільки саме в онлайн-середовищі відбувається значна частина соціальної взаємодії та самопрезентації особистості [26].

Українські дослідники також наголошують, що активне використання соціальних мереж може впливати на процес становлення особистісної ідентичності молоді, оскільки цифрове середовище стає важливим простором соціалізації та формування образу «Я» [8; 6].

У зв'язку з цим особливої актуальності набуває проблема підтримки позитивної самоідентичності молоді в умовах цифрового середовища. На основі результатів проведеного дослідження було розроблено низку рекомендацій, спрямованих на формування більш стабільної Я-концепції та підтримку позитивної самооцінки молоді.

Одним із важливих напрямів психологічної підтримки молоді є формування навичок усвідомленого використання соціальних мереж. У сучасному цифровому середовищі молоді люди часто проводять значну частину

часу в онлайн-просторі, що може призводити до надмірної залученості у цифрову комунікацію.

Дослідження показують, що надмірне використання соціальних мереж може бути пов'язане зі зниженням психологічного благополуччя, підвищенням рівня тривожності та формуванням залежної поведінки [10 ; 11].

Як зазначають дослідники, соціальні мережі часто створюють середовище інтенсивного соціального порівняння, у якому користувачі оцінюють власне життя, досягнення та зовнішність через призму інформації, представленій іншими людьми [26]. При цьому варто враховувати, що у більшості випадків користувачі демонструють у соціальних мережах лише позитивні аспекти свого життя, що може формувати нереалістичні стандарти успішності та соціального благополуччя.

У зв'язку з цим важливо формувати у молоді критичне ставлення до контенту соціальних мереж. Молоді люди повинні усвідомлювати, що інформація у цифровому просторі часто є частково ідеалізованою та не завжди відображає реальні життєві обставини інших людей.

Крім того, важливим є розвиток навичок контролю часу, проведеного у соціальних мережах. Як зазначає Т. М. Титаренко, усвідомлене ставлення до власної діяльності та здатність регулювати поведінку є важливими складовими розвитку зрілої особистості [8].

У цьому контексті доцільним є впровадження практик *саморегуляції використання цифрових ресурсів*, зокрема встановлення особистих часових обмежень на користування соціальними мережами, планування онлайн-активності та усвідомлене визначення цілей використання цифрових платформ.

Формування таких навичок сприяє більш раціональному використанню соціальних мереж та дозволяє зменшити ризик формування залежної поведінки.

Важливим напрямом психологічної підтримки молоді в умовах активного використання соціальних мереж є розвиток ясності Я-концепції, тобто формування чіткого, узгодженого та стабільного уявлення особистості про себе.

Я-концепція включає систему уявлень людини про власні якості, можливості, цінності та життєві цілі. Саме вона відіграє важливу роль у формуванні самооцінки, поведінкових стратегій та життєвих орієнтирів особистості [12 ; 2].

У юнацькому віці процес формування Я-концепції набуває особливої значущості, оскільки саме в цей період відбувається активний пошук власної ідентичності, формування життєвих цілей та системи цінностей. Як зазначає Т. М. Титаренко, розвиток особистісної ідентичності передбачає усвідомлення власної унікальності та прийняття себе як цілісної особистості [8].

У сучасному цифровому середовищі процес формування Я-концепції може ускладнюватися через постійну присутність соціальних мереж, у яких молоді люди активно взаємодіють з іншими користувачами та отримують різноманітні соціальні оцінки. У зв'язку з цим важливо створювати умови для розвитку внутрішньої рефлексії та самопізнання, які допомагають молоді формувати більш стабільне уявлення про себе.

Одним із ефективних напрямів розвитку Я-концепції є *стимулювання саморефлексії*, тобто здатності людини аналізувати власні думки, почуття та поведінку. Саморефлексія сприяє більш глибокому усвідомленню власних потреб, інтересів та життєвих орієнтирів [6].

Для розвитку рефлексивних навичок можуть використовуватися різні психологічні практики, зокрема:

- ведення особистісного щоденника, у якому людина може аналізувати власні переживання та життєві події;

- виконання вправ, спрямованих на визначення власних цінностей та життєвих пріоритетів;
- участь у тренінгах особистісного розвитку;
- психологічні консультації, спрямовані на розвиток самопізнання.

Такі практики допомагають молоді краще усвідомити власну індивідуальність та сприяють формуванню більш стабільної Я-концепції.

Не менш важливим напрямом психологічної підтримки є *розвиток позитивної самооцінки*. Самооцінка є важливою складовою структури особистості та визначає ставлення людини до власних можливостей, досягнень і особистісних характеристик [20].

Як зазначають дослідники, у молодому віці самооцінка значною мірою залежить від соціального середовища, зокрема від оцінок, отриманих від інших людей [16]. У сучасних умовах таке соціальне оцінювання часто відбувається не лише у реальному житті, але й у цифровому просторі, де важливу роль відіграють реакції інших користувачів, кількість підписників або схвалення контенту.

У зв'язку з цим важливо допомагати молоді формувати більш автономну систему самооцінювання, яка не буде повністю залежати від зовнішнього схвалення.

З цією метою доцільно рекомендувати такі психологічні підходи:

- Формування адекватного самосприйняття - молодим людям важливо навчитися приймати як власні сильні сторони, так і індивідуальні особливості, що сприяє формуванню більш реалістичного образу себе.
- Розвиток внутрішніх критеріїв оцінювання - особистість повинна орієнтуватися не лише на зовнішні оцінки, але й на власні життєві цілі, цінності та досягнення.

- Підтримка особистісних досягнень - усвідомлення власних успіхів та позитивного досвіду сприяє підвищенню рівня впевненості у власних можливостях.
- Зменшення залежності від соціального порівняння - молодим людям варто пояснювати, що постійне порівняння себе з іншими користувачами соціальних мереж може формувати викривлене уявлення про власні можливості та досягнення.

Розвиток стабільної Я-концепції та підтримка позитивної самооцінки є важливими психологічними факторами, які можуть зменшити негативний вплив соціальних мереж на самосприйняття молоді.

Крім того, важливим є стимулювання активної участі молоді у різних видах соціальної діяльності, таких як навчальні проєкти, волонтерська діяльність, творчі ініціативи та спортивні заходи. Активна участь у реальному соціальному середовищі сприяє формуванню більш стабільних соціальних зв'язків та позитивного образу «Я».

Таким чином, результати проведеного дослідження свідчать про необхідність комплексного підходу до підтримки психологічного благополуччя молоді в умовах активного використання соціальних мереж.

Реалізація зазначених рекомендацій може сприяти формуванню більш стабільної Я-концепції молоді, підвищенню рівня самооцінки та зменшенню негативного впливу соціальних мереж на процес становлення особистості.

Висновки до другого розділу

У другому розділі дипломної роботи було представлено організацію, методи та результати емпіричного дослідження особливостей впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді.

На першому етапі дослідження було визначено основні організаційні засади проведення емпіричного дослідження. У дослідженні взяли участь 32 респонденти молодіжного віку. Опитування проводилося у лютому 2026 року в онлайн-форматі з використанням Google Forms, що дозволило забезпечити зручність участі респондентів та оперативність збору емпіричних даних.

З метою всебічного вивчення досліджуваної проблеми було використано комплекс психодіагностичних методик. Для оцінки особливостей самосприйняття особистості було застосовано методику визначення ясності Я-концепції (Self-Concept Clarity Scale — Т. Campbell, адаптація І. Я. Шемелюк). Для дослідження рівня залежності від соціальних мереж було використано шкалу залежності від соціальних мереж (Social Networking Addiction Scale — М. G. Shahnawaz, U. Rehman). Рівень самоповаги респондентів було визначено за допомогою шкали самоповаги Розенберга.

Статистична обробка результатів дослідження здійснювалася із застосуванням методів описової статистики та кореляційного аналізу Пірсона у програмі IBM SPSS Statistics, що дозволило виявити взаємозв'язки між досліджуваними психологічними показниками.

Аналіз отриманих результатів показав наявність статистично значущих взаємозв'язків між рівнем залежності від соціальних мереж, ясністю Я-концепції та рівнем самоповаги молоді. Зокрема, було встановлено обернений взаємозв'язок між рівнем залежності від соціальних мереж та ясністю Я-концепції, що свідчить про те, що підвищена залученість у використання соціальних мереж може супроводжуватися менш чітким та менш стабільним уявленням особистості про себе.

Крім того, було виявлено обернений взаємозв'язок між залежністю від соціальних мереж та рівнем самооцінки респондентів, що дозволяє припустити, що надмірне використання соціальних мереж може бути пов'язане зі зниженням

позитивного ставлення до себе. Це може пояснюватися тим, що соціальні мережі створюють середовище активного соціального порівняння, у якому користувачі часто орієнтуються на ідеалізовані образи життя інших людей.

Водночас результати дослідження показали позитивний взаємозв'язок між ясністю Я-концепції та рівнем самооцінки, що свідчить про те, що більш чітке та узгоджене уявлення особистості про себе сприяє формуванню більш високого рівня самооцінки. Особи, які краще усвідомлюють власні цінності, можливості та особистісні характеристики, як правило, демонструють більш позитивне ставлення до себе та більшу впевненість у власних можливостях.

Отримані результати підтверджують, що соціальні мережі можуть виступати важливим фактором сучасної соціалізації молоді та впливати на процес формування самосприйняття особистості. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває проблема формування у молоді навичок усвідомленого використання соціальних мереж та розвитку стабільної позитивної Я-концепції.

На основі результатів емпіричного дослідження було розроблено рекомендації, спрямовані на підтримку позитивної самоідентичності молоді в умовах активного використання соціальних мереж. Основними напрямками таких рекомендацій є формування навичок усвідомленого використання соціальних мереж, розвиток саморефлексії та ясності Я-концепції, підтримка позитивної самооцінки молоді, а також впровадження психологічних тренінгів і профілактичних програм у освітньому середовищі.

Таким чином, результати проведеного емпіричного дослідження підтверджують актуальність проблеми впливу соціальних мереж на процес формування самоідентичності молоді та свідчать про необхідність подальшого дослідження психологічних особливостей використання соціальних мереж і їхнього впливу на розвиток особистості.

ВИСНОВОК

У результаті проведеного теоретико-емпіричного дослідження проблеми впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді було здійснено комплексний аналіз сучасних наукових підходів, емпіричних даних та психологічних механізмів, що визначають особливості цього процесу в умовах цифрового середовища.

1. На основі теоретичного аналізу встановлено, що самоідентичність є складним багатовимірним психологічним утворенням, яке забезпечує цілісність особистості, узгодженість її внутрішніх характеристик та відчуття безперервності власного «Я». Вона формується у процесі взаємодії індивіда із соціальним середовищем, а також у результаті осмислення власного життєвого досвіду. Важливу роль у розумінні цього феномену відіграють класичні концепції психосоціального розвитку, зокрема теорія ідентичності, відповідно до якої юнацький вік є критичним періодом для формування цілісного образу себе.

Дослідження показало, що юнацький вік є сенситивним етапом становлення самоідентичності, оскільки саме в цей період відбувається активний розвиток самосвідомості, формування системи життєвих цінностей, становлення світогляду та визначення життєвих орієнтирів. Молоді люди у цей час прагнуть до самостійності, автономії та самореалізації, що супроводжується пошуком власного місця у соціальному середовищі. Водночас цей процес часто супроводжується внутрішніми суперечностями, невизначеністю та підвищеною чутливістю до зовнішньої оцінки.

У сучасних умовах важливим фактором формування самоідентичності виступає цифрове середовище, зокрема соціальні мережі, які стали невід'ємною частиною повсякденного життя молоді. Соціальні платформи створюють нові

умови для соціалізації, розширюючи можливості комунікації, самовираження та взаємодії з іншими людьми. Водночас вони змінюють традиційні механізми формування самосприйняття та самооцінки, оскільки процес побудови образу «Я» переноситься також у віртуальний простір.

У ході дослідження було визначено основні психологічні механізми впливу соціальних мереж на самоідентичність молоді. До них належать соціальне порівняння, самопрезентація, орієнтація на соціальне схвалення та вплив алгоритмічного контенту. Соціальне порівняння є одним із ключових механізмів, оскільки молоді люди постійно співвідносять власні досягнення, зовнішність та стиль життя з образами інших користувачів, які часто є ідеалізованими. Це може призводити до формування нереалістичних стандартів і впливати на рівень самооцінки.

Самопрезентація у соціальних мережах дозволяє користувачам конструювати бажаний образ себе, що відкриває можливості для самовираження, але водночас може сприяти формуванню розриву між реальним і віртуальним «Я». Орієнтація на кількісні показники соціального схвалення (лайки, коментарі, підписники) також відіграє значну роль у формуванні самооцінки, оскільки ці показники можуть сприйматися як критерії соціальної значущості.

2. Емпіричні результати дослідження підтвердили наявність взаємозв'язку між інтенсивністю використання соціальних мереж та особливостями самоідентичності молоді. Було встановлено, що більш інтенсивне використання соціальних платформ пов'язане зі зниженням рівня самооцінки, зменшенням ясності Я-концепції та підвищенням залежності від зовнішнього соціального схвалення. Водночас помірне та усвідомлене використання соціальних мереж може мати позитивний вплив, сприяючи розвитку соціальної активності, комунікативних навичок та самовираження.

Результати дослідження свідчать про те, що соціальні мережі є важливим фактором формування самоідентичності молоді, вплив якого має неоднозначний характер і залежить від індивідуальних особливостей користувачів та характеру їхньої онлайн-активності.

Узагальнення результатів дослідження дозволяє зробити висновок про те, що вплив соціальних мереж на формування самоідентичності молоді має комплексний і суперечливий характер, поєднуючи як позитивні можливості, так і потенційні психологічні ризики.

До позитивних аспектів використання соціальних мереж слід віднести розширення можливостей для самовираження, розвитку творчого потенціалу та формування індивідуального стилю самопрезентації. Онлайн-платформи дозволяють молодим людям демонструвати власні інтереси, досягнення та життєві позиції, що сприяє розвитку рефлексії та усвідомлення власної індивідуальності. Крім того, соціальні мережі створюють умови для підтримання соціальних зв'язків, формування нових контактів та отримання соціальної підтримки, що є важливим фактором психологічного благополуччя.

Водночас встановлено, що надмірне та некритичне використання соціальних мереж може негативно впливати на процес формування самоідентичності. Зокрема, постійне порівняння себе з іншими користувачами, орієнтація на ідеалізовані образи та залежність від зовнішнього схвалення можуть призводити до зниження самооцінки, формування невпевненості у собі та внутрішніх конфліктів. У таких умовах самоідентичність може набувати нестійкого характеру та залежати від зовнішніх факторів.

Особливу увагу слід звернути на роль алгоритмічних механізмів соціальних мереж, які формують інформаційне середовище користувача. Персоналізовані стрічки контенту можуть підсилювати певні соціальні стандарти та моделі поведінки, що впливає на формування уявлень молоді про

успішність, привабливість та соціальну значущість. Це може призводити до викривлення реальності та формування нереалістичних очікувань щодо власного життя.

Результати дослідження також підтвердили, що вплив соціальних мереж значною мірою залежить від індивідуальних психологічних особливостей молоді. Зокрема, рівень самооцінки, ступінь сформованості Я-концепції, рівень рефлексії та критичного мислення визначають, яким чином соціальні мережі впливають на особистість. Для одних користувачів вони можуть бути ресурсом розвитку та самореалізації, тоді як для інших — джерелом психологічної напруги та невпевненості.

У контексті отриманих результатів особливого значення набуває питання формування навичок усвідомленого використання соціальних мереж. Важливим є розвиток критичного мислення, здатності до рефлексії та усвідомлення механізмів впливу цифрового середовища на психіку. Це дозволяє знизити негативні ефекти соціального порівняння та залежності від зовнішнього схвалення.

3. Практичне значення дослідження полягає у можливості використання отриманих результатів для розробки психологічних рекомендацій, спрямованих на підтримку позитивної самоідентичності молоді. Зокрема, доцільним є впровадження освітніх програм, спрямованих на розвиток цифрової грамотності, формування адекватної самооцінки та навичок емоційної саморегуляції. Також важливою є роль психологічного супроводу молоді у період юності, що сприяє формуванню стійкої та цілісної ідентичності.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з більш глибоким вивченням індивідуальних відмінностей у сприйнятті соціальних мереж, а також із дослідженням впливу різних типів онлайн-активності на розвиток особистості.

Особливу увагу доцільно приділити емпіричним дослідженням, що враховують культурні, соціальні та вікові особливості молоді.

Отже, соціальні мережі є важливим елементом сучасного соціального середовища, який суттєво впливає на процес формування самоідентичності молоді. Їхній вплив може бути як ресурсним, так і ризикогенним, що зумовлює необхідність подальшого наукового аналізу та розробки практичних рекомендацій щодо їхнього ефективного та безпечного використання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бех І. Д. Особистість у просторі духовного розвитку. Київ: Академвидав, 2020. С. 50–140
2. Максименко С. Д. Загальна психологія. Київ: Центр навчальної літератури, 2017.
3. Максименко С. Д. Психологія особистості: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2022.
4. Методика «Шкала вимірювання самоповаги» (М.Розенберга). URL: <https://studfile.net/preview/5115831/page:19/>
5. Психологічні особливості використання соціальних мереж сучасною молоддю // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Психологія». URL: <https://periodicals.karazin.ua/psychology/article/view/24746/22439>.
6. Савчин М. В., Василенко Л. П. Вікова психологія. Київ: Академвидав, 2008.
7. Титаренко Т. М. Життєвий світ особистості: психологічні нариси. Київ: Либідь, 2021.
8. Титаренко Т. М. Психологія особистості. Київ, 2016.
9. Шемелюк І. Я. Короткий індекс самоактуалізації та шкала ясності Я-концепції як показники особистісної зрілості // Практична психологія та соціальна робота. 2000. № 6. С. 26–27.
10. Andreassen C. S. Social Network Site Addiction, 2015.
11. Kuss D.; Griffiths M. Social networking sites and addiction, 2017.
12. Burns R. B. The Self Concept: Theory, Measurement, Development and Behaviour. London: Longman, 1982.
13. Campbell J. D., Trapnell P. D., Heine S. J., Katz I. M., Lavalley L. F., Lehman D. R. Self-Concept Clarity: Measurement, Personality Correlates,

- and Cultural Boundaries // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1996. Vol. 70(1). P. 141–156.
14. Choukas-Bradley S., Nesi J., Widman L., Higgins M. K. Camera-ready: Young women's appearance-related social media consciousness. *Body Image*. 2022.
 15. Erikson E. H. *Identity: Youth and Crisis*. New York: W. W. Norton & Company, 1994.
 16. Harter S. *The Construction of the Self: Developmental and Sociocultural Foundations*. 2nd ed. New York: Guilford Press, 2012.
 17. Marcia J. E. Development and validation of ego-identity status // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1966. Vol. 3. P. 551–558.
 18. Nesi J. The Impact of Social Media on Youth Mental Health: Challenges and Opportunities // *North Carolina Medical Journal*. 2020. Vol. 81(2). P. 116–121.
 19. Odgers C. L., Jensen M. R. Annual Research Review: Adolescent mental health in the digital age // *Journal of Child Psychology and Psychiatry*. 2020. Vol. 61(3). P. 336–348.
 20. Rosenberg M. *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton: Princeton University Press, 1965.
 21. Turkle S. *The Empathy Diaries: A Memoir*. New York: Penguin Press, 2021.
 22. Twenge J. M. *Generations: The Real Differences Between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents*. New York: Atria Books, 2023.
 23. Valkenburg P. M., Beyens I., Meier A. Social media use and adolescents' well-being: Developing a typology of person-specific effects // *Journal of Communication*. 2022 Vol. 72. P. 701–721.

24. Valkenburg P. M., Meier A., Beyens I. Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review // *Current Opinion in Psychology*. 2022. Vol. 44. P. 58–68.
25. Verduyn P., Ybarra O., Résibois M., Jonides J., Kross E. Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? // *Psychological Bulletin*. 2017. Vol. 143(3). P. 274–302.
26. Vogel E. A., Rose J. P., Roberts L. R., Eckles K. Social comparison, social media, and self-esteem // *Psychology of Popular Media Culture*. 2021.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

«Методика визначення ясності Я-концепції (SCC)» (автор Т.Кемпбелл), адаптована І.Я.Шемелюк

Інструкція: «Перед Вами 12 тверджень. Оцініть їх, використовуючи 5 - бальну шкалу:

- 1 - абсолютно не згоден;
- 2 - не згоден;
- 3 - частково згоден, частково не згоден;
- 4 - згоден;
- 5 - абсолютно згоден».

1. Мої думки часто суперечать одна одній.
2. Сьогодні у мене може бути одна думка про себе, завтра - інша.
3. Я витрачаю багато часу , розмірковуючи про те, якою людиною я насправді є.
4. Іноді я відчуваю, що не є дійсно тією людиною, якою я повинна бути.
5. Коли я намагаюся згадати, яким/ою людиною я був/ла в минулому, мені важко це зробити.
6. Я рідко переживаю конфлікт між різними сторонами моєї особистості.
7. Іноді я думаю, що знаю інших людей краще, ніж самого себе.
8. Мої уявлення про себе, здається, змінюються досить часто.
9. Якби мене попросили описати мою особистість, мій твір кожен раз би закінчувався по-різному.
10. Навіть якщо б я хотів/ла, не думаю, що зміг/змогла би кому-небудь розповісти, яким/якою насправді я є.
11. Взагалі, у мене є чітке уявлення, хто я і який/яка я.
12. Мені часто буває важко скласти власну думку про різні речі, тому що я не знаю, чого я хочу насправді.

ДОДАТОК Б

Шкала залежності від соціальних мереж (Social Networking Addiction Scale — M. G. Shahnawaz, U. Rehman)

Інструкція. Будь ласка, оцініть те, наскільки Ви згодні з кожним із тверджень, користуючись шкалою від 1 до 7, де 1 – «абсолютно не згоден (-на)»; 7 – «повністю згоден (-на)».

1. В процесі роботи або навчання я думаю про соціальні мережі.
2. Я заходжу у соціальні мережі відразу після того, як прокидаюсь вранці.
3. Я перевіряю соціальні мережі на наявність сповіщень в процесі навчання або роботи.
4. Я перевіряю свої облікові записи у соціальних мережах, перш ніж починати будь-яку справу чи діяльність.
5. Мені стає сумно, коли я не маю можливості увійти до соціальних мереж.
6. Я стаю дратівливим щоразу, коли не маю змоги увійти у соціальні мережі.
7. Я відчуваю розчарування, коли не маю можливості користуватися соціальними мережами.
8. Я втрачаю спокій, коли не маю часу на соціальні мережі.
9. Я намагаюся приховати від інших те, скільки часу я проводжу у соціальних мережах.
10. Мені потрібно брехати іншим у відповідь на їхні питання про моє користування соціальними мережами.
11. Я нехтую своїм сном, тому що хочу перебувати у соціальних мережах.

ДОДАТОК В***Шкала самоповаги Розенберга (Rosenberg Self-Esteem Scale — RSES)***

Інструкція. Вам пропонується ряд тверджень. Уважно познайомтесь з ними та виразіть своє ставлення до них таким чином:

- Якщо ви повністю згодні з твердженням, то відмітьте його: ++
- Якщо згодні частково: +
- Якщо не можете погодитись: -
- Якщо абсолютно не згодні: --

1. Я відчуваю, що я не зовсім гідна людина (менше, ніж всі останні).
2. Я схильний завжди відчувати себе невдахою.
3. Я здатен щось робити не гірше, ніж більшість.
4. Мені здається, що у мене є чимало добрих якостей.
5. Мені здається, що мені особливо нічим пишатися.
6. В цілому хотілось би більше поважати себе.
7. В цілому я собою задоволений.
8. Іноді я ясно відчуваю свою непотрібність.
9. Іноді я думаю, що я не здатний ні до чого, в усьому поганий.