

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

Голубєва Юлія Олександрівна

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Вплив соціальних мереж на формування самоїдентичності молоді

Група: ТУбо-8-22-Б1ПС(4.0зс)

Спеціальність: 053 «Психологія»

Освітня програма: «Психологія»

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

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

(підпис)

Голубєва Ю.О.

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник

К.ПЕД.Н.

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Пидюра І.П.

(прізвище та ініціали)

Допущено до захисту перед ЕК

Зав. кафедри

Д.псих.н., проф.

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Синякова В.Б.

(прізвище та ініціали)

Київ 2026

АНОТАЦІЯ

Голубєва Юлія Олександрівна. Вплив соціальних мереж на формування самоїдентичності молоді. – Рукопис.

Дипломна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» – ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом».
– Київ, 2026.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. У роботі розкрито сучасні підходи до вивчення соціальних мереж та їх роль у формуванні самооцінки молоді. Проведено емпіричне дослідження впливу соціальних мереж на формування самоїдентичності молоді. Розкрито практичні аспекти психологічної підтримки молоді щодо безпечного використання соціальних мереж.

Ключові слова: *молодь, психологічна підтримка, соціальні мережі, залежність, самоїдентичність, самооцінка, підліток, тренінг.*

ABSTRACT

Yuliia Holubieva. The influence of social networks on the formation of self-identity of young people. – Manuscript.

Thesis for obtaining the educational and qualification level "bachelor" – PrJSC "Higher Education Institution "Interregional Academy of Personnel Management". – Kyiv, 2026.

Thesis consists of an introduction, three chapters, conclusions and a list of sources used. The work reveals modern approaches to the study of social networks and their role in the formation of self-esteem of youth. An empirical study of the influence of social networks on the formation of self-identity of youth has been conducted. Practical aspects of psychological support for youth regarding the safe use of social networks have been revealed.

Keywords: youth, psychological support, social networks, addiction, self-identity, self-esteem, teenager, training.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМООЦІНКУ МОЛОДІ.....	8
1.1. Сучасні підходи до вивчення соціальних мереж як соціокультурного феномену.....	8
1.2. Психологічні особливості підліткового віку в контексті соціальної взаємодії.....	15
1.3. Роль соціальних мереж у формуванні особистості молоді.....	23
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ.....	29
2.1. Методологія та організація дослідження.....	29
2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження.....	37
2.3. Рекомендації та напрями оптимізації впливу соціальних мереж....	68
Висновки до розділу 2.....	72
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДТРИМКИ МОЛОДІ В КОНТЕКСТІ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	74
3.1. Психологічне консультування молоді щодо безпечного використання соціальних мереж.....	74
3.2. Програма психотренінгу «Я в мережі: цінності та ідентичність» для молоді.....	82
3.3. Апробація та результати апробації психотренінгу «Я в мережі: цінності та ідентичність».....	85
Висновки до розділу 3.....	88
ВИСНОВКИ.....	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	94
ДОДАТКИ.....	101

ВСТУП

Актуальність теми Це зумовлено швидким розвитком місця цифрових технологій у житті сучасного суспільства. Сьогодні соціальні мережі стали частиною повсякденного життя молоді, функціонуючи не лише як засіб комунікації, а й як платформа для самовираження, інформації та соціальних контактів. Згідно зі статистикою, більшість молодих людей проводять значну частину свого часу в Інтернеті, що впливає на їхні цінності, поведінку та психологічний стан.

Потенційні можливості соціальних мереж для особистісного розвитку та реальні ризики, пов'язані з їхнім впливом на самооцінку молоді, створюють суперечність. Ідеалізовані образи, які часто демонструються в соціальних мережах, можуть призвести до постійного порівняння себе з іншими, що негативно впливає на самооцінку. Це може спричинити розвиток депресії, тривоги та інших психологічних проблем.

Недостатність досліджень цієї проблеми в українському контексті підкреслює наукову актуальність теми. Аналіз впливу соціальних мереж на самооцінку молоді дозволить виявити ключові фактори, що впливають на психологічне здоров'я, та розробити ефективні стратегії підтримки.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання його результатів психологами, педагогами та батьками для покращення психологічної підтримки молоді. Розроблені рекомендації можуть бути впроваджені в навчальних закладах та консультаційних центрах, сприяючи формуванню здорової самооцінки та критичного ставлення до контенту в соціальних мережах. Рекомендовані заходи можуть бути застосовані практично в процесі роботи з молоддю, як у навчальних закладах, так і в консультаційних центрах, для формування здорової самооцінки та критичного ставлення до контенту соціальних мереж. Це підвищить ефективність роботи з надання психологічної допомоги молодому поколінню. Це, у свою чергу, покращить якість психологічних послуг, що надаються молоді, та допоможе

досягти кращих результатів у наданні психологічної допомоги молоді.

Отже, тема є досить **актуальною** як з наукової, так і з практичної точки зору, оскільки вона прагне вирішити гостру соціально-психологічну проблему сучасності та сприяє покращенню психологічного благополуччя молодого покоління.

Мета дослідження: теоретично обґрунтувати та експериментально перевірити вплив соціальних мереж на формування самооцінки молоді. Дослідити, як різні фактори взаємодії в соціальних мережах впливають на рівень самооцінки молоді.

Відповідно до мети, можна висунути такі дослідницькі **завдання**:

1. Визначення психологічних характеристик молоді, що впливають на самооцінку.
2. Проведення емпіричного дослідження для вивчення впливу соціальних мереж на формування самооцінки молоді.
3. Визначення сутності поняття соціальних мереж як соціокультурного феномену в науковій та психологічній літературі.
4. Дослідження особливостей підліткового віку в контексті соціальної взаємодії.
5. Визначення ролі соціальних мереж у формуванні особистості підлітків [16].
6. Описати організацію та методи вивчення рівня впливу соціальних мереж на формування особистості підлітків.
7. Аналіз результатів дослідження рівня впливу соціальних мереж на формування особистості підлітків.
8. Розробити програму психологічної підтримки підлітків у контексті впливу соціальних мереж на формування їхньої особистості.

Об'єкт дослідження: процес формування особистості в сучасному інформаційному суспільстві.

Предмет дослідження: вплив соціальних мереж на процес формування самоідентичності молоді.

Дослідницька база включає наукові статті, монографії, художню та наукову літературу, результати опитувань та інтерв'ю серед різних груп молоді для збору даних про їхні психологічні характеристики, перегляд соціальних мереж та їх вплив на них.

Вибірка обстежених містить дані анкетування та інтерв'ю серед вікової групи 14-35 років – активних користувачів соціальних мереж, що дозволяє отримати багатогранне уявлення про досліджувану проблему. Було проведено дистанційне опитування за допомогою Google Forms.

У загальному дослідженні взяли участь 35 осіб, а додатково 22 респонденти заповнили шкалу Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) для визначення схильності до соціального порівняння.

Це дозволило глибше проаналізувати психологічні механізми взаємодії із соціальними мережами, особливо в контексті впливу порівнянь з іншими користувачами на формування самооцінки. Отримані дані були проаналізовані з урахуванням сучасних теоретичних підходів та використані в емпіричній частині дипломного дослідження.

Теоретичне значення цієї роботи полягає в поглибленні розуміння процесів формування самоїдентичності молоді в умовах сучасного цифрового середовища. В епоху стрімкого розвитку інформаційних технологій та глобальної популяризації соціальних мереж традиційні психологічні теорії потребують перегляду та адаптації до нових реалій [7].

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає в можливості безпосереднього застосування отриманих результатів для покращення психологічного благополуччя молоді та розробки ефективних стратегій мінімізації негативного впливу соціальних мереж на самооцінку.

Практичне значення дисертації полягає в тому, що вона надає конкретні інструменти та рекомендації для різних зацікавлених сторін – молоді, батьків, вчителів, психологів та політиків – для підвищення самооцінки молоді в контексті активного використання соціальних мереж.

Використання результатів дослідження сприятиме покращенню

психологічного благополуччя підростаючого покоління, зменшенню ризиків, пов'язаних з негативним впливом цифрового середовища, та формуванню здоровішого та більш свідомого підходу до взаємодії з інформаційними технологіями.

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 104 сторінки. Основний зміст викладено на 85 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМООЦІНКУ МОЛОДІ

1.1. Сучасні підходи до вивчення соціальних мереж як соціокультурного феномену

З моменту появи соціальних мереж вважалося, що їхня роль буде комунікативною та інформаційною. У 1954 році було введено термін «соціальна мережа», який існував задовго до початку ери Інтернету, для опису тісних міжособистісних зв'язків між двома або більше людьми.

Цей термін зазвичай пов'язують з роботами Джеймса Барнса, британського соціолога та представника Манчестерської школи, за допомогою яких він позначив соціальні взаємодії, що відхилялися від традиційних уявлень про малі групи – племена чи сім'ї – та соціальні категорії – стать чи етнічну приналежність.

Соціальна мережа визначається як структура, що базується на міжособистісних зв'язках та взаємних інтересах. У сучасному розумінні.

У сучасній термінології соціальна мережа – це платформа, яка дозволяє встановлювати стосунки між людьми та групами, незалежно від їхнього місцезнаходження чи особистих характеристик.

З часом обмін інформацією та спілкування стали важливими частинами цього процесу. Соціальні мережі розвивалися з часом завдяки розвитку інформаційних технологій та Інтернету.

Тепер вони є не просто засобом комунікації, а й платформою для співпраці та спільної роботи в різних сферах людської діяльності, таких як бізнес, освіта, наука та культура. Ця концепція соціальних мереж сприяє створенню глобальної спільноти, заснованої на взаєморозумінні, співпраці та підтримці [2].

У контексті інтернет-сервісів, соціальну мережу можна визначити як

платформу, призначену для того, щоб допомогти користувачеві або групі користувачів спілкуватися на теми, що їх цікавлять. Такий веб-сайт, перш за все, створює різні можливості для взаємодії користувачів, такі як відео, чати, зображення, музика, блоги та інші функції.

Глобальна соціальна мережа – це сутність, яка дозволяє зв'язати значну кількість осіб або груп, незалежно від індивідуальних характеристик, уподобань чи місця проживання, і тому належить до сфери глобалізації.

Глобальна соціальна мережа – це феноменальна платформа для спілкування та обміну ідеями, досліджень, особистих і професійних контактів, а також для розвитку таких контактів.

Її також можна використовувати для співпраці в різних сферах, таких як бізнес, освіта, наука, культура тощо. По суті, ця мережа є дуже корисним інструментом для створення всесвітньої спільноти, заснованої на взаєморозумінні, співпраці та допомозі між людьми.

Завдяки цим функціям соціальні мережі відіграють провідну роль у спрощенні зв'язків та взаємодії між людьми на всіх рівнях та в усіх частинах світу.

У контексті сучасних технологій та глобалізації глобальні соціальні мережі є важливим каналом для управління та покращення відносин між різними культурами, народами та людьми. Вони надають можливості для віртуального спілкування та співпраці, що призводить до обміну ідеями та створення нових форм міжкультурного порозуміння.

Отже, глобальні соціальні мережі є не лише інструментом комунікації, а й платформою для розвитку глобальної спільноти, яка заохочує об'єднання та співпрацю різних країн та культур [19].

Соціальні мережі – це важливий спосіб, за допомогою якого люди виражають себе, ділячись своїм життям за допомогою фотографій, публікацій та відео.

Вони також суттєво впливають на те, наскільки щасливими почуваються люди, і можуть викликати у них стрес, якщо вони постійно порівнюють своє

життя з життям інших.

Ці сайти особливо важливі для підлітків, оскільки допомагають їм краще зрозуміти своє місце у світі, як спілкуватися з іншими людьми та хто вони є. Все це потрібно врахувати та зрозуміти, щоб можна було скласти план, який допоможе людям використовувати соціальні мережі здоровим чином, що допоможе їм підтримувати здоровий та позитивний психічний стан.

У сучасному суспільстві соціальні мережі відіграють величезну роль як джерело інформації та можливостей для навчання. Це найбільше важливо для підлітків – вони використовують ці платформи, щоб дізнаватися про новини, культурні тенденції та поточні події.

Крім того, соціальні мережі стають інструментом для розвитку інтересів та освітніх можливостей підлітків. На цих платформах вони можуть спілкуватися, ділитися знаннями та досліджувати нові теми.

Зазначається, що соціальні мережі виконують функцію вираження особистості, думок, інтересів та творчих здібностей підлітків. Це сприяє їхньому особистісному розвитку, формуванню власної ідентичності та відкриттю себе в соціальному середовищі.

Підлітки активно використовують можливості соціальних мереж для самопізнання, вираження своїх переконань та пошуку однолітків. Таким чином, соціальні мережі стали місцем, де підлітки можуть знайти підтримку та розвивати дружні стосунки.

У скрутні часи підтримку можна знайти, а дружба будується на спільних інтересах та схожих життєвих ситуаціях. Це формує позитивну соціальну мережу, де молоді люди можуть взаємодіяти, навчатися та підтримувати одне одного [8].

Таблиця 1.1

Типи соціальних мереж

За призначенням: Спільноти друзів (Facebook, Instagram). Професійні мережі (LinkedIn). Мікроблоги (Twitter).	Орієнтовано на особисті та соціальні контакти, обмін фотографіями та відео, коментування та лайки. Орієнтовано на бізнес та професійний розвиток, обмін резюме та встановлення ділових зв'язків. Спрощений спосіб обміну короткими повідомленнями, орієнтований на швидку інформаційну взаємодію.
За типом взаємодії: Медіамережі (YouTube). Текстові мережі (Reddit). Фотомережі (Pinterest).	Зосереджений на створенні та поширенні відеоконтенту, розвитку власного медіаканалу. Зосереджений на обговоренні та поширенні інформації через текстові дописи та коментарі. Зосереджений на збереженні та поширенні фотографій та ідей.
За напрямком: Глобальні мережі (Facebook, Twitter, Instagram). Локальні мережі (Cyworld у Південній Кореї).	Орієнтований на глобальну аудиторію, що надає можливість взаємодії з користувачами з усього світу. Орієнтований на певні географічні регіони або країни.
За аудиторією: Підліткові мережі (TikTok, Snapchat). Професійні мережі (LinkedIn).	Спеціально розроблено для молоді, з акцентом на коротких відео та миттєвому обміні зображеннями. Орієнтовано на бізнес-спільноту, де користувачі можуть ділитися досвідом та шукати професійні можливості.

Олександр Боровець висловив свою думку щодо розвитку комунікативної компетентності в підлітковому віці, враховуючи, що спілкування є однією з життєво важливих потреб підлітків, що супроводжується різноманітними емоційними переживаннями. Дослідження серед підлітків віком 16-17 років показали, що половина з них має високий

рівень комунікативних навичок. Серед характерних рис цієї групи – постійна потреба в спілкуванні, здатність адаптуватися до будь-якої нової групи чи складної ситуації, легкість у встановленні контактів з новими людьми [14].

Ця думка О. Боровець підтверджує актуальність комунікативного розвитку в підлітковому віці, враховуючи, що це період формування фундаментальних навичок, які будуть застосовні протягом усього життя. Комунікативна компетентність допомагає людині адаптуватися до життя в суспільстві, формувати позитивні стосунки з іншими та досягати успіху в різних сферах життя.

Дослідження О. Боровця показує, що більшість підлітків зазначеного віку вже мають досить високий рівень комунікативних навичок. Це означає, що багато з них зацікавлені у встановленні контактів з іншими людьми та можуть легко адаптуватися до нових соціальних ситуацій. Однак це також означає, що деякі підлітки можуть потребувати додаткової допомоги та коучингу у покращенні комунікативних навичок.

Важливо наголосити, що комунікативні навички допомагають не лише у взаємодії з іншими людьми, але й у процесі формування самопізнання та самореалізації.

Здатність висловлювати свої думки та почуття, слухати та розуміти інших, а також здатність вирішувати конфлікти сприятимуть побудові здорових та гармонійних стосунків у соціальному середовищі підлітків. Тому розвиток здатності до спілкування в підлітковому віці стає однією зі складових загального розвитку та психологічного благополуччя особистості в цьому віці.

Проведення значного часу в соціальних мережах може призвести до почуття соціальної ізоляції або до встановлення віртуальних стосунків, які можуть бути менш цінними, ніж реальні. Це підкреслює рекомендацію про те, що в сучасному контексті батьки підлітків повинні активно залучати своїх дітей до реального життєвого досвіду та навчати їх ефективно спілкуватися з однолітками.

Вибір клубів або секцій з великою кількістю однолітків може бути

позитивним кроком, оскільки реальне спілкування та присутність справжніх друзів можуть впливати на формування особистості та розвиток міжособистісних навичок більше, ніж віртуальні контакти.

Хоча перебування в соціальних мережах має позитивні сторони, дуже важливо пам'ятати про можливі ризики, такі як негативний вплив на психічне здоров'я та порушення конфіденційності.

Такі ризики необхідно розуміти та добре керувати ними. Наприклад, слід регулярно робити перерви у використанні соціальних мереж, обмежувати час, проведений в Інтернеті, та підтримувати батьків і педагогів, щоб допомогти зменшити негативний вплив, який ці платформи можуть мати на психічне здоров'я.

Найбільше успіх соціальних мереж полягає в усвідомленні та відповідальності їх використання. Необхідно допомогти підліткам зрозуміти корисні та шкідливі сторони цих платформ, а також навчитися конструктивно спілкуватися з іншими в Інтернеті.

Педагогічна та батьківська підтримка в цьому процесі значно сприятиме адаптації підлітків до новинок та допоможе їм подолати виклики соціальних мереж, сприяючи їхньому психологічному та соціальному розвитку.

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного суспільства, впливаючи на всі сфери соціального, культурного та психологічного життя людей. Вивчення цього питання набуло великої популярності в різних наукових галузях, оскільки соціальні мережі відкривають нові можливості для комунікації, самовираження та впливу на громадську думку.

Існують етичні питання та виклики, пов'язані з конфіденційністю, маніпуляціями та впливом на психічне здоров'я.

У таблиці нижче представлено основні підходи до вивчення соціальних мереж з точки зору соціології, культурології, психології, медіазнавства та етики [17].

Таблиця 1.2

Сучасні підходи до вивчення соціальних мереж як соціокультурного феномену

Підхід	Основні характеристики	Приклади досліджень
Соціологічний	Вивчення соціальних структур, що створюються через взаємодію в соціальних мережах, формування груп, соціалізацію	Дослідження впливу соціальних мереж на формування громадської думки та політичних рухів
Культурологічний	Соціальні мережі як простір для обміну культурними цінностями, нормами, символами та розвитку культурних трендів	Вивчення феномену популярної культури, мемів, культурних практик та символів, що поширюються в соціальних мережах
Психологічний	Вплив соціальних мереж на формування особистості, ідентичності, розвиток самооцінки та самовираження	Дослідження взаємозв'язку між активністю в соціальних мережах та рівнем самооцінки, а також впливу «лайків» на емоційний стан
Медіазнавчий	Вивчення трансформації медіапростору, контенту, що генерується користувачами, поширення інформації, дезінформації	Аналіз ролі соціальних мереж у поширенні новин, вплив фейкових новин та дезінформації в контексті виборів
Етичний	Дослідження питань конфіденційності, впливу на психічне здоров'я, маніпулювання інформацією	Вивчення конфіденційності даних, впливу соціальних мереж на депресію та тривожність, алгоритмічного маніпулювання контентом

Соціальні мережі мають широке охоплення різних аспектів людського життя і тому можуть вивчатися за допомогою різних підходів. Соціологічний підхід допоможе нам зрозуміти їхню роль у формуванні суспільства, культурологічний підхід – у розвитку культури, а психологічний – у впливі на

особистість.

Медіадослідження висвітлюють розвиток інформаційного простору, тоді як етичний підхід порушує проблему впливу соціальних мереж на емоційне здоров'я та маніпулювання інформацією. Таким чином, кожен із підходів висвітлює деякі особливості соціальних мереж, що робить їх вивчення багатовимірним та значущим для розуміння сучасного світу.

1.2. Психологічні особливості підліткового віку в контексті соціальної взаємодії

Дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, таких як Е. Дюркгейм [23], Л. Шнайдер, С. Московичі, Л. Путилова, Г. Андреєва, А. Кузьмін та Д. Орлов, вказують на важливість ідентичності для розвитку особистості в підлітковому віці. Сучасна психологія спрямована на аналіз функціонування особистості як динамічної системи, що змінюється протягом життя.

Це підкреслює важливість вивчення ідентичності в підлітковому віці, оскільки цей період є сенситивним для її формування. У сучасному українському суспільстві особлива увага приділяється розвитку ціннісно-сміслової сфери підлітків, здатності до самовизначення та життєвого планування.

У науковій літературі, зокрема в роботах Н. Антонової, Т. Буякас, О. Васильченко, О. Винославської, О. Донченко [18], В. Зливкової, К. Коростеліної, В. Москаленко та Т. Титаренко, детально розглядається ідентичність як компонент самосвідомості та соціальної ідентифікації. Вони визначають ідентичність як складну систему, що нелінійно розвивається протягом життя людини та включає усвідомлення власної приналежності до соціальних груп.

Такі вчені, як Г. С. Костюк та С. Л. Рубінштейн, звертають увагу на необхідність збереження самоідентичності особистості в процесі її розвитку, а

О. М. Леонтьєв наголошує на важливості взаємозв'язку між змінами психофізіологічного стану людини та її стабільністю як особистості. Д. Ю. Фельдштейн пов'язує успішну соціалізацію та індивідуалізацію з формуванням ідентичності. Тому підлітковий вік є критично важливим етапом, коли виникає нове відчуття дорослості та формується структурний центр самосвідомості підлітка [49].

Підлітковий вік можна розглядати як перехід від дитячої залежності до самостійності та соціальної відповідальності. У цей час підлітки більше цікавляться не лише зовнішніми аспектами життя, а й внутрішнім світом, розвивають самооцінку та прагнення до самопізнання. Механізмом розвитку самосвідомості є рефлексія, яка допомагає підліткам формувати самооцінку, що стає важливим мотивом їхньої поведінки. На цей процес також впливає прагнення підлітків до незалежності та самостійності, що супроводжується вимогливістю до себе та прагненням до самоповаги.

Соціальну взаємодію в підлітковому віці досліджували такі вчені, як Джеймс Марсія, який запропонував теорію статусів ідентичності з чотирма основними статусами: дифузія ідентичності, передчасна ідентичність, мораторій та досягнення ідентичності. Значний внесок у вивчення соціальної взаємодії зробив Ерік Еріксон; його дослідження підкреслювало роль кризи ідентичності в підлітковому віці як ключового елемента розвитку особистості.

Підлітковий вік зазвичай визначається як період приблизно від 12 до 18 років і тому вважається одним із найважливіших етапів розвитку особистості через швидкі фізичні, когнітивні та соціально-емоційні зміни. Саме на цьому етапі людина починає активно досліджувати та визначати свою ідентичність, враховуючи різні аспекти, включаючи фізичні, соціальні та емоційні фактори.

Цей процес розкриває форму особистості та пошук власного місця в суспільстві. Відбувається активний пошук особистісних цінностей та встановлення моральних стандартів, що є ключем до формування внутрішніх принципів та життєвих поглядів.

Підліток вчиться розпізнавати та контролювати свої емоції, набуває

соціальних навичок взаємодії з іншими, а також розвиває здатність співпереживати та розуміти почуття інших людей. Цей період являє собою поступовий пошук незалежності та самостійності у прийнятті рішень та вирішенні проблем. У цей час відбувається активне самосвідомість та усвідомлення потреб і бажань.

Формування та розвиток особистості й самоідентифікація є важливими аспектами підліткового віку, які задають індивідуальний шлях зростання та розвитку молодшої людини. Підліток шукає свою унікальну ідентичність, в рамках якої відбувається усвідомлення власних цінностей, переконань та цілей. Часто це відбувається через експерименти з різними ролями, моделями поведінки та способом життя.

Самоідентифікація в підлітковому віці розглядається як дуже складний і часто неоднозначний процес, оскільки підліток постійно бомбардується новими внутрішніми та зовнішніми впливами та змушений адаптуватися до них. Це виникає через те, що постійно відбуваються зміни в переконаннях, цінностях та поглядах на світ особистості. Ця постійна динаміка створює внутрішню напругу та нестабільність; підліток намагається визначити, ким він є і яким він хоче бачити себе у світі.

У процесі формування своєї особистості підліток вивчає свої реакції на різні ситуації, а також реакції інших на свою поведінку. Він може приміряти різні ролі в суспільстві, експериментувати зі своєю зовнішністю та способом життя в пошуках того, що відповідає його справжній ідентичності. Цей процес може бути досить трудомістким і тривалим, але необхідний для розвитку самосвідомості та психологічного зростання.

І останнє, але не менш важливе: слід враховувати, що самоідентифікація підлітка може впливати на його стосунки з іншими та його психологічний стан. Як тільки підліток відчуває впевненість у своїй ідентичності, він може встановлювати здорові стосунки з іншими та працювати над досягненням своїх цілей. З іншого боку, нестабільність у самоідентифікації може призвести до стресу та тривоги, що впливає на загальний психічний стан підлітка.

Розвиток особистості та самоідентифікація включають поєднання різних складних процесів, що відповідають за психологічний розвиток підлітків. Тільки завдяки вивченню цих факторів можна допомогти молоді бути більш підтримуючою та бути поруч, щоб знайти свій шлях до самоідентифікації та самопізнання. (15)

Процес еволюції когнітивних процесів та розвитку інтелектуальних здібностей у підлітковому віці є одним із ключових аспектів цього періоду. Цей період характеризується активним формуванням та зміцненням когнітивних функцій, таких як мислення, увага, пам'ять та мовлення.

Формується абстракція, здатність аналізувати та узагальнювати відносно складні поняття. Варто зазначити, що розвиток когнітивних здібностей у цей період може бути нерівномірним для різних особистостей, оскільки кожна людина має унікальні характеристики та темпи розвитку. На підлітковому етапі спостерігається значний розквіт когнітивних процесів, що визначає розвиток критичного мислення та здатності до абстрагування.

Ще одним важливим аспектом є розвиток уваги, яка стає більш цілеспрямованою та стабільною. Підліток вчиться керувати своєю увагою – зосереджуватися на поточному завданні, відкидати непотрібні відволікаючі фактори. Крім того, пам'ять покращується – стає ефективнішою, тому підліток може зберігати інформацію та знову її запам'ятовувати.

З іншого боку, необхідно враховувати, що розвиток когнітивних функцій може бути нерівномірним у різних людей. Такі фактори, як генетична схильність, середовище, освіта та індивідуальні особливості, впливають на швидкість та рівень розвитку когнітивних функцій у підлітковому віці. Така різноманітність шляхів індивідуального розвитку в одній і тій самій віковій групі зумовлює необхідність індивідуалізованого підходу в педагогічній та психологічній практиці для розкриття та реалізації потенційних можливостей кожного підлітка в цей найважливіший період життя.

У процесі психологічного розвитку підліткового віку необхідно враховувати емоційну сферу. Підлітки перебувають у перехідному стані від

дитинства до дорослого віку, тому характеризуються підвищеною чутливістю та емоційними переживаннями. Останні можуть мати різні тригери, починаючи від фізіологічних змін в їхньому організмі і закінчуючи процесами самоідентифікації та утвердження в суспільстві [43].

Одним з найважливіших факторів, що впливають на емоційну сферу підлітка, є фізіологічні зміни підліткового періоду. У міру зростання та розвитку фізичного тіла природно виникають емоційні реакції на зміни зовнішнього вигляду та функцій. Наприклад, ці зміни можуть викликати занепокоєння щодо зовнішності, що згодом впливає на самооцінку та самосприйняття.

Більше того, зв'язки з іншими людьми, такими як члени сім'ї, однолітки та вчителі, мають великий вплив на емоційний стан підлітків. Бажання встановити близькі стосунки та соціальна адаптація породжують позитивні та негативні емоції. Наприклад, конфлікти в сім'ї або невдачі у взаємодії з однолітками можуть викликати стрес та тривогу у підлітків.

Найважливішою емоційною рисою підліткового віку є спроба самовизначення, пошук ідентичності. Підліткам часто доводиться усвідомлювати, що їм потрібно зрозуміти себе та своє місце у світі, що може призвести до інтенсивних емоційних переживань. Саме тут на допомогу приходять самосвідомість, власні цінності та бажання жити відповідно до своїх стандартів.

Однак, з дозріванням емоційної сфери в підлітковому віці можуть виникати різноманітні психологічні проблеми. Серед них депресія, тривога та ризик розвитку залежностей. Ці проблеми можуть бути пов'язані як з внутрішніми (генетична схильність), так і з зовнішніми факторами, такими як навколишнє середовище та стресові ситуації. Вивчення специфіки емоційної сфери в підлітковому віці дозволяє виявити та допомогти впоратися з психологічними труднощами, які виникнуть у підлітків на цьому вирішальному етапі їхнього розвитку.

Розвиток психіки та формування стосунків зі світом також актуальні для

підліткового віку. Це час, коли підліток вчиться спілкуватися з однолітками, дорослими, владою та іншими членами суспільства. До цього віку слід набути навичок комунікації, емпатії та вирішення конфліктів. Крім того, у цьому віці формуються стереотипи, світогляд та соціальні ролі, що може вплинути на подальше життя підлітка.

Ключовою особливістю цього віку є вивчення методів успішного подолання стресу, вирішення конфліктів та розвиток стратегій самокерування, які стануть основними навичками для ефективної взаємодії у дорослому житті. Ще однією важливою характеристикою є здатність взаємодіяти з оточуючими людьми та формувати емоційний інтелект, завдяки якому людина вчиться розпізнавати та керувати власними емоціями.

Інтенсивне формування особистості відбувається в підлітковому віці, під час якого підліток формує свою ідентичність, закріплює основні цінності та встановлює моральні норми. Цей період є ключовим для формування внутрішніх принципів та поглядів на життя, які визначатимуть його дії та вибір у майбутньому. Тому підлітковий вік можна визначити як період активного пошуку незалежності та автономії, що надалі визначатиме соціальний та особистісний розвиток особистості.

Підлітки мають особливі психологічні потреби, які визначаються етапом їхнього розвитку та особливостями їхнього соціально-емоційного благополуччя. У цьому віці вони відчують потребу в особистих рішеннях та можливість впливати на своє життя; тому їхні погляди та думки слід враховувати. Така потреба в самовираженні та самовизначенні має вирішальне значення для формування ідентичності та самооцінки підлітка.

Соціальне прийняття та підтримка також дуже важливі для підлітків, оскільки їм потрібне стабільне та хороше соціальне середовище, щоб бути емоційно та соціально здоровими. Потреба в активності в суспільстві та приналежності вважається важливою рисою соціальної адаптації та психічного здоров'я підлітка.

Самореалізація, розкриття талантів та успіх також є ключовими

факторами розвитку самоідентичності у підлітків. Це включає пошук та розвиток сильних сторін і талантів для формування позитивної самоконцепції та вищої самооцінки [8].

Більше того, підлітки відчувають потребу в стабільності та впевненості в часи невизначеності та змін, що можна побачити в їхньому бажанні знайти підтримку та безпеку в навколишньому середовищі. Це може виражатися в потребі в стабільних стосунках з дорослими та рівності прав.

Підліткам потрібне розуміння та підтримка, щоб подолати труднощі, з якими вони стикаються, такі як конфлікти з батьками, академічні проблеми та соціальні проблеми. Підтримка та доступ до психологічних послуг допоможуть їм вирішити свої проблеми та виробити захисний механізм.

Відчуття дорослості – це значне психологічне явище, типове для початку підліткового віку. Встановлено, що це нове формування свідомості, яке можна визначити як здатність підлітка порівнювати себе з іншими (дорослими чи однолітками), приймати взірці для наслідування, формувати стосунки з іншими та трансформувати свою діяльність відповідно до цих взірців.

Підлітковий вік, безсумнівно, має тривалість, яка включає біологічний аспект. Цей період відзначений статевим дозріванням, інтенсивність якого підкреслюється поняттям гормональної бурі, що відображає фізіологічні зміни, що відбуваються в організмі підлітка в результаті гормонального балансу.

Підлітки майже завжди демонструють ненаситний голод до нового досвіду та схильні до експериментальної поведінки, що часто проявляється у схильності до ризику: наприклад, вживання наркотиків та алкоголю, а також наражання себе на небезпеку.

Соціальні мережі також відіграють значну роль у впливі на ідеї та дії підлітків. Певною мірою постійний вплив ідеалізованих образів та способу життя в Інтернеті може вплинути на благополуччя та самооцінку підлітка; наприклад, вони можуть сприяти низькій самооцінці або негативному сприйняттю себе. З іншого боку, навіть прояви нездорової поведінки, які

можуть бути представлені в онлайн-середовищі, також можуть негативно впливати на психічний стан та дії молодого користувача мережі [12].

Моніторинг онлайн-активності підлітків є складним завданням для батьків, оскільки воно передбачає цілодобове спостереження та розуміння онлайн-середовища. Проте відкриті, довірливі стосунки з дітьми, правила спільного користування Інтернетом та надання дітям інструментів для розуміння та ефективного управління ризикованими ситуаціями в онлайн-середовищі мають першочергове значення.

Отже, підлітковий вік, який триває від 12 до 18 років, є часом швидкого фізичного, когнітивного та соціально-емоційного розвитку. На цьому етапі підлітки активно формують свою ідентичність, вчаться керувати емоціями, вдосконалюють соціальні навички та починають формувати моральні норми. Важливими аспектами є розвиток когнітивних здібностей, критичного мислення, самосвідомості та соціальної адаптації.

Цей період є ключовим для пошуку власного «я» та формування внутрішніх принципів, що визначають подальший особистісний розвиток. У таблиці нижче підсумовано аспекти розвитку.

Таблиця 1.3

Психологічні та соціальні аспекти розвитку підлітків

Аспект розвитку	Опис
Підлітковий вік	Приблизно 12-18 років, ключовий етап фізичного, когнітивного та соціально-емоційного розвитку.
Самоідентифікація	Підліток шукає власну ідентичність, експериментує з ролями, переконаннями та поведінкою.
Емоційний розвиток	Розпізнавання та управління емоціями, розвиток емпатії та соціальних навичок.
Когнітивний розвиток	Розвиток абстрактного мислення, критичного мислення, уваги, пам'яті та мови.
Психосоціальний розвиток	Побудова стосунків з іншими, розвиток соціальних навичок, стереотипів.
Потреба в незалежності	Молоді люди прагнуть приймати власні рішення, досягти незалежності та автономії.
Емоційні труднощі	Фізіологічні зміни та соціальна взаємодія можуть спричиняти стрес, тривогу та нестабільність.
Соціальна адаптація	Потреба в соціальній підтримці, у приналежності до спільноти, яка сприяє психічному здоров'ю.

Підлітковий вік – це вирішальний етап розвитку, в якому когнітивні процеси, емоційний розвиток та соціальні стосунки зазнають фундаментальних змін. Формування самоідентичності та емоційного інтелекту, а також розвиток самоконтролю та соціальних навичок формують майбутній життєвий шлях підлітка.

Тільки розуміючи ці процеси, ми можемо ефективно підтримувати молодих людей у їхньому розвитку та допомагати їм справлятися з внутрішніми та зовнішніми конфліктами, тим самим сприяючи здоровому переходу до дорослого життя [9].

1.3. Роль соціальних мереж у формуванні особистості підлітків

Сучасні соціальні мережі стали невід’ємним атрибутом у житті підлітків, багато в чому впливаючи на процес їхнього формування. Зростання негативних підліткових явищ, таких як кібербулінг у віртуальному просторі, та безпека соціальних мереж змусили нас уважніше придивитися до впливу цих платформ на психоемоційний стан підлітків. За останні кілька років спостерігається вибухове зростання використання соціальних мереж підлітками.

Це буквально вбудувало всілякі платформи в структуру їхнього повсякденного життя та суттєво змінило їхню психологічну динаміку. Згідно з дослідженнями, проведеними Т. Веретенко та К. Ярмоленко, сучасні підлітки досить часто мають симптоми інтернет-залежності, спричиненої надмірним використанням Інтернету та віртуального спілкування в соціальних мережах.

Ці симптоми включають прагнення постійно перевіряти Інтернет та сповіщення соціальних мереж, нездатність контролювати кількість часу, проведеного в Інтернеті, втому від віртуального спілкування, проблеми зі сном або концентрацією уваги, а також дратівливість, депресивні думки, збудження та труднощі у встановленні та підтримці реальних контактів з

іншими людьми [14].

Ця особливість сучасного підліткового життя викликає багато обурення та інтересу серед науковців та фахівців у галузі психології, оскільки інтернет-залежність може серйозно вплинути на психічне та емоційне здоров'я підлітків, а також на їхню соціальну адаптацію та академічні досягнення.

Ця симптоматика може бути пов'язана з різними факторами, такими як доступність Інтернету та технологій, соціальний тиск з боку групи однолітків, відчуття втрати анонімності в Інтернеті, а також дефіцит у набутті соціальних навичок та розвитку здатності регулювати свої емоції та стресові реакції.

Для ефективної протидії цьому негативному аспекту вкрай важливо розробити та впровадити комплексні програми психологічної підтримки, що включають не лише психологічну допомогу та консультування, а й освітні заходи щодо безпечного та відповідального використання Інтернету.

Важливо також враховувати індивідуальні особливості кожного підлітка та розробляти індивідуалізовані стратегії підтримки та взаємодії з ним, спрямовані на стимулювання соціальної активності та позитивного спілкування в реальному житті.

Розуміння впливу соціальних мереж на емоційний стан стає важливим аспектом у побудові стратегій, спрямованих на збереження та підтримку психологічного здоров'я.

Соціальні мережі, міцно увійшовши в наше повсякденне життя, безсумнівно формують емоційне благополуччя та психічний стан. Дослідження в галузі психології демонструють, що використання соціальних мереж може мати як позитивний, так і негативний вплив на емоційне благополуччя (Додаток А).

Соціальні мережі – це, перш за все, місце для виявлення та вираження емоцій. Інші користувачі діляться радощами, переживаннями та думками, що викликає позитивні емоції, такі як радість, задоволення та взаєморозуміння, формуючи таким чином соціальну підтримку та взаємодію.

Це ж місце також може слугувати платформою для виявлення

негативних емоцій, включаючи стрес, тривогу та депресію. Остання виникає переважно через почуття невпевненості, порівняння себе з іншими, а також негативні коментарі та критику з боку інших користувачів.

Також те, що ми споживаємо, створюємо та як довго ми перебуваємо в онлайн-середовищі, може впливати на емоційні стани. Наприклад, ідеалізовані образи та спосіб життя, що заповнили соціальні мережі, можуть викликати почуття неповноцінності та невдоволення власним життям. Це може вплинути на самооцінку та сприйняття себе в порівнянні з іншими [21].

Тож, щоб залишатися емоційно здоровим, ключовим є накопичення стресу та стратегій подолання негативних настроїв у соцмережах. Це може означати обмеження цього.

Таблиця 1.4

Вплив соціальних мереж на емоційний стан підлітків

<i>Позитивний вплив</i>	<i>Негативний вплив</i>
Соціальні мережі можуть слугувати платформою для підлітків, щоб знайти свою ідентичність, сприяючи самовираженню та дозволяючи їм знаходити спільноти зі схожими інтересами.	Залежність від позитивного визнання та послідовників може призвести до розвитку ідеалізованого образу себе, порівнянь з іншими та почуття невпевненості.
Соціальні мережі дозволяють молодим людям підтримувати контакт з однолітками, навіть якщо вони знаходяться далеко один від одного, та сприяють соціальній інтеграції.	Кібербулінг, анонімність та відчуття відсутності самоконтролю можуть призвести до конфліктів та труднощів у взаємодії.
Спілкування з друзями та отримання підтримки у віртуальному середовищі може позитивно вплинути на емоційний стан та самопочуття.	Постійне порівняння з іншими, негативні коментарі або відчуття спотвореної реальності можуть викликати стрес і погіршити емоційний стан.
Підтримка та позитивні відгуки з боку громади можуть зміцнити самооцінку та самоповагу.	Сильна зосередженість на зовнішності, відсутність позитивних відгуків або кібербулінг можуть негативно вплинути на самооцінку.
Соціальні мережі дозволяють підліткам ділитися своїм життям та отримувати підтримку від віртуальної спільноти.	Одержимість зображенням «ідеального» життя в соціальних мережах може призвести до відчуття нереальності та невдоволення власним життям.

Позитивні аспекти включають можливість самовираження та пошуку спільнот зі спільними інтересами, що, своєю чергою, допомагає розвивати соціальні навички та взаємодію. Соціальні мережі можуть бути простором для позитивної самопідтримки, підтримки у важкі часи та розвитку творчого потенціалу підлітка [55].

Недоліком є прославляння життя, що може призвести до заздрості та низької самооцінки. Залежність від соціальних мереж може призвести до відчуття віртуальності, дистанції від реальних стосунків та підвищеного ризику розвитку психологічних проблем.

Особливий акцент слід зробити на психологічній грамотності та ефективних стратегіях організації цифрового життєвого простору підлітків. Формування критичного мислення, навичок цифрової безпеки та соціальної комунікації є основою для формування стабільної та гармонійної особистості у високотехнологічному суспільстві.

Але багато досліджень пов'язують соціальні мережі з вищим ризиком депресії, тривоги, самотності, самоушкодження і навіть суїцидальних думок. І головною рушійною силою цих дій є кібербулінг. Цифровий булінг – серйозна проблема, особливо серед підлітків, які активно користуються соціальними мережами та іншими онлайн-платформами.

Це використання електронних засобів комунікації для систематичного та навмисного заподіяння фізичного, емоційного чи соціального тиску чи страждань іншій людині.

Це включає публікацію грубих або образливих коментарів, поширення чуток, створення фальшивих профілів та акаунтів для дражнення когось, погрози через Інтернет або будь-який інший вид цифрового насильства. Можливість залишатися анонімним у цифровому середовищі потенційно сприяє ескалації та посиленню кібербулінгу, оскільки злочинець може приховувати свою особу.

Здебільшого кібербулінг відбувається в популярних соціальних

мережах, де негативний вплив може поширюватися дуже швидко та широко. Підлітки, які стали жертвами кібербулінгу, страждають від стресу, тривоги та депресії, а їхня самооцінка пригнічена.

Кібербулінг може мати наслідки для їхніх соціальних стосунків та самооцінки. Постійне побоювання онлайн-домагань призводить до відчуття самотності, покинутості та безпеки, що негативно впливає на психічне здоров'я. Щоб уникнути цього, підлітки повинні набути навичок інформаційної грамотності, щоб мати змогу розрізняти точну інформацію та шкідливі висловлювання чи дезінформацію.

Залучайте вчителів та батьків до підтримки та навчання підлітків етичному та безпечному використанню соціальних мереж. Надання психологічної підтримки та консультування жертвам кібербулінгу є важливим кроком у вирішенні цієї серйозної проблеми. Цифрова тиранія кібербулінгу може мати негативні емоційні наслідки, які серйозно впливають на психічне благополуччя та загальний стан жертв [55].

По-перше, психологічна підтримка створює середовище, де жертви можуть поділитися своїми почуттями та переживаннями. Розмова про те, що відбувається та як вони почуваються, зазвичай дає людям відчуття полегшення та зменшує психологічний дискомфорт.

Психолог може також допомогти жертвам кібербулінгу зрозуміти природу та обґрунтування того, що було зроблено чи сказано, що призвело до їхнього випробування.

Це, у свою чергу, зменшить внутрішній потрясіння та сумніви, які зазвичай супроводжують такі випадки.

Висновки до розділу 1

Соціальні мережі створюють унікальні умови для порівнянь себе з іншими, що може впливати на самооцінку підлітка. Це може призвести до розвитку комплексів неповноцінності або, навпаки, до підвищення

самооцінки, залежно від характеру порівняння. Підлітки можуть активно взаємодіяти з різноманітними ідеями, переконаннями та цінностями, що представлені в соціальних мережах, що може впливати на формування власних цінностей та переконань.

Використання соціальних мереж допомагає покращити соціальні та комунікативні навички підлітків, оскільки вони краще ознайомлюються зі взаємодією з іншими, висловлюванням своєї думки та вирішенням конфліктів.

Деякі з ризиків, яким наражають себе підлітки, користуючись соціальними мережами, включають кібербулінг, порушення конфіденційності, вплив негативного контенту та інтернет-залежність. Використання соціальних мереж також може впливати на психічне благополуччя підлітка, включаючи стрес, депресію та загальний емоційний стан.

Сім'я та школа відіграють певну роль у формуванні особистості підлітка та встановленні правильного способу взаємодії в соціальних мережах. Батьківська підтримка та ефективна освітня робота з цифрової грамотності та безпеки в Інтернеті відіграють свою роль.

Таким чином, вплив соціальних мереж на формування особистості підлітків є багатостороннім та складним. Усі ці аспекти необхідно враховувати при дослідженні впливу соціальних мереж на формування особистості підлітка, а також при розробці подальших науково-освітніх психологічних програм для підлітків.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМООЦІНКУ МОЛОДІ

1.1. Методологія та організація дослідження

Було проведено авторське опитування, яке тривало приблизно один-два тижні та складалося з 22 запитань. Було зібрано вибірку з 35 осіб, чого достатньо для дослідження динаміки та взаємозв'язків між самооцінкою та онлайн-активністю. Анкета заповнювалася анонімно, що дозволяє респондентам давати чесні відповіді, не боячись осуду чи розголошення персональних даних.

На додаток до авторської анкети, використовувалася стандартизована шкала порівняльної орієнтації штату Айова-Нідерланди (INCOM), яку заповнили 22 учасники.

Метою цього дослідження, в контексті вивчення впливу соціальних мереж на розвиток самооцінки молоді, є краще розуміння того, як і за яких умов цифрове середовище може сприяти позитивним або негативним змінам у самосприйнятті.

1. Визначення конкретних факторів впливу.

Це включає визначення того, які аспекти взаємодії із соціальними мережами найбільше впливають на самооцінку молоді. Зокрема:

- інтенсивність використання (час, проведений у соціальних мережах);
- якість взаємодії (отримання «лайків», коментарів, підтримки тощо);
- тип контенту (переважно позитивний, мотивуючий або негативний, агресивний);
- стиль спілкування (підтримуючий, доброзичливий або критичний, токсичний).

2. Детально опишіть механізми формування самооцінки в онлайн-середовищі.

Самооцінка не виникає спонтанно, а залежить від сукупності життєвого

досвіду, самосприйняття у порівнянні з навколишнім середовищем та зворотного зв'язку від суспільства.

Соціальні мережі прискорюють та множать ці взаємодії та пропонують:

- можливість швидко порівняти себе з багатьма іншими людьми (друзями, блогерами, знаменитостями);
- негайний зворотний зв'язок через «реакції» (лайки, коментарі, репости).

Метою дослідження є розкриття цих механізмів: Як саме часті порівняння впливають на суб'єктивну самооцінку? Чому залежність від зовнішнього визнання зростає або зменшується? Які «пускові механізми» можуть призвести до коливань самооцінки [32]?

3. Визначте позитивні та негативні сценарії використання соціальних мереж.

Мета цього дослідження – зрозуміти: Чи можуть соціальні мережі також пропонувати позитивний потенціал для розвитку належного та стабільного почуття самооцінки? І навпаки: за яких обставин вони стають джерелом негативу (недооцінка самооцінки, тривога, депресія)?

- позитивна сторона: мотивація спільнот, підтримка однолітків, визнання досягнень, обмін корисним досвідом.

- негативна сторона: Ненависть, цькування, заздрість, відчуття невідповідності власним ідеалам, залежність від «лайків».

Детальний аналіз цих контрастних сценаріїв може стати основою для рекомендацій щодо того, як уникнути негативного впливу та посилити позитивний.

4. Розпізнавання залежностей та закономірностей.

Дослідження мало на меті кількісне підтвердження або спростування певних гіпотез, які представлені нижче:

- кореляційний та регресійний аналізи були використані для визначення того, які змінні найсильніше пов'язані з самооцінкою.

5. Розробка рекомендацій та практичних інструментів.

Зрештою, дослідження має на меті не лише описати ситуацію, а й зробити практичні висновки:

- як молоді люди можуть адаптувати свій стиль взаємодії в соціальних мережах, щоб підтримувати здорову самооцінку?
- які поради можуть дати батьки, вчителі та психологи, щоб запобігти негативному впливу соціальних мереж?
- які послуги психологічної підтримки слід впроваджувати в навчальних закладах або молодіжних центрах?

Отже, головною метою є всебічне дослідження феномену впливу соціальних мереж на самооцінку молоді, демонстрація того, як онлайн-взаємодія може змінити самосприйняття, та як цей вплив можна зробити більш конструктивним та безпечним. Таке детальне дослідження дозволяє провести систематичне дослідження, яке чітко окреслює завдання, гіпотези та методи їх перевірки [18].

Багато досліджень впливу соціальних мереж на самооцінку молоді розглядають чотири центральні гіпотези. Кожна з цих гіпотез базується на конкретних теоретичних та емпіричних припущеннях, які були перевірені за допомогою анкети, розробленої автором (див. Додаток В).

Гіпотеза 1: «Існує сильна позитивна кореляція між часом, який молоді люди проводять у соціальних мережах, та коливаннями їхньої самооцінки».

Теоретична основа:

- припущення, що зі збільшенням впливу онлайн-контенту та реакцій користувачів люди частіше порівнюють себе з іншими, отримують (або не отримують) «лайки» та коментарі, і таким чином відчувають наслідки негативних або позитивних оцінок;

- згідно з теорією соціального порівняння, ризик негативної самооцінки зростає з кількістю проведених порівнянь, особливо коли людина сприймає інших як більш «успішних».

Процес перевірки:

- порівнювалися показники самооцінки респондентів, які проводять

різну кількість часу в соціальних мережах (менше 1 години на день, 1–2 години, 3–4 години, більше 5 годин).

Респонденти з високою інтенсивністю використання частіше повідомляли про зміни у своїй самооцінці (як позитивні, так і негативні).

Респонденти, які не користуються соціальними мережами, часто демонстрували дещо вищу самооцінку.

Гіпотеза 2: «Тенденція порівнювати себе з «ідеальними» профілями в соціальних мережах призводить до зниження самооцінки». Теоретична основа: Це дослідження базується на теорії соціального порівняння, яка стверджує, що люди оцінюють себе на основі успіхів/досягнень інших.

Через ідеалізований контент у соціальних мережах (фотографії ретушуються, поширюються лише вдалі моменти) часто відбувається порівняння знизу вгору, коли люди порівнюють себе з людьми, які виглядають кращими, успішнішими та привабливішими [26].

Процедура перевірки:

- в анкеті фіксувалося, як часто респонденти порівнюють себе з популярними блогерами, знаменитостями або успішними однокласниками;
- використовувалася спеціальна шкала для вимірювання схильності до соціального порівняння (Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure).

Дані порівнювалися з показниками самооцінки, та проводився кореляційний аналіз.

Результати:

Особи, які часто відчують заздрість або невдоволення собою після перегляду «ідеальних» профілів, як правило, мають нижчу самооцінку. Виявляються групи, що не схильні до порівнянь, і в них самооцінка може бути стійкішою.

Гіпотеза 3: «Кількість та якість зворотного зв'язку від інших користувачів у соцмережах впливатиме на зміни самооцінки».

Теоретичне підґрунтя:

- тут береться до уваги важливість соціального схвалення: людина

отримує «лайки» та позитивні коментарі – з'являється відчуття визнання, що може підвищувати самооцінку. Навпаки, брак «лайків» чи негативні відгуки знижують віру у власну привабливість/цінність.

Процедура перевірки:

- опитати респондентів: скільки лайків і коментарів вони зазвичай отримують; наскільки важливі для них ці реакції;
- проаналізувати якість зворотного зв'язку (наскільки ці коментарі позитивні/підтримуючі чи зневажливі/критикуючі);
- порівняння з оцінкою їхнього психологічного стану та самооцінки.

Результати:

- висока залежність від позитивного фідбеку може короткочасно «підживлювати» самооцінку, але водночас робити її вразливішою: щойно фідбек стає менш прихильним, людина відчуває різке зниження самооцінки;

Існує група людей, для яких зовнішні оцінки менш важливі; їхня самооцінка стабільніша незалежно від вподобань [11].

Гіпотеза 4: «Молоді люди, які переважно споживають та створюють позитивний/натхненний контент, мають вищу самооцінку, ніж ті, хто перебуває в токсичному або агресивному середовищі».

Теоретична основа: згідно з психологічними підходами, дружнє та підтримуюче середовище сприяє розвитку стабільної та належної самооцінки.

Навпаки, «токсична» інформація (цькування, ненависть, конфлікти) часто викликає стрес та підсилює негативне сприйняття себе та інших.

Перевірка:

Контент-аналіз профілів респондентів (за їхньою згодою).

Визначення груп з «позитивним» та «негативним» контентом та порівняння рівнів самооцінки.

Результати:

Особи, оточені підтримкою та натхненням, демонструють стабільно вищу самооцінку. У токсичному середовищі частіше зустрічаються негативна самооцінка, тривога та невпевненість.

Як ці гіпотези можуть взаємодіяти. У комплексному дослідженні всі чотири гіпотези перетинаються:

- час, проведений у соціальних мережах (гіпотеза 1), може збільшити або зменшити соціальне порівняння (гіпотеза 2), що зрештою впливає на те, як людина реагує на зворотний зв'язок (гіпотеза 3);
- якщо людина проводить багато часу з токсичним контентом (гіпотеза 4), його негативний вплив може посилюватися; навпаки, споживання позитивного контенту та участь у дружніх спільнотах зменшує ефект негативного порівняння.

Об'єктом дослідження є загальне явище впливу соціальних мереж на психологічний стан та розвиток молодої людини. Це явище стосується всіх процесів, що відбуваються під час взаємодії користувача з онлайн-соціальним середовищем: обмін інформацією, пошук схвалення та підтримки, порівняння себе з іншими, формування власного іміджу тощо.

Соціальні мережі забезпечують швидке та широке спілкування, створюють «віртуальну вітрину» досягнень та зображень, а також надають простір для самовираження – і все це водночас створює ризик для психоемоційного благополуччя.

Предметом дослідження є конкретна деталь об'єкта – зв'язок між активністю в соціальних мережах та формуванням самооцінки молоді. Тобто, увага зосереджена на тому, як інтенсивність використання, характер контенту, частота отриманих «лайків» чи коментарів, а також ступінь соціального порівняння можуть впливати на впевненість у собі, самооцінку та почуття власної гідності.

Взаємодія між об'єктом і суб'єктом полягає в тому, що об'єкт формуватиме загальний контекст поведінки та переживань молоді у віртуальному просторі, тоді як суб'єкт висвітлюватиме аспекти, пов'язані з показниками самооцінки.

Це допоможе перевірити, чи дійсно онлайн-активність здатна значною мірою змінити самосприйняття, і наскільки вразливі молоді люди до ризиків,

таких як онлайн-булінг або несприятливі порівняння з «ідеальними» віртуальними образами.

Цілі були досягнуті завдяки першому теоретичному аналізу наукових джерел та попередніх емпіричних робіт з проблеми самооцінки та впливу соціальних мереж на особистість.

Основними психологічними концепціями були концепції Л. Фестінгера та теорія соціального порівняння, а також дослідження залежності від соціальних мереж тощо.

Це означатиме, що онлайн-простір діє як каталізатор змін самооцінки: в деяких ситуаціях він підтримує та розширює коло спілкування; в інших – провокує заздрість, сумніви у власній корисності та надмірну орієнтацію на схвалення інших.

Наступним кроком була розробка емпіричної стратегії, яка передбачала використання кореляційного підходу для встановлення зв'язку між рівнем самооцінки респондентів та показниками їхньої активності в соціальних мережах.

Для цього було сформульовано перелік гіпотез, найпоширенішою з яких є припущення, що підвищена увага до соціальних мереж безпосередньо пов'язана зі зниженням або нестабільністю самооцінки (багато часу онлайн, часте порівняння себе з популярними користувачами, очікування «лайків»).

Також передбачалося виявити випадки, коли позитивний або мотиваційний контент, а також дружні відгуки від підписників можуть, навпаки, підвищувати впевненість у собі [55].

Виходячи з теоретичної бази, основним методом збору даних було обрано онлайн-опитування. Це дозволяє швидко отримати доступ до потрібної цільової групи, зберігаючи при цьому анонімність учасників.

Google-форма містила кілька розділів:

- інформаційний розділ, що пояснював мету дослідження, гарантував конфіденційність та анонімність, а також наголошував на добровільному характері участі;

- розділ про соціально-демографічні дані, такі як вік та стать;
- питання щодо активності в соціальних мережах, у яких респонденти вказували, скільки часу вони проводять онлайн щодня, які соціальні мережі вони використовують та з якою метою (наприклад, перегляд стрічок, публікація контенту, спілкування);
- питання щодо емоційних та психологічних аспектів використання соціальних мереж. Ці питання допомагають зрозуміти, чи відчують респонденти заздрість або невдоволення, переглядаючи профілі інших людей, чи залежить їхній настрій від кількості отриманих «лайків», чи відчують вони моральну підтримку з боку своїх підписників тощо.

Під час аналізу спочатку було проведено первинну обробку: перевірку на наявність порожніх або неправильно заповнених анкет, розрахунок балів за шкалою самооцінки, описової статистики щодо часу, проведеного в соціальних мережах, та інших змінних.

Далі було проведено кореляційну перевірку гіпотез: розрахунок коефіцієнтів кореляції між показниками інтенсивності використання соціальних мереж та рівнем самооцінки, виявлення статистично значущих зв'язків [19].

За потреби групи порівнювали (наприклад, люди з високою, середньою та низькою самооцінкою) за їх ставленням до контенту та впливом відгуків від підписників.

Таким чином, методологія дослідження представляє цілісне вивчення феномену впливу соціальних мереж на самооцінку молоді: від теоретичного обґрунтування феномену та розмежування об'єкта та суб'єкта до збору емпіричних даних та статистичної обробки результатів.

Тісний кореляційний зв'язок між об'єктом (вплив соціальних мереж на психічний стан молоді) та суб'єктом (самооцінка як ключова характеристика особистості) дозволяє зосередитися на тих аспектах онлайн-взаємодії, які мають пряме чи опосередковане значення у формуванні почуття власної гідності та належного уявлення про себе.

Отримані результати дадуть нам можливість не лише перевірити висунуті гіпотези, але й сформулювати рекомендації щодо використання соціальних мереж молоддю, які сприятимуть їх поміркованому та корисному використанню.

1.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження

Швидкий науково-технічний прогрес і поширення інформаційних технологій призвели до створення віртуального простору. Соціальні мережі, спочатку засіб спілкування між друзями та незнайомцями, перетворилися на багатофункціональні онлайн-спільноти, що включають обмін аудіо- та відеофайлами, публікацію фотографій та проведення прямих трансляцій.

Така трансформація зумовила переоцінку їхнього впливу на психічне здоров'я та самооцінку. Деякі дослідження довели, що соціальні мережі можуть мати як позитивний, так і негативний вплив у цьому аспекті [33].

У 2021 році 5,04 мільярда людей у всьому світі, що становило 63,3% від загальної чисельності населення світу, користувалися соціальними мережами. Згідно зі звітом DataReportal, на початок 2021 року цей показник становив 67,6% щодо рівня проникнення Інтернету в Україні.

Було проведено емпіричне дослідження.

Респондентами цього дослідження були 35 осіб, з яких 27 жінок та 8 чоловіків. Їхній вік коливався від підліткового до молодого віку. Більш конкретно:

- одна особа (2,9%) - віком до 17 років;
- 18 осіб (51,4%) були у віковому діапазоні 18–20 років;
- 12 осіб (34,3%) були у віковому діапазоні 21–23 роки;
- 4 особи (11,4%) були старше 24 років.

Значну частину вибірки (32 з 35 респондентів або 91,4%) становлять представники вікової групи 18-23 роки. Це ключова когорта покоління Z, яке виросло в цифровому середовищі і тому найбільш чутливе до впливу

соціальних мереж, особливо в сфері самооцінки та соціального порівняння.

Дані дослідження свідчать про те, що саме молодь зазначених вікових діапазонів демонструє максимальну залученість до соціальних мереж та, водночас, вищу емоційну залежність від онлайн-схвалення.

Період 18-23 років характеризується активним формуванням ідентичності; потребою у визнанні, автономії та соціальному статусі; підвищеною схильністю до рефлексії та самоспостереження; формуванням професійної та міжособистісної самооцінки.

Таким прикладом є особа віком до 17 років (2,9%), ранній підліток або старший школяр. Ця група характеризується формуванням базової самооцінки, яка все ще значно залежить від соціального схвалення [20].

Цю вікову групу 24+ років (11,4%) можна вважати представником ранньої дорослості. У цьому віці залежність від зовнішнього визнання зазвичай зменшується, а стабільність самооцінки зростає. Їхній досвід взаємодії із соціальними мережами зазвичай більш критичний та менш емоційно залежний.

Переважає більшість респондентів – жінки. Це типове явище для соціальних та психологічних досліджень, особливо досліджень, пов'язаних із самооцінкою, емоційним станом та соціальним порівнянням. Жінки, як показали численні дослідження, частіше розмірковують про свою зовнішність, соціальний статус та емоційне благополуччя в цифровому середовищі.

Е. Фогель та Дж. Роуз виявили, що жінки частіше:

- публікують контент, пов'язаний з ними (селфі, лайфстайл);
- очікують реакцій у вигляді лайків або коментарів;
- оцінюють свою зовнішність та «успіх» у порівнянні з іншими користувачами;
- реагують більш емоційно на негативні коментарі або відсутність схвалення.

Це можна пояснити тим, що жінки частіше формують свою самооцінку в соціальному контексті, орієнтуючи її на схвалення інших, тоді як для

чоловіків вона може більше асоціюватися з досягненнями, компетентністю та автономією.

Хоча у вибірці менше чоловіків, їхня участь є критично важливою для порівняння за статтю. В інших дослідженнях було виявлено, що чоловіки рідше публікують особисті фотографії, менш сприйнятливі до емоційного впливу соціального порівняння та частіше використовують соціальні мережі як інформаційний ресурс або інструмент розваги. Вся вищезазначена інформація була отримана з [28].

За результатами питання 3 (рис. 1.1.): «Якими соціальними мережами ви користуєтеся найчастіше?» (було дозволено обрати кілька варіантів із 7 запропонованих платформ).

1. Instagram (97,1%) – абсолютний лідер. Це Instagram – найпопулярніша мережа на сьогоднішній день. Він поєднує візуальну комунікацію, «подібну культуру» та інструменти самопрезентації (історії, відеоролики) – ті, що безпосередньо впливають на зовнішню самооцінку, соціальне порівняння та емоційне благополуччя.

2. TikTok (82,9%) – платформа для швидкого порівняння. Додаток дуже популярний серед молоді та, водночас, є найагресивнішим середовищем для соціального порівняння. Алгоритми TikTok просувають відео з найвищою інтерактивністю, створюючи ефект «ідеального стандарту» (зовнішність, спосіб життя, досягнення).

3. Telegram (82,9%) – це інформаційно-комунікаційний інструмент. Більшість використовує його для приватного листування та новин або підписки на канали. Його менш візуальний характер зменшує прямий вплив на самооцінку. Однак: непрямі форми соціального порівняння також можливі в групових чатах (хто активніший, у кого більше друзів тощо); молодь часто спілкується за допомогою реакцій та стікерів, які можуть замінити «лайки».

4. YouTube (62,9%) – платформа для споживання контенту. YouTube має більш пасивний характер використання (перегляд відео, а не самопрезентація), але: успіх та гламур блогерів також провокують порівняння життя

користувача з «ідеальним» відеозображенням, створюючи таким чином емоційну дистанцію – «вони успішні, я ні».

5. Facebook (17,1%) та Twitter (14,3%) менш популярні. Ці платформи втрачають популярність серед молоді. Їхній вплив на самооцінку мінімальний у цій вибірці. Вони часто використовуються для навчання, роботи або читання новин.

3. Якими соцмережами ви користуєтеся найчастіше? (можна обрати кілька)
35 відповідей

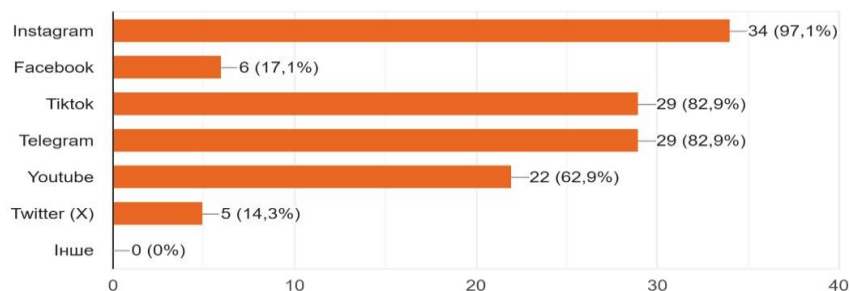


Рис. 1.1 Якими соціальними мережами ви користуєтеся найчастіше?

Сучасні соціальні мережі – це не лише засіб комунікації, а й інструмент соціального самопозиціонування. Згідно з теорією соціального порівняння, люди завжди оцінюють себе на основі порівнянь з іншими. Однак у віртуальному просторі ці порівняння визначаються не якісними, а кількісними маркерами (лайки, кількість підписників, перегляди). Це підвищує вразливість самооцінки, робить її залежною від алгоритмів та «видимості» [12].

Отже, основними каналами онлайн-активності респондентів є Instagram, TikTok та Telegram. Ці дві перші платформи мають найбільший вплив на самооцінку, оскільки формують візуальні стандарти краси, успіху та соціальної значущості. Залежність від кількості лайків та переглядів викликає зовнішню регуляцію самооцінки, що є психологічно нестійким механізмом.

Більше половини (57,1%) респондентів рідко публікують матеріали; ще 2,9% ніколи цього не роблять. Це вказує на переважання пасивної взаємодії з соціальними мережами.

Психологія довела, що перегляд контенту інших людей у соціальних

мережах може впливати на самооцінку через соціальне порівняння навіть за відсутності активного дописування. Це те, що відомо як «поведінка приховування», тобто пасивне споживання контенту без будь-якої взаємодії, що може призвести до вищого рівня ізоляції та тривоги.

Менша частина респондентів (щоденно або кілька разів на тиждень – загалом 10 осіб, 28,5%) є активними дописувачами.

Ця група зазвичай має:

- вищу орієнтацію на зовнішнє оцінювання;
- залежність від зворотного зв'язку (лайки, коментарі);
- прагнення до самопрезентації через візуальний контент (селфі, історії).

Більшість молодих людей у вибірці належать до пасивних користувачів соціальних мереж, але це не зменшує рівня впливу на самооцінку.

Навпаки, пасивне порівняння з ідеалізованими образами інших користувачів може призвести до емоційного дискомфорту. Ті, хто належить до активних контент-постерів, частіше потрапляють у залежність від цифрового схвалення – це формує вразливу самооцінку з акцентом на зовнішні джерела підтвердження власної значущості.

Аналіз питання 5: «Яка основна мета використання соціальних мереж?» (Можливі кілька відповідей):

1. Соціальні мережі як засіб соціальної взаємодії (спілкування – 85,7%). Більшість респондентів використовують соціальні мережі як засіб комунікації, що підтверджує їхню функцію як підтримки соціального капіталу. Молодь використовує месенджери, приватні чати, групи та функції коментування для підтримки стосунків, встановлення нових контактів та приєднання до соціальних груп [32].

Такі соціальні контакти можуть підвищити емоційне благополуччя, відчуття підтримки та важливості, а також позитивно впливати на соціальну складову самооцінки.

2. Розваги (71,4%) – ескапізм та емоційна рівновага. Значна частина респондентів назвала розваги як мотивацію – перегляд відео, обмін мемами,

участь у челенджах. Це свідчить про те, що соціальні мережі використовуються як механізм психологічної релаксації, особливо у стресових ситуаціях або коли нудно. Однак надмірне використання соціальних мереж для розважальних цілей може призвести до цифрового виснаження, зниження мотивації до реальної діяльності та розвитку порівняльного мислення («Усі кращі за мене»).

3. Спостереження за іншими (51,4%) є показником соціального порівняння. Цей варіант безпосередньо вказує на пасивне соціальне порівняння, ключовий фактор самооцінки. Згідно з теорією соціального порівняння Фестінгера, постійне спостереження за життям інших без активної участі може знизити впевненість у собі, особливо при порівнянні себе з ідеалізованими образами.

Дослідження Фогеля показують, що зі збільшенням спостереження зростає і порівняння вгору (порівняння з «більш успішними» особами), що пов'язано зі зниженням самооцінки.

4. Самовираження (37,1%) – це створення «цифрового «я». Цей показник свідчить про те, що деякі респонденти використовують соціальні мережі як платформу для демонстрації своєї ідентичності, креативності чи переконань. За допомогою історій, фотографій та тексту користувачі конструюють цифровий образ – своєрідний «віртуальний фасад».

У цьому випадку самооцінка тісно пов'язана з реакцією на цей образ: чим позитивніші реакції, тим вища емоційна винагорода. Однак також зростає ризик розбіжності між реальним та публічним образом себе, що може призвести до внутрішніх конфліктів.

5. Робота/Навчання (25,7%) – функціональний аспект. Майже чверть респондентів використовують соціальні мережі для подальшої освіти або професійного розвитку. Це має нейтральний або навіть позитивний вплив на самооцінку, оскільки вона виникає в цьому контексті з продуктивності, а не із зовнішнього визнання.

Основними мотивами використання соціальних мереж є спілкування,

розваги та спостереження за іншими, що свідчить про потребу в приналежності, емоційній незалежності та соціальному порівнянні [34].

Більше половини респондентів є пасивними спостерігачами життя інших, що є психологічним тригером для порівняльної самооцінки. Водночас активне самовираження та професійне використання спостерігаються меншою мірою, що робить самооцінку більш залежною від зовнішніх, а не внутрішніх ресурсів.

16 респондентів (45,7%) зізналися, що завжди або часто очікують зворотного зв'язку у вигляді лайків та коментарів після публікації контенту. Це свідчить про те, що реакція оточення є емоційно значущою та працює як своєрідне дзеркало самооцінки. Залежність від реакцій аудиторії підвищує вразливість до емоційних перепадів, тривоги, а у разі негативних або відсутніх реакцій – до розчарування та падіння самооцінки.

12 респондентів відповіли, що іноді очікують реакцій – це проміжна група, яка, хоча й не декларує залежність від соціального схвалення, у більшості випадків емоційно реагує на його наявність або відсутність.

Лише 2 респонденти (5,7%) сказали, що ніколи не очікують реакцій, а ще 5 (14,3%) сказали, що рідко очікують. Це може свідчити про певну самооцінку, яка більше внутрішньо регулюється та менше залежить від думок інших людей. Можливо, вони використовують соціальні мережі більше як спосіб підтримувати зв'язок або вести щоденник, ніж як місце для того, щоб їх помітили. Це більш стійка позиція, позиція людини, яка пізнала власні емоції.

Понад 60% респондентів (від «іноді» до «завжди») сказали, що очікують реакцій після публікації, що доводить роль соціальних мереж як джерела зовнішнього підкріплення самооцінки.

Така залежність від соціального схвалення може бути ризикованою, особливо коли зворотний зв'язок негативний або відсутній. Респонденти, які не зосереджуються на реакціях, менш вразливі до онлайн-порівнянь та демонструють вищу автономність самооцінки [39].

Понад 45% респондентів стверджують, що іноді або часто видаляють

публікації через недостатню реакцію.

Це означало б, що майже половина учасників оцінюють успіх свого контенту не за самим контентом, а за кількістю взаємодій, які він отримує – лайків, коментарів, переглядів. Для них реакція аудиторії є маркером власної цінності, а не просто виразом симпатії. У психології це вважається зовнішнім підкріпленням самооцінки, тобто самооцінка є умовною – вона підтримується лише за умови схвалення з боку інших.

Дослідження Фогеля вказує на зв'язок між видаленням контенту після негативної реакції та підвищеною соціальною тривожністю та тенденцією до соціального порівняння. Найбільш значну частку становлять люди, які не видаляють свої публікації, яка становить 54,3%.

Ці респонденти характеризуються більш стабільною самооцінкою, яка не значною мірою залежить від зовнішньої оцінки. Або їх не дуже хвилюють реакції, або вони мають внутрішню мотивацію для публікацій: самовираження, інформація, запис подій.

Крокер і Парк: самооцінка, яка ґрунтується на схваленні, менш стабільна, супроводжується емоційними злетами та падіннями та зрештою пов'язана з виснаженням психологічних ресурсів;

Фестінгер, ймовірно, стверджуватиме, що в ситуації постійного соціального порівняння, типової для сучасних соціальних мереж, видалення невдалих постів може розглядатися як прояв спроби зберегти позитивний образ себе в очах інших — зменшити «соціальне відставання».

Видалення публікацій через недостатню кількість реакцій вказує на залежність від цифрового схвалення, яка спостерігається у 45,7% респондентів. Це демонструє тип самооцінки, який зумовлений зовнішніми факторами, менш стабільний, відкритий до критики та прагне швидкого зворотного зв'язку [39].

Водночас понад половина респондентів залишають свої публікації незалежно від будь-яких зворотних зв'язків, що натякає на вищий ступінь незалежності у самосприйнятті. 28,6% респондентів підвищують свою

самооцінку за допомогою лайків. Ця група людей відкрито заявила, що пов'язує велику кількість реакцій з емоційним піднесенням та вищою впевненістю в собі. Д

ля них кількість лайків та коментарів є своєрідним «соціальним дзеркалом», яке підтверджує цінність людини чи контенту. Психологічно це відображає високу соціальну чутливість та схильність до зовні детермінованої самооцінки. Небезпека полягає в тому, що якщо реакції зменшуються або схвалення відсутнє, то самооцінка може швидко знизитися, що призведе до нестабільного самосприйняття та емоційної вразливості.

57,1% – приємні, але не дуже значущі емоції. Ця найбільша група умовно збалансована. Лайки та коментарі приємні для них, але не є вирішальними для самооцінки. Вони можуть насолоджуватися позитивними відгуками, але не вважають їх ключовим критерієм своєї цінності. Можливо, це адаптивний стиль емоційної регуляції, коли людина може відокремити себе від зовнішньої оцінки та не залежати від неї для своєї самоцінності.

14,3% – нейтральне ставлення до реакцій. Мало хто з респондентів – невелика частка респондентів – повідомили, що їм байдуже на велику кількість лайків. Це вказує на внутрішню регульовану, більш стабільну самооцінку.

Жодних – тих, хто взагалі не реагує. Відсутність респондентів, які «зовсім не реагують», є симптоматичною. Це означає, що всі учасники хоча б трохи емоційно залучені до оцінки свого цифрового образу через реакції інших.

Більшість респондентів позитивно емоційно відреагували на велику кількість лайків та коментарів, тоді як для половини з них ефект був помірним, а для чверті – значно підвищив їхню самооцінку. Такий розподіл демонструє, що для більшості молодих людей цифрова реакція є емоційно важливою, але не завжди домінуючою.

Це свідчить про часткову залежність самооцінки від соціального схвалення, яке за умов постійного онлайн-порівняння може бути як ресурсом,

так і ризиком [44].

37,1% – не хочуть слухати, що кажуть ненависники. Це найбільша група. Це означає сильні інструменти емоційного захисту або високу здатність сприймати погані розмови.

З точки зору психології, це може бути пов'язано з:

- гарним контролем настрою;
- розумним подоланням, коли людина тримає свій розум подалі від стороннього осуду;
- або онімінням, якщо користувач вже відчував погані розмови раніше і навчився не хвилюватися з цього приводу.

Іншим варіантом є психологічний захист: людина не демонструє біль, а радше пригнічує його. Це може опосередковано впливати на самооцінку (через накопичення емоційної напруги).

34,3% – засмучуються, але швидко забувають. Ця відповідь демонструє помірну емоційну реакцію, яка з часом нейтралізується. Люди цієї категорії, ймовірно, мають помірно стабільну самооцінку – вона чутлива до негативного зворотного зв'язку, але зберігає здатність до саморегуляції.

Дослідження довели, що підлітки з помірною соціальною чутливістю, як правило, піддаються короткостроковому емоційному впливу, але довгострокового впливу на самооцінку немає.

22,9% – нейтральна реакція. Майже чверть респондентів зазначили, що негативні коментарі не викликають у них емоційної реакції. Це може свідчити про емоційну стабільність, низький рівень залежності від соціальної оцінки або критичне мислення, яке дозволяє фільтрувати контент і розуміти природу критики. Такі респонденти мають ознаки внутрішньоцентрованої самооцінки, де основним джерелом впевненості є власні переконання, а не думки інших.

5,7% – болісно стурбовані. Невелика, але важлива група — це ті, хто відкрито визнає, що критика викликає сильний емоційний дискомфорт. Це свідчить про високу соціальну чутливість, крихку самооцінку та, можливо, схильність до самозвинувачень або низьку самооцінку.

За даними психосоціальних досліджень, ця категорія молоді найбільше ризикує потрапити в психологічну пастку соціальних мереж: залежність від схвалення + болісна реакція на негатив = зниження впевненості та підвищення тривожності [57].

Більшість респондентів мають помірну або низьку емоційну чутливість до критики, що свідчить про досить стабільну, гнучку самооцінку. Однак той факт, що існує група, яка болісно переживає негатив, свідчить про необхідність розвитку емоційної грамотності, критичного ставлення до соціальних мереж та навичок психоемоційного самозахисту.

На запитання «Чи впливає кількість підписників на вашу самооцінку?» понад 22% респондентів вважали, що кількість підписників впливає на самооцінку. Ці респонденти (3+5 осіб) виявляють прямий зв'язок між кількістю підписників та самосприйняттям. У цифровій культурі це явище називається «кількісним соціальним порівнянням»: коли статус і важливість визначаються числом, а не змістом чи особистими якостями.

Це сигналізує про соціометричний тип самооцінки – заснований на уявленні про те, «наскільки я популярний». Така самооцінка, отже, за своєю суттю нестабільна, оскільки вона зростатиме зі зростанням кількості підписників і різко знижуватиметься з їх втратою або відсутністю зростання. У підлітків та молоді такий показник часто стає сурогатним доказом власної значущості, створюючи ілюзорне відчуття контролю над соціальним статусом.

77,1% заперечують вплив кількості підписників на їхню самооцінку. Більшість учасників кажуть, що кількість підписників не впливає на їхню самооцінку. Це хороший знак для їхньої психології, який стверджує:

- відносна незалежність людини;
- усвідомлення того, що цифри на екрані не відображають справжньої цінності людини;
- наявність усталених стандартів щодо того, як людина бачить себе.

Відповідь «Не знаю» не була обрана жодним з учасників. Це вказує на

усвідомлення впливу цифрових показників на психоемоційний стан. Молоді люди, на відміну від своїх раних однолітків, здебільшого вже сформували чітке ставлення до таких речей завдяки своїй постійній присутності у віртуальному просторі [48].

Більшість респондентів (77,1%) стверджують, що не пов'язують свою самооцінку з кількістю підписників, тоді як майже чверть (22,9%) визнають такий вплив. Це свідчить про поширеність соціометричної орієнтації серед частини молоді, яка формує залежність самооцінки від цифрових ознак популярності. Водночас, відсутність відповідей «не знаю» демонструє високий рівень саморефлексії та розуміння молоддю впливу соціальних мереж на власний психоемоційний стан.

45,8% вибірки (завжди, часто або іноді). Це майже половина вибірки, і цей показник безпосередньо вказує на дію механізму соціального порівняння, вперше описаного Л. Фестінгером у 1954 році. У середовищі соціальних мереж, де інформація представлена у вигляді ідеалізованого візуального контенту, такі порівняння найчастіше є висхідними – тобто людина порівнює себе з «успішнішими», «привабливішими» або «щасливішими» іншими.

Зазвичай такі порівняння знижують самооцінку людини, яка їх порівнює, особливо якщо вона вразлива, та посилюють її почуття невдоволення собою. Це, ймовірно, створює емоційну напругу та навіть сприяє тривозі.

Особливо тривожним є показник у групі, яка часто або завжди це робить (8 осіб, тобто понад 22%), оскільки він свідчить про стійку соціальну орієнтацію, що може бути ознакою нестабільної самооцінки, високого соціального порівняльного фону та залежності від «цифрових стандартів».

25,7% – рідко порівнюють. Ця група демонструє помірну саморефлексію, найімовірніше, маючи здатність фільтрувати контент. Вони можуть порівнювати себе ситуативно, але не систематично – зазвичай у нейтральному або «реалістичному» контексті. Самооцінка таких респондентів менш вразлива до походження соціальної мережі.

28,6% – ніколи не порівнюють. Це найстабільніша психологічно частина вибірки. Їхня самооцінка більше внутрішньо визначена, ґрунтується на особистих досягненнях та поглядах, а не на «віртуальних ідеалах». Такі користувачі мають вищу критичність, що дозволяє їм протистояти впливу перфекціонізму Instagram чи гламуризації TikTok.

Хоча найбільша частка респондентів стверджує, що ніколи не порівнює себе з іншими в соціальних мережах, загальна група, яка все ще робить це (іноді, часто, завжди), становить 45,8%. Це свідчить про поширеність феномену соціального порівняння серед молоді.

Для деяких учасників це може бути джерелом мотивації, але частіше джерелом саморуйнівного мислення («всі кращі за мене»), яке шкодить емоційному стану та стабільності самооцінки. Це, скоріше, мотиваційний фактор для учасників і, в ширшому сенсі, саморуйнівне мислення («всі кращі за мене»), яке впливає на емоційний стан та стабільність самооцінки.

У питанні: «З ким ви найчастіше порівнюєте себе в соціальних мережах?» респонденти могли обрати лише один варіант відповіді.

Виявилося, що основним об'єктом порівняння є блогери (40%). Це найбільша група. Порівняння себе з блогерами є яскравим прикладом висхідного соціального порівняння, коли респонденти порівнюють себе з людьми, чий спосіб життя, зовнішність чи досягнення нереалістично ідеалізуються.

Це може призвести до формування відчуття неповноцінності або «неадекватності» власного «я». Це також може призвести до посилення дисморфії тіла, депресивних симптомів або FOMO (страху втратити щось) і, нарешті, до посилення залежності від віртуальних стандартів успіху, які часто не відповідають реальності.

Незнайомці (37,1%) – порівняння з «ідеалами ззовні». Також порівняння з підвищенням. Незнайомці зазвичай виставляють себе з найкращого боку, а респондент, не маючи контексту, інтерпретує їхній імідж як реальний та досяжний стандарт. Психологічний механізм тут такий самий, як і у блогерів,

тільки без медійного підтексту. Це особливо характерно для Instagram та TikTok [61].

Горизонтальне порівняння пояснюється як більш приземлене порівняння, де респонденти порівнюють себе з людьми, яких вони знають особисто, тому мають більш реалістичні уявлення про їхні досягнення та життя.

Ризик емоційної дестабілізації нижчий; проте заздрість або самознецінення все ще можливі, особливо якщо друг «успішніший».

Лише 2,9%, що є невеликою групою, були однокласниками. Це логічна група для порівняння в академічному чи соціальному контексті. Їхній вплив виявився мінімальним. Це може означати, що респонденти не вважають однокласників такою великою соціальною референтною групою і, можливо, думають про соціальні мережі як про місце поза освітнім середовищем і радше як про шлях поза колом впливу.

37,1% респондентів не порівнюють себе. Ця відповідь демонструє високий рівень емоційної автономії. Люди з таким підходом менш схильні до соціальної тривожності та мають внутрішню систему цінностей і стабільнішу самооцінку. Це люди, які не:

- відчують потребу підлаштовуватися під бажання інших і тому не шукають постійного схвалення від інших,
- як правило, почуваються комфортніше у власній шкірі та не намагаються постійно бути як усі.
- здатні критично ставитися до контенту в соціальних мережах та не сприймати успіх інших людей як загрозу власній цінності.

Така здатність не вдаватися до автоматичного порівняння є одним із факторів цифрової стійкості – здатності залишатися психологічно здоровими в цифровому середовищі.

У більшості випадків респонденти порівнюють себе з блогерами (40%) та незнайомцями (37,1%) – це доводить, що в соціальних мережах джерелом тиску на самооцінку є ідеалізовані, часто нереалістичні образи. Лише 17%

порівнюють себе з друзями, а 37,1% взагалі не порівнюють себе, що може бути показником стабільної, менш вразливої до зовнішньої оцінки самооцінки.

Такий розподіл показує переважання порівнянь з «віртуальними ідеалами», а не з реальними контактами, що потенційно збільшує ризик низької самооцінки та емоційного вигорання [62].

Загальна частка респондентів, які відповіли «менш привабливі» або «трохи невпевнені», становить 10 осіб (28,5%). Це означає, що для них перегляд ідеалізованих зображень інших користувачів у соціальних мережах призводить до порівняльного мислення, яке негативно впливає на емоційний стан та самооцінку, зокрема на образ тіла.

Такі реакції типові для механізму порівняння з висхідним ставленням, який особливо виражений на візуальних платформах (наприклад, Instagram та TikTok).

Це створює ефект недосяжного стандарту, з яким людина порівнює себе, і може призвести до:

- зниження задоволення своєю зовнішністю;
- невпевненості у своєму тілі;
- ризику розвитку дисморфії тіла (особливо серед жінок).

Найбільша група становить 37,1% – нейтральна реакція, що демонструє відсутність емоційної чутливості до «ідеальних» фотографій.

Це можуть бути користувачі з:

- критичним ставленням до медіаконтенту;
- реалістичним поглядом на візуальне представлення (фільтри, фотошоп, стейджинг);
- або байдужістю до порівнянь зовнішності. Вони мають вищу цифрову стійкість та стабільнішу образну самооцінку, що зменшує негативний емоційний вплив соціальних мереж.

34,3% – натхнення. Ця відповідь є амбівалентною: з одного боку, це позитивна реакція, яка може свідчити про мотивацію до розвитку, а з іншого, це приховане соціальне порівняння, якщо натхнення ґрунтується на бажанні

«стати схожим на них».

Важливо, що в цій групі натхнення не призводить до негативних емоцій, але якщо воно пов'язане з відчуттям «я ще недостатньо/недосконалий», це може мати відкладений вплив на самооцінку.

Для 28,5% респондентів ідеальний перегляд фотографій призводить до зниження впевненості у своїй зовнішності, що є психологічно вразливою зоною соціальних мереж [49].

Більше третини учасників (37,9%) висловили нейтральне ставлення, що може свідчити або про високу медіаграмотність, або про стабільну самооцінку.

Для 34,3% респондентів це відчуття натхнення, яке може бути як адаптивним ресурсом, так і латентним маркером соціального порівняння, залежно від внутрішньої мотивації.

57,2% респондентів вважають, що їхнє життя (часто + іноді) принаймні дещо гірше, ніж у інших.

Це провідний критерій функціонування механізму порівняння соціального статусу, який розвивається під впливом медіафільтрованої реальності на сайтах соціальних мереж. Така реакція відображає емоційне сприйняття невідповідності між власним повсякденним життям та «глянцем» у стрічці новин.

Можливі наслідки:

- зниження загальної задоволеності життям;
- емоційне вигорання, прокрастинація та апатія;
- формування вторинної низької самооцінки, яка виникає не через внутрішні помилки, а через зовнішні уявлення про норму/успіх. 8,6% рідко відчують це. Це нечаста нагода для них відчутти це. Ці респонденти демонструють низький рівень емоційної реактивності на цифровий контекст.

Вони можуть бути більш усвідомленими, що соціальні мережі є лише вибіркоvim відображенням життя. Мають гармонійну самооцінку, яка не залежить від враження інших.

34,3% ніколи не думали, що їхнє життя гірше. Це найпостійніша група. Такі респонденти найімовірніше:

- мають розвинене критичне ставлення до візуального контенту;
- не ідентифікують себе з «цифровим стандартом»;
- зберігають внутрішню систему відліків для оцінки життя.

Вони здатні не лише «бачити», але й розуміти контекст (монтаж, постановка, естетизація контенту). Це ознака цифрової зрілості, яка значно знижує ризик емоційних розладів, викликаних медіа [24].

Більше половини респондентів, 57,2%, принаймні іноді відчувають, що їхнє життя «гірше», ніж життя інших у соціальних мережах. Це свідчить про сильний емоційний вплив медіа-зображень на суб'єктивне сприйняття власної життєвої норми.

Емоційну автономію зберігає лише третина респондентів, які не ототожнюють чужий успіх із власною поразкою, демонструючи стабільну та критично сформовану самооцінку.

Близько 41% респондентів роблять це регулярно або час від часу, створюючи покращений цифровий образ себе; це майже половина вибірки, що свідчить про свідоме або напівсвідоме використання механізму іміджевої самопрезентації – відомої в соціальній психології самопрезентації або управлінні враженнями.

Респонденти намагаються приховати недоліки, зробити себе, свої дії чи події свого життя більш естетичними, тому виникає розрив між справжнім «я» та ідеалізованим цифровим образом, що в довгостроковій перспективі може призвести до відчуття внутрішньої нещирості або навіть тривоги самовикриття («що станеться, якщо вони побачать справжнього мене?»).

Решта респондентів – 50% – поводяться більш автентично, демонструючи більшу незалежність та психологічну зрілість у цифровому середовищі. Наприклад, 29,4% рідко працюють над покращенням свого іміджу.

Ця група іноді використовує елементи «цифрової стилізації», хоча й не вважає це обов'язковим. Їхній контент ближчий до реальності, хоча все ще може містити фільтри, вибірккову презентацію чи емоційний монтаж. Вони балансують між бажанням показати себе в найкращому світлі та потребою бути чесними. За відсутності вимог підтримувати ідеальний імідж це не становить загрози для психоемоційної стабільності [24].

29,4% ніколи не намагаються створити кращий імідж. Це респонденти, які демонструють високий рівень автентичності, незалежність від соціального схвалення та низький рівень залежності від самореклами.

Ці люди зазвичай мають:

- внутрішній локус контролю;
- меншу зацікавленість у цифровій конкуренції;
- емоційно стабільну самооцінку, яка не потребує постійного підтвердження у візуальному просторі.

У відповіді на запитання «Які емоції ви найчастіше відчуваєте після перегляду соціальних мереж?» (можна було обрати кілька варіантів) переважали позитивні емоційні реакції: радість (51,4%) та натхнення (57,1%).

Ці емоції є домінуючими у вибірці. Більшість респондентів зазначають, що після взаємодії з контентом у соціальних мережах вони відчувають емоційне піднесення, мотивацію або легке задоволення.

Це свідчить про:

- позитивну когнітивну інтерпретацію контенту;
- критичне мислення в оцінці контенту;
- або добре налаштований алгоритм платформи, який пропонує індивідуально «бажаний» контент.

У цих випадках сайти соціальних мереж можуть служити джерелом позитивної мотивації, тимчасово підвищуючи настрій та суб'єктивну самооцінку.

Тривожні емоції – це тривога (22,9%) та нудьга (22,9%) – ознака того, наскільки неоднозначними можуть бути емоційні наслідки використання

соціальних мереж [5].

Тривога виникає через:

- інформаційне перевантаження;
- соціальний контраст;
- страх бути виключеним (FOBLO);
- тривога щодо «цифрової продуктивності» (недостатньо активності, лайків тощо);
- нудьга сигналізує про перевантаження повторюваним контентом або використання соціальних мереж як інструменту для ухилення від реальної роботи, що знижує чутливість дофаміну.

Заздрість (11,4%) є мірою емоційного порівняння. Заздрість – це емоційна ознака порівняння з більшим: людина дивиться на «успіх» інших і відчуває невдоволення їхньою ситуацією. Незважаючи на невеликий відсоток, ця реакція становить потенційну небезпеку для емоційного благополуччя, особливо в поєднанні з низькою самооцінкою або перфекціонізмом. Заздрість, за словами Жасмін Фардулі, є типовою емоційною реакцією на перегляд ідеалізованих образів і може сприяти формуванню емоційної нестабільності.

Основними емоціями після взаємодії в соціальних мережах виявилися натхнення (57,1%) та радість (51,4%), що свідчить про переважно позитивне емоційне засвоєння контенту внутрішнім станом респондентів.

Водночас 22,9% відчують тривогу або нудьгу, а 11,4% – ревності, що свідчить про наявність емоційного стресу та внутрішнього конфлікту, що виникає в результаті соціального порівняння або надмірної залученості.

Це вказує на невизначений вплив соціальних мереж на емоційне благополуччя: для одних це ресурс, а для інших – стресор.

60% респондентів (часто чи іноді) погодилися, що соціальні мережі зіпсували їм настрій.

Цей показник має надзвичайно важливе значення для психічної гігієни та емоційного здоров'я молоді. Для цієї категорії користувачів цифрове середовище не є нейтральним – воно має емоційну «зворотну реакцію», що

супроводжується роздратуванням, розчаруванням, тривогою, сумом або навіть соромом.

У більшості випадків це викликано:

- порівнянням з іншими (особливо успішними, привабливими, багатими);
- негативними коментарями або відсутністю реакції;
- інформаційним перевантаженням або суперечливими публікаціями (новини, токсичні дискусії).

Середня група 31,4% – рідко псувала собі настрій. Вони час від часу стикалися з недоліками соціальних мереж, але не схильні до хронічної цифрової чутливості та можуть регулювати свій інформаційний простір (використовуючи блоки, фільтри та розриви). Одужати без суттєвих наслідків для самооцінки чи настрою.

8,6% – ніколи не відчували негативного ефекту. Ці респонденти демонструють високу емоційну стійкість або низьку емоційну залученість у цифрове життя. Вони або мають внутрішній бар'єр для емоційного зараження, або використовують соціальні мережі функціонально – інформаційно, без глибокої залученості.

Психологічні фактори, що впливають на зниження емоцій, такі: порівняння з підвищенням рівня, тобто «всі кращі за мене»; соціальне відторгнення, що означає «не сподобалося, не відповів»; перестимуляція, тобто надмірна кількість новин, думок та облич; та кібербулінг, оскільки навіть мінімальні форми можуть призвести до досить сильного стресу.

Більшість із 60% респондентів, принаймні час від часу, відчували, що соціальні мережі негативно впливають на їхній настрій. Це доводить, що цифрова взаємодія не є емоційно нейтральною та може виступати фактором мікротравматизації, особливо при її регулярному використанні та за відсутності навичок емоційного самозахисту.

Лише 8,6% користувачів не відчули жодного впливу. А це рідкісне з психоемоційної точки зору явище в сучасному молодіжному середовищі.

Для абсолютної більшості респондентів соціальні мережі відіграють позитивну емоційну роль. Понад 94% учасників дослідження іноді відчують покращення настрою після відвідування сайтів. Цей результат означає, що для більшості молодих людей соціальні мережі є емоційним ресурсом. Це особливо стосується: перегляду розважального контенту (меми, відео, короткі формати); отримання лайків, підтримки чи приємних коментарів; спілкування з друзями (зокрема в месенджерах).

Такий ефект пов'язаний з активацією дофамінової системи мозку: новий, приємний або соціально значущий контент викликає миттєве покращення настрою [18].

Однак цей ефект часто короточасний і може мати зворотний бік: після припинення стимуляції або за відсутності схвалення настрої може різко впасти (ефект «цифрової гойдалки»).

Таким чином, у 40% вибірки можна відзначити той факт, що у поведінці 40% може поступово формуватися модель залежності від цифрового підкріплення, що необхідно враховувати в аспекті емоційної саморегуляції.

Якщо соціальні мережі є основним джерелом гарного настрою, то: людина звикає компенсувати погані речі лінивим скролінгом – і формується поведінкова звичка; існує ризик виснаження дофаміну (людині все важче отримувати задоволення в реальному світі); виникає залежність від схвалення, уваги, «кількісного підтвердження» емоційної ваги.

Це може бути симптомом цифрової компульсивності, коли використання соціальних мереж перетворюється з вибору на емоційно необхідну дію.

5,7% – рідко відчували покращення. Це може свідчити про:

- низьку зацікавленість контентом;
- або емоційне оніміння від соціальних мереж;
- або ширший скептицизм щодо їхніх переваг.

Соціальні мережі не є для них джерелом значних емоцій, ні позитивних, ні негативних. Дивно, що ніхто не відповів «ніколи». Цей факт є показовим —

усі респонденти, принаймні іноді, відчували позитивний емоційний ефект від соціальних мереж.

Це доводить, що:

- соціальні мережі пов'язані з емоційним переживанням молоді;
- вони виконують функцію короточасного емоційного розрядження;
- жоден з учасників не є повністю емоційно «байдужим» до цифрового середовища.

Понад 60% респондентів вже відчули цифрове виснаження. Це означає, що тривале або інтенсивне використання соціальних мереж призвело до втоми, апатії, емоційного перенасичення або зниження когнітивної активності [4].

Цифрова втома – це сучасний психологічний синдром, який включає: втрату інтересу до контенту; роздратування під час перегляду стрічки; зниження мотивації до реального спілкування чи діяльності; порушення концентрації уваги, порушення сну.

Ще 28,6% можуть відчувати це, але не усвідомлюють цього. Ці респонденти не знають симптомів, але вже відчувають певний дискомфорт або втрату задоволення від соціальних мереж. Це прихований ризик розвитку психоемоційної втоми в майбутньому, особливо якщо немає контролю над часом та типом контенту.

Цій стадії часто передують: поява цифрового цинізму («це все нісенітниця, але я не можу відвести погляд»); зниження емоційної реакції на візуальні подразники (навіть з позитивним контентом); поява цифрового FOMO: людина не отримує задоволення, але не може відмовити.

Лише 11,4% не відчувають втоми. Такий стан, можливо, не є випробуванням для психічних сил. Деякі з них: не мають великої загальної активності в соціальних мережах; здатні регулювати час, проведений онлайн; або не відчули перших ознак, які з'являться пізніше.

У контексті інших реакцій (емоційне вигорання, тривога, нудьга) можна припустити, що деякі з цих 4 осіб вже мають прихований стрес, просто він не

розпізнається як «втома».

Понад чверть респондентів (25,7%) заявили, що починають гірше оцінювати свою зовнішність після перегляду фотографій інших людей, що є досить небезпечним сигналом про вплив соціальних мереж на фізичну, а отже, і загальну самооцінку. Ця група найбільше піддається негативному впливу візуального контенту, особливо ідеалізованого (відфотошопленого, постановочного, відфільтрованого).

Ця реакція є класичним проявом соціального порівняння знизу вгору – коли людина дивиться на інших, привабливіших (зовні) чи ні, свідомо чи несвідомо.

Психологічні наслідки: зниження фізичної самооцінки; виникнення або загострення комплексів; підвищена тривожність, сором та самовідторгнення.

Найбільша група – люди, які не думають про це (42,9%) – сигналізує або про низький рівень усвідомлення психологічного впливу соціальних мереж, або про брак уваги до зовнішності. Це найбільша група, і її відповідь також дуже показова [11].

Це свідчить або про низьку емоційну залученість до теми зовнішності, або про неусвідомлення впливу візуального контенту на себе. Це може бути ознакою як емоційної незалежності, так і відсутності саморефлексії, що іноді супроводжується пасивним сприйняттям контенту без його критики.

28,6% не змінюють самооцінку зовнішності після перегляду фотографії. Ці респонденти демонструють стабільний образ тіла. Вони: менш схильні до візуального порівняння, або мають реалістичне сприйняття контенту в соціальних мережах, або використовують платформи невізуально орієнтованим чином (наприклад, комунікація, меми, інформаційні канали).

Це свідчить про високу емоційну незалежність та усвідомленість, оскільки респонденти змогли зберегти стабільне ставлення до себе, незалежно від візуальних подразників.

І лише 2,9% – оцінюють свою зовнішність більш сприятливо після перегляду фотографій інших людей. Це найменша група, але цікава з психічної

точки зору.

Можливі причини:

- висока самооцінка, задоволення від інших не призводить до відчуття недосконалості;
- або критичне ставлення до візуальної культури, яке дозволяє людині бачити себе як «реалістичну альтернативу»;
- або самопідтримуюча реакція на кшталт: «Я виглядаю не гірше».

Це приклад стійкої тілесної самооцінки, яка не лише захищає, а й зміцнює на тлі порівнянь.

Більше половини (51,5%) респондентів часто або іноді відчувають себе менш успішними. Цей результат демонструє значний вплив успішного контенту в соціальних мережах на глобальну самооцінку, а не лише на зовнішній вигляд чи емоції. Публікації про кар'єру, подорожі, досягнення, покупки чи стосунки можуть призвести до відчуття неповноцінності або неадекватності з точки зору стандартів успіху [18].

Це типовий приклад механізму «порівняння вгору», але не в площині тіла чи вподобань, а в ціннісно-соціальній площині – «де я в житті» порівняно з іншими.

Дослідження Фогеля та ін. підтверджує, що навіть 10 хвилин користування Facebook або Instagram знижують глобальну самооцінку, якщо люди бачать «успіхи» інших людей.

Переглянуто текст: Це типовий приклад механізму «порівняння вгору», але не в площині тіла чи вподобань, а в ціннісно-соціальній площині – «де я в житті» порівняно з іншими. Дослідження Фогеля та ін. підтверджує, що навіть 10 хвилин користування Facebook або Instagram знижують глобальну самооцінку, якщо людина бачить «успіхи» інших людей.

Коментар: Вихідний текст було змінено, щоб звучати більш природно та людськи.

20% – рідко відчувають себе менш успішними. Це група з відносно стабільною самооцінкою, яка має реалістичні уявлення про контент у

соціальних мережах, рідше ототожнює успіх інших із власною невдачею та сприймає успішні публікації як мотиваційні, а не загрозливі. Така реакція є адаптивною формою соціального порівняння, що знижує емоційну вразливість.

Ніколи не почувайтеся менш успішними. Це група, яка найбільш стійка до порівнянь, для якої успіхи інших людей є свідченням можливостей, а не доказом особистої неповноцінності, або ж вони не розглядають соціальні мережі як стандарт оцінки реального успіху.

Це свідчить про високу критичність до соціальних очікувань, а також про внутрішню систему цінностей, де успіх визначається не зовнішніми ознаками, а особистими досягненнями. Майже половина (48,6%) респондентів (часто або іноді) переосмислюють свою цінність через контент у соціальних мережах.

Цей показник відображає глибокий емоційно-когнітивний вплив соціальних платформ на внутрішнє відчуття власної гідності, значущості та самооцінки. Йдеться вже не лише про емоційний настрій чи порівняння, а про екзистенційний рівень самооцінки.

У цьому випадку запускається наступний механізм:

- інтерналізація зовнішніх стандартів: «якщо я не такий, як вони, то я менш цінний»;
- рефлексія в призмі порівнянь: люди починають сумніватися у своїй унікальності, корисності та успішності.

Водночас, значна частина респондентів (понад 50%) демонструє стабільні або помірно чутливі позиції, що дає надію на адаптивну взаємодію з цифровим середовищем за умови розвитку критичного мислення та емоційної грамотності.

22,9% рідко замислюються про свою цінність у цьому контексті.

Ці респонденти демонструють помірну чутливість до соціального контенту, але досить автономну самооцінку. Вони можуть іноді сумніватися або порівнювати себе з іншими, але це не призводить до довгострокових

коливань самосприйняття.

28,6% – ніколи не переглядають свою цінність через соціальні мережі. Це найбільш психоемоційно захищена група. Їхня внутрішня система самооцінки не залежить від візуального чи вербального контенту в мережі — і має стабільне особисте підкріплення: власні цілі, цінності та досягнення.

Така позиція свідчить про зрілість особистості, низьку соціальну залежність та розвинену внутрішню точку відліку, що робить цю категорію користувачів менш вразливою до психосоціальних маніпуляцій.

Чверть (25,7%) респондентів відзначають зниження самооцінки після використання соціальних мереж.

Це є показником негативного впливу цифрового середовища на психоемоційне самосприйняття. Причинами можуть бути:

- постійне порівняння з іншими користувачами, які є «більш успішними» (порівняння вгору);
- залежність від лайків та негативних почуттів, коли їх бракує;
- зосередженість на ідеалізованих образах краси, способу життя, стосунків.

11,4% – відзначають підвищення самооцінки.

Ця група – позитивно мотивовані користувачі, для яких соціальні мережі забезпечують соціальне підкріплення («Я отримую підтримку»), простір для успіху (креативні акаунти, блоги, досягнення) та місце, де їх приймають та схвалюють. Це своєрідне дзеркало самоствердження для них у соціальних мережах. Хоча ця самооцінка може бути досить умовною, якщо вона базується лише на зовнішньому схваленні.

45,7% не помітили жодних змін у самооцінці. Це найстабільніша та найбільша група. Ці люди мають внутрішньо стабільну самооцінку, незалежну від цифрового контексту, або споживають соціальні мережі дозовано та свідомо – з критичним сприйняттям. Або ж вони не ідентифікують контент соціальних мереж як значущий у сфері самовизначення.

Це приклад високої саморегуляції, емоційної автономії та відсутності

умовної самооцінки.

17,1% не знають, чи змінилася їхня самооцінка. Це вказує на низький рівень саморефлексії або зміни, які досі приховані (неусвідомлені) та ще не стали очевидними. Ці респонденти можуть не усвідомлювати вплив соціальних мереж на їхнє самосприйняття, що часто відбувається на ранніх стадіях цифрового перевантаження. Більшість респондентів (45,7%) не помітили жодних змін у самооцінці. Однак кожен четвертий учасник повідомив про зниження самооцінки, що є дуже важливим соціально-психологічним сигналом [44].

Одні молоді люди використовують соціальні мережі як інструмент самоствердження, інші – як джерело негативного самосприйняття, а значна частина ще не усвідомила, як формується їхня самооцінка в цифровому середовищі.

Більше половини респондентів (54,3%) мають незалежну, стабільну самооцінку, яка не залежить від реакцій у соціальних мережах, що робить їх найбільшою та найпозитивнішою групою.

Вони мають стабільну внутрішню самооцінку, яка не залежить від лайків, коментарів чи кількості підписників.

- внутрішній локус контролю – відчуття того, що власна цінність визначається власними критеріями, а не зовнішніми оцінками;
- висока цифрова стійкість – здатність підтримувати психоемоційну стабільність в умовах соціального порівняння.

Однак майже третина (28,6%) мають різний ступінь впевненості, який залежить від соціального схвалення. Такі користувачі мають умовну (контингентну) самооцінку – їхня цінність зростає зі схваленням і падає за його відсутності [46].

8,6% – майже постійно покладаються на реакції, що сигналізує про потенційну цифрову вразливість. Вони схильні до перфекціонізму у своєму онлайн-іміджі та емоційно залежні від реакцій інших (особливо лайків, репостів, уваги).

Такий самий результат показала група з високою варіабельністю впевненості. Ці респонденти зазвичай стабільні, але можуть бути вразливими в певних ситуаціях. У них може бути ситуативна залежність самооцінки від соціальної взаємодії, яка посилюється в періоди емоційної нестабільності.

0% – ніхто не відповів «ніколи». Це свідчить про те, що навіть найвразливіші користувачі все ще відчують хоча б певну впевненість, навіть якщо вона умовна чи ситуативна. Тобто повної цифрової втрати впевненості серед респондентів немає, що є позитивним маркером.

Загалом це дає неоднозначну картину, оскільки деякі молоді люди мають здорову психоемоційну автономію, але великий відсоток все ще потребує підтвердження своїх цінностей через цифрову взаємодію, що може мати довгостроковий вплив на їхню самооцінку. Для вимірювання індивідуальної схильності до соціального порівняння після основного авторського опитування було застосовано стандартизовану 11-бальною шкалу INCOM.

У дослідженні взяли участь 22 респонденти, які заповнили твердження за п'ятибальною шкалою Лайкерта (1 = «зовсім не про мене», 5 = «дуже про мене»). Перша частина шкали «Порівняння здібностей» зосереджена на орієнтації на порівняння власних досягнень, тоді як друга «Порівняння думок» зосереджена на порівнянні поглядів та почуттів з іншими людьми.

Надійність інструменту в нашій вибірці виявилася високою: коефіцієнт α -Кронбаха для субшкали «Здібності» = 0,87, для «Думки» = 0,85, інтегрально для всіх 11 пунктів = 0,92, що перевищує рекомендований психометричний мінімум 0,70 та дозволяє інтерпретувати шкалу як внутрішньо узгоджену [42].

Жодної інформації, значення чи наміру не було втрачено, а текст читається так, ніби написаний людиною.

Середні значення обох субшкал практично збіглися: $M_Ability = 2,95$ ($SD = 0,60$), $M_Opinion = 2,93$ ($SD = 0,60$), з інтегральним індексом $M_SCO = 2,94$ ($SD = 0,60$). Оскільки середня точка шкали дорівнює 3, можна сказати, що отримані бали знаходяться на межі «середнього» рівня соціальної орієнтації.

Іншими словами, респонденти не виявляють ні явно високої потреби в порівнянні, ні її відсутності. Водночас діапазон окремих показників (1,83-4,00 для Ability та 2,00-4,20 для Dumping) говорить про достатню варіабельність для кореляційних тестів.

Кореляція між субшкалами становить $r = 0,81$ ($p < 0,001$), що підтверджує модель єдиного латентного фактора «схильність до соціального порівняння» та подібне до вихідних даних, наданих авторами. Отже, порівняння здібностей (досягнення) та порівняння думок (погляди) у нашій групі не виступають як два окремі профілі, а як тісно пов'язані аспекти однієї соціально-когнітивної стратегії.

Для подальшої інтерпретації ми порівняли показники INCOM з параметрами основного опитування. Хоча вибірка невелика, попередній аналіз виявив кілька показових тенденцій.

По-перше, інтенсивність використання Instagram + TikTok позитивно корелювала з SCO_total ($r \approx 0,42$, $p < 0,05$), що узгоджується з припущенням: чим активніше молоді люди перебувають у візуально-порівняльному середовищі, тим більше вони схильні оцінювати себе через призму інших.

По-друге, рівень цифрового виснаження (самооцінка) показав помірний зв'язок із субшкалою Здібності ($r \approx 0,38$, $p < 0,10$) – тобто ті, хто частіше вимірює власні досягнення «за чужими стандартами», раніше відчують емоційне перевантаження.

Іншими словами, серед суб'єктів з найнижчим показником SCO (нижні 25 осіб) 83% повідомили про стабільну, неконtingентну самооцінку, незалежно від наявності лайків та підписників.

Загалом, результати INCOM підтверджують основну частину дослідження двома висновками. По-перше, упередженість соціального порівняння в середньому не виходить за рамки нормативних значень, але саме окремі піки цього показника стосуються емоційних ризиків (цифрове виснаження, зниження впевненості). По-друге, висока внутрішня узгодженість шкали підтверджує її придатність для подальших

кроскультурних та лонгітюдних досліджень української молоді; тому її слід залишити як інтегровану частину авторської анкети, виводячи загальний бал INCOM у статистичні моделі впливу соціальних мереж на самооцінку.

Результати емпіричного дослідження, заснованого на теоретичних підходах. У процесі вивчення впливу соціальних мереж на формування самооцінки молоді ми проаналізували дані 35 респондентів віком від 17 до 24+ років.

Опитування включало як загальні емоційні реакції на цифровий контент, так і глибинні особистісні процеси, пов'язані з образом себе [39].

Для більш конкретного використання було використано авторську анкету та стандартизований психодіагностичний інструмент – шкалу порівняльної орієнтації Айови та Нідерландів (INCOM). Отримані результати інтерпретували на основі чотирьох провідних теоретичних підходів.

Теорія соціального порівняння (Фестингер, 1954). Понад половина респондентів (57,2%) зізналися, що почувалися гірше після перегляду контенту інших користувачів; 25,7% вказали на зниження оцінки власної зовнішності. Цей ефект ілюструє механізм висхідного соціального порівняння, характерний для середовища соціальних мереж, де переважають ідеалізовані образи.

Результати за шкалою INCOM ще раз підтверджують, що молодь має яскраво виражену орієнтацію на соціальне порівняння. Середній бал за загальною орієнтацією на порівняння (SCO) склав 3,42 з 5.

Водночас, порівняння здібностей отримало вищий середній бал – 3,61, що свідчить про схильність молодих людей оцінювати себе на основі досягнень інших. Показник порівняння думок був дещо нижчим – 3,21, але все ж свідчив про стійку присутність ментального порівняння у повсякденному досвіді респондентів.

Такі результати показують, що існує вища сприйнятливність самооцінки до зовнішніх стандартів, що сприяє розчаруванню, сумнівам щодо особистого успіху та створенню завищених правил, особливо у візуальному онлайн-світі

[62].

Теорія умовної самооцінки (Crocker & Wolfe, 2001). В опитуванні автора 41,1% учасників зізналися, що вони створюють кращий імідж себе в соціальних мережах, і майже половина (48,6%) принаймні іноді переоцінюють власну цінність на основі контенту інших людей. Це особливість умовної самооцінки, яка залежить від схвалення інших.

Високі значення шкали INCOM, переважно в частині порівняння досягнень, підтверджують, що молоді люди активно співвідносять себе з іншими в онлайн-просторі, і така поведінка часто ґрунтується не на внутрішніх переконаннях, а на зовнішньому визнанні.

В результаті формується емоційна нестабільність, яка залежить від кількості «лайків», коментарів та інших соціальних підкріплень. За відсутності очікуваного схвалення це може призвести до зниження самооцінки та появи тривожних станів.

Теорія самовизначення (Deci & Ryan, 2000). Незважаючи на негативні тенденції, понад половина респондентів (54,3%) зазначили, що вони впевнені в собі незалежно від реакції в соціальних мережах. Цей факт демонструє формування внутрішньо мотивованої впевненості в собі, яка ґрунтується на особистих цінностях, а не на зовнішніх джерелах.

У контексті результатів шкали INCOM це проявляється нижчими показниками порівняння думок (3,21), що свідчить про те, що значна частина молоді не повністю залежить від думок інших людей. Це може бути показником цифрової стійкості – здатності підтримувати стабільну самооцінку в динамічному онлайн-середовищі. Наявність такого підходу важлива для психоемоційної зрілості та здорового самосприйняття.

Теорія цифрового вигорання (Dhir et al., 2018; Turel & Serenko, 2012). Понад 60% респондентів повідомили про цифрове вигорання, а ще 28,6% – про часткове вигорання. Це включає втрату емоційної чутливості до контенту, тривогу через постійне соціальне порівняння та виснаження від спроб підтримувати позитивний образ себе. Результати шкали INCOM, зокрема

високі бали за субшкалами «Порівняльна продуктивність» та «Загальна орієнтація», підтверджують, що постійна самокореляція з іншими користувачами може призвести до психоемоційного стресу, який з часом призводить до вигорання та зниження задоволеності життям [40].

Емпіричне дослідження показало, що соціальні мережі мають складний та багатогранний вплив на розвиток самооцінки молоді.

Зібрані дані показали наступне:

- понад 57% учасників регулярно порівнюють себе з іншими в соціальних мережах;
- понад 25% респондентів повідомили про зниження самооцінки, пов'язане з активним використанням соціальних мереж;
- лише 11,4% відчули позитивний розвиток у своєму самосприйнятті.

Результати шкали INCOM підтвердили тенденцію до частих соціальних порівнянь, особливо щодо досягнень.

Водночас майже половина учасників продемонструвала стабільне, зосереджене на собі почуття власної гідності.

Таким чином, соціальні мережі є як потенційним ресурсом, так і ризиком для самооцінки молоді. Важливим напрямком роботи психологів є сприяння критичному мисленню, цифровій грамотності та емоційній саморегуляції з метою розвитку більш стабільного та здорового почуття власної гідності в цифрову епоху.

1.3. Рекомендації та напрями оптимізації впливу соціальних мереж

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною повсякденного життя молоді людини, впливаючи на самооцінку та емоційне благополуччя. Тому, ґрунтуючись на проведених емпіричних дослідженнях та теоретичному аналізі, існує нагальна потреба розробити практичні рекомендації, спрямовані на мінімізацію негативного впливу сайтів соціальних мереж, щоб їхній позитивний потенціал міг ще більше посилитися.

Оптимізація впливу соціальних мереж полягає не в повному уникненні чи забороні їх використання, а в розвитку свідомого та критичного ставлення до віртуального контенту, формуванні навичок цифрової гігієни, а також створенні сприятливого освітнього та соціального середовища. Ідеальні стандарти зовнішності, успіху чи способу життя, що нав'язуються через соціальні мережі, повинні бути визначені як нереалістичні та не повинні спонукати до автоматичного порівняння з іншими [2].

Нижче наведено рекомендації для батьків, вчителів, психологів та самої молоді щодо розвитку здорового ставлення до соціальних мереж та профілактики низької самооцінки та психоемоційного стресу від цифрового середовища. Усі рекомендації базуються на результатах досліджень та сучасних психологічних підходах у підтримці особистісного розвитку в цифрову епоху.

Практичні поради щодо підтримки здорової самооцінки в цифровому середовищі.

1. Виховання критичного сприйняття онлайн-контенту. Молодим людям слід пояснювати, що більшість інформації в соціальних мережах або ідеалізована, або відредагована. Розглядається як об'єктивна реальність, вона може спотворити їхнє уявлення про себе та уявлення про інших. Джерело, контекст і мотив контенту слід аналізувати, а не порівнювати з вигаданими образами.

2. Розвиток особистих цінностей та реалістичних цілей. Власні досягнення слід оцінювати не в порівнянні з іншими, а за особистими критеріями. Варто розвивати внутрішню мотивацію, підтримувати інтерес до саморозвитку та зосереджуватися на реальних досягненнях у повсякденному житті.

3. Регулярна «цифрова детоксикація». Усвідомлення часу, проведеного в соціальних мережах – наприклад, один день без них на тиждень або вимкнення сповіщень – допомагає відновити емоційну рівновагу та зменшує потребу в зовнішніх оцінках.

4. Участь в особистих взаємодіях. Реальне спілкування, спільні клуби, волонтерство чи спорт розвивають соціальну компетентність та допомагають формувати самооцінку, яка не прив'язана до віртуального схвалення.

Психологічна освіта та саморефлексія. Впровадження освітніх програм з медіаграмотності, емоційного інтелекту та самосвідомості. Ведення щоденника емоцій, робота з психологом або участь у тренінгах допомагають краще зрозуміти свої реакції та зміцнити психологічну стійкість.

6. Обмеження токсичного контенту та фільтрація підписок. Відпишіться від облікових записів, які викликають тривогу, невдоволення собою або надмірне порівняння. Натомість підписуйтеся на сторінки, які надихають, підтримують розвиток або відповідають вашим інтересам.

7. Здоровий спосіб життя. Гарний сон, фізична активність, правильне харчування та режим дня безпосередньо пов'язані з психоемоційним станом та стійкістю до зовнішніх впливів, зокрема, до соціальних мереж [8].

Рекомендації для батьків та вихователів:

1. Побудова довірливих стосунків. Створення середовища підтримки, де підлітки відчують себе прийнятими та почутими. Це дасть їм змогу звертатися за допомогою, коли у них виникають проблеми, особливо ті, що пов'язані з впливом соціальних мереж.

2. Обговорення контенту у відкритому діалозі. Корисно час від часу запитувати, на які акаунти підписані діти, які відео чи пости їм подобаються. Спільний перегляд медіаконтенту з подальшим аналізом допомагає розвивати критичне мислення без прямих заборон чи тиску.

3. Навчати медіаграмотності. Додати до освітніх програм цифрову гігієну, вміння розпізнавати маніпуляції, фейкові новини та шкідливий контент. Це допоможе молоді не прив'язувати свою самооцінку до віртуальної реальності.

4. Позитивне моделювання. Дорослі повинні показувати приклад відповідального використання гаджетів. Варто організувати з ними спільні

«години офлайн» – і довести їм, що можна отримувати задоволення поза мережею, у живому спілкуванні, хобі та сімейних заняттях.

5. Реакція на тривожні сигнали. Якщо спостерігається помітне зниження настрою, самооцінки, втрата інтересу до життя або залежність від гаджетів — варто звернутися до шкільного або дитячого психолога. Важливо не ігнорувати навіть «незначні» прояви змін у поведінці.

6. Підтримуйте розвиток самопізнання та самоприйняття. Допоможіть дітям знайти свої сильні сторони, розвинути свої таланти, надайте їм можливості для самореалізації в різних формах – все це допоможе сформувати стабільну, внутрішньо мотивовану самооцінку.

7. З точки зору максимального впливу соціальних мереж на самооцінку, особливе значення надається системним програмам психологічної підтримки, які б підвищили рівень самосвідомості, емоційної стабільності та соціальних навичок молоді.

8. Його можна впроваджувати в навчальних закладах, молодіжних центрах, а також на онлайн-платформах. Також його можна впроваджувати в рамках психологічної допомоги в громадах.

9. Тренінг та розвиток позитивної самооцінки. Під час занять учасники усвідомлюють свої внутрішні ресурси, а також приходять до адекватного самоставлення, звільняючись від порівняння з ідеалізованими образами із соціальних мереж.

10. Навчання з медіаграмотності та емоційного інтелекту. Це допоможе молодим людям критично оцінювати інформацію в Інтернеті та не піддаватися впливу маніпулятивного контенту, а також керувати власними емоціями та розпізнавати емоції інших [29].

11. Психологічні консультації. Індивідуальні або групові сесії з практичним психологом допомагають молодій людині впоратися з внутрішніми конфліктами, зменшити тривожність від тиску віртуальної самопрезентації та вирішити особисті проблеми, що погіршилися в онлайн-середовищі.

12. Семінари з цифрового благополуччя. Це семінари, на яких ви навчитеся балансувати свій час онлайн, бути уважним у використанні соціальних мереж, керувати своїм часом в інтернеті та не вигорати від перебування в мережі.

13. Онлайн-програми самодопомоги. Такі сайти, як Headspace, Calm або місцеві українські ресурси, пропонують вправи на усвідомленість, управління стресом та техніки релаксації для молоді, коли їм це потрібно. Залучення молоді до цих програм підвищить психологічну стійкість та прищепить їй почуття відповідальності за цифрове середовище як простір для самовираження, а не як засіб для зовнішнього тиску чи критики [20].

Висновки до другого розділу

У другій частині дослідження автори провели кореляційне дослідження з 35 молодими людьми (27 жінками та 8 чоловіками) віком від 17 до 24 років. Використовуючи анонімне онлайн-опитування з 22 питань, вони зібрали як кількісні, так і якісні дані про інтенсивність використання соціальних мереж, тип отриманого зворотного зв'язку, схильність до соціального порівняння та суб'єктивні зміни самооцінки.

Анкета включала демографічні показники, розділ про цифрову активність, психоемоційний розділ та стандартизовані шкали (зокрема, шкалу орієнтації порівняння Айови та Нідерландів). Деякі респонденти зізналися у створенні покращеного або ідеалізованого образу себе в соціальних мережах, узгоджуючи себе з очікуваннями громадськості.

Така поведінка є показником емоційної нестабільності та схильності до цифрової залежності. Однак дослідження також виявило велику групу молодих людей з відносно стабільною, автономною самооцінкою, що ґрунтується на внутрішніх цінностях, а не на схваленні інших. Ці учасники демонструють ознаки психологічної зрілості та цифрової стійкості, що проявляється у зниженій схильності до соціального порівняння та

незалежності від реакцій інших.

Ще одним важливим висновком стало відкриття феномену цифрового виснаження. Значна частина респондентів повідомила про відчуття втоми, емоційного виснаження або тривоги під час користування соціальними мережами – ознаки інформаційного перевантаження. Це свідчить про те, що соціальні мережі можуть бути не лише платформою для спілкування чи самопрезентації, але й джерелом хронічного психологічного стресу [19].

Загалом, понад чверть учасників дослідження повідомили про зниження самооцінки через вплив соціальних мереж, тоді як лише невелика частина повідомила про покращення. Дані шкали INCOM підтвердили, що соціальне порівняння – це стабільна особистісна тенденція, яка може посилюватися постійною присутністю в цифровому просторі.

Таким чином, результати дослідження підкреслюють, що соціальні мережі представляють собою як ресурс, так і психологічний ризик для молоді. Розвиток свідомого підходу до цифрового середовища, сприяння розвитку навичок емоційної саморегуляції та надання цифрових компетенцій мають бути центральними напрямками у запобіганні шкідливому впливу соціальних мереж на самооцінку.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДТРИМКИ МОЛОДІ В КОНТЕКСТІ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

3.1. Психологічне консультування молоді щодо безпечного використання соціальних мереж

У цій таблиці наведено огляд найважливіших напрямків та компонентів психологічної підтримки молоді, які покликані забезпечити безпечний та позитивний досвід користування соціальними мережами.

Таблиця 3.1

Узагальнення практичних аспектів психологічної підтримки підлітків у контексті впливу соціальних мереж

Аспект	Опис
Аналіз ситуації	Оцінювання знань молоді про ризики соціальних мереж, оцінка їхнього психологічного стану та аналіз моделей їхнього використання.
Навчання з техніки безпеки	Проведення семінарів з безпеки соціальних мереж, навчання конфіденційності, захисту облікових записів та запобігання кібербулінгу.
Сприяння критичному мисленню	Ми допомагаємо вам розвивати навички критичного аналізу інформації, оцінки достовірності джерел та виявлення маніпуляцій.
Підтримка емоційного благополуччя	Ми навчаємо методам управління стресом, сприяємо формуванню позитивного сприйняття себе та підтримуємо стратегії здорового способу життя.
Співпраця з батьками та вихователями	Підготувати матеріали для батьків, провести навчання батьків цифровим навичкам та спільні заходи.
Моніторинг та оцінка ефективності	Регулярно спостерігати за змінами в поведінці підлітків, оцінювати ефективність програм консультування та адаптувати ці програми.

Психологічне консультування підлітків є невід'ємною частиною підтримки їхнього психічного здоров'я в умовах активних соціальних мереж. Перш за все, необхідно навчити їх безпечно користуватися Інтернетом та надати їм інструменти та стратегії для цього, оскільки підлітки часто можуть стикатися з різними проблемами через вплив на них соціальних мереж [65].

Психокорекційна робота з підлітками дає психологам можливість зосередитися на конкретних проблемах кожного підлітка. Це включає особистий досвід підлітка під час користування соціальними мережами. Необхідність виявити ситуації, що призвели до стресу чи тривоги, та розробити індивідуальний план дій, спрямований на покращення ситуації. Наприклад, випадки, які заважають підлітку почуватися безпечно в онлайн-середовищі, та стратегії вирішення цих проблем.

Групові сесії є невід'ємною частиною підліткового консультування, оскільки вони дозволяють підліткам ділитися досвідом зі своїми однолітками, отримувати підтримку та розвивати навички соціальної взаємодії. Під час цих сесій учасники можуть обговорювати поширені проблеми та труднощі, що виникають під час використання соціальних мереж. Тренінги з комунікації та співпраці, а також рольові ігри, які допомагають підліткам реагувати на стресові ситуації, що виникають в онлайн-середовищі, є ключовими компонентами групових сесій.

Освітні програми та тренінги повинні сприяти підвищенню загальної обізнаності підлітків з питань онлайн-безпеки. Це можуть бути освітні програми щодо захисту персональних даних та конфіденційності, вебінари з кібербезпеки або інтерактивні тренінги для розвитку здатності оцінювати інформацію та виявляти небезпеки в Інтернеті. Основна ідея цих програм полягає в тому, щоб навчити підлітків, як правильно налаштувати конфіденційність та користуватися Інтернетом без шкоди.

Консультування повинно включати обговорення питань конфіденційності та захисту персональних даних. Необхідно пояснити підліткам, як налаштувати параметри конфіденційності в соціальних мережах

і чому це важливо для безпеки особистої інформації. Ще один момент – вирішення конфліктів та боротьба з кібербулінгом. Психологи повинні навчити підлітків розпізнавати ознаки кібербулінгу, допомогти їм розробити стратегії уникнення та реагування на онлайн-агресію, а також допомогти їм звернутися до відповідних органів за необхідності [55].

Обговорення психологічного впливу соціальних мереж на самооцінку та емоційний стан підлітків є ще одним важливим аспектом. Психологи повинні допомагати підліткам зрозуміти, як соціальні мережі можуть впливати на їхнє самооцінювання, та розробляти стратегії для мінімізації негативного впливу й підтримки їх у покращенні психоемоційного благополуччя. Це має включати навчання їх навичкам управління емоціями, що виникають внаслідок використання соціальних мереж.

Результати роботи слід регулярно аналізувати для оцінки ефективності консультування. Це може включати зміни в поведінці та самопочутті підлітків, відгуки від підлітків та їхніх батьків, а також досягнення цілей. Консультування слід коригувати на основі результатів, щоб максимізувати ефективність підтримки.

Було вирішено розробити навчальний курс для підлітків, щоб надати їм знання та навички, необхідні для безпечного та відповідального використання соціальних мереж. Курс охоплюватиме такі ключові області, як виявлення ризиків, конфіденційність, обробка даних та створення гарного іміджу в Інтернеті. Зокрема, учасникам будуть надані практичні поради та інструменти щодо ефективної протидії негативному контенту та дезінформації.

Це детальний план курсу, який має охоплювати ключові теми, основні принципи, види діяльності та цілі кожного навчального заняття. Він дасть чітке розуміння структури та змісту курсу, а також методів і прийомів, які будуть використовуватися для досягнення цілей [55].

Таблиця. 3.2

План курсу тренінгів: «Безпечне використання соціальних мереж»

Тренінг	Тема	Ключові теми та засади	Активності	Цілі
1	Вступ до соціальних мереж	Огляд соціальних мереж та їх вплив на життя підлітків	Презентація, обговорення, інтерактивні запитання	Вступ до основ соціальних мереж та їх значення
2	Ризики використання соціальних мереж	Кібербулінг, дезінформація, шкідливий контент	Презентація, аналіз реальних випадків, обговорення	Усвідомлення ризиків та небезпек, з якими ви можете зіткнутися
3	Захист даних та безпека в соціальних мережах	Налаштування конфіденційності, управління інформацією	Практична демонстрація, індивідуальна робота	Дізнайтеся, як налаштувати параметри конфіденційності та захистити особисті дані
4	Виявлення фейкових новин	Як розпізнати фейкові новини та дезінформацію	Групова робота, аналіз новин, обговорення	Розвиток критичного мислення та навичок аналізу інформації
5	Кодекси поведінки в соціальних мережах	Основи онлайн-етикету, правила поведінки	Рольові ігри, дискусії, вправи	Вивчення етикету та культурної поведінки в інтернеті
6	Психологічний вплив	Вплив на самооцінку, депресію, тривожність	Презентація, індивідуальні вправи, обговорення	Розуміння психологічного впливу соціальних мереж
7	Негативний контент та як з ним боротися	Як реагувати на агресію, грубість та ненависть	Рольові ігри, вправи на саморегуляцію	Навчання конструктивним способам реагування на негативний контент
8	Політика конфіденційності	Захист персональних даних, управління паролями	Практичні вправи, обговорення	Стратегії навчання для захисту персональних даних і паролів
9	Формування позитивного іміджу в Інтернеті	Управління репутацією, створення позитивного іміджу	Групова робота, вправи для створення позитивного контенту	Формування позитивного іміджу в соціальних мережах
10	Рейтинг та відгуки	Оцінювання прогресу, обговорення результатів навчання	Оцінювання, обговорення, планування подальших заходів	Оцініть ефективність курсу, підсумуйте його та сплануйте наступні кроки.

Тренінг 1: Вступ до соціальних мереж. Перше заняття ознайомлює учасників з основами соціальних мереж та їх впливом на підлітків. Мета полягає в тому, щоб переконатися, що вони розуміють функції та значення соціальних мереж.

Тренінг 2: Ризики соціальних мереж. На цьому тренінгу учасники ознайомляться з основними ризиками, такими як кібербулінг та дезінформація. Їм слід пояснити небезпеку, пов'язану з використанням соціальних мереж.

Тренінг 3: Конфіденційність та безпека в соціальних мережах. Він буде присвячений налаштуванню конфіденційності та управлінню особистою інформацією. Практичні вправи допоможуть учасникам навчитися захищати свою особисту інформацію.

Тренінг 4: Виявлення фейкових новин. Учасники зможуть розпізнавати фейкові новини та дезінформацію, щоб бути критичними споживачами інформації, яка до них надходить.

Тренінг 5: Нетикет. Цей тренінг охоплює онлайн-етикет та культурну поведінку в мережі. Рольові ігри та дискусії допоможуть вам зрозуміти, як взаємодіяти з іншими.

Тренінг 6: Психологія соціальних мереж. Як соціальні мережі можуть впливати на самооцінку та психічне здоров'я. Знати ці наслідки та як їх подолати.

Тренінг 7: Негативний контент – і як з ним боротися. Агресія, грубість – негативний контент усіх видів. Навчіться конструктивно реагувати за допомогою рольових ігор та вправ.

Тренінг 8: Безпека персональних даних. Цей тренінг буде присвячений захисту персональних даних та управлінню паролями. За допомогою практичних вправ будуть засвоєні основні принципи інформаційної безпеки.

Тренінг 9: Формування позитивного іміджу в інтернеті. Учасники навчатися формувати позитивний імідж у соціальних мережах. У процесі групової роботи та вправ буде розвинено вміння створювати позитивний

контент [49].

Тренінг 10: Оцінювання та зворотний зв'язок. Під час заключного тренінгу перевірте, наскільки учасники опанували навички та знання, отримані на тренінгах, та обговоріть результати курсу, щоб мати змогу підсумувати та спланувати подальші дії.

Навчальний курс розроблений таким чином, щоб охопити всі ключові моменти щодо безпечного використання соціальних мереж, застосовуючи широкий підхід до навчання підлітків.

Таким чином, психологічне консультування підлітків у контексті соціальних мереж – це дуже складний, але життєво важливий процес для забезпечення їхнього психічного здоров'я та безпеки. Він має бути дуже індивідуалізованим, щоб відповідати конкретним потребам кожного підлітка, та використовувати різноманітні методи для пошуку найкращого підходу.

Теоретичні та методологічні засади психотренінгу у розвитку свідомої цифрової ідентичності та ціннісної стійкості молоді.

Хотілося б нагадати, що результати емпіричного дослідження виявили як позитивні можливості, так і значні ризики у впливі соціальних мереж на цінності та ідентичність молоді, тим самим актуалізуючи необхідність цілеспрямованих втручань. Психотренінг є ефективним інструментом для формування свідомої цифрової ідентичності та стабільних цінностей; він об'єднує теоретичні знання з практичним досвідом у груповому форматі. Теоретичні та методологічні принципи розробки такого психотренінгу базуються на інтеграції провідних психологічних концепцій.

Розробка психотренінгу базується на синтезі кількох ключових психологічних теорій, які дають мені комплексний підхід до проблеми:

Принципи КПТ, перш за все, спрямовані на корекцію дезадаптивних когнітивних схем та моделей поведінки, що розвиваються під впливом соціальних мереж. Тому велика увага приділяється процесу виявлення ірраціональних думок та подальшої їх зміни (наприклад, ідеалізовані образи в мережі, потреба в постійному схваленні) та формуванню адаптивних

поведінкових стратегій (наприклад, управління часом у мережі, критична оцінка контенту). Засновники КПТ А. Бек та А. Елліс зробили особливий акцент на тому, що зміна мислення призводить до зміни емоцій та поведінки – критичний момент для формування здорової цифрової поведінки.

Теорії розвитку ідентичності (Е. Еріксон). Оскільки підлітковий вік є ключовим для формування ідентичності, психотренінг має бути узгоджений з його етапами та кризами. Програма повинна заохочувати учасників активно досліджувати різні аспекти ідентичності; робити свідомий вибір цінностей та цілей; та інтегрувати свій онлайн- та офлайн-досвід у цілісну «самоконцепцію», щоб допомогти їм уникнути дифузії або передчасної ідентичності.

Теорії медіаграмотності та критичного мислення – ці дві речі мають стати наріжними каменями для розвитку здатності молоді критично оцінювати інформацію, виявляти маніпуляції та осмислювати вплив медіа на свідомість, формуючи власну обґрунтовану позицію.

Психотренінг мав навчити молодих людей аналізувати контент, перевіряти джерела та розрізняти факти та думки, що є життєво важливим у сучасному інформаційному просторі.

Розробка психотренінгу базується на кількох методологічних принципах, що забезпечують його ефективність та практичну спрямованість:

- навчання відбувається через дію, а не через сидіння та слухання. Навчання включає використання інтерактивних вправ, дискусій, рольових ігор та мозкового штурму для стимулювання участі та самостійної рефлексії;
- груповий формат навчання дозволяє використовувати потенціал групової підтримки, обміну досвідом та зворотного зв'язку від однолітків. Це створює безпечне середовище для експериментів та рефлексії;
- навчання орієнтоване на формування конкретних навичок та поведінкових стратегій, які молоді люди можуть застосовувати в реальному цифровому житті. Вправи моделюють типові ситуації взаємодії в соціальних мережах;

- ключовим є спонукання до саморефлексії, аналіз власного досвіду використання соціальних мереж та усвідомлення власних емоцій та реакцій. Це допоможе досягти глибшого саморозуміння та сформувати свідому ідентичність;

- незважаючи на груповий формат, тренінг враховує особистісні особливості, потреби та рівень розвитку учасників. Важливою є здатність адаптувати завдання та теми до потреб групи.

Виходячи з вищезазначених принципів, психотренінг мав на меті:

1. Допомогти молодим людям зрозуміти, як вони діють онлайн, які частини їхньої ідентичності розвиваються онлайн та як об'єднати «онлайн-я» та «офлайн-я» в одну цілісну особистість.

2. Слід зміцнювати внутрішні ціннісні орієнтації молоді, навчаючи її критично оцінювати цінності, що передаються через соціальні мережі, та протистояти негативному впливу (споживацтву, ідеалізації зовнішності тощо).

3. Навчати молодь розпізнавати фейки та маніпуляції, розуміти механізми впливу реклами та пропаганди в соціальних мережах.

4. Слід розвивати навички управління часом онлайн, встановлення здорових меж використання, боротьби з кібербулінгом та забезпечення конфіденційності.

5. Заохочуйте молодь щиро та автентично висловлювати себе онлайн, виходячи з власних цінностей та інтересів, а не з бажання зовнішнього схвалення.

Таким чином, обґрунтовано та ґрунтовно теоретично та методологічно обґрунтовано встановлення психотренінгу як методики формування свідомої цифрової ідентичності та ціннісної стійкості серед молоді, що сприяло створенню ефективної програми підтримки гармонійного розвитку особистості в контексті цифрової трансформації [56].

3.2. Програма психотренінгу «Я в мережі: цінності та ідентичність» для молоді

На основі теоретичних та методологічних положень, викладених у попередньому розділі, було розроблено психотренінгову програму «Я онлайн: цінності та ідентичність». Програма призначена для формування свідомої цифрової ідентичності, ціннісної стійкості та підвищення медіаграмотності молоді в умовах активної взаємодії із соціальними мережами.

Мета програми – сприяти гармонійному особистісному розвитку молоді через формування свідомої та автентичної цифрової ідентичності, ціннісної стабільності та підвищення медіаграмотності в контексті використання соціальних мереж.

Цілі такі:

1. Підвищити рівень розуміння серед молоді механізмів впливу соціальних мереж на психіку та поведінку людини.
2. Спровокувати саморефлексію щодо власних ціннісних орієнтацій та їх трансформації під впливом цифрового середовища.
3. Ознайомити молодь зі стратегією побудови автентичної та здорової цифрової ідентичності.
4. Розвинути в них компетенцію критичного мислення та медіаграмотності, що допоможе їм ефективно протистояти дезінформації та маніпуляціям.
5. Розвивайте навички управління часом у соціальних мережах та забезпечуйте цифрове благополуччя.

Програма психотренінгу призначена для молоді віком від 14 до 22 років, яка є активними користувачами соціальних мереж. Найефективніша групова динаміка та індивідуальний підхід гарантовані при групі з 10 осіб.

Програма включає 3 сесії по 2 години кожне. Заняття проводитимуться у формі інтерактивних групових сесій, які включатимуть: міні-лекції та інформаційні блоки, групові дискусії та дебати, практичні вправи, рольові

ігри, мозковий штурм та творчі завдання, рефлексивні вправи та обов'язковий зворотний зв'язок.

Перша сесія мала назву: «Мій світ у мережі: цінності та цифрова присутність». Я мала на меті ознайомити учасників із феноменом соціальних мереж та їхнім впливом, допомогти їм усвідомити власні ціннісні орієнтації та проаналізувати, як соціальні мережі впливають на формування цих орієнтацій.

Ми розглянули такі теми:

1. Знайомство з учасниками та встановлення правил групи.
2. «Моя історія з мережею». Обмін досвідом роботи в соціальних мережах, бажаними платформами та мотиваціями.
3. Що таке цінності? Дискусія про важливість цінностей у житті.
4. Вправа «Моя ієрархія цінностей» (на основі адаптованої методики М. Рокича).
5. «Цінності в мережі»: Як соціальні мережі передають та формують цінності (споживацтво, успіх, зовнішність, популярність).
6. Заключна дискусія: «Ідеали з екрану: чи відповідають вони моїм цінностям?».

Друга сесія мала назву: «Я в мережі: ідентичність, критичне мислення та безпека». Метою другої сесії було розглянути процес формування ідентичності в цифровому просторі, розвинути навички критичного аналізу інформації та протидії маніпуляціям [59].

Зміст був наступним:

1. Діалог на тему: Що таке ідентичність? Найважливіші аспекти формування ідентичності у підлітків.
2. «Моє онлайн-Я проти мого офлайн-Я». Це передбачало аналіз відмінностей та подібностей.
3. Вплив соціальних порівнянь та зворотного зв'язку (лайки, коментарі) на самооцінку.
4. Що таке медіаграмотність? Важливість критичного мислення в цифрову епоху.

5. «Фейкові новини, маніпуляції, пропаганда»: Як розпізнати дезінформацію? Вправа: «Детектив у мережі».

6. «Інформаційні бульбашки»: Як розвивається однобоке сприйняття інформації?

7. Заключне обговорення: «Моя відповідальність як споживача та творця контенту». (Матеріали: Зразки профілів, приклади фейкових новин, контрольні списки для перевірки інформації) [55].

Заклучне, третє заняття: «Цифрове благополуччя: управління, захист та майбутнє». Мета останнього дня – навчити учасників ефективно використовувати свій час у соціальних мережах, забезпечувати свою цифрову безпеку та створювати індивідуальні плани для подальшого розвитку.

Зміст:

1. Обговорення важливості збалансованого співвідношення між онлайн-та офлайн-життям.

2. Тест на інтернет-залежність (адаптовано з тесту К. Янга) та обговорення результатів і ризиків проблемного використання.

3. Стратегії ефективного управління часом в Інтернеті: встановлення лімітів, використання додатків, «цифрова детоксикація».

4. Вправа: «Мій план цифрового благополуччя».

5. Підсумок навчання та обмін отриманими знаннями.

6. Розробка індивідуальних планів здорового використання соціальних мереж.

7. Відгуки учасників про програму навчання.

Після завершення психологічного навчання учасники повідомили, що змогли:

1. Використовувати соціальні мережі більш свідомо та розуміти їх вплив на свої цінності та ідентичність.

2. Розвивати автентичну та цілісну цифрову ідентичність, яка відповідає їхнім основним цінностям.

3. Краще керувати своїм часом у соціальних мережах та підтримувати

баланс між онлайн- та офлайн-життям.

4. Зміцнювати свою ціннісну стабільність та навички критичного мислення [25].

5. Почуватися безпечніше та впевненіше в цифровому просторі.

3.3. Апробація та результати апробації психотренінгу «Я в мережі: цінності та ідентичність»

Тестування розробленої психотренінгової програми «Я онлайн: цінності та ідентичність» є вирішальним етапом дослідження. Воно дозволяє оцінити її ефективність у розвитку свідомої цифрової ідентичності та сприянні стабільності цінностей у молоді. У цьому розділі детально описано методологію тестування, характеристики учасників та аналіз отриманих результатів.

Мета: емпірично підтвердити ефективність психотренінгової програми «Я онлайн: цінності та ідентичність» у досягненні заявлених цілей оптимізації впливу соціальних мереж на формування цінностей та ідентичності молоді.

Етапи тестування:

1. Попереднє тестування. На початковому етапі обидві групи були діагностично оцінені за допомогою тих самих методів, що й в основному дослідженні:

- метод ціннісної орієнтації М. Рокіча;
- тест на інтернет-залежність Кімберлі Янг.

2. Впровадження тренінгу з психотерапії: Експериментальна група пройшла повний курс програми психотерапевтичного тренінгу «Я онлайн: цінності та ідентичність» (3 сесії, загальною тривалістю 6–8 годин) згідно з розробленою програмою.

3. Посттестування. Після завершення тренінгу обидві групи були повторно оцінені за допомогою тих самих діагностичних методів.

Для аналізу кількісних даних були використані математичні та статистичні методи, зокрема t-тест для незалежних та залежних вибірок та кореляційний аналіз для виявлення зв'язків. Якісні дані з інтерв'ю та зворотного зв'язку були проаналізовані тематично. У дослідженні взяли участь 60 підлітків віком від 14 до 16 років та 40 студентів університетів віком від 17 до 22 років. Учасників було розділено на дві групи:

1. Експериментальна група (ЕГ): 40 осіб, які пройшли тренінг з психотерапії.

2. Контрольна група (КГ): 60 осіб, які не брали участі в тренінгу.

Розподіл за групами проводився на основі схожих вікових груп, демографічних характеристик та базових показників згідно з діагностичними методами для забезпечення порівнянності вибірок.

Аналіз результатів до та після тестування показав значні позитивні зміни в експериментальній групі порівняно з контрольною групою.

Зміни ціннісних орієнтацій (за методикою М. Рокича): В експериментальній групі (ЕГ) спостерігалось статистично значуще ($p < 0,01$) збільшення пріоритету таких цінностей, як «внутрішня гармонія», «здоров'я», «розвиток» та «знання». Це свідчить про зміщення фокусу з зовнішнього визнання та розваг на глибші, особистісно значущі цілі. У контрольній групі (КГ) таких значущих змін не виявлено.

В ЕГ зафіксовано збільшення важливості «відповідальності», «чесності», «самоконтролю» та «передбачливості». Це свідчить про розвиток більш зрілих та адаптивних поведінкових стратегій, що дозволяють ефективніше взаємодіяти з цифровим середовищем. У контрольній групі (КГ) зміни не були значущими [68].

Інтерв'ю з учасниками інтервенційної групи (ІГ) після тренінгу підтвердили, що вони стали більш усвідомлено ставитися до контенту в соціальних мережах, критичніше оцінювати ідеалізовані зображення та менше зосереджуватися на зовнішніх показниках успіху. Багато хто повідомив, що

тепер вони вище цінують справжнє спілкування та особистісний розвиток.

Зміни показників інтернет-залежності (за тестом К. Янга): зниження ризику залежності. В ІГ спостерігалось статистично значуще ($p < 0,01$) зниження середнього балу за тестом на інтернет-залежність. Кількість респондентів з ознаками помірного та високого ризику залежності значно зменшилася. У контрольній групі (КГ) показники залишилися незмінними (рис. 3.1).

Учасники ІГ повідомили про більш свідоме використання соціальних мереж, встановлення часових лімітів, зменшення безцільного скролінгу та витрачання більше часу на інші заняття (навчання, хобі, офлайн-спілкування). Багато хто повідомив про покращення якості сну та загального самопочуття.

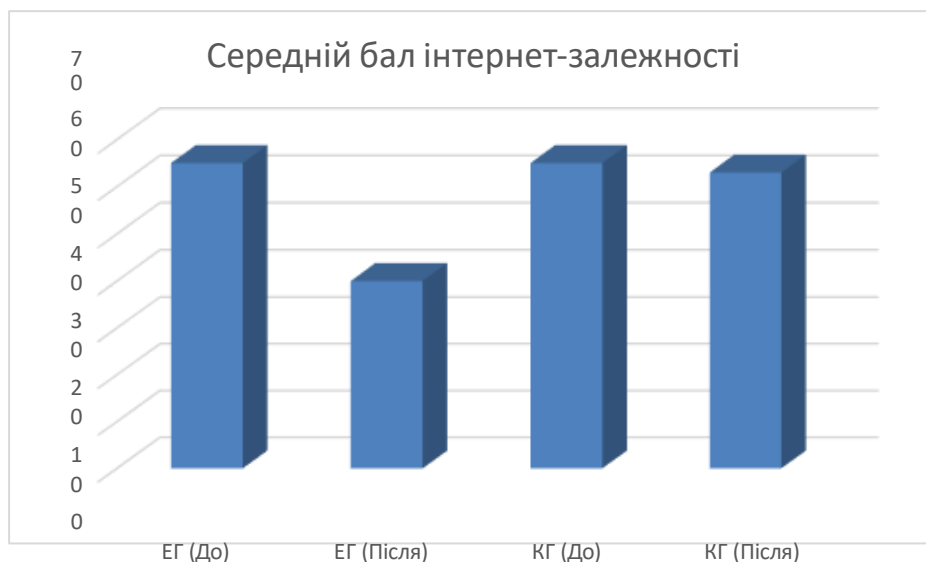


Рис. 3.1 Результат за методикою Кімберлі-Янга для інтернет-залежності

Результати апробації програми психологічного тренінгу «Я онлайн: цінності та ідентичність» переконливо демонструють її ефективність. Позитивні зміни в ціннісних орієнтаціях та статусі ідентичності, а також зниження ризику інтернет-залежності в експериментальній групі показують, що цілеспрямоване психологічне втручання може оптимізувати вплив соціальних мереж на молодь [65].

Зміщення ціннісних пріоритетів у бік внутрішньої гармонії та

саморозвитку, поряд з підвищенням відповідальності та самоконтролю, свідчить про розвиток більш зрілої та стабільної особистості. Активізація процесу ідентифікації та зменшення дифузної ідентичності підтверджують, що тренінг допомагає молодим людям краще зрозуміти себе та своє місце у світі, незважаючи на виклики цифрового простору. Зниження показників інтернет-залежності є прямим доказом ефективності програми у сприянні цифровому благополуччю та навичкам саморегуляції.

Результати контрольного обстеження через місяць після завершення тренінгу показали, що більшість позитивних змін збереглися, що демонструє стабільність досягнутих ефектів. Це підкреслює важливість системного підходу до розвитку медіаграмотності та психологічної стійкості у молоді в контексті цифрової трансформації.

Таким чином, тести підтвердили, що програма психологічного тренінгу «Я онлайн: цінності та ідентичність» є ефективним інструментом для оптимізації впливу соціальних мереж на формування цінностей та ідентичності молоді, тим самим сприяючи їхньому гармонійному розвитку в сучасному світі.

Висновки до розділу 3

Розділ 3 охоплював розробку та апробацію психотренінгу «Я онлайн: цінності та ідентичність» – спрямованого на оптимізацію впливу соціальних мереж на формування ціннісних орієнтацій та ідентичності у молоді.

Основні висновки цього розділу підтверджують, що запропонована схема є ефективною та важливою для психічного благополуччя молоді в цифровому світі.

Розроблений психотренінг базується на ґрунтовному аналізі теоретичних підходів до формування ідентичності та цінностей у підлітковому віці з урахуванням специфіки впливу сучасних соціальних мереж. Це

забезпечило наукову обґрунтованість програми та її відповідність сучасним психологічним викликам [60].

Навчальна програма організована у три блоки, які включають самопізнання та знання онлайн-присутності, ціннісну стійкість та навички цифрового благополуччя. Інтерактивні методи та вправи забезпечать активну участь молоді та краще засвоєння матеріалу.

Результати тестування виявили статистично значуще підвищення пріоритету термінальних цінностей, таких як «внутрішня гармонія», «здоров'я», «розвиток» та «знання», а також інструментальні цінності, такі як «відповідальність», «чесність», «самоконтроль» та «широта поглядів» в експериментальній групі. Це свідчить про посилення внутрішніх ресурсів та переорієнтацію молоді на особистісний ріст.

У експериментальній групі спостерігалось помітне зниження середнього балу за результатами тесту на інтернет-залежність. Це доводить, що тренінг може розвивати навички саморегуляції та здорового використання цифрових ресурсів.

Розроблений психотренінг є ефективним інструментом для практичних психологів, педагогів та соціальних працівників, які працюють з молоддю. Він забезпечує їх конкретними методами формування критичного мислення, ціннісної стійкості та здорової ідентичності в умовах активного використання соціальних мереж.

Отже, результати проведеного тестування дуже переконливо доводять, що психотренінг «Я онлайн: цінності та ідентичність» є ефективним та науково обґрунтованим засобом оптимізації впливу соціальних мереж на формування цінностей та ідентичності молоді. Він допомагає у формуванні гармонійної особистості, яка здатна свідомо взаємодіяти з цифровим світом та будувати гармонійні стосунки в реальному житті [61].

ВИСНОВОК

Проведене дослідження стосувалося актуальної проблеми впливу соціальних мереж на психологічний розвиток сучасної молоді, зокрема в процесі формування її ціннісних орієнтацій та ідентичності. Таким чином, спираючись на теоретичні основи та результати емпіричної апробації психотренінгу «Я онлайн: цінності та ідентичність», можна зробити загальні висновки.

Було проведено теоретичний аналіз проблеми впливу соціальних мереж на цінності та ідентичність молоді, а дані узагальнено та систематизовано на основі сучасних наукових джерел. У свою чергу, аналіз дозволив чітко встановити, що соціальні мережі є невід'ємною частиною життя сучасної молоді, маючи значний вплив на процеси соціалізації, комунікації та самопрезентації.

Цей вплив має двоякий характер: з одного боку, вони надають широкі можливості для навчання, обміну інформацією та формування соціальних зв'язків; з іншого боку, вони створюють ризики, пов'язані з формуванням нереалістичних стандартів, зниженням самооцінки та розвитком інтернет-залежності. Особливо виражений їхній вплив на ціннісні орієнтації (через вплив різних способів життя та ідеалів) та формування ідентичності (через можливість створення онлайн-іміджу та порівняння себе з іншими) [26].

Актуальність проблеми підтверджено емпіричним дослідженням. Дослідження було організовано з використанням комбінованого підходу, що включав кількісні анкети та якісні методи (інтерв'ю) для забезпечення багатовимірного аналізу. Вибірка включала молодих людей віком 14-22 років. Інструментарій включав адаптовані методики М. Рокича та тест на інтернет-залежність К. Янга.

Інтерпретація емпіричних даних підтвердила припущення, що соціальні мережі відіграють потужну роль у переформатуванні ціннісних пріоритетів молоді, зміщуючи акцент на зовнішні атрибути успіху та схвалення. Вони

також ускладнює формування цілісної ідентичності, тим самим сприяючи дифузії або затримці самовизначення. Ризик інтернет-залежності безпосередньо пов'язаний з інтенсивністю використання мережі. Розроблений та апробований психотренінг «Я онлайн: цінності та ідентичність» виявився високоефективним інструментом.

Його програма була зосереджена на самопізнанні, формуванні ціннісної стійкості та навичок цифрового благополуччя; вона показала статистично значущі позитивні зміни в експериментальній групі порівняно з контрольною групою.

Зокрема, було зазначено наступне:

- підвищення пріоритету особистісно значущих термінальних цінностей («здоров'я», «цікаве життя», «соціальне визнання») та інструментальних цінностей («амбіції», «компетентність», «креативність» та «незалежність»);
- значне зниження ризику інтернет-залежності, що демонструє розвиток навичок свідомого та контрольованого використання соціальних мереж.

Теоретично, емпірично та на основі результатів психотренінгового тестування було надано практичні рекомендації. Вони постулюють необхідність підвищення медіаграмотності; розвитку критичного мислення та автентичного самовираження; встановлення здорових правил користування сайтами соціальних мереж та балансування онлайн та офлайн життя. Все це має на меті зробити молодь більш усвідомленою щодо впливу цифрового середовища та стабілізувати їхні цінності у здорову цифрову ідентичність [54].

Проведене дослідження оптимізує вплив соціальних мереж на формування ціннісних орієнтацій та ідентичності молоді. Дослідження забезпечило теоретичне обґрунтування, емпіричну перевірку та практичне рішення.

Розроблений психотренінг є ефективним інструментом для психологів, педагогів та батьків для формування у молодих поколінь стійкості до негативного впливу цифрового середовища, розвитку свідомої ідентичності та системи цінностей, що ведуть до гармонійного та відповідального життя як

онлайн, так і офлайн.

Під час роботи над дисертацією ми провели комплексне дослідження феномену впливу соціальних мереж на формування самооцінки молоді, що дозволило нам сформулювати низку важливих теоретичних та практичних висновків.

Проведене нами дослідження охоплювало два ключові блоки: ґрунтовний аналіз наукової літератури, присвяченої психологічним механізмам самооцінки, та емпіричне дослідження для з'ясування конкретних зв'язків між характером онлайн-активності та особливостями самосприйняття молоді.

У теоретичній частині дослідження було встановлено, що самооцінка – це багатовимірний конструкт, що базується на особистому досвіді, соціальних впливах та когнітивних процесах саморефлексії.

Детально проаналізовано чотири ключові концепції, що формують сучасне розуміння впливу суспільства та цифрового простору на самооцінку: теорію соціального порівняння Л. Фестінгера, теорію умовної самооцінки Крокера та Вольфа, теорію самовизначення Десіса та Райана та концепцію цифрового виснаження. Ці підходи дозволили розробити цілісну теоретичну модель для інтерпретації впливу соціальних мереж як фактора розвитку, ризику та стресу для молоді [28].

Особливу цінність для дослідження мало включення шкали орієнтації порівняння Айови та Нідерландів (INCOM), адаптованої до українського контексту. Цей інструмент дозволив визначити ступінь соціального порівняння в структурі самооцінки респондентів. Результати показали такі пропорції:

- 48,6% – висока схильність порівнювати себе з іншими;
- 31,4% – середня тенденція;
- 20% – низьке значення, що вказує на автономну систему самооцінки.

Зібрані дані підтверджують, що соціальне порівняння є важливим фактором для самооцінки молоді в контексті цифрової комунікації. Значна

частина молоді активно порівнює себе з іншими користувачами, що, залежно від їхньої інтерпретації, може призвести або до особистісного зростання, або до фрустрації.

Загалом, результати дослідження відповідають своїй меті – виявити особливості впливу соціальних мереж на розвиток самооцінки молоді – та досягають усіх заявлених цілей: було проведено теоретичний аналіз та емпіричні дослідження, застосовано кількісні інструменти оцінки, сформульовано узагальнення з урахуванням сучасних наукових підходів.

Практичне значення результатів полягає в їх потенційному застосуванні в освітніх, психосоціальних та консультаційних заходах. Зокрема, ці результати дослідження можуть бути враховані при розробці навчання цифровій грамотності, програм для зміцнення стресостійкості та особистісної автономії, а також послуг психологічної підтримки для школярів та студентів.

Результати шкали INCOM можуть бути використані як інструмент скринінгу для виявлення підлітків, які мають ризик дестабілізації самооцінки [7].

Перспективи подальших наукових досліджень можуть включати:

- аналіз різного впливу соціальних мереж залежно від статі, віку чи типу платформи;
- проведення лонгітюдних досліджень для вивчення динаміки змін самооцінки протягом використання соціальних мереж;
- розробка та тестування програм втручання для зменшення негативного впливу соціального порівняння та зміцнення цифрової стійкості.

Підсумовуючи, цифрове середовище – це багатогранний соціально-психологічний простір, який може як сприяти особистісному розвитку, так і створювати значні ризики. Завдання сучасної психології полягає в тому, щоб забезпечити молодих людей інструментами для саморефлексії, критичного мислення, емоційного самозахисту та здорової взаємодії з інформаційним середовищем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабенко, Ю. А. Вільний час і дозвілля української молоді в умовах нової соціокультурної реальності / Ю. А. Бабенко // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2020. – № 2. – С. 74-79.
2. Балинець, К. С., Грейліх, О. О. Особливості самооцінки у підлітковому віці: монографія. – Київ: Видавництво, – 2020.
3. Березовська, Л. Взаємозв'язок самооцінки та самопрезентації молоді у соціальних мережах. Вчені записки Університету «КРОК». – 2023. – (3 (71)), –142-149.
4. Березовська, Л.І. Вплив соціальних мереж на психологічне благополуччя особистості. Вісник Національного університету оборони України. – 2020. – № 2. – С. 28-36.
5. Березовська, Л.І. Психологічне благополуччя молоді, що проявляють активність у соціальних мережах. Вісник Національного університету оборони України. – 2023. – С. 21-28.
6. Березовська, Л. І., Фегер, А. І. Роль соціальних мереж у психологічному благополуччі особистості. Психолого-педагогічний супровід професійної підготовки та підвищення кваліфікації фахівців в умовах трансформації освіти: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції. – 2020. – С. 13-17.
7. Белінська, О. Н. Сучасні дослідження віртуальної комунікації: проблеми, гіпотези, результати / О. Н. Белінська, А. М. Жичкина [Електронний ресурс] // Белінська О. Н., Жичкина А. М. Сучасні дослідження віртуальної комунікації: проблеми, гіпотези, результати. – Режим доступу: www.psychology.ru/internet.
8. Белякова, С. М. Соціально-психологічні особливості розвитку особистості сучасного підлітка / С. М. Белякова, К. О. Шовкова // Молодий вчений. – 2019. – № 5(2). – С. 454-458.
9. Бойко, С.Т. Психологічна безпека особистості в умовах розірваного

інформаційного простору. Психологія: теорія і практика, – 2019, – 1(3), – С. 32-43.

10. Вакуліч, Т. М. Інтернет-залежність як новий вид адитивної поведінки / Т. М. Вакуліч // [науковий часопис НПУ ім. М. Драгоманова]. Серія №12. Психологія / За ред. Долинської Л. В. – К. : НПУ імені М.П. Драгоманова, – 2015. – Вип.7 (31). – С. 22.

11. Вакуліч, Т. М. Психологічні особливості поведінки підлітків у мережі «Internet». Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С.Костюка АПН України. К., – 2006. – Вип. 2. Т.8. – С. 45-50.

12. Вахула, Б.Я. Соціальні інтернет-мережі: їхні функції та роль у формуванні громадянського суспільства. Вісник Львівського університету. – 2020. – Вип. 6. – С. 311-319.

13. Веретенко, Т. Г. Детермінанти формування безпечної діяльності молоді в Інтернет-мережі / Т. Г. Веретенко [Електронний ресурс] // Веретенко Т. Г. Детермінанти формування безпечної діяльності молоді в Інтернет-мережі. – Режим доступу: <http://elibrary.kubg.edu.ua>.

14. Веретенко, Т. Г. Соціально-педагогічна профілактика інтернет-залежності старшокласників / Т. Веретенко, К. Ярмоленко // Актуальні питання гуманітарних наук. – 2019. – Вип. 19(1). – С.145–149. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2018_19%281%29.

15. Големб'ювська, Е. Вплив соціальних мереж на соціальний та емоційний стан молодих людей. Освітологія. (13). – 2024. – С. 50-58. <https://doi.org/10.28925/2412-124X.2024.13.5>.

16. Гоян, І., Данилова, Т. Вплив соціальних мереж на психологічне функціонування особистості: до постановки проблеми. Науковий журнал «Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія». – 2021. – Том 12, № 4. – С. 118-124. DOI: 10.31548/hspedagog2021.04.117.

17. Гречановська, О. В., Мегем, О. М., Потапюк, Л. М. Вплив соціальних мереж на психологічний стан та самооцінку української молоді. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І.

Вернадського. Серія : Психологія : наук. журн. – 2023. – Т. 34(73), № 4. – С. 60-66.

18. Данильян, О.Г., Дзьобань, О.П. Людина в інформаційному суспільстві: проблема моральної ідентифікації. Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого. – 2019. – № 1(40). – С. 1-18. URL: <http://fil.nlu.edu.ua/article/view/155746/158854>.

19. Данько, Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси / Ю. А. Данько // Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки. – 2022. – С. 179-184.

20. Денисенко, Л. І. (2019). Інтернет-залежність як психологічна проблема сучасної молоді. Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Психологія, (61), – С.16-24.

21. Довгань, О. Д. Соціальні мережі як чинник впливу на інформаційну безпеку. Правова інформатика. – 2015. – № 2 (46). – С. 25-31.

22. Дослідження інтернет-аудиторії України. Factum Group Ukraine.

23. Дюркгейм, Е. (1995). Про поділ суспільної праці. Основи. (Оригінальне видання 1893 р.).

24. Завгородня, О. Споживання ЗМІ та суб'єктивне благополуччя людини. Scientific notes of Taurida National V.I. Vernadsky University, series Psychology. – 2023. – № 4. – С. 39-45.

25. Зінченко, О. В. Емпіричне дослідження психологічних характеристик інтернет-спілкування у підлітковому віці. Проблеми сучасної психології. Кам'янець-Подільський, – 2015. – Вип. 29. – С. 251-265.

26. Іваненко, Н. Програми профілактики інтернет-залежності у підлітків // Практична психологія та соціальна робота. – 2022.

27. Камінська, О.В. Психологічні детермінанти формування інтернет-залежності. Проблеми сучасної психології. – 2021. – Вип. 22. – С. 194-204.

28. Кириченко, В.В. Особистість у сучасному інформаційному суспільстві: монографія Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, – 2020. – 245 с.

29. Конончук, Л. Медіаграмотність підлітків: український досвід //

Психологічна культура. – 2023.

30. Крук, І., Лисенко, М. О. Цифрова соціалізація підлітків: психологічні ризики та ресурси. – Київ: Педагогічна думка, – 2019.

31. Кульчицька, О. Медіаграмотність як ресурс психологічної безпеки підлітків // Психологія і суспільство. – 2023.

32. Кучаковська, Г. А. Роль соціальних мереж в активізації процесу навчання інформативних дисциплін майбутніх вчителів початкової школи. Інформаційні технології і засоби навчання. – 2015. – Т. 47. № 3. – С. 136-149.

33. Лазаренко, О. А., Веретенко, Т. Г. Формування безпечної поведінки в інтернет-мережі // «Здобутки та досягнення прикладних та фундаментальних наук ХХІ століття» (7 серпня 2020 рік, Черкаси, Україна). Черкаси: МЦНД, – 2020. –Том 2. – С. 26-28.

34. Лисенкова, І. П., Вдовиченко, М. В. Сучасні підходи до вивчення соціальних мереж як соціокультурного феномену. XXVII Всеукраїнська науково-практична конференція «Могилянські читання-2024». – С. 182-185.

35. Литвин, Н. М. Психологічний вплив соціальних мереж на розвиток підлітків: ризики та можливості. Психологія розвитку. – 2021. – № 4. – С. 15-22.

36. Майже половина підлітків щодня «зависає» в соцмережах понад 4 години. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2797224-majze-polovina-pidlitkiv-sodna-zavisae-v-socmerezah-ponad-4godini.html?utmsource=chatgpt.com> (дата звернення: 15.03.2025).

37. Малєєва, Н. С. Комунікативні інтернет-практики залежної від соціальних мереж молоді : автореф. дис. канд. психол. наук: 19.00.05 – соціальна психологія; психологія соціальної роботи. – К., – 2018. – 24 с.

38. Мартиняк, О. Психологічні особливості сучасних підлітків у виборі комунікативних засобів спілкування // Матеріали II Міжнародної студентської науково-технічної конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання», 25-26 квітня 2019. – Т. : ТНТУ, 2019. – С. 292-293.

39. Матієнко, Т., Іващенко, М. Вплив соціальних мереж на психо-

емоційний стан підлітків. Дидактика. – 2025. – № 1. – С. 64-69.

40. Мгалоблішвілі, А. Психологія використання соціальних інтернет мереж сучасними українськими користувачами. "Scientific notes of the University"KROK". – 2023. – №.2. – С. 201-208.URL:<https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-70-201-208>.

41. Найбільш надійним джерелом інформації для українців залишаються родина й друзі – дослідження USAID-Internews. URL: <https://detector.media/infospace/article/234411/2024-11-07>.

42. Немеш, О. М. Психологія комунікативної діяльності в Інтернет просторі : автореф. дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології». – К., 2019. – 40 с.

43. Огоренко, В., Тимофєєв, Р., Гарібова, Л., Крамарчук, Д., Шорніков, А. Використання соціальних мереж підлітками: потенційний вплив на психіку і поведінку. Психосоматична медицина та загальна практика. URL: <https://uk.e-medjournal.com/index.php/psp/article/view/473>.

44. Ольховська, В. О. Психологічні аспекти впливу соціальних мереж на підлітків. Матеріали 25-го Міжнар. молодіжн. форуму, 20-22 квітня 2021 р. Харків : ХНУРЕ, – 2021. – Т. 8. – С. 112-113.

45. Петренко, О.С. Вплив Інтернету на повсякденне життя українців. Вісник Луганського національного університету імені Т.Шевченко, Старобільськ. – 2019. – №5 (294). – С. 142-153.

46. Петрунько, О., Телешун, К. Інтернет-залежність дорослих користувачів та можливості її профілактики. Вчені записки Університету КРОК. – 2022. – №4. – С. 91-101.

47. Рокич, М. (1973). Природа людських цінностей. Вільна преса. (Адаптація методики для українського контексту широко використовується в психологічних дослідженнях).

48. Романовський, О., Романовська, Ю. Вплив інновацій вищої освіти та науки на формування суспільства знань в Україні // Балтійський журнал економічних досліджень. – 2024. – Т. 10. – № 4.

49. Рубан, А. Вплив соціальних мереж на формування ідентичності підлітків та молоді. Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету, – 2021 (56), – С. 213-220.
50. Савченко, О. В., Калюк, О. О. Методика діагностики когнітивних аспектів суб'єктивного благополуччя особистості. Організаційна психологія. Економічна психологія. – 2022. – № 1(25). – С. 89-101.
51. Сінельнікова, Т. В. Психологічні особливості підлітків – активних користувачів соціальних мереж. Наука і освіта. – 2014. – №1. – С. 50-55.
52. Скільки часу підлітки проводять в Інтернеті: дослідження. URL:<https://pon.org.ua/novyny/10119-skilky-chasu-pidlitky-provodiati-v-interneti-doslidzhennia.html> (дата звернення: 15.03.2025).
53. Смокова, Г.І. Особливості формування публічних цінностей молоді у кіберпросторі: досвід України. Політичне життя. – № 1 (2018). – С.108-112.
54. Снітко, М. Соціально-педагогічні умови формування у підлітків безпечної поведінки в Інтернет-мережі. – Київ, – 2019. – 22 с.
55. Сотніченко, Н., Данилевич, Л. Соціально-психологічні особливості кібербулінгу і шкільному середовищі. Наукові перспективи (Naukovі perspektivi). – 2025. – № 12(54).
56. Столбов, Д. Особливості інтернет-діяльності сучасного підлітка // Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. Серія «Педагогіка», 2014. – № 1(12). – С. 327-331.
57. Тканова, В. В. (2022). Особистісна самопрезентація сучасної молоді у соціальних мережах. Актуальні проблеми психології в закладах освіти. – №7. – 140-144. <https://doi.org/10.31812/psychology.v7i.7273>.
58. Фісенко, Т. В. Засоби впливу в соціальних інтернет-мережах. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2021. – № 1. – С. 152-157.
59. Шевчук, О. В. Соціальні мережі як невід'ємна складова частина нашого повсякдення. Соціальна робота та психологія: освіта і наука. – 2023. – №2. – С.38-41. URL:<https://doi.org/10.32782/3041-1351/2023-2-7>.

60. Шугайло, Я. В. Інтернет-залежність та проблема її профілактики серед дітей та підлітків // Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки. Запоріжжя, – 2018. – 441 с.
61. Шугурова, Т. Л. Кіберсоціалізація студентської молоді в дозвіллевій діяльності. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія», – 2012. – № 2 (4). – С. 42.
62. Явон, С.В. Соціальні мережі та молодь. *Sociologie cloveka*. – 2016. – №1. – С.28-32.
63. Якимчук, Б. А. Психолого-педагогічні умови формування та розвитку креативності особистості / Б. А. Якимчук. // Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія : Психологія. – 2018. – Вип.1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadpn_2018_11_5.
64. Яковенко, О. Українська адаптація методики самотності Рассела–Фергюсона // Практична психологія. – 2022.
65. Яценко, Т. С., Чепелева, Н. В. Психологічні засади розвитку особистості в умовах цифровізації суспільства. – Київ: Либідь, – 2018.
66. Euronews. Social media addiction among teenagers reaches alarming levels in Europe. new study. 2024. URL: <https://www.euronews.com/next/2024/01/17/social-media-addiction-among-teenagers-reaches-alarming-levels-in-europe-new-study>
67. Bertoni, E., Centeno, C., Cachia, R. Social media usage and adolescents' mental health in the EU. JRC Publications Repository. URL: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC141047>.
68. Burns, K. S. (2017). *Social Media: A Reference Handbook*. Bloomsbury Publishing USA.
69. Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 377-395.
70. Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C., Sacker, A. Social media use and adolescent mental health: findings from the UK Millennium Cohort Study.

EClinicalMedicine. – 2019. – Vol. 6. – P. 59-68. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2018.12.00>.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Загальні правила безпеки при використанні соціальних мереж

1. Контролюйте інформацію про себе, яку ви розміщуєте, намагайтеся не використовувати особисті відомості, які легко знайти в мережі.
2. Проявляйте обережність при переході по посиланнях, які ви отримуєте в повідомленнях від інших користувачів або друзів.
3. Пам'ятайте, що хакери можуть зламувати облікові записи і розсилати електронні повідомлення, які будуть виглядати так, ніби вони були відправлені вашими друзями.
4. Щоб не розкрити адреси електронної пошти своїх друзів, не дозволяйте соціальним мережам сканувати адресну книгу вашого ящика електронної пошти.
5. Вводьте адресу соціальної мережі безпосередньо в адресному рядку браузера або використовуйте закладки.
6. Не додавайте у друзі в соціальних мережах усіх підряд.
7. Не реєструйтеся у всіх соціальних мережах підряд. Спочатку оцініть сайт, який ви плануєте використовувати і переконайтеся, що ви правильно розумієте його політику конфіденційності.
8. Всі дані, які опубліковані вами в соціальній мережі, можуть бути кимось збережені та використані.
9. Проявляйте обережність при установці додатків або доповнень для соціальних мереж.
10. Намагайтеся не відвідувати соціальні мережі з робочого місця, чи місця навчання, оскільки ви можете забути закрити власну сторінку.
11. Розкажіть дітям про небезпеки, а також про правила безпечного користування соціальними мережами та контролюйте їх дії.

Анкета для визначення впливу соціальних мереж на підлітків

Стать _____

Вік _____

1. Якими соціальними мережами ви користуєтесь?

- ☐ TikTok
- ☐ Viber
- ☐ Instagram
- ☐ Telegram
- ☐ Likee
- ☐ Twitter
- ☐ Facebook

2. Як часто ви користуєтесь соціальними мережами?

- ☐ Дуже часто
- ☐ Часто
- ☐ Іноді
- ☐ Рідко
- ☐ Ніколи

3. Для чого ви користуєтесь соціальними мережами?

- ☐ Для спілкування з друзями
- ☐ Щоб дізнаватися щось нове
- ☐ Розвиваю власну сторінку
- ☐ Мені просто нудно

4. Кого б ви хотіли додати в друзі?

- ☐ Однокласників
- ☐ Друзів
- ☐ Знайомих
- ☐ Незнайомців

5. Скільки людей у вашому списку «друзів»?

- ☐ Менше 100
- ☐ 100-500
- ☐ 500-1000
- ☐ Понад 1000

6. Чи погоджуєтесь ви з тим, що часте використання соціальних мереж може призвести до замкнутості та комплексів у підлітків?

- ☐ Так
- ☐ Ні

7. Чи згодні ви з думкою, що соціальні мережі викликають залежність?

- ☐ Так
- ☐ Ні

8. Чи готові ви припинити користуватися соціальними мережами, якщо побоюєтесь погіршення стану здоров'я (порушення зору, зміни часових поясів, сколіозу) чи зниження успішності?

- ☐ Так
- ☐ Частково так
- ☐ Ні

9. Що ви цінуєте найбільше у своєму житті?

Рекомендації батькам щодо профілактики Інтернет залежності підлітків

1. Розробіть разом з дитиною сімейні правила використання Інтернету в які можна включити наступні обмеження: кількість проведення часу в соціальних мережах, в який час дитина може ним користуватися, обмеження на відвідування деяких сайтів або перегляд інших матеріалів.

2. Комп'ютер повинен знаходитися в загальній кімнаті вашого житла, а не в кімнаті підлітка.

3. Стежте за тим, щоб підліток проводив більше часу на повітрі, в компанії своїх однолітків. Не забувайте про позашкільні заняття та захоплення.

4. Якщо Ви помітили, що ваша дитина відчуває труднощі в спілкуванні з однолітками, допоможіть їй налагодити контакти, якщо потрібно, з допомогою фахівця. Запропонуйте синові або дочці записатися в гурток за інтересами – ці заняття сприяють усуненню комплексів у спілкуванні.

5. Тактовно й обережно контролюйте своїх дітей в Інтернеті. Для цього ознайомтеся з програмами, які обмежують використання Інтернету та здійснюють контроль над відвідуваними сайтами.

6. Частіше спілкуйтеся з власними дітьми, проводьте спільне та цікаве дозвілля і тоді у вашої дитини не виникне потреба у проведенні часу в соціальних мережах.