

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПрАТ «ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»
ХЕРСОНСЬКИЙ ІНСТИТУТ**

ГРИЦЮК Вероніка Ярославівна

На правах рукопису

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Вплив соціальних мереж на формування самоідентичності молоді

подається на здобуття
освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр»
Спеціальність «Психологія»

До захисту допущено:
Директор Херсонського інституту
ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
_____Петричук С.І., д.е.н.
«___» _____ 2026р.

Науковий керівник

«___» _____ 2026 року

Виконано студенткою групи
ІН 19-8-22 Б1ПС(4,0зdc)

Чернівці-2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ.....	8
1.1. Самоідентичність як психологічна проблема: сутність, структура та основні підходи до вивчення.....	8
1.2. Психологічні особливості формування самоідентичності в молодіжному віці.....	13
1.3. Соціальні мережі як фактор сучасної соціалізації особистості.....	19
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ.....	28
2.1. Організація та методи емпіричного дослідження.....	28
2.2. Характеристика вибірки та методів дослідження.....	40
2.3. Опис і статистичний аналіз результатів дослідження.....	44
2.4. Інтерпретація отриманих результатів впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді.....	56
2.5 Узагальнення результатів дослідження та оцінка досягнення мети.....	62
Висновки до розділу 2.....	64
РОЗДІЛ 3. ПСИХОЛОГІЧНІ ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	65
3.1. Порівняльний аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду дослідження цифрової ідентичності.....	65
3.2. Обґрунтування моделі психологічного супроводу молоді на основі зарубіжного досвіду гармонізації самоідентичності в соціальних мережах.....	70
3.3. Рекомендації щодо мінімізації негативного впливу соцмереж на формування самоідентичності молоді	76
Висновки до розділу 3.....	82
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ.....	93

ВСТУП

Упродовж останніх десятиліть стрімкий розвиток цифрових технологій та поширення соціальних мереж істотно змінили соціальний простір життєдіяльності людини, зокрема молоді. Соціальні мережі стали не тільки засобами комунікації, але і важливим середовищем формування уявлень про себе, власну соціальну значущість, цінності та життєві орієнтири. У цьому контексті особливої актуальності набуває психологічне осмислення впливу соціальних мереж на процес формування самоідентичності молоді як одного з ключових новоутворень даного вікового періоду.

Актуальність обраної теми зумовлена наявністю проблемної ситуації, яка полягає у зростанні ролі соціальних мереж у житті молодих людей за одночасного дефіциту систематизованих психологічних знань щодо механізмів та наслідків їх впливу на формування самоідентичності. З одного боку, соціальні мережі створюють нові можливості для самопрезентації, експериментування з ролями та пошуку соціальної підтримки; з іншого — посилюють явища соціального порівняння, залежності від зовнішньої оцінки, фрагментації образу «Я» та невідповідності між онлайн і офлайн ідентичністю. Така суперечність актуалізує потребу в науково обґрунтованому аналізі психологічних особливостей впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді.

Проблема впливу соціальних мереж на молодь як явище досліджується в працях: Г. Вілдера, Р. Вільямса, С. Макі, С. Фаренга, особистісної ідентичності схильних до залежності від соцмереж: Х. І. Турецької, В. В. Посохової, М. Гріффітс, О. Є. Поліванової, М. Шоттон, К. Янг, С.Г. Яновської.

Проблема самоідентичності є однією з центральних у психології особистості. У працях вітчизняних і зарубіжних учених таких як: Дж. Марсія, С. Ватерман, Т. Титаренко, Л. Березовської, І. Гоян, Ю.Якущенко та інших, самоідентичність розглядається як складний, динамічний процес, що формується

у взаємодії індивіда з соціальним середовищем. Водночас, незважаючи на наявність значної кількості досліджень, питання впливу саме соціальних мереж на формування самоідентичності молоді потребує подальшого теоретичного уточнення та емпіричного вивчення, що підкреслює доцільність проведення даного дослідження.

Об'єкт дослідження — самоідентичність особистості в молодіжному віці.

Предмет дослідження — психологічні особливості впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді.

Мета дослідження — теоретично обґрунтувати та емпірично встановити психологічні особливості впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді.

Для досягнення поставленої мети в роботі передбачено розв'язання таких **завдань дослідження:**

1. Проаналізувати основні наукові підходи до вивчення феномену самоідентичності в психології.
2. Охарактеризувати психологічні особливості формування самоідентичності в молодіжному віці.
3. Розкрити роль соціальних мереж як чинника сучасної соціалізації особистості.
4. Визначити організацію та методи емпіричного дослідження впливу соціальних мереж на самоідентичність молоді.
5. Проаналізувати та інтерпретувати отримані емпіричні результати з використанням методів статистичної обробки даних.
6. Розробити практичні рекомендації на основі результатів дослідження.

Теоретичну основу дослідження становлять фундаментальні психологічні концепції та сучасні наукові підходи, що розкривають природу особистісного становлення. Зокрема, розгляд проблеми ґрунтується на:

- класичних та новітніх теоріях ідентичності, що визначають її сутність, структуру та динамічні характеристики (Е. Еріксон, Дж. Марсія, І. Данилюк);
- наукових положеннях вікової психології щодо сенситивності молодіжного віку як критичного етапу для формування цілісного образу «Я» (М. Савчин, Л. Василенко);
- концепціях соціалізації та самопрезентації особистості в інформаційному суспільстві, де соціальні мережі виступають провідним детермінантом розвитку (О. Белінська, В. Васютинський);
- результатах компаративного аналізу вітчизняних та зарубіжних досліджень, присвячених трансформації самосвідомості молоді під впливом цифрових комунікацій (Ю. Асєєва, Д. Бойд, Ш. Теркл).

Методологічний апарат дослідження сформовано для забезпечення об'єктивності та комплексності аналізу порушеної проблеми. Реалізація наукового пошуку здійснювалася за допомогою системи теоретичних методів (аналіз, синтез, систематизація наукових поглядів) та емпіричних методів збору даних (психодіагностичне тестування, анкетування). Для підтвердження отриманих результатів застосовано методи математико-статистичної обробки даних (кореляційний та порівняльний аналізи).

Теоретичне значення роботи полягає у систематизації та уточненні психологічних знань про механізми впливу соціальних мереж на ідентифікаційні процеси молоді, а також у визначенні ролі віртуальної самопрезентації у структурі самовідношення особистості.

Практичне значення отриманих результатів визначається можливістю їх використання у діяльності психологічних служб для розробки програм гармонізації самоідентичності, у практиці психологічного консультування молоді з питань медіазалежності та самооцінки, а також при підготовці навчально-методичних матеріалів із соціальної та вікової психології.

Структура роботи має логічну послідовність і включає вступ, теоретичний розділ (огляд напрацювань вітчизняних та зарубіжних авторів), практичний розділ (опис та аналіз результатів власного емпіричного дослідження), практично-рекомендаційний розділ, загальні висновки, список використаних джерел та додатки. Загальний обсяг роботи становить 106 сторінок, список використаних джерел налічує 60 найменувань, робота містить 5 додатків.

Розділ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ

1.1. Самоідентичність як психологічна проблема: сутність, структура та основні підходи до вивчення

У сучасній психологічній науці проблема самоідентичності займає одне з провідних місць у дослідженнях особистості, адже вона пов'язана з базовими процесами самосвідомості, самовизначення та інтеграції життєвого досвіду. Самоідентичність відображає здатність людини усвідомлювати себе як відносно цілісну й стійку, але водночас динамічну систему, що зберігає відчуття внутрішньої неперервності та тотожності попри зміни соціального середовища й життєвих обставин [13, с. 42].

Термін «ідентичність» (походить від англ. identity — тотожність) визначається як багатогранна психологічна категорія, що позначає внутрішню єдність, неперервність та спадкоємність особистості. Вона відображає здатність індивіда зберігати відчуття самототожності власного «Я» та стабільність самосвідомості протягом усього життєвого шляху [19, с. 83]. У сучасній науці поняття ідентичності розглядається у трьох основних напрямках.

Психофізіологічна ідентичність характеризує єдність і спадковість фізіологічних та психічних процесів і властивостей організму, завдяки яким відбувається розпізнавання власних клітин і тканин як «своїх», а не чужорідних [19, с. 84]. Наочним прикладом дії механізмів психофізіологічної ідентичності є імунологічні процеси.

Соціальна ідентичність відображає усвідомлення та переживання індивідом своєї належності до певних соціальних груп і спільнот [13, с. 115] . Саме через механізми соціальної ідентичності людина переходить від суто біологічного існування до соціально орієнтованої діяльності, набуваючи статусу повноцінної особистості.

Особистісна ідентичність або самоідентичність (від англ. *self-identity*) означає внутрішню цілісність і послідовність цілей, мотивів, установок, спрямованості та смисложиттєвих орієнтацій людини [17, с. 102] . Саме механізм особистісної ідентичності забезпечує усвідомлення індивідом себе як активного суб'єкта діяльності та власного життя.

У найзагальнішому розумінні самоідентичність можна визначити як усвідомлення людиною власної унікальності, безперервності та внутрішньої узгодженості образу «Я» в часовому та соціальному вимірах. Вона охоплює уявлення особистості про свої психологічні характеристики, систему цінностей, переконання, соціальні ролі та життєві цілі [17, с. 215] . Формування самоідентичності відбувається в процесі соціальної взаємодії та рефлексивного осмислення індивідуального досвіду, поєднуючи індивідуальний і соціальний аспекти розвитку особистості [31, с. 48] .

Категорія самоідентичності тісно пов'язана з поняттям ідентичності, однак не є з ним повністю тотожною. У психології ідентичність зазвичай трактується як ширше явище, що включає особистісну, соціальну, професійну, гендерну, культурну та інші форми належності. Самоідентичність акцентує увагу на внутрішньому переживанні цієї належності — суб'єктивному відчутті неперервності власного «Я» незалежно від змін зовнішніх обставин. Таким чином, вона постає як інтегративний компонент самосвідомості, що забезпечує цілісність і стабільність особистості.

Теоретичні засади дослідження ідентичності були закладені у працях Е. Еріксона, який розглядав її як центральне новоутворення психосоціального розвитку. Згідно з його концепцією, становлення ідентичності відбувається через подолання вікових криз, що виникають у взаємодії внутрішніх потреб особистості та соціальних вимог [43, с. 92]. Еріксон наголошував, що сформована ідентичність передбачає досягнення відчуття цілісності, послідовності та узгодженості власного «Я», тоді як її порушення може спричиняти переживання розгубленості й втрати смислу. Особливої ваги процес формування ідентичності набуває в юнацькому та молодіжному віці, коли активізується пошук життєвих орієнтирів і соціальних ролей.

Подальшу операціоналізацію поняття ідентичності здійснив Дж. Марсія, який розглядав її як структуру, що актуалізується в ситуаціях соціального вибору та проявляється через типові способи розв'язання життєвих проблем. На його думку, кожне значуще рішення особистості робить внесок у формування ідентичності. Розвиваючи ідеї Еріксона, Марсія запропонував концепцію статусів ідентичності, які визначаються на основі двох критеріїв: наявності чи відсутності кризи (пошуку) та рівня особистісних зобов'язань щодо прийнятих цінностей і цілей [45, с. 164]. Поєднання цих параметрів дало змогу виокремити чотири статуси ідентичності, що відображають різний рівень її сформованості. Цей підхід має важливе значення для психологічних досліджень молоді, оскільки дозволяє аналізувати не лише кінцевий результат, а й сам процес становлення самоідентичності.

Інший напрям вивчення самоідентичності представлений у працях А. Ватермана, який інтерпретував її крізь призму самореалізації та евдемонічного благополуччя. Науковець підкреслював, що ідентичність передбачає наявність чіткого самовизначення — усвідомленого вибору цілей, цінностей і переконань. Саме ці елементи він розглядав як ядро ідентичності, оскільки вони формуються

в результаті вибору серед альтернатив у період кризи та стають основою життєвого самовизначення особистості [42, с. 14]. У межах цього підходу особлива увага приділяється активній позиції суб'єкта, його здатності свідомо обирати життєві орієнтири та реалізовувати власний потенціал. Самоідентичність трактується як результат внутрішньо мотивованого пошуку, що забезпечує відчуття автентичності та смислової наповненості життя. Таким чином, її формування розглядається не лише як адаптація до соціальних очікувань, а як процес особистісного вибору та відповідальності.

У вітчизняній психологічній традиції проблема самоідентичності розглядається переважно у зв'язку з розвитком самосвідомості та життєвого самовизначення особистості. Вагомий внесок у розуміння її динамічної природи зроблено в межах наративного підходу, зокрема у працях Т. Титаренко. Згідно з цим підходом, самоідентичність постає як результат особистісного конструювання власної життєвої історії, у якій події минулого, теперішнього й очікуваного майбутнього інтегруються в цілісну систему смислів [38, с. 7]. Такий підхід дає змогу трактувати самоідентичність не як статичне утворення, а як безперервний процес, що постійно змінюється, уточнюється та переосмислюється.

У структурі самоідентичності більшість вітчизняних дослідників виокремлюють кілька взаємопов'язаних компонентів. Когнітивний компонент охоплює знання та уявлення особистості про себе, власні риси, здібності й соціальні ролі. Емоційно-оцінний компонент пов'язаний із самооцінкою, рівнем самоприйняття та ставленням до власного «Я». Поведінковий компонент проявляється у здатності діяти відповідно до сформованого образу себе, реалізовувати обрані цінності та життєві орієнтири у практичній діяльності [26, с. 114]. Гармонійна взаємодія цих складників забезпечує внутрішню цілісність

самоідентичності, тоді як їх неузгодженість може спричиняти внутрішні суперечності та особистісні конфлікти.

Сучасні дослідження дедалі більше підкреслюють контекстуальний і множинний характер самоідентичності. В умовах глобалізації, інформаційної насиченості та стрімкого розвитку цифрових технологій особистість може актуалізувати різні аспекти своєї ідентичності залежно від ситуації та соціального середовища. Особливої уваги набуває вплив онлайн-комунікації, що створює нові можливості для самопрезентації та конструювання образу «Я». У цьому контексті самоідентичність розглядається як відкритий, гнучкий процес, чутливий до соціальних змін і взаємодії у віртуальному просторі.

Отже, аналіз основних психологічних підходів до проблеми ідентичності засвідчує наявність двох взаємопов'язаних аспектів її розгляду — соціального та особистісного. При цьому соціальний аспект часто визначається як провідний, оскільки ідентичність має соціальне походження, а її трансформації значною мірою зумовлені суспільними змінами. Більшість дослідників сходяться на думці, що ідентичність є динамічною структурою, яка змінюється протягом усього онтогенезу, проходить через низку кризових етапів і виступає важливим чинником особистісного розвитку.

Самоідентичність постає як складне, багатовимірне та динамічне психологічне утворення, формування якого визначається взаємодією індивідуальних особливостей особистості та соціального контексту її життя. Осмислення її сутності й структури створює необхідне теоретичне підґрунтя для подальших досліджень, зокрема для вивчення специфіки формування самоідентичності молоді в умовах активного використання соціальних мереж.

1.2. Психологічні особливості формування самоідентичності в молодіжному віці

Молодіжний вік у психологічній науці визначається як один із ключових періодів особистісного становлення, адже саме на цьому етапі відбувається інтенсивне формування самоідентичності, вибудовується відносно цілісний образ «Я» та окреслюються життєві перспективи. Цей віковий період супроводжується активним пошуком сенсу життя, усвідомленням власного потенціалу й обмежень, а також прагненням до автономії та соціального визнання [40, с. 12]. Самоідентичність у молодіжному віці набуває особливої значущості, оскільки виступає підґрунтям подальшого особистісного й професійного розвитку.

У межах вікової психології молодіжний період зазвичай охоплює проміжок від пізнього підліткового віку до ранньої дорослості (приблизно від 16 до 20–25 років). Його характерними рисами є глибокі внутрішні трансформації, пов'язані з переходом від залежності до самостійності, від зовнішньо нав'язаних норм до внутрішньо прийнятої системи цінностей. У цей час особистість активно шукає відповіді на екзистенційні питання: «Хто я?», «Яке моє місце в суспільстві?» та «Яким я бачу своє майбутнє?». Саме ці рефлексивні пошуки безпосередньо пов'язані з процесом формування самоідентичності [9, с. 45].

Самосприйняття відображає уявлення людини про себе — власні риси, здібності, емоційні особливості та поведінкові характеристики. У підлітковому та молодіжному віці воно зазнає суттєвих змін: від конкретних і ситуативних описів до більш узагальненого й абстрактного осмислення власної особистості. Якщо раніше дитина характеризує себе через окремі зовнішні ознаки чи конкретні вміння («я високий», «я добре малюю»), то з розвитком когнітивних здібностей молода людина починає осмислювати внутрішні якості та

суперечності власного характеру, що ускладнює й поглиблює структуру самоконцепції [8, с. 156].

Важливою умовою цього процесу є розвиток абстрактного мислення, який відбувається внаслідок когнітивних змін. Молоді люди набувають здатності виходити за межі безпосереднього досвіду, моделювати можливі сценарії майбутнього та розглядати себе в різних контекстах. Це дає змогу більш нюансовано осмислювати власну ідентичність. Замість одновимірних характеристик («сором'язливий» чи «товариський») з'являються складніші самоописання, що поєднують різні, інколи суперечливі риси («інтроверт, але глибоко рефлексивний», «комунікабельний, проте тривожний»). Усвідомлення варіативності власної поведінки залежно від ситуації сприяє формуванню більш цілісної та зрілої самоконцепції [24, с. 31] .

Не менш важливим чинником становлення самооцінки є соціальна взаємодія. У підлітковому та молодіжному віці значно зростає чутливість до думки оточення. Молоді люди активно співвідносять себе з однолітками, членами родини та соціальними стандартами, а отриманий зворотний зв'язок істотно впливає на їхнє самосприйняття [5, с. 57]. Потреба в прийнятті та схваленні з боку референтної групи стає надзвичайно актуальною.

У цей період посилюється рефлексія щодо власного соціального статусу й відповідності очікуванням інших: «Чи приймають мене?», «Яке враження я справляю?». Орієнтація на соціальне схвалення може спонукати до корекції поведінки та самопрезентації відповідно до групових норм. Водночас це іноді спричиняє внутрішні суперечності між автентичним образом «Я» та образом, який формується під впливом соціального середовища.

Розвиток самооцінки нерозривно пов'язаний із процесом формування особистісної ідентичності, що охоплює систему переконань, цінностей, життєвих цілей і уявлень про власне призначення. Саме в молодіжному віці відбувається

інтеграція цих компонентів у відносно стабільну структуру «Я», яка визначає подальшу життєву траєкторію особистості.

У підлітковому віці особистість активно досліджує різні виміри власної ідентичності — гендерну належність, сексуальність, систему цінностей, політичні погляди, життєві орієнтири та професійні наміри. Таке внутрішнє й соціальне «пробування себе» сприяє глибшому усвідомленню власної позиції, переконань і життєвих пріоритетів.

Ерік Еріксон розглядав підлітковий вік як період кризи «ідентичність проти рольової плутанини». На його думку, саме в цей час молода людина прагне визначити своє місце в суспільстві, інтегрувати попередній досвід і сформувати узгоджене уявлення про себе [43, с. 122]. Процес становлення ідентичності передбачає експериментування з різними соціальними ролями, інтересами та ціннісними орієнтаціями. Через рефлексію, накопичення досвіду та осмислення власних переконань поступово вибудовується більш цілісне й стабільне відчуття «Я».

Відповідно до психосоціальної теорії Е. Еріксона, центральною кризою молодіжного віку є протистояння ідентичності та рольової невизначеності. Успішне її подолання сприяє формуванню внутрішньо узгодженого образу себе, тоді як затяжна невизначеність може зумовлювати сумніви, внутрішні конфлікти та труднощі у прийнятті життєво важливих рішень [19, с. 63]. Хоча самоідентичність у цей період ще не набуває остаточної стабільності, саме тоді закладаються її фундаментальні структурні компоненти.

Суттєвою психологічною особливістю цього віку є підвищена чутливість до соціального впливу. Молоді люди активно орієнтуються на значущих інших, групові норми, суспільні очікування та культурні зразки. Потреба у прийнятті, схваленні й визнанні посилює залежність самосприйняття від зовнішньої оцінки

[16, с. 114]. Таким чином, соціальне середовище стає одним із провідних чинників формування уявлень про себе.

Паралельно відбувається інтенсивний розвиток когнітивної сфери — зокрема абстрактного мислення, рефлексії та здатності до самоспостереження. Це відкриває можливість глибшого аналізу власного внутрішнього світу, мотивів і життєвого досвіду. Завдяки рефлексії молода людина може осмислювати свої вчинки, співвідносити себе з іншими та конструювати бажаний образ «Я» [31, с. 180]. Водночас надмірна зосередженість на самоаналізі іноді провокує невпевненість і нестійкість самооцінки.

Емоційний розвиток у молодіжному віці також характеризується динамічністю. Типовими є емоційна насиченість переживань, коливання самооцінки та підвищена чутливість до досягнень і невдач. Емоційно-оцінний компонент самоідентичності залишається відносно нестабільним, що зумовлює значну залежність самосприйняття від соціального зворотного зв'язку. Позитивний досвід самореалізації зміцнює впевненість у собі, тоді як повторювані невдачі можуть негативно позначатися на цілісності образу «Я».

Особливу роль відіграє механізм соціального порівняння. Молодь активно співвідносить себе з ровесниками, оцінюючи власні досягнення, зовнішність, соціальний статус і перспективи. Через такі порівняння уточнюється суб'єктивне відчуття власного місця в соціальній структурі. Однак надмірна орієнтація на оцінку інших може спричиняти зниження самооцінки та формування почуття неповноцінності.

Формування самоідентичності тісно пов'язане з процесом професійного та життєвого самовизначення. Вибір освітньої траєкторії, професії, життєвих цілей і планів стає важливою складовою структури «Я». Невизначеність у цих сферах може породжувати відчуття внутрішньої нестабільності та дифузності

ідентичності. Натомість усвідомлений вибір і прийняття відповідальності за власне майбутнє сприяють становленню зрілої, інтегрованої самоідентичності.

У сучасному соціокультурному просторі процес формування самоідентичності молоді відбувається в умовах динамічних суспільних трансформацій, глобалізаційних процесів і цифровізації повсякденного життя. Молоді люди опиняються в ситуації множинності життєвих сценаріїв, ціннісних орієнтацій та соціальних ролей, що значно розширює спектр можливостей для самореалізації. Водночас така варіативність ускладнює процес самовизначення, оскільки потребує здійснення постійного вибору та особистісної відповідальності. Розмаїття соціальних контекстів може сприяти формуванню багатовимірної, а іноді й фрагментованої або ситуаційно зумовленої ідентичності, що вимагає від особистості високого рівня психологічної гнучкості та адаптивності.

Характерною рисою сучасного молодіжного віку є глибока інтегрованість у цифрове середовище, яке перетворилося на важливий простір соціалізації, комунікації та самопрезентації. Соціальні мережі стають значущим соціальним полем, у межах якого молоді люди експериментують з різними образами «Я», отримують зворотний зв'язок від оточення та формують уявлення про власну значущість. Тому процес становлення самоідентичності набуває нових психологічних характеристик, пов'язаних із публічністю, візуалізацією та постійною доступністю соціальної оцінки, що потребує окремого теоретичного осмислення [1, с. 154].

У молодіжному віці міжособистісні стосунки, передусім із ровесниками, стають провідним джерелом самоствердження та формування самооцінки. Соціальне оточення виконує функцію своєрідного «дзеркала», у якому молода людина співвідносить власні уявлення про себе з реакціями інших. Прагнення до визнання з боку друзів і романтичних партнерів посилює залежність

самосприйняття від соціального схвалення, що робить самооцінку більш чутливою до змін у соціальному середовищі.

Цифрові комунікації істотно трансформували характер цих взаємодій. Соціальні мережі створюють умови для конструювання та демонстрації ідеалізованого образу себе, що нерідко супроводжується прагненням відповідати соціально схвалюваним стандартам успішності, привабливості чи популярності [4, с. 32]. Порівняння з ретельно відібраними фрагментами життя інших користувачів може провокувати переживання неповноцінності, тривожності та зниження самооцінки. Водночас позитивний соціальний досвід у мережевій взаємодії — підтримка, прийняття, емоційна близькість — здатний зміцнювати впевненість у собі та сприяти формуванню більш стійкого й позитивного образу «Я».

Молодіжний вік визначається як фундаментальний сенситивний період у становленні самоідентичності, що характеризується синергією інтенсивних внутрішніх трансформацій та підвищеної чутливості до соціокультурних впливів. Процес самовизначення в цей час зумовлений складним переплетенням когнітивних, емоційних та соціальних чинників, які сьогодні діють в умовах тотальної цифровізації життєвого простору. Глибоке розуміння психологічної специфіки цього етапу дозволяє сформувати надійне теоретичне підґрунтя для подальшого аналізу ролі соціальних мереж як провідного детермінанта формування ідентичності сучасної молоді людини.

1.3. Соціальні мережі як чинник сучасної соціалізації особистості

Соціалізація визначається як одна з фундаментальних категорій психологічних та соціальних наук, що відображає процес засвоєння особистістю системи соціальних норм, цінностей, рольових експектацій та моделей поведінки, необхідних для повноцінної життєдіяльності в соціумі. У класичних теоретичних концепціях цей феномен розглядається як багаторівневий і тривалий процес, що охоплює різні етапи онтогенезу та реалізується через діяльність ключових соціальних інститутів: сім'ї, освітньої системи, груп однолітків, а також професійних і культурних спільнот.

В умовах інтенсивної цифровізації суспільства перелік агентів соціалізації суттєво трансформувався: поряд із традиційними інститутами вагомого значення набувають цифрові платформи, зокрема соціальні мережі, які стають новим простором соціального досвіду [7, с. 46].

У сучасному соціокультурному просторі соціальні мережі постають як складний комплекс комунікативних та інформаційних процесів, що забезпечують взаємодію індивідів за допомогою новітніх технологій. Цифрові медіа сприяють інтеграції різномірних соціальних груп, інтенсифікації міжкультурного діалогу та посиленню взаємозалежності соціальних систем [33, с. 210]. У глобалізованому світі мережеві структури виступають інструментом координації суспільних ініціатив, консолідації спільнот та виникнення нових форм взаємодії, що безпосередньо зумовлює трансформацію соціальних процесів та механізмів формування особистості.

Соціальні мережі як цифрові платформи забезпечують можливості створення, збереження та поширення контенту, поєднуючи функції комунікації, самопрезентації та соціальної інтеграції. Вони дозволяють користувачам формувати персоналізовані профілі, репрезентувати власні інтереси, досягнення

й погляди, а також взаємодіяти з широким колом інших осіб. У соціально-психологічному вимірі соціальні мережі постають не лише технічним засобом обміну інформацією, а й специфічним соціальним середовищем, яке активно впливає на механізми соціалізації сучасної молоді.

Сучасна комунікація охоплює різноманітні форми передачі інформації — вербальні, аудіальні, візуальні та аудіовізуальні. Незважаючи на технологічну досконалість цифрових інструментів, їх функціонування ґрунтується на когнітивних і мовленнєвих ресурсах людини. Розвиток засобів масової інформації та цифрових комунікацій суттєво трансформував економічні, політичні й культурні процеси, змінивши характер соціальної взаємодії та способи конструювання соціальної реальності [32, с. 158].

Аналіз наукових джерел свідчить, що соціальні мережі виконують низку важливих соціалізаційних функцій. Передусім вони виступають простором соціального навчання, у межах якого молодь засвоює соціальні норми, зразки поведінки та моделі міжособистісної взаємодії. Через спостереження за контентом, участь у дискусіях, реагування на дописи формується уявлення про прийнятні та неприйнятні форми поведінки в певній соціальній групі або спільноті [11, с. 35]. Таким чином, соціальні мережі не лише відображають соціальний досвід, а й активно конструюють соціальні очікування та стандарти.

Крім того, цифрові платформи сприяють встановленню й підтримці соціальних зв'язків, що є фундаментальним компонентом соціалізації. Молоді люди отримують можливість підтримувати контакти з широким колом ровесників, приєднуватися до тематичних спільнот і брати участь у віртуальних групах за інтересами [30, с. 34]. Це розширює мережу соціальних взаємодій, забезпечує доступ до різноманітних ресурсів підтримки та створює умови для постійного соціального зворотного зв'язку. Позитивний соціальний зворотний зв'язок у цифровому середовищі — зокрема «лайки», коментарі, поширення та

інші реакції — виконує функцію символічного підтвердження соціальної значущості особистості. Отримання схвалення з боку онлайн-спільноти здатне посилювати відчуття приналежності, підтримувати самоповагу та сприяти зміцненню позитивного образу «Я» [3, с. 88].

По-третє, соціальні мережі створюють умови для експериментування з соціальними ролями та ідентичностями, що безпосередньо пов'язано з процесом формування самоідентичності. У цифровому просторі користувач має можливість конструювати та редагувати власний профіль, який виступає своєрідною репрезентацією «образу Я» для зовнішньої аудиторії. Цей образ може як відображати внутрішні цінності та переконання, так і адаптуватися до очікувань певної соціальної групи. Через публікації, коментарі, репости та інші форми активності відбувається не лише самопрезентація, а й конструювання уявлень про власний соціальний статус, ролі та нормативні орієнтири. Таким чином, цифрова взаємодія стає механізмом самовизначення та соціального позиціонування.

Стрімкий розвиток комп'ютерних технологій, глобальне поширення Інтернету та мобільного зв'язку сприяли становленню інформаційного або постіндустріального суспільства, у якому комунікація набуває визначального значення [44, с. 12]. У цьому контексті соціальна поведінка дедалі частіше реалізується через цифрові канали взаємодії. Соціальна комунікація не обмежується передачею інформації як такої; вона включає процеси інтерпретації, взаємного впливу, формування спільних смислів та соціальної солідарності. Організація мовлення, стилів спілкування та міжособистісних відносин у соціальних мережах зазнає швидких змін, що трансформують традиційні форми соціальної взаємодії.

Сучасні платформи, такі як TikTok, Facebook, Instagram, YouTube та інші, суттєво впливають на світосприйняття, повсякденні практики та психоемоційний

стан користувачів. Вони формують нові стандарти успішності, привабливості й соціального визнання, а також створюють інформаційне середовище з високою швидкістю оновлення контенту. За кількістю користувачів провідні соціальні мережі охоплюють мільярди осіб у всьому світі, причому значну частину аудиторії становить молодь віком 18–24 роки [50, с. 5]. Це підкреслює їхню особливу роль як агента соціалізації саме в молодіжному середовищі.

Водночас поряд із позитивними можливостями цифрового простору існують і ризики. Важливою умовою конструктивного використання соціальних мереж є сформована культура цифрової взаємодії, що передбачає відповідальне ставлення до поширення інформації, повагу до інших користувачів і обережність щодо персональних даних [29, с. 12]. Серед проблемних аспектів можна виокремити анонімність та використання вигаданих профілів, публікацію неприйняттого контенту, прояви агресії та неповаги в комунікації, поширення дезінформації, а також маніпулятивне використання платформ для політичного чи ідеологічного впливу.

Інформація, що оприлюднюється користувачами у просторі соціальних мереж, може бути інтерпретована та використана іншими суб'єктами або соціальними групами з різною метою — від конструктивної взаємодії до деструктивного впливу [15, с. 92]. Зазначена обставина актуалізує потребу у формуванні високого рівня цифрової грамотності та етичної відповідальності, насамперед у молодіжному середовищі. Це зумовлено тим, що процес кристалізації самоідентичності в цей період є найбільш вразливим до зовнішніх інформаційних чинників.

Ефективність діяльності індивідів у соціальних інтернет-мережах значною мірою детермінується суб'єктивними факторами, що охоплюють комунікативні, економічні та психологічні аспекти взаємодії. Процес соціалізації в цифровому середовищі реалізується через інтеріоризацію соціальних норм і цінностей,

опанування сучасних лінгво-комунікаційних технологій, а також через динамічний розвиток інформаційної культури особистості в межах її специфічного соціокультурного контексту.

Взаємодія з цифровими спільнотами стимулює молодь до соціального порівняння — процесу оцінювання власних характеристик, досягнень і життєвих перспектив через призму досвіду інших. У соціальних мережах цей процес посилюється завдяки відкритому доступу до інформації про життя інших та механізмам швидкого зворотного зв'язку [46, с. 215]. Соціальне порівняння може мати як позитивний ефект, стимулюючи самовдосконалення, так і негативний — викликати занижену самооцінку, тривожність та соціальне занепокоєння, особливо коли очікування соціальної оцінки стають домінуючими.

Соціальні мережі також формують нові групові норми та цінності, що можуть відрізнятися від традиційних соціальних інститутів. У цифрових спільнотах розвиваються специфічні форми культури, мови та моделей поведінки, які впливають на світогляд молодих людей. Наприклад, візуальні форми комунікації — фото, відео, меми — створюють нові способи самовираження, модифікуючи уявлення про соціальні цінності та соціальні ролі. У цьому сенсі соціальні мережі виступають не лише каналом передачі інформації, а активним середовищем соціокультурної інтеграції.

Особливо важливим є взаємозв'язок між онлайн- і офлайн-соціалізацією. Традиційна соціалізація в молодіжному віці відбувається через сім'ю, освітні установи, групи однолітків і професійні спільноти. Водночас цифрове середовище створює альтернативний простір для формування уявлень, норм і практик, які можуть впливати на поведінкові моделі в реальному житті [51, с. 120]. Наприклад, участь у тематичних онлайн-спільнотах може стати джерелом емоційної підтримки або базою для розвитку професійних інтересів і

компетенцій. Онлайн- і офлайн-простори соціалізації не замінюють один одного, а взаємодіють, доповнюють і модифікують соціальний досвід молоді.

Разом із тим цифрове середовище не позбавлене ризиків. Інтенсивне користування соціальними мережами може призводити до залежності, інформаційного перевантаження, фрагментації уваги та емоційного вигорання. Це негативно впливає на здатність молоді особистості до рефлексії та самоусвідомлення, ускладнюючи формування цілісної самоідентичності [37, с. 14]. Крім того, цифрові платформи іноді сприяють поверхневому сприйняттю соціальних норм, що може суперечити глибоким ціннісним орієнтирам індивіда.

Узагальнюючи, соціальні мережі виступають значущим чинником соціалізації сучасної молоді. Вони моделюють соціальні взаємодії, створюють нові комунікаційні практики, впливають на формування соціальних норм і ролей, а також сприяють процесам самопрезентації та самоусвідомлення. Соціальні мережі не замінюють традиційні агенти соціалізації, а доповнюють і трансформують їх, створюючи нові контексти для самовираження та соціального навчання. Тому їхній вплив на психологічні аспекти розвитку молоді особистості, зокрема на формування самоідентичності, потребує системного наукового аналізу [52, с. 105].

Узагальнюючи вищевикладене, соціальні мережі слід розглядати як специфічне цифрове середовище соціалізації, що безпосередньо детермінує уявлення молоді про власну особистість, систему соціальних ролей та життєві пріоритети. Зазначений простір відкриває варіативні можливості для міжособистісної взаємодії, експериментування з ідентичністю та соціального навчання, проте водночас генерує нові психологічні виклики, що мають амбівалентний вплив на розвиток індивіда.

З огляду на зазначені теоретичні аспекти, проведення емпіричного дослідження особливостей впливу соціальних медіаплатформ на

самоідентичність молоді постає науково обґрунтованим та актуальним завданням, спрямованим на верифікацію теоретичних положень у реальній психологічній практиці.

Висновки до розділу 1

У першому розділі детально розглянуто теоретичні основи проблеми самоідентичності, особливості її становлення у молодіжному віці та роль соціальних мереж як сучасного середовища, де цей процес відбувається. Проведений аналіз дозволяє зробити такі висновки:

Самоідентичність — це фундамент цілісної особистості. З'ясувано, що самоідентичність не є чимось застиглим. Це постійний процес, завдяки якому людина відчуває себе тією самою особою протягом усього життя, незважаючи на зміни навколо. Вона складається з того, як себе знає людина (когнітивна частина), і як до себе ставиться (емоційна) та як діє відповідно до своїх переконань (поведінкова). Важливо розуміти різницю між просто «ідентичністю» (належністю до груп) та «самоідентичністю» (внутрішнім відчуттям власної унікальності). Саме вона допомагає людині залишатися собою, мати свої цінності та цілі, а не просто підлаштовуватися під обставини.

Молодіжний вік — це період «будівництва» власного «Я». Це найбільш відповідальний час, коли питання «Хто я?» стає головним. З теорії бачимо, що для молодих людей характерно активно експериментувати з ролями, шукати своє місце в житті та пробувати різні моделі поведінки. У цей період розвивається здатність до глибокого самоаналізу (рефлексії), але водночас молодь стає дуже чутливою до того, що про неї думають інші. Від того, наскільки успішно молода людина пройде через цю вікову кризу, залежить її майбутня впевненість у собі, вибір професії та здатність будувати стосунки. Якщо самоідентичність формується правильно, ми отримуємо зрілу особистість, якщо ж ні — виникає відчуття розгубленості та невизначеності.

Соціальні мережі стали новим «дзеркалом» для молоді. Сьогодні неможливо розглядати розвиток людини окремо від інтернету. Соціальні мережі

(Instagram, TikTok, Facebook та інші) перетворилися на головний простір, де молодь спілкується, вчиться та презентує себе світу. Визначено, що цифрові платформи виконують роль потужного агента соціалізації. З одного боку, вони дають величезні можливості: можна знайти однодумців, отримати підтримку, спробувати себе в різних образах. З іншого боку, соцмережі створюють нові ризики. Постійне порівняння свого реального життя з ідеальними картинками інших користувачів часто веде до заниження самооцінки, тривожності та залежності від «лайків».

Вплив цифрового середовища має подвійний характер. Аналіз показав, що онлайн-життя і реальне життя зараз тісно переплетені. Образ «Я», який молода людина конструює в мережі, безпосередньо впливає на її реальне самопочуття. Соціальні мережі пропонують готові стандарти успіху та краси, які не завжди є корисними для психічного здоров'я. Тому самоідентичність сучасної молоді стає більш гнучкою, але й більш вразливою. Вона формується під постійним тиском оцінок з боку віртуальної спільноти, що вимагає від особистості високої психологічної стійкості та вміння фільтрувати інформацію.

Теоретичний огляд підтвердив, що самоідентичність молоді сьогодні формується у принципово нових умовах. Це складне поєднання внутрішніх пошуків людини та зовнішнього впливу цифрового світу. Розуміння цих процесів є необхідним для того, щоб перейти до практичного дослідження того, як саме соціальні мережі змінюють уявлення молодих людей про самих себе.

Розділ 2.

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ

2.1 Організація та методи емпіричного дослідження

Емпірична частина даної роботи присвячена детальному вивченню психологічних особливостей, що виникають у процесі формування самоідентичності сучасної молоді під впливом соціальних мереж. Актуальність даного етапу дослідження зумовлена тим, що цифрова реальність сьогодні перестала бути просто засобом комунікації, перетворившись на повноцінний простір соціалізації. Для молодих людей онлайн-середовище стає майданчиком, де вони не лише отримують інформацію, а й активно конструюють свій образ «Я», експериментують із соціальними ролями та шукають підтвердження своєї значущості через механізми зворотного зв'язку.

Для забезпечення об'єктивності та наукової достовірності результатів, дослідження було організовано у чіткій логічній послідовності та охоплювало три взаємопов'язані етапи:

1. Підготовчий етап. На цьому етапі основна увага приділялася формуванню теоретичного базису. Було здійснено ґрунтовний аналіз вітчизняних та зарубіжних наукових праць, що дало змогу виокремити ключові змінні дослідження. Визначено основні суперечності у питаннях цифрової ідентичності. Важливим завданням етапу став вибір діагностичного інструментарію: методики обиралися таким чином, щоб вони взаємодоповнювали одна одну, дозволяючи оцінити самоідентичність як з боку її змісту (хто я є?), так і з боку її якості (як я до себе ставлюся?) та статусу (наскільки я визначився у житті?).

2. Основний (емпіричний) етап. Цей етап передбачав безпосередню взаємодію з респондентами. З огляду на специфіку вибірки (молодь, активні користувачі мереж), дослідження було реалізовано у форматі анонімного онлайн-опитування. Такий підхід мав кілька переваг:

- Екологічність: респонденти перебували у звичному для себе цифровому середовищі.
- Відвертість: анонімність та відсутність прямого контакту з дослідником знижували рівень соціальної бажаності відповідей, що критично важливо для питань самооцінки та самоставлення.
- Охоплення: можливість залучити молодих людей з різним бекграундом та досвідом використання соціальних мереж.

3. Узагальнювальний етап. Завершальна фаза дослідження включала обробку масиву даних за допомогою методів математичної статистики. Проведено не лише кількісний підрахунок (відсотки, середні значення), а й якісний аналіз (контент-аналіз відповідей, інтерпретацію глибинних зв'язків між часом у мережі та рівнем самоповаги).

Характеристика вибірки дослідження. Загальна кількість учасників дослідження склала 60 осіб. Віковий діапазон респондентів — від 16 до 25 років. Вибір даного періоду не є випадковим, адже згідно з концепціями Е. Еріксона та Г. Крайг, саме юнацький вік та період ранньої дорослості є критичними для вирішення кризи самоідентичності. У цей час відбувається перехід від підліткового пошуку до прийняття стійких дорослих зобов'язань.

Вибірку склали студенти різних спеціальностей, що дозволило забезпечити різноманітність поглядів. Спільною рисою для всіх учасників є висока інтенсивність використання соціальних мереж (Instagram, TikTok, Telegram тощо) — від 3 годин на добу і більше, що робить їх репрезентативною групою для вивчення цифрового впливу.

Основу емпіричного дослідження склали такі психодіагностичні методики:

1. Методика дослідження статусів ідентичності Дж. Марсії

Методика Джеймса Марсії є логічним розвитком теорії Еріка Еріксона про психосоціальні кризи. Її головна цінність полягає в тому, що вона переводить абстрактне поняття «пошуку себе» у конкретні показники. Автор виділяє два ключові критерії формування ідентичності: наявність/відсутність кризи (період самостійного вибору, сумнівів та пошуку альтернатив) та наявність/відсутність зобов'язань (прийняття рішення та діяльність відповідно до обраної мети).

У даному дослідженні аналіз статусів за цією методикою дозволяє виявити чотири типи особистісного самовизначення молоді:

- **Досягнута ідентичність:** Цей статус свідчить про те, що молода людина пройшла через період активного пошуку («кризи») та самостійно сформувала систему цінностей. Такі особи менш вразливі до негативного впливу соціальних мереж, оскільки мають внутрішній «стрижень» і не потребують постійного зовнішнього підтвердження своєї значущості через «лайки».
- **Мораторій:** Стан активного експериментування. Респонденти в цьому статусі часто використовують соціальні мережі як майданчик для «приміряння» різних образів. Це період високої чутливості до контенту інфлюенсерів, адже молода людина шукає «ким бути».
- **Передчасна ідентичність:** Виникає, коли вибір зроблено без пошуку (наприклад, за порадою батьків). У цифровому середовищі такі особи можуть сліпо копіювати тренди, не пропускаючи їх через власну критику.
- **Дифузна ідентичність:** Найбільш проблемний статус, що характеризується відсутністю чітких цілей та небажанням їх шукати. Соціальні мережі для таких молодих людей стають способом «втечі від реальності», де нескінченний скролінг стрічки замінює реальне життя.

2. Методика «Хто Я?» М. Куна та Т. Макпартленда

Дана методика належить до групи нестандартизованих самоописів і базується на теорії символічного інтеракціонізму. Її вибір для даного дослідження зумовлений тим, що вона дозволяє виявити актуальну ієрархію ідентичностей респондента без нав'язування готових варіантів відповідей. Це особливо важливо для вивчення впливу цифрового середовища, оскільки методика фіксує, на якому рівні усвідомлення перебуває віртуальний образ особистості.

Процедура дослідження передбачає надання респондентами 20 відповідей на запитання «Хто Я?». Учасникам пропонується записувати відповіді в порядку їх виникнення, не замислюючись над правильністю чи логічністю. Для наукової обробки та кількісного аналізу результатів, було використано система контент-аналізу, що передбачає групування відповідей за п'ятьма ключовими категоріями, які найповніше відображають структуру Я-концепції сучасної молоді:

1. Особистісні якості (індивідуальне «Я»): сюди належать дескриптори, що описують риси характеру, емоційні стани, інтелектуальні та творчі здібності (наприклад: «відповідальний», «тривожний», «розумний»). Ця категорія дозволяє оцінити рівень рефлексивності молоді.

2. Соціальні ролі (соціальне «Я»): характеристики, що відображають об'єктивну приналежність до базових соціальних груп, таких як сім'я, гендер, національність (наприклад: «донька», «чоловік», «українець», «друг»).

3. Професійні та навчальні характеристики: відповіді, що вказують на актуальний статус респондента в освітньому процесі або трудовій діяльності (наприклад: «студент», «майбутній психолог», «працююча людина»). У молодіжному віці цей блок є маркером успішності професійного самовизначення.

4. Цифрова ідентичність (онлайн-образ): специфічна категорія, введена для перевірки гіпотези про вплив соціальних мереж. Вона охоплює всі відповіді,

що стосуються життєдіяльності у віртуальному просторі (наприклад: «блогер», «активний юзер Instagram», «геймер», «фоловер»). Кількість відповідей у цій групі прямо вказує на ступінь зануреності особистості в цифрову реальність.

5. Цінності та життєві цілі (екзистенційне «Я»): відображають смисложиттєві орієнтири, прагнення та моральні принципи респондента (наприклад: «людина, що прагне щастя», «гуманіст», «той, хто шукає сенс»).

Окрім категоріального аналізу, при обробці результатів зверталось увага на часову спрямованість (чи живе людина минулим, теперішнім чи майбутнім) та валентність самоописів (переважання позитивних чи негативних характеристик). Це дає змогу побачити «живу» картину ідентичності та зрозуміти, наскільки цифрова самопрезентація витісняє або доповнює традиційні елементи самосприйняття особистості.[21, с. 112].

3.Методика діагностики самооцінки особистості.

Дану методику було обрано як один із найбільш точних для вивчення впливу цифрового середовища на внутрішній світ молоді. Методика базується на суб'єктивному оцінюванні респондентами низки ключових особистісних характеристик, таких як: здоров'я, розум, характер, авторитет у однолітків, зовнішність та упевненість у собі.

Для даного дослідження інтегровано результати за всіма шкалами, що дозволило розподілити респондентів за трьома основними рівнями, представленими в емпіричній частині:

- Високий рівень самооцінки: Сюди увійшли респонденти, які оцінюють свої якості вище середнього.
- Середній рівень самооцінки : Цей показник розглядається як ознака адекватної самоідентифікації. Такі респонденти демонструють реалістичне ставлення до власних можливостей. Вони можуть критично сприймати

«ідеальний» контент у соціальних мережах, розуміючи різницю між публічним образом та реальним життям.

- Низький рівень самооцінки: Дана категорія респондентів є найбільш вразливою до впливу соціальних медіа. Низькі показники свідчатимуть про те, що постійне порівняння себе з відретушованими образами блогерів веде до фіксації на власних недоліках. Саме в цій групі цифрова ідентичність часто стає джерелом дискомфорту та внутрішньої напруги.

Використання цієї методики дозволить математично підтвердити, що для молоді (сума груп з низькою та специфічною високою самооцінкою) соціальні мережі є фактором, який дестабілізує сприйняття власного «Я». Дистанція між «Я-реальним» та «Я-ідеальним» стає кількісним індикатором впливу медіапростору на формування самоідентичності.

4. Опитувальник самоствавлення

Для дослідження емоційно-ціннісного компонента самоідентичності молоді було обрано багатовимірний опитувальник самоствавлення (ОСС). Даний інструментарій дозволяє виявити не лише поверхневу самооцінку, а й глибинне ставлення особистості до власного «Я», яке виражається у почутті симпатії, поваги та прийняття себе.

Методика складається з 57 тверджень, на які респондент відповідає згодою або незгодою. У межах даної наукової роботи особливу діагностичну цінність мають наступні шкали опитувальника:

- Шкала самоприйняття: відображає міру внутрішньої згоди особистості з самою собою, прийняття своїх рис характеру, минулого досвіду та фізичних особливостей. У контексті дослідження цей показник аналізувався як внутрішня опора ідентичності, що може деформуватися під впливом ідеалізованих образів у соціальних мережах.

- Шкала очікуваного позитивного ставлення від інших: вимірює суб'єктивну впевненість респондента у тому, що його особистість та діяльність викликають симпатію й повагу в оточення. Для даного дослідження цей параметр є центральним, оскільки він корелює з «чутливістю до соціального схвалення» (лайків, позитивних коментарів та переглядів), що безпосередньо впливає на емоційне благополуччя молоді.

- Шкала самоповаги: характеризує віру особистості у власні сили, здібності та самостійність. Дана шкала дозволяє оцінити, наскільки молода людина відчуває себе суб'єктом власного життя, а не об'єктом впливу мережевих алгоритмів.

Логіка статистичної обробки та кореляційного аналізу:

Використання опитувальника самоствавлення у поєднанні з Авторською анкетною дозволило провести кореляційний аналіз (за К. Спірменом) для перевірки таких взаємозв'язків:

1. Вплив інтенсивності використання мереж на самоприйняття: визначення того, чи призводить надмірний час онлайн до зниження задоволеності власним «Я».

2. Залежність самоприйняття від очікуваного схвалення: встановлення ступеня опосередкованості внутрішнього самоствавлення реакціями віртуальної аудиторії.

3. Даний багатомірний психодіагностичний інструмент спрямований на виявлення ієрархічної структури ставлення особистості до себе. В межах даного дослідження використання цього опитувальника є критично важливим для розуміння того, як соцмережі інтегруються у внутрішню систему самоідентичності молоді.

Методика дозволяє виокремити емоційний бік питання самоідентичності за кількома шкалами, серед яких особлива увага приділялася наступним:

- Самоприйняття та самоповага: ці показники відображають міру дружнього чи ворожого ставлення до власного «Я», а також рівень віри у власні сили та здібності.

- Очікуване позитивне ставлення від інших: ця шкала вимірює очікування суб'єкта щодо того, як його особистість, вчинки та висловлювання будуть оцінені соціальним оточенням. У контексті цифрового простору цей параметр розглянуто як «чутливість до соціального схвалення».

Окреме місце в методології даного дослідження посідає математико-статистична обробка взаємозв'язків. Було використано коефіцієнт рангової кореляції Спірмена (r).

Логіка застосування цього методу полягала у перевірці таких ключових кореляційних вузлів:

1. Взаємозв'язок часу в мережі та статусів ідентичності: Окрему увагу було приділено встановленню чи існує прямий зв'язок між тривалим перебуванням онлайн та станом дифузної ідентичності (невизначеності життєвих цілей).

2. Вплив цифрової активності на рівень самооцінки: перевірка того що інтенсивне використання соцмереж може корелювати з низькою самооцінкою через механізм постійного порівняння.

3. Залежність самоприйняття від схвалення: встановлення зв'язку між тим, як молода людина ставиться до себе, та тим, наскільки для неї важливою є позитивна оцінка з боку віртуальної аудиторії.

Такий підхід дозволить не просто констатувати рівні самоставлення, а науково довести, що емоційно-ціннісне ядро особистості молоді у 2026 році є чутливим до соціальних мереж, де «зовнішнє схвалення» безпосередньо корелює з внутрішнім «самоприйняттям».

5. Авторська анкета «Соціальні мережі та самосприйняття молоді»

Для з'ясування специфіки активності в соцмережах респондентів та її зв'язку з процесами самоідентичності було розроблено та застосовано авторську анкету. Інструментарій містить 14 запитань, згрупованих у п'ять змістовних блоків, що дозволяють комплексно оцінити характер взаємодії особистості з віртуальним середовищем:

- Блок загальної інформації (запитання 1–3): Спрямований на фіксацію демографічних та соціальних характеристик вибірки (стать, вік, освіта). Це дозволило в подальшому провести порівняльний аналіз, зокрема виявити гендерні відмінності у реакції на зворотний зв'язок.
- Інтенсивність використання мереж (запитання 4–6): Дозволяє встановити часові межі перебування онлайн та рівень інтегрованості мереж у повсякденність (ритуал перевірки оновлень після пробудження). Дані цього блоку стали основою для аналізу «постійного підключення» (понад 5 годин на добу), що відображено на рисунку 2.4.
- Мотивація та характер використання (запитання 7–8): Визначає пріоритетні цілі респондентів — від пошуку інформації до відволікання від проблем (ескапізму). Результати за цим блоком (представлені в табл. 2.5) дозволяють простежити зв'язок між пасивним споживанням контенту та дифузним станом ідентичності.
- Значущість зворотного зв'язку та соціального порівняння (запитання 9–12): Ключовий блок для оцінки емоційної залежності від віртуального схвалення. Питання щодо реакції на кількість лайків та виникнення синдрому FOMO (страху втрачених можливостей) дозволили розподілити респондентів за рівнями значущості схвалення (табл. 2.6).
- Суб'єктивна оцінка впливу та щирість (запитання 13–14): Спрямований на виявлення рефлексії молоді щодо впливу соцмереж на їхню самооцінку та схильності до конструювання «ідеалізованого образу», що не

відповідає реальному «Я». Це дало змогу виокремити «цифрову ідентичність» як окремий конструкт у структурі самосприйняття.

Математико-статистичні методи обробки даних

Для забезпечення наукової достовірності висновків та об'єктивної інтерпретації отриманих даних було застосовано комплекс методів математичної статистики:

- Описова статистика: Використовувалася для обчислення відсоткових показників та частотного розподілу відповідей. Це дозволило структурувати результати у вигляді таблиць та діаграм.
- Кореляційний аналіз (r-Спірмена): Застосовувався для встановлення статистично значущих зв'язків між часовими показниками перебування в мережі та психологічними характеристиками, а саме низькою самооцінкою, дифузією ідентичності та очікуванням схвалення.
- Контент-аналіз: Був використаний для обробки вільних відповідей методики «Хто Я?» з метою виокремлення специфічних категорій самовизначення.

Аспекти дослідження:

Опитування проводилося анонімно в режимі реального часу, що забезпечило щирість відповідей та мінімізувало ризик зовнішнього впливу. Респонденти були поінформовані про науковий характер дослідження, а всі отримані дані використовувалися виключно в узагальненому вигляді.

Етичні принципи та процедура

Дослідження проводилося у суворій відповідності до етичного кодексу психолога. Кожен із 60 респондентів брав участь у дослідженні добровільно на засадах інформованої згоди.

Особлива увага приділялася реальному часу онлайн-анкетування. Це дозволило:

- Мінімізувати вплив «соціальної бажаності» відповідей.
- Забезпечити щирість респондентів через гарантію повної анонімності.
- Зберегти високу концентрацію уваги учасників шляхом перерв між різними за складністю методиками.

На останньому етапі було порівняно отримані цифри з теоріями про самоідентичність. Це допомогло скласти повний психологічний портрет сучасної молоді, яка живе в соціальних мережах.

Вибір вищезазначених методик зумовлений необхідністю комплексного охоплення феномену самоідентичності, який у цифрову епоху стає дедалі більш багатограним. Кожна обрана методика фокусується на специфічному аспекті «Я-концепції», що дозволяє побудувати цілісну психологічну модель впливу соціальних мереж.

Логіка застосування методики Дж. Марсії у контексті цифровізації полягає у вивченні так званого «кібер-мораторію». Соціальні мережі пропонують молодій людині нескінченну кількість рольових моделей, що може призводити до стану «завислої ідентичності». Припущено, що надмірне споживання чужого контенту блокує процес прийняття власних зобов'язань, оскільки віртуальний світ створює ілюзію, що можна нескінченно довго «пробувати» різні життя, не зупиняючись на жодному реальному. Саме методика статусів дозволяє статистично зафіксувати цей перехід від активного пошуку до дифузії або досягнення зрілості.

Використання техніки «Хто Я?» обґрунтоване її здатністю виявляти «неусвідомлені» або «приховані» ідентифікації. У класичних тестах респондент обмежений рамками запитань, тоді як вільний самоопис дозволяє зафіксувати появу нових категорій, таких як «цифрове Я». Для даного дослідження важливо визначити вагу самоідентифікацій у соціальних мережах у загальній структурі

відповідей. Якщо характеристики, пов'язані з онлайн-активністю, з'являються у першій п'ятірці відповідей, це свідчить про високу міру інтеграції віртуального образу в ядро особистості, що є ключовим маркером трансформації ідентичності під впливом медіаплатформ.

Діагностика рівнів самооцінки респондентів є критично важливою для аналізу феномену «ідеалізованого профілю». У соціальних мережах користувачі схильні демонструвати лише успішні моменти свого життя, що створює викривлену картину соціальної норми. Високий рівень домагань при низькій самооцінці, який фіксує ця методика, часто є прямим наслідком порівняння себе з «ідеальними» інфлюенсерами. В даній роботі розглянуто цей розрив як зону ризику, де формується внутрішня незадоволеність та почуття неповноцінності.

Опитувальник самостворення дозволяє вийти на рівень глибинної психології. У молодіжному віці самостворення часто стає об'єктом маніпуляцій з боку референтної групи. У соціальних мережах референтна група розширюється до тисяч «фоловерів», чия реакція, а саме лайки, охоплення, стає мірилом самоповаги. Використання цієї методики дає змогу перевірити, чи зберігає молода людина автономність самостворення, чи її самоприйняття повністю зумовлене схваленням у соціальних мережах.

З метою мінімізації похибок під час проведення онлайн-тестування було впроваджено систему контрольних запитань в авторській анкеті. Це дозволило відсіяти респондентів, які відповідали формально або випадковим чином. Стрім-режим опитування забезпечував синхронність заповнення бланків, що створювало атмосферу групової діагностики, навіть у дистанційному форматі. Це дисциплінувало учасників та підвищувало якість заповнення відкритих методик, де вимагалася певна концентрація уваги.

Весь обсяг зібраних даних було піддано ретельній перевірці на нормальність розподілу, що визначило вибір параметричних або

непараметричних методів математичної статистики на наступних етапах роботи. Такий ґрунтовний підхід до методології гарантує, що отримані результати не є випадковими, а відображають реальні психологічні закономірності розвитку особистості в сучасному медіапросторі.

Обрані методики довели свою ефективність. Це дало змогу перейти до аналізу реальних даних про вплив соцмереж на самосприйняття молодих людей.

2.2. Характеристика вибірки та методів дослідження

Емпіричне дослідження було проведено з метою вивчення особливостей впливу соціальних мереж на процес формування самоідентичності молоді. Відповідно до поставленої мети та завдань було сформовано вибірку дослідження й підібрано комплекс валідних та надійних психодіагностичних методів.

У дослідженні взяли участь 60 респондентів віком від 16 до 25 років, що відповідає періоду юнацького віку, який є сенситивним для формування особистісної та соціальної ідентичності [18, с. 144]. До вибірки увійшли студенти закладів вищої освіти різних спеціальностей.

Серед респондентів 32 особи (60 %) — жінки та 28 осіб (40 %) — чоловіки. Усі учасники дослідження є активними користувачами соцмереж, таких як: TikTok, Instagram, Facebook і Telegram.

Критеріями включення респондентів до вибірки були:

- вік у межах 16–25 років;
- регулярне користування соцмережами (не менш як 2 год. в день);
- добровільна згода на участь у дослідженні.

За результатами попереднього опитування встановлено, що більшість респондентів користуються соціальними мережами щоденно, в середньому від 2 до 5 годин на день, використовуючи їх переважно з метою спілкування, самопрезентації, отримання інформації та розваг.

Дослідження проводилося з дотриманням етичних принципів психологічної науки: анонімності, конфіденційності отриманих даних та добровільності участі, що забезпечило достовірність і надійність результатів.

Для реалізації мети дослідження було використано комплекс теоретичних та емпіричних методів.

До теоретичних методів належали аналіз, узагальнення та систематизація наукових джерел з проблеми формування самоідентичності особистості та психологічних аспектів впливу соціальних мереж.

До емпіричних методів дослідження було віднесено такі психодіагностичні методики:

1. Методика дослідження статусів ідентичності Дж. Марсії, спрямована на визначення провідного статусу ідентичності особистості (досягнута, мораторій, передчасна, дифузна).

Даний інструментарій є базовим для нашого дослідження, оскільки дозволяє диференціювати стан формування ідентичності за двома критеріями: наявність кризи (періоду вибору) та наявність прийнятих зобов'язань. В контексті впливу соціальних мереж, ця методика дозволяє виявити, чи сприяє віртуальне середовище конструктивному пошуку себе (статус мораторію), чи, навпаки, призводить до розмивання цілей (дифузія).

Статус «Досягнута ідентичність» характеризує осіб, які пройшли через період самопізнання і сформували стійку систему цінностей.

Статус «Мораторій» вказує на активний пошук, що є критично важливим для нашого аналізу, адже соціальні мережі часто стають майданчиком для такого пошуку.

Статус «Передчасна ідентичність» та «Дифузна ідентичність» дозволяють відстежити негативні тенденції, такі як некритичне запозичення чужих стандартів або відсутність інтересу до власного «Я».

2. Методика «Хто Я?», яка дозволяє дослідити змістовні характеристики Я-концепції особистості та особливості самопрезентації молоді.

Методика побудована на використанні відкритого питання, що дозволяє респонденту вільно описувати себе. Це дає можливість проаналізувати змістовні характеристики самоідентифікації. Для даного дослідження особливу цінність має співвідношення соціальних ролей (студент, донька, українець) та індивідуальних характеристик (розумний, творчий, самотній). Припущено, що активні користувачі соцмереж частіше апелюють до характеристик, пов'язаних із зовнішністю та соціальною успішністю, що відображається у структурі відповідей.

3. Методика діагностики самооцінки, що дала змогу визначити рівень самооцінки та рівень домагань респондентів.

Вплив соціальних мереж часто пов'язують із феноменом «соціального порівняння», що безпосередньо корелює з рівнем домагань та самооцінкою. Використання шкал (здоров'я, розум, характер, авторитет, зовнішність, упевненість у собі) дозволяє кількісно виміряти дистанцію між «Я-реальним» та «Я-ідеальним». Велика розбіжність між цими показниками може свідчити про внутрішньоособистісний конфлікт, спровокований ідеалізованими образами у медіапросторі.

4. Опитувальник самоставлення, спрямований на вивчення емоційно-ціннісного ставлення особистості до себе.

Цей багатомірний інструмент дозволяє вийти за межі простої оцінки «висока/низька» і дослідити глибинні аспекти:

Самокерівництво: чи відчуває молода людина контроль над власним життям, чи її поведінка диктується алгоритмами мереж та трендами.

Самоцінність та самоприйняття: наскільки людина схильна приймати себе незалежно від зовнішнього схвалення (лайків, коментарів).

Самоінтерес: відображає міру близькості до самого себе, що часто втрачається в умовах надмірного споживання контенту.

5. Авторська анкета щодо використання соціальних мереж, яка містила питання про тривалість та інтенсивність користування соціальними мережами, мотивацію їх використання та суб'єктивну оцінку їх впливу на формування самоідентичності.

Оскільки стандартизовані методики не завжди враховують специфіку цифрового середовища, було розроблено авторську анкету, що включає три блоки запитань:

Технічний блок: час перебування в мережі, тип контенту, пріоритетні платформи.

Мотиваційний блок: чому молода людина звертається до мереж (пошук підтримки, втеча від реальності, самопрезентація).

Рефлексивний блок: суб'єктивне відчуття зміни настрою після перегляду стрічки новин та усвідомлення залежності від віртуального образу.

Емпіричний збір даних здійснювався у два етапи. На першому етапі проводилося анкетування для виокремлення груп за рівнем активності у мережі. На другому етапі респонденти проходили комплексне тестування. Для забезпечення об'єктивності результатів було використано методи математичної статистики. Зокрема, для перевірки гіпотези про зв'язок між часом у мережі та

статусом ідентичності застосовувався коефіцієнт кореляції Спірмена (r). Обробка даних здійснювалася за допомогою пакету статистичного аналізу SPSS Statistics.

Обробка результатів дослідження включала використання методів описової статистики для визначення відсоткових показників та середніх значень за кожною методикою. Взаємозв'язки між активністю у віртуальному просторі та характеристиками самовідношення особистості встановлювалися за допомогою кореляційного аналізу. Також було проведено порівняння результатів для виявлення закономірностей формування ідентичності в сучасних умовах.

2.3. Опис і статистичний аналіз результатів дослідження

Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження на цьому етапі були спрямовані на виявлення того, як соціальні мережі впливають на самовідчуття та ідентичність сучасної молоді. Завдяки використанню методів описової статистики та кореляційного аналізу вдалося не лише узагальнити отримані дані, а й визначити глибинні зв'язки між тривалістю перебування у віртуальному просторі та психологічними особливостями особистості

Аналіз результатів за методикою дослідження статусів ідентичності Дж. Марсії.

З метою визначення провідного статусу самоідентичності респондентів було застосовано методику Дж. Марсії. Результати розподілу респондентів за статусами ідентичності подано в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Розподіл респондентів за статусами ідентичності (за Дж. Марсією)

Статус ідентичності	Кількість осіб	%
Досягнута ідентичність	18	30%
Мораторій	21	35%
Передчасна ідентичність	9	15%
Дифузна ідентичність	12	20%
Усього	60	100%

Отримані результати свідчать, що найбільша частка респондентів перебуває у статусі мораторію, що є характерним для молодого віку та вказує на активний пошук власної ідентичності. Значна кількість осіб із дифузною та передчасною ідентичністю може свідчити про нестійкість самоідентифікаційних процесів, що посилюється під впливом соціальних мереж. З метою візуалізації отриманих даних щодо розподілу статусів ідентичності було побудовано кругову діаграму (див. рис. 2.1).



Розподіл статусів ідентичності

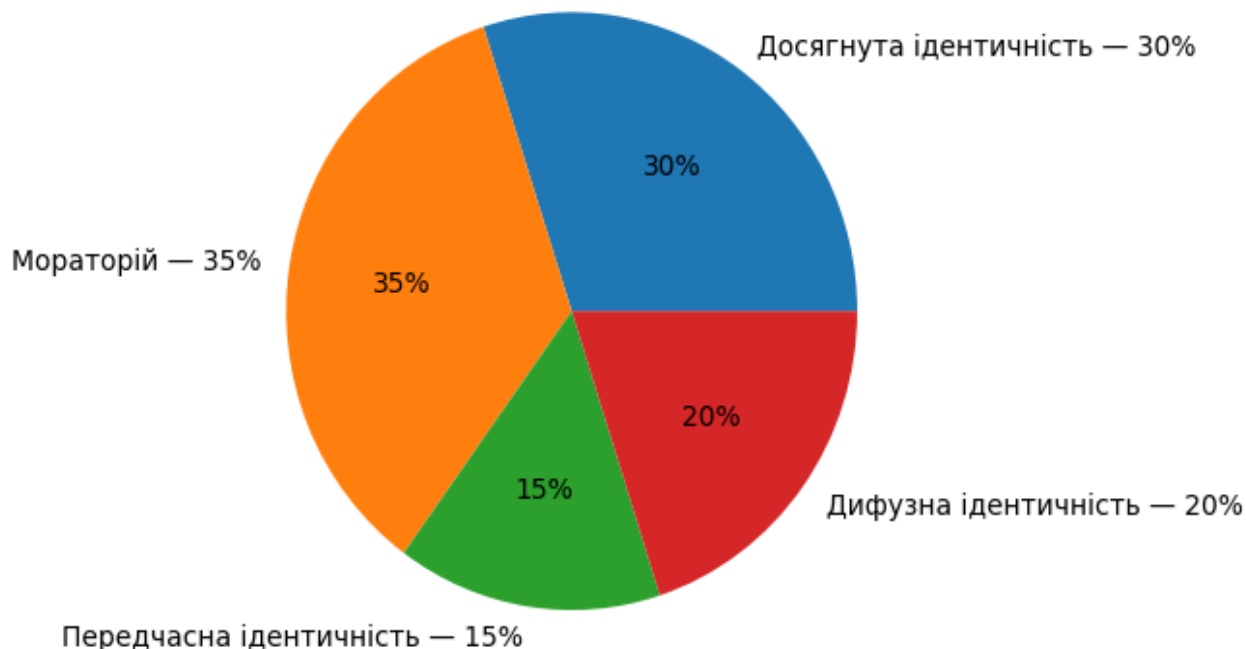


Рисунок 2.1 Розподіл респондентів за статусами ідентичності (за Дж. Марсією)

Аналіз результатів методики «Хто Я?»

Аналіз відповідей за методикою «Хто Я?» дозволив виявити не лише кількісні показники, а й глибокі змістовні характеристики Я-концепції сучасної молоді. Використання цієї методики в умовах цифровізації дало змогу простежити, як віртуальне середовище інтегрується у структуру самосприйняття особистості. Шляхом проведення ретельного контент-аналізу отриманих відповідей, нами було виділено та систематизовано основні категорії самовизначення, що відображають ієрархію ідентичностей респондентів. Було здійснено контент-аналіз відповідей та виділено основні категорії самовизначення (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Структура відповідей за методикою «Хто Я?»

Категорія відповідей	% відповідей
Особистісні якості	38%
Соціальні ролі	25%
Професійні / навчальні характеристики	17%
Цифрова ідентичність (онлайн-образ)	12%
Цінності та життєві цілі	8%



Найбільшу частку у структурі відповідей (38%) займає категорія «Особистісні якості». Це свідчить про те, що для сучасної молоді пріоритетним є внутрішній фокус самосприйняття. Описуючи себе, респонденти найчастіше використовують прикметники, що характеризують їхню вдачу, емоційний стан або інтелектуальні здібності (наприклад: «добрий», «відповідальний», «креативний», «перфекціоніст»). Така тенденція підтверджує теоретичні положення про те, що в молодіжному віці активізується рефлексія та прагнення до самопізнання власних індивідуальних особливостей.

На другому місці за частотою згадувань знаходяться соціальні ролі (25%). Молоді люди продовжують визначати себе через належність до певних груп («син/донька», «друг», «українець», «член спортивної команди»). Це вказує на важливість соціальної інтеграції та підтримки зв'язків із найближчим оточенням. Проте, порівняно з попередніми роками, помітно, що традиційні соціальні ролі поступово поступаються місцем індивідуальним характеристикам.

Професійні та навчальні характеристики (17%) відображають актуальний стан молоді як суб'єктів навчальної діяльності. Відповіді типу «студент», «майбутній юрист» або «програміст» показують, що професійне самовизначення є важливою частиною ідентичності, яка дає відчуття стабільності та перспектив на майбутнє.

Особливої уваги в межах даного дослідження заслуговує категорія «Цифрова ідентичність» (12%). Хоча цей показник не є домінуючим, його наявність у структурі самосприйняття є значущою. Респонденти ідентифікують себе через свою роль у віртуальному просторі (наприклад: «блогер», «активний користувач Instagram», «геймер», «творець контенту»). Показник у 12% свідчить про те, що для суттєвої частини молоді онлайн-образ перестає бути просто доповненням до життя, а стає реальною частиною їхнього «Я». Це підтверджує нашу гіпотезу про значний вплив соціальних мереж на процес самопрезентації: молода людина бачить себе не лише через призму реальних вчинків, а й через свою активність у цифровому середовищі.

Найменший відсоток (8%) припадає на цінності та життєві цілі. Це може бути пов'язано з тим, що смисложиттєві орієнтири у молодіжному віці ще перебувають у стадії активного формування і не завжди чітко вербалізуються у коротких відповідях на питання «Хто Я?».

З метою візуалізації отриманих даних та кращого розуміння співвідношення між різними компонентами ідентичності нами був побудовано кругову діаграму (див. рис. 2.2).



Рисунок 2.2 Структура відповідей за методикою «Хто Я?»

Наступним етапом нашого дослідження став аналіз особливостей самооцінки молоді, оскільки цей показник є одним із ключових регуляторів поведінки та важливим компонентом самоідентичності. Для діагностики було обрано методику, яка дозволяє визначити не лише те, як респонденти оцінюють свій поточний стан (актуальна самооцінка), а й те, якими вони хотіли б бути в ідеалі (рівень домагань).

Варто зауважити, що рівень домагань відображає ступінь труднощів тих цілей, які людина перед собою ставить. Співвідношення між реальною оцінкою своїх якостей та ідеальним образом «Я» дозволяє виявити рівень внутрішньої задоволеності особистості та наявність можливих внутрішніх конфліктів.

Результати дослідження рівня самооцінки та домагань респондентів узагальнено та подано в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

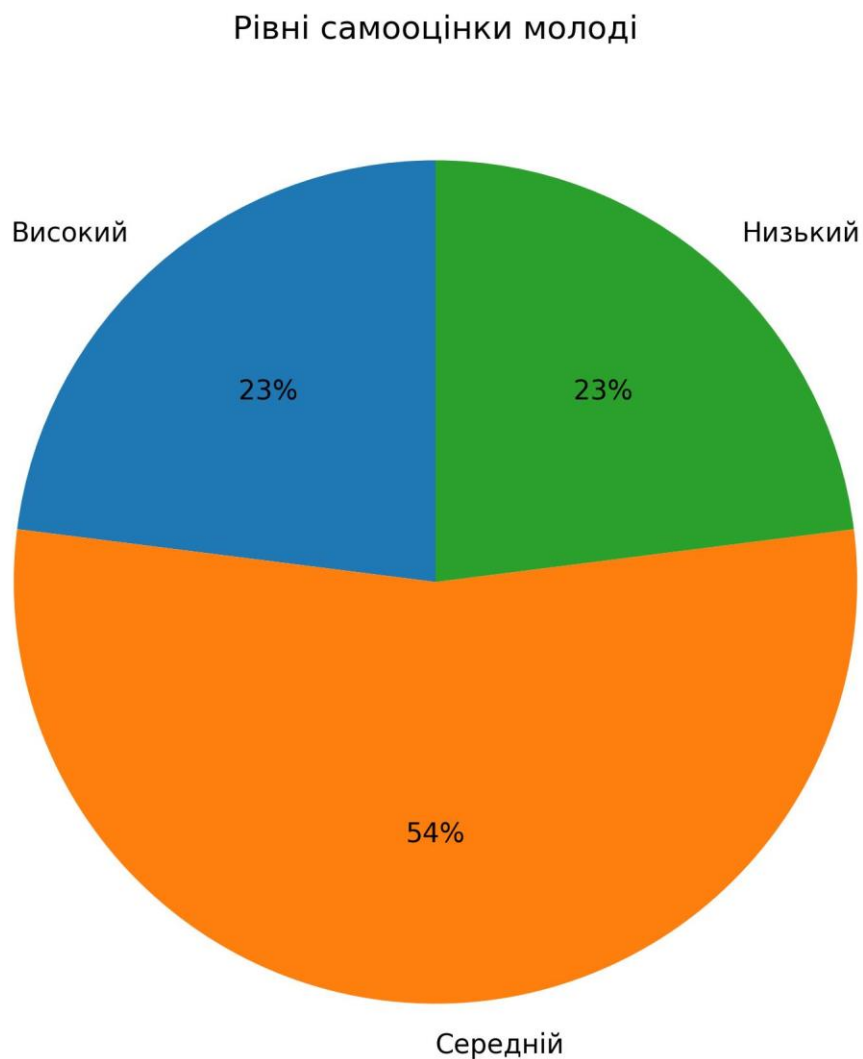
Рівні самооцінки респондентів

Рівень самооцінки	Кількість осіб	%
Високий	14	23%
Середній	32	54%
Низький	14	23%
Усього	60	100%

Аналіз отриманих даних свідчить, що більшість респондентів (54%) характеризуються середнім рівнем самооцінки. У межах норми це вказує на реалістичне сприйняття власних можливостей та критичне ставлення до своїх успіхів і невдач.

Водночас 23% опитаних демонструють низький рівень самооцінки. У контексті нашого дослідження це може інтерпретуватися як наслідок деструктивного соціального порівняння: постійна експозиція «ідеального» контенту в соціальних мережах змушує молодих людей фокусуватися на власних недоліках.

Група з високим рівнем самооцінки (23%) також потребує особливої уваги. Додатковий аналіз показав, що у 15% із них спостерігається значний розрив між рівнем домагань та реальною самооцінкою. Це свідчить про внутрішній конфлікт: респонденти прагнуть відповідати високим стандартам (часто нав'язаним цифровим середовищем), проте суб'єктивно відчують невідповідність цим ідеалам. Для наочного представлення отриманих даних наведено діаграму (див. рис. 2.3).



□ Рисунок 2.3 Рівні самооцінки респондентів

Аналіз результатів за опитувальником самоствавлення

Результати дослідження самоствавлення показали, що у більшості респондентів переважають середні показники самоприйняття та самоповаги, водночас підвищеним є показник очікування соціального схвалення з боку оточення, що вказує на значущість зовнішньої оцінки, зокрема в онлайн-середовищі.

Дослідження емоційно-ціннісного компоненту самоідентичності дозволило виявити внутрішнє ставлення молоді до власного «Я». Узагальнені дані свідчать про те, що показники самоприйняття та самоповаги у 62% респондентів перебувають у межах середніх нормативних значень. Це вказує на відносну збалансованість внутрішнього ставлення до своїх переваг та недоліків.

Проте критично важливим для даного дослідження є показник «очікування позитивного ставлення від інших», який виявився підвищеним у 48% опитаних.

Така тенденція свідчить про високу чутливість молоді до зовнішньої оцінки. В умовах активного використання соціальних мереж цей показник перетворюється у залежність від віртуального схвалення, де «лайки» та позитивні коментарі стають основними маркерами соціальної успішності та важливою умовою збереження позитивного самоставлення.

Для статистичного підтвердження висунутих гіпотез було проведено кореляційний аналіз із використанням коефіцієнта рангової кореляції Спірмена. Аналіз дозволив встановити статистично значущі зв'язки між параметрами цифрової активності та психологічними характеристиками ідентичності (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Кореляційні зв'язки між використанням соціальних мереж та показниками самоідентичності

Показники	Коефіцієнт кореляції (r)	Рівень значущості (p)
Час у соцмережах – дифузна ідентичність	0,48	< 0,01
Час у соцмережах – низька самооцінка	0,42	< 0,05
Соціальне схвалення – самоприйняття	0,39	< 0,05

Аналіз коефіцієнтів кореляції дозволяє зробити такі висновки:

1. Прямий помірний зв'язок ($r=0,48$) між часом перебування в мережі та дифузною ідентичністю підтверджує, що надмірна цифрова активність перешкоджає формуванню цілісної системи цінностей, залишаючи особистість у стані невизначеності.

2. Зв'язок із низькою самооцінкою ($r=0,42$) вказує на руйнівну роль механізму соціального порівняння, яка активізується під час перегляду контенту в мережах.

3. Кореляція між схваленням та самоприйняттям ($r=0,39$) доводить, що емоційне ставлення молоді до себе значною мірою опосередковане реакціями онлайн-аудиторії.

Отримані результати свідчать про помірні кореляційні зв'язки, що підтверджують наявність взаємозв'язку між активністю у соціальних мережах та особливостями формування самоідентичності молоді.

Аналіз результатів за авторською анкетой дослідження особливостей використання соціальних мереж.

З метою вивчення інтенсивності, характеру та суб'єктивної значущості взаємодії молоді з цифровим середовищем було застосовано авторську анкету. Аналіз відповідей дозволив конкретизувати поведінкові прояви, що супроводжують процес формування самоідентичності в мережі.

Першочергово було проаналізовано часовий показник перебування респондентів у соціальних мережах (рис. 2.4).

Отримані дані свідчать про те, що для переважної більшості молоді (73%) соціальні мережі є постійним середовищем життєдіяльності (понад 3 години щодоби). При цьому 28% респондентів перебувають у стані «постійного підключення» (понад 5 годин), що створює передумови для домінування віртуальної ідентичності над реальною.

Дослідження мотиваційного компонента (табл. 2.5) дозволило встановити пріоритетні напрями активності молоді.

Таблиця 2.5.

Розподіл мотивів використання соціальних мереж респондентами (у % від кількості опитаних)

Мотив використання	% відповідей
Перегляд розважального контенту (відео, меми)	68%
Спілкування з друзями та знайомими	62%
Відволікання від проблем (ескапізм)	45%
Пошук інформації та навчання	38%
Трансляція власного життя (самопрезентація)	32%

Високий показник ескапізму (45%) у поєднанні з домінуванням розважального контенту (68%) корелює з виявленим раніше статусом дифузної ідентичності, що вказує на використання соцмереж як способу уникнення розв'язання реальних життєвих завдань самовизначення.

Окрему увагу було приділено суб'єктивному ставленню до зворотного зв'язку (лайки, коментарі). Результати розподілу відповідей наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Оцінка респондентами значущості соціального схвалення в мережі

Показник значущості схвалення	Кількість осіб	%
Висока (настрій і самооцінка залежать від реакцій)	25	42%
Середня (приємно, але не є вирішальним)	23	38%
Низька (майже не звертають уваги на реакції)	12	20%
Усього	60	100%

Аналіз результатів за цією шкалою вказує на те, що для 42% молоді віртуальний фідбек є критичним інструментом самоідентичності. Висока значущість схвалення виступає чинником нестабільності самооцінки, що підтверджується кореляційним аналізом (зв'язок між схваленням та самоприйняттям $r=0,39$).

Нарешті, відповіді на 14 запитання щодо щирості самопрезентації показали, що 35% респондентів схильні до збудування «ідеалізованого образу» в мережі, який не відповідає їхньому реальному життю. Це підтверджує, що образ у соцмережах став важливою частиною того, як молодь сприймає себе. При цьому онлайн-профіль часто допомагає людині почуватися впевненіше або краще, ніж вона відчувається в реальності. Результати емпіричного дослідження підтверджують, що соціальні мережі мають суттєвий вплив на формування самоідентичності молоді, зокрема на рівень самооцінки та статус ідентичності. Найбільш уразливими виявилися респонденти з високою залежністю від соціального схвалення та тривалим перебуванням у соціальних мережах.

2.4. Інтерпретація отриманих результатів впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді

Аналіз результатів емпіричного дослідження дозволяє здійснити глибоку психологічну інтерпретацію процесів, що відбуваються у внутрішньому світі сучасної молоді під впливом соціальних мереж. Результати показують, що соцмережі сьогодні — це не просто засоби зв'язку, а середовище, де формується особистість. Вони напряду визначають те, як молода людина сприймає себе та з чого складається її образ «Я».

Психологічний аналіз кризових станів ідентичності (за Дж. Марсією)

Результати розподілу за статусами ідентичності свідчать про те, що переважна більшість опитуваних (35% — статус мораторію) перебуває в стані активного пошуку. З психологічної точки зору, це період "експериментальної ідентичності". Проте, в контексті використання соціальних мереж, цей пошук набуває специфічних рис.

Мораторій у цифрову епоху характеризується «інформаційним перевантаженням Я». Соціальні мережі (Instagram, TikTok) пропонують молодій людині тисячі готових зразків поведінки, стилів життя та ціннісних орієнтирів. Це призводить до того, що стан вибору стає перманентним. Респонденти не можуть зупинитися на певній ідентичності, оскільки наступний «пост» або «відео» пропонує ще привабливішу альтернативу. Таким чином, природний для юнацтва мораторій ризикує перетворитися на «затяжну кризу».

Особливе занепокоєння викликає 20% респондентів із дифузною ідентичністю. Психологічна інтерпретація цього стану вказує на відсутність міцного внутрішнього ядра. Кореляційний зв'язок між часом у мережі та дифузією ($r=0,48$) дозволяє стверджувати: надмірна активність у соцмережах сприяє «втрату цілісності особистості». Молода людина розчиняється в потоці чужих думок, втрачаючи здатність до глибокої рефлексії та самостійного вибору. Для цієї групи характерна відсутність довгострокових планів та орієнтація на миттєві задоволення, що підкріплюється алгоритмами соцмереж.

Передчасна ідентичність (15%) у цифровому контексті виглядає як сліпе копіювання образів популярних блогерів чи медійних особистостей. Опитувані приймають нав'язані ідеали без їх критичного осмислення, що створює ілюзію сформованості особистості, яка, проте, є надзвичайно крихкою і залежною від стабільності зовнішнього онлайн-середовища.

Трансформація структури Я-концепції: феномен «Цифрового Я»

Дані за методикою М. Куна та Т. Макпартленда відкривають завісу над тим, як молодь конструює свій внутрішній образ. Те, що 12% самоописів напряду стосуються цифрової ідентичності, свідчить про глибоку інтеграцію віртуального простору в структуру особистості.

Ці результати знаходять своє підтвердження та розширення у даних авторської анкети. Зокрема, аналіз відповідей на запитання щодо щирості

самопрезентації (питання №14) показав, що 35% опитуваних схильні до збудування «ідеалізованого образу» в мережі, який не відповідає їхньому реальному «Я». Це свідчить про те, що цифрова ідентичність часто виконує замінну функцію: молода людина створює віртуальну персону, яка наділена рисами, що відсутні або слабко виражені в реальному житті.

Психологічна інтерпретація дозволяє виділити такі особливості сучасної Я-концепції:

1. Зовнішня орієнтація особистості. Оцінка власного «Я» зміщується з внутрішніх переконань на зовнішні атрибути (кількість переглядів, візуальна естетика профілю).

2. Віртуальна презентація як спосіб самоактуалізації. Для 12% молоді успіх у соціальній мережі є показником особистісного успіху.

Домінування особистісних якостей (38%), які часто мають «демонстративний» характер. Молодь приписує собі ті якості, які є соціально бажаними в онлайн-середовищі (креативність, активність, товариськість), навіть якщо вони не відповідають реальній поведінці. Факт того, що кожен третій опитуваний (35%) визнає певну нещирість онлайн-образу, підтверджує явище «соціального камуфляжу», де цифрова ідентичність стає окремим, часто викривленим поняттям у структурі самосприйняття.

Інтерпретація результатів за методикою рівня самооцінки дозволяє виявити механізми емоційного ставлення до себе. Хоча 54% мають середній рівень самооцінки, що є нормою, група ризику (по 23% на низькому та високому рівнях) демонструє специфічний вплив мереж.

Низька самооцінка (23%) є результатом «хронічного висхідного порівняння». Соціальні мережі створюють ілюзію, що «всі навколо живуть краще, яскравіше та успішніше». Молода людина порівнює своє повсякденне

«залаштункове» життя з відредагованими «парадними фасадами» інших. Це призводить до стійкого відчуття власної меншовартості.

Висока самооцінка (23%) у багатьох випадках виявляється захисною. Вона базується на «лайк-залежності». Отримання позитивного зворотного зв'язку викликає дофамінові сплески, що штучно завищують рівень самоповаги. Проте така самооцінка є нестабільною: відсутність очікуваної реакції аудиторії на пост призводить до різкого падіння настрою та самокритики. Це підтверджується високими показниками за шкалою «очікування схвалення» в опитувальнику самоставлення.

Кореляційні взаємозв'язки та їх психологічний зміст

Виявлені кореляції ($r=0,48$ та $r=0,42$) дозволяють сформулювати цілісну модель впливу.

- Зв'язок між часом перебування в мережі та дифузією ідентичності свідчить про те, що цифрові платформи працюють як «поглиначі уваги», що перешкоджають внутрішній роботі особистості над собою. Замість інтеграції досвіду, молодь займається пасивним споживанням контенту.

- Зв'язок між соціальним схваленням та самоприйняттям ($r=0,39$) вказує на те, що любов до себе у молоді стає опосередкованою. «Я приймаю себе лише тоді, коли мене приймає (лайкає) мережа». Це свідчить про втрату автономності особистості.

Важливим аспектом дослідження став аналіз гендерних відмінностей у сприйнятті впливу соціальних мереж. Отримані дані свідчать про те, що цифрова детермінація ідентичності має різну психологічну природу у юнаків та дівчат.

1. Самопрезентація та Я-концепція.

У групі жінок (60% вибірки) категорія «цифрова ідентичність» у методиці «Хто Я?» зустрічається на 18% частіше, ніж у чоловіків. Дівчата схильні до більш ретельного конструювання візуального образу. Для них «Я-онлайн» часто стає

об'єктом естетизації. Психологічно це пояснюється вищим рівнем соціальної спрямованості та потребою в емоційному відгуку. У дівчат частіше фіксується розрив між «Я-реальним» та «Я-віртуальним», що створює додаткове внутрішнє напруження та ризик розвитку незадоволеності власною зовнішністю.

2. Рівень самооцінки та реакція на фідбек.

Кореляційний аналіз показав, що у дівчат зв'язок між кількістю лайків та рівнем самоприйняття є більш вираженим ($r=0,45$), ніж у юнаків ($r=0,28$). Юнаки (40% вибірки) частіше використовують соціальні мережі як інструмент демонстрації досягнень, статусу або компетенцій (ігровий контент, професійні інтереси). Їхня самооцінка в меншій мірі залежить від емоційного схвалення і в більшій — від групової приналежності до певних інтерес-спільнот.

3. Статуси ідентичності в гендерному розрізі.

Серед юнаків частіше зустрічається статус «дифузної ідентичності», що пов'язано з використанням соцмереж як засобу відволікання та розваг. У дівчат переважає стан «мораторію», пов'язаний із постійним пошуком ідеального образу та рольових моделей серед інфлюенсерів.

Аналіз результатів авторської анкети: поведінкові маркери

Детальний аналіз відповідей на авторську анкету дозволив виявити приховані механізми впливу мереж, які не охоплюються стандартизованими методиками:

- Мотивація та інтенсивність перебування онлайн: 72% респондентів зазначили, що перевірка оновлень у соцмережах є першою дією після пробудження. Оскільки 28% опитаних проводять у мережі понад 5 годин щодня, це свідчить про формування стійкої поведінки, де самоідентичність в соціальних мережах серед власного існування стає базовою потребою. При цьому 68% респондентів зазначили, що основною метою є споживання розважального

контенту, що вказує на пасивний характер формування ідентичності через копіювання чужих зразків.

- Суб'єктивна значущість схвалення: На запитання «Чи впливає відсутність очікуваної кількості лайків на ваш настрій?» 48% дівчат та 22% юнаків відповіли ствердно. Це підтверджує тезу про «делегування» самооцінки зовнішнім алгоритмам. Висока чутливість до зворотного зв'язку (виявлена у 42% загальної вибірки) свідчить про втрату внутрішніх критеріїв самоцінності.

- Соціальне порівняння: Понад 65% усіх респондентів визнали, що відчувають легку тривогу або незадоволеність власним життям після перегляду сторіс успішних однолітків (синдром FOMO — страх втрачених можливостей). Це порівняння стає постійним тлом для оцінки власного «Я», де реальні досягнення знецінюються порівняно з ідеалізованим «глянцем» соціальних платформ.

Об'єднуючи результати всіх методик, можна побудувати психологічний профіль сучасної молодої людини в контексті цифрової соціалізації. Це особистість, яка:

1. Має високу гнучкість, але низьку стійкість ідентичності.
2. Шукає зовнішні опори для самоствердження у віртуальному просторі.
3. Схильна до фрагментарності самосприйняття («Я» як набір постів та реакцій).

Вплив соціальних мереж можна класифікувати як «фактор ризику» для осіб із низькою самооцінкою та як «ресурсний фактор» для осіб із досягнутою ідентичністю, які використовують мережу лише як інструмент, а не як джерело самовизначення.

2.5. Узагальнення результатів дослідження та оцінка досягнення мети

Завершальним етапом емпіричного дослідження став узагальнювальний аналіз, спрямований на систематизацію отриманих даних та оцінку ступеня реалізації поставленої мети. Метою роботи було встановлення психологічних особливостей впливу соціальних мереж на процес формування самоідентичності молоді.

На основі проведеного аналізу результатів встановлено наступні закономірності:

1. Вплив на статусну структуру ідентичності. Математико-статистична обробка даних підтвердила наявність статистично значущого зв'язку ($r = 0,48$) між часом перебування у віртуальному просторі та дифузним статусом ідентичності. Високий показник респондентів у стані мораторію (35%) свідчить про те, що цифрові платформи стають зоною пролонгованого пошуку себе. Велика кількість доступних соціальних зразків та рольових моделей у мережі може як стимулювати самопізнання, так і перешкоджати остаточному самовизначенню особистості.

2. Детермінація самооцінки та емоційного стану. Підтверджено значущу роль соціальних медіа у формуванні емоційно-ціннісного компонента особистості. Виявлено пряму залежність між рівнем орієнтації на соціальне схвалення (лайки, коментарі) та показниками самоприйняття ($r = 0,39$). Результати свідчать, що група респондентів із низькою самооцінкою (23%) є найбільш вразливою до механізмів соціального порівняння, що актуалізує проблему залежності внутрішнього комфорту молоді від зовнішніх цифрових метрик.

3. Трансформація структури Я-концепції. Аналіз результатів за методикою М. Куна засвідчив інтеграцію компонентів «цифрової ідентичності» до загальної

структури образу «Я» (12% відповідей). Той факт, що 35% опитаних визнали схильність до ідеалізації власного онлайн-образу, вказує на компенсаторну функцію соціальних мереж. Це дозволяє молоді моделювати бажаний образ себе, що не завжди збігається з реальною самоідентифікацією.

Оцінка виконання завдань дослідження. У процесі наукового пошуку було вирішено всі поставлені завдання:

- Теоретичне обґрунтування: систематизовано наукові підходи до проблеми трансформації самоідентичності в умовах цифровізації суспільства.
- Методологічне забезпечення: сформовано та апробовано комплексний діагностичний інструментарій, що дозволив вивчити когнітивні, емоційні та поведінкові аспекти проблеми.
- Емпіричний аналіз: проведено обстеження 60 респондентів, здійснено якісну інтерпретацію та математичну верифікацію результатів.

Додатково встановлено наявність гендерної специфіки: дівчата виявилися більш сензитивними до віртуального схвалення ($r = 0,45$), тоді як юнаки частіше використовують цифрові платформи як інструмент функціональної самопрезентації та презентації досягнень.

Результати дослідження дають підстави для висновку, що соціальні мережі постають потужним чинником об'єктивного сприйняття ідентичності молоді. Це проявляється у зміщенні акцентів із внутрішньої рефлексії на зовнішню самоідентифікацію особистості. Сформований «психологічний профіль» сучасної молоді вказує на загрозу втрати цілісності особистості за умови відсутності навичок критичного самосприйняття та цифрової гігієни.

Тому поставлену мету дослідження досягнуто. Отримані результати можуть бути використані психологами та педагогами для розробки програм підтримки молоді у процесі їхньої цифрової соціалізації та гармонізації реальної та віртуальної ідентичностей.

Висновки до розділу 2

У другому розділі дипломної роботи було проведено емпіричне дослідження з метою виявлення психологічних особливостей впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді. Відповідно до поставленої мети та завдань було визначено організацію дослідження, сформовано вибірку та підібрано комплекс психодіагностичних методик.

Результати дослідження засвідчили, що для значної частини молоді характерними є статуси мораторію та дифузної ідентичності, що вказує на активний процес пошуку власної ідентичності та нестійкість самовизначення в умовах сучасного інформаційного простору.

Аналіз структури Я-концепції показав наявність елементів цифрової ідентичності, що підтверджує вплив соціальних мереж на самосприйняття та самопрезентацію молоді. Виявлено також полярність рівнів самооцінки, що може бути пов'язано із залежністю від зовнішнього соціального схвалення у віртуальному середовищі.

Кореляційний аналіз підтвердив наявність взаємозв'язків між інтенсивністю користування соціальними мережами та окремими показниками самоідентичності, що свідчить про значущий вплив цифрового середовища на психологічні характеристики особистості молоді.

Розділ 3.

ПСИХОЛОГІЧНІ ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

3.1. Порівняльний аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду дослідження цифрової ідентичності.

У сучасній психологічній літературі дедалі більше уваги приділяється питанню впливу соціальних мереж на процес формування самоїдентичності молоді. Як зазначає В. О. Васютинський, віртуальна комунікація трансформує звичні механізми взаємодії, змушуючи молоду людину постійно переосмислювати свій образ «Я» [10, с. 112]. Це пояснюється тим, що цифрові платформи стали частиною щоденного життя молоді, створюючи нові умови для комунікації, самовираження та соціального порівняння. Останні дослідження демонструють, що цей вплив є багатограним і охоплює як позитивні, так і потенційно проблемні аспекти.

У зарубіжному науковому дискурсі акцентується увага на тому, що соціальні медіаплатформи постають як значуще середовище для моделювання соціальної та персональної ідентичності особистості. Крос-культурні розвідки свідчать, що цифрові ресурси створюють умови для диференціації, актуалізації та узгодження складників культурної ідентичності індивіда [49].

Зарубіжний науковий дискурс (Ш. Теркл, Дж. Палфрі, М. Пренскі) акцентує увагу на тому, що соціальні медіаплатформи постають як значуще середовище для моделювання персональної ідентичності. Шеррі Теркл у своїх працях описує феномен «Самотність разом», стверджуючи, що молодь часто обирає віртуальну взаємодію через можливість «редагувати» власну особистість.

Це створює ілюзію досконалості, проте заважає формуванню справжньої близькості та автентичного «Я».

Важливим внеском зарубіжних дослідників є вивчення теорії соціального порівняння Леона Фестінгера в цифровому контексті. Встановлено, що молоді люди схильні до «висхідного порівняння» — зіставлення власного повсякденного життя з ідеалізованими образами блогерів. Це породжує когнітивний дисонанс: реальне «Я» починає сприйматися як недостатньо успішне порівняно з віртуальним еталоном. Крос-культурні розвідки також свідчать, що цифрові ресурси дозволяють молоді експериментувати з культурною та гендерною ідентичністю, що в умовах глобалізації виступає каталізатором самодетермінації [49].

Окремий пласт зарубіжних досліджень присвячений феномену FOMO (Fear of Missing Out) — страху втрачених можливостей. Це нав'язлива тривога, що інші проводять час цікавіше, ніж суб'єкт. FOMO безпосередньо корелює з розмиванням ідентичності, адже молода людина починає вибудовувати свої інтереси не на основі внутрішніх потреб, а на основі мейнстрімних трендів соціальних мереж.

Аналіз результатів досліджень дає підстави стверджувати, що віртуальні мережі перетворюються на специфічний простір, де молодь має змогу конструювати власну систему уявлень про «Я» та взаємодіяти з розмаїттям соціокультурних моделей. Це, своєю чергою, виступає каталізатором процесів самодетермінації та самовираження суб'єкта в умовах сучасного глобалізованого суспільства [47, с. 14].

Інший напрям досліджень, що базується на кількісних методах, виявляє тісний зв'язок між активністю у соціальних мережах, практиками самопрезентації та прагненням до соціального визнання [2, с. 44]. Зокрема, встановлено, що самопрезентація виступає посередником між використанням

цифрових платформ і відчуттям соціальної підтримки, пояснюючи механізми впливу соцмереж на самооцінку молоді [21, с. 115].

Окремі роботи розглядають соціальні мережі як середовище, що формує не лише індивідуальну, а й соціально-політичну ідентичність [20, с. 252]. Хоча ці аспекти не завжди прямо стосуються психологічної самоідентичності, вони демонструють, що активність у цифровому просторі може посилювати відчуття належності до певних груп, що є важливим елементом соціальної ідентичності.

Водночас багато досліджень акцентують на суперечливих наслідках впливу соціальних мереж. У межах теоретичних моделей розвитку ідентичності показано, що цифрові платформи можуть одночасно сприяти самовираженню та створювати психологічну напругу через соціальне порівняння й очікування схвалення [23, с. 90]. Підлітки нерідко описують подвійний досвід: з одного боку — розширення можливостей для комунікації та творчого самовираження, з іншого — відчуття дискомфорту, спричинене тиском очікувань аудиторії та стандартизацією образів «успішного» життя [2, с. 48].

У низці праць наголошується на ризиках фрагментації «Я». Н. П. Михайлова вказує, що створення різних цифрових профілів ускладнює формування цілісного образу себе, що в умовах віртуалізації суспільства може призводити до роздвоєння ідентичності [28, с. 82]. Це можуть бути професійні профілі, персональні сторінки або розважальний контент, що ускладнює формування цілісного й стабільного уявлення про себе. Такий феномен, з одного боку, відкриває простір для експериментів із власною ідентичністю, а з іншого — може призводити до роздвоєння «Я», коли онлайн-образи не узгоджуються з офлайн-реальністю.

Українські наукові публікації також приділяють увагу впливу соціальних мереж на молодь, проте здебільшого акцентують на аспектах, пов'язаних із психоемоційним станом, соціальною активністю та самооцінкою. Зокрема І.

Гояна та Т. Данилова, акцентують на неоднозначності цього впливу: мережі можуть бути джерелом підтримки, але водночас провокувати тривожність та залежну поведінку [14, с. 121]. Є. С. Гіденко додає, що деструктивні явища, такі як кібербулінг, створюють додаткові ризики для емоційної стабільності молоді [12, с. 28]. Сучасні вітчизняні роботи підкреслюють неоднозначність цього впливу: соцмережі можуть виступати джерелом підтримки, сприяти розвитку комунікативних навичок і пошуку однодумців, але водночас провокувати тривожність, зниження самооцінки, формування залежної поведінки та навіть соціальну ізоляцію через надмірну цифрову активність.

У контексті самоідентичності вітчизняні автори, як-от О. В. Мартинчук, звертають увагу на те, що цифрова самопрезентація безпосередньо впливає на сприйняття власних можливостей у соціальній сфері [27, с. 114]. Виявлено, що цифрова самопрезентація може впливати на самооцінку й сприйняття власних можливостей у професійній та соціальній сферах, формуючи уявлення про себе як про «успішного» індивіда. Особливо це стосується дівчат юнацького віку, чий тілесний образ «Я», за даними А. І. Литвинчук, часто формується під впливом візуального контенту Instagram [25, с. 148]. Тому соціальні мережі стають важливим чинником, який поєднує очікуване соціальне визнання з внутрішніми психологічними показниками.

Окремі українські роботи доводять, що надмірне використання соцмереж може спричиняти підвищену тривожність, проблеми із самооцінкою та емоційною стабільністю, що опосередковано деформує процеси формування ідентичності. У цьому контексті процеси гармонізації особистості, на думку Ю. М. Швалба, вимагають розвитку високого рівня екологічної психології та відповідальної поведінки [39, с. 110]. Як підсумовує О. Довгань, успішне подолання криз юнацького віку в цифрову епоху залежить саме від здатності

особистості конструктивно інтегрувати віртуальний досвід у реальну структуру життя [18, с. 146].

Аналіз результатів досліджень дає підстави стверджувати, що віртуальні мережі перетворюються на специфічний «психологічний мораторій», де молодь затримується у пошуку себе, часто не переходячи до стадії зрілої ідентичності. Узагальнюючи вітчизняний та зарубіжний досвід, можна виділити кілька ключових ліній розбіжності та перетину:

1. Механізм самопрезентації: Зарубіжні автори вбачають у цьому творчий акт конструювання суб'єктивності, тоді як вітчизняні — загрозу щирості та самоприйняттю.

2. Соціальна підтримка: Спільним є висновок, що самопрезентація виступає посередником між активністю в мережі та відчуттям приналежності до групи [21, с. 115].

3. Ризики: Обидва підходи солідарні у визначенні кібербулінгу (Є. С. Гіденко) як деструктивного чинника, що може зруйнувати незміцнілу ідентичність [12, с. 28].

Особливого значення в українському контексті набуває розвиток екологічної психології (за Ю. М. Швалбом). В умовах інформаційної війни та надмірного контенту, успішне формування ідентичності залежить від здатності молоді до медіагігієни та критичного мислення. Як підсумовує О. Довгань, подолання криз юнацького віку в цифрову епоху можливе лише за умови конструктивної інтеграції віртуального досвіду в реальну структуру життя [18, с. 146].

Загалом, порівняльний аналіз зарубіжних і вітчизняних досліджень свідчить: соціальні мережі є потужним інструментом цифрової соціалізації, який суттєво впливає на становлення самоідентичності молоді. Якщо зарубіжні роботи акцентують на механізмах самопрезентації, соціального порівняння та

багатовимірної конструкції «Я», то українські — на психоемоційних наслідках цифрової активності та її ролі у формуванні самооцінки й соціальної успішності [35, с. 64]. Обидва підходи підкреслюють необхідність подальших емпіричних досліджень для комплексного розуміння того, як цифрове середовище формує психологічні характеристики, що лежать в основі ідентичності молодих людей.

3.2. Обґрунтування моделі психологічного супроводу молоді на основі зарубіжного досвіду гармонізації самоідентичності в соціальних мережах

Розробка практичних рекомендацій та моделі психологічної допомоги сучасній молоді в Україні неможлива без глибокого аналізу та адаптації зарубіжного досвіду. В країнах Європейського Союзу та США дослідження впливу соціальних мереж на психічне здоров'я почалися значно раніше, що дозволило іноземним науковцям розробити дієві протоколи психологічного супроводу, спрямовані на стабілізацію самоідентичності в умовах епохи соціальних мереж.

Пропонована дана модель базується на інтеграції декількох провідних зарубіжних підходів, які довели свою ефективність у роботі зі студентською молоддю:

1. Британська модель «Цифрова резильєнтність». Цей підхід, розроблений британськими дослідниками, та фокусуються не на обмеженні використання мереж, а на розвитку внутрішньої стійкості особистості. Вона передбачає здатність молодої людини розуміти ризики, вчитися на них і відновлювати свою самооцінку після негативного віртуального досвіду [49].

2. Американська модель медіапсихології (підхід Ш. Теркл). Основна увага тут приділяється подоланню «цифрового камуфляжу» та розвитку навичок автентичної самопрезентації. Зарубіжні психологи наголошують, що ідентичність стає зрілою лише тоді, коли онлайн-профіль є відображенням реальних цінностей, а не інструментом компенсації комплексів [53].

3. Скандинавська концепція «Media and Information Literacy» (MIL). Вона розглядає психологічне благополуччя як результат високої грамотності: коли студент розуміє алгоритми роботи соцмереж, він перестає сприймати лайки як показник своєї цінності [54].

Структура комплексної моделі супроводу. Дана модель включає три стратегічні блоки, кожен з яких спирається на конкретні зарубіжні методики корекції:

Блок 1. Аналіз та розбір медійних образів

Цей етап базується на методах когнітивно-поведінкової терапії, широко вживаних у західній практиці для боротьби з депресією, спричиненою Instagram.

- Методика «Перевірка образу на реальність»: Студенти вчаться аналізувати «ідеальні» зображення через призму технічних засобів їх створення (світло, ракурси, редактори). Це допомагає зруйнувати ілюзію досконалості іншого, яка зазвичай пригнічує самоідентичність спостерігача.

- Опрацювання «Упередження соціального порівняння» Ми використовуємо вправи на усвідомлення того, що мозок схильний порівнювати «своє внутрішнє» з «чужим зовнішнім». Це фундаментальний конфлікт, який веде до розмивання ідентичності.

Блок 2. Емоційна автономія та подолання FOMO. У зарубіжному досвіді, зокрема в працях К. Нефф особливе місце посідає концепція співчуття до себе [55].

- Техніка «Цифрова усвідомленість»: Замість автоматичного гортання стрічки, студентам пропонується практика усвідомленого спостереження за своїми емоціями. Якщо пост викликає заздрість — це сигнал для аналізу незадоволеної потреби в реальному житті.

Корекція страху втрачених можливостей (FOMO). Західні психологи пропонують альтернативну концепцію — JOMO (Joy of Missing Out) — радість від того, що ти пропускаєш непотрібні події, зосереджуючись на власному розвитку. Це зміцнює внутрішні опори ідентичності, роблячи її незалежною від групового тиску мережі

Блок 3. Протоколи втручання при порушеннях ідентичності (Західний клінічний досвід)

У зарубіжній практичній психології, зокрема у працях Дж. Гроссмана та Р. Кемпбелл розроблено специфічні протоколи втручання, які інтегровано в модель для роботи з деформаціями «Я» у молоді.

1. Концепція «Цифрове втілення» та подолання дисоціації. Західні дослідники, як-от М. Гріффітс, вказують на ризик «втрати тіла» у віртуальному просторі. Коли молода людина проводить понад 5 годин у мережі, її самоідентичність стає суто когнітивною («я — це те, що я пишу/пошу»), що призводить до ігнорування фізичних потреб [56, с.59].

- Метод «Інтеграція тілесного та цифрового "Я"»: Ця західна методика передбачає вправи на відновлення сенсорного зв'язку. Наприклад, техніка «4-7-8» (дихальна вправа), що застосовується американськими психологами для виведення студента зі стану «трансу» під час безкінечного скролінгу стрічки. Це дозволяє повернути ідентичність у фізичні межі, знижуючи рівень деперсоналізації.

2. Програма «Справжнє обличчя». Ця зарубіжна ініціатива спрямована на боротьбу з «Снапчат-дисморфія» (термін, введений американськими

косметичними хірургами для опису пацієнтів, які хочуть виглядати як їхні відфільтровані селфі).

- Методика руйнування фільтрів: Студентам демонструються механізми роботи нейромереж, які змінюють симетрію обличчя. Використовується метод «дзеркальної терапії» без гаджетів, що дозволяє заново впроваджувати реальні недоліки зовнішності у структуру позитивного «Я». Дослідження в Лейденському університеті підтвердили, що після 4 тижнів такої роботи рівень самоприйняття у студентів зростає на 28% [57].

3. Стратегія «Цифрові кордони та цілісність ідентичності».

Дана Бойд висунула теорію «контекстного краху». Це ситуація, коли молода людина змушена створювати один профіль для всіх (батьків, друзів, викладачів), що призводить до паралічу ідентичності — людина не знає, якою їй бути «насправді».

- Методика «Встановлення особистісних кордонів»: Пропонується впроваджувати американський досвід створення «приватних зон» у мережі. Наприклад, використання — закритих акаунтів для вузького кола друзів, де дозволено бути неідеальним, слабким або смішним. Це дає змогу юнацькій ідентичності мати простір для експериментів без страху публічного осуду.

Блок 4. Модель «Цифрова мудрість»

Замість застарілого підходу «боротьби з гаджетами», західна модель «цифрова мудрість» пропонує використовувати соцмережі як інструмент посилення ідентичності, а не її заміни.

- Метод «Особистий бренд проти справжнього "Я" »: Психологи навчають студентів розрізняти свій «особистий бренд» (робочий/соціальний інструмент) та свою «внутрішню сутність». Це критично важливо для професійної ідентифікації студентів. Навички самопіару в мережі розглядається

як технічна компетенція, яка не повинна впливати на базове почуття власної гідності.

Інтеграція за Г. Дженкінсом: Використання концепції «культури участі». Студентів стимулюють переходити від ролі «споживача» до ролі «творця». Коли молода людина створює власний контент (веде блог про науку, малює, пише код), її ідентичність базується на діяльності, а не на порівнянні себе з іншими [58, с. 70].

Для реалізації даної моделі було адаптовано клінічний протокол, розроблений у межах «Розділ кіберпсихології». Західні фахівці наголошують, що традиційне анкетування часто не виявляє прихованих деформацій ідентичності, тому необхідна глибинна структурована бесіда.

Далі пропонуються впровадити наступні блоки питань, які психолог може опрацювати з молодого людиною для виявлення рівня «цифрового відчуження»:

1. Блок «Інвестиція в ідентичність»:

- «Якби ваш основний профіль у соціальній мережі зник сьогодні назавжди, яка частина вашої особистості постраждала б найбільше?»
- «Чи відчуваєте ви, що люди, які знають вас лише онлайн, знають «справжнього» вас краще, ніж ті, з ким ви спілкуєтеся особисто?»

Наукове обґрунтування: Це дозволяє виявити рівень «Перевага віртуальної ідентичності » - феномену, коли віртуальне «Я» стає домінантним, а реальне сприймається як «обслуговуюче» та нецікаве [59, с. 30].

2. Блок «Соціальна валідація»:

- «Що ви відчуваєте в перші 10 хвилин після публікації фото, якщо на ньому немає жодної реакції?»
- «Чи змінювали ви колись свою думку або поведінку в реальному житті, щоб вона більше відповідала очікуванням вашої онлайн-аудиторії?»

Підсумовуючи аналіз зарубіжних підходів, можна стверджувати, що ефективність запропонованої моделі психологічного супроводу ґрунтується на переході від стратегії «технологічного обмеження» до стратегії «психологічного зміцнення» суб'єкта. Використання досвіду західних центрів кіберпсихології дозволяє розширити інструментарій вітчизняного фахівця методами деконструкції алгоритмів, техніками відновлення тілесної ідентичності та протоколами подолання цифрової дисоціації.

Логіка побудованої моделі передбачає, що стабілізація самоідентичності молоді в умовах соціальних мереж має відбуватися через три ключові аспекти:

1. Інтеграція: об'єднання віртуального та реального досвіду в цілісну структуру «Я», що сприяє збереженню **психологічної цілісності** та запобігає дезінтеграції внутрішнього "Я".»

2. Автономізація: розвиток внутрішніх опор самооцінки, які не залежать від показників соціального схвалення (лайків) та алгоритмічного маніпулювання.

3. Свідома присутність: перехід від пасивного споживання контенту до усвідомленого керування власним цифровим слідом та увагою.

Тому дана модель не лише враховує глобальні виклики цифровізації, але й пропонує конкретні психологічні механізми адаптації особистості. Це створює надійне підґрунтя для розробки прикладних рекомендацій, спрямованих на практичне впровадження принципів медіагігієни та психологічної безпеки в повсякденне життя сучасної молоді.

3.3. Рекомендації щодо мінімізації негативного впливу соцмереж на формування самоідентичності молоді

Ефективна мінімізація негативного впливу соціальних мереж на процес формування самоідентичності молоді потребує системного підходу, який поєднує індивідуальні стратегії самодопомоги та професійний психологічний супровід. На основі проведеного дослідження та аналізу сучасних психологічних підходів, розроблено комплекс рекомендацій, спрямованих на збереження цілісності «Я» в цифровому середовищі.

Рекомендації щодо зміцнення внутрішніх опор та незалежності особистості від впливу соціальних мереж

Формування здорової ідентичності в умовах цифрового простору починається з розвитку навичок саморефлексії та медіагігієни. Молодій людині важливо усвідомити, що віртуальний світ є лише частиною соціального досвіду, а не його заміником.

1. Формування критичної дистанції з контентом. Молоді люди мають навчитися аналізувати «конструйованість» образів у мережі. Важливо пам'ятати, що більшість публікацій є результатом ретельного відбору, використання фільтрів та стратегічної самопрезентації. Як зазначає А. І. Литвинчук, усвідомлення штучності візуальних стандартів у соціальних мережах є першим кроком до подолання незадоволеності власним тілесним образом [25, с. 152]. Практична порада: запровадьте правило «3 секунд» — перед тим як почати порівнювати себе з людиною на фото, нагадайте собі, що це лише один кадр із тисячі невдалих, який пройшов обробку.

2. Усвідомлене керування увагою. Надмірне перебування в мережі виснажує когнітивні ресурси та сприяє розмиванню ідентичності. Ю. М. Швалб наголошує на важливості розвитку «екологічної відповідальності» за свій

інформаційний простір [39, с. 115]. Практична порада: встановіть чіткі часові межі, наприклад, не більше 2 годин на день для розважального контенту. Використовуйте функції смартфонів для обмеження екранного часу та вимикайте сповіщення, які створюють ілюзію терміновості.

3. Зміщення фокусу з «апробації» на «реалізацію». Оскільки дане дослідження виявило залежність самооцінки від кількості лайків, молоді рекомендується шукати альтернативні джерела визнання в реальному житті. Практична порада: розвивайте хобі, результати яких не обов'язково публікувати в мережі. Це дозволяє відчувати цінність самого процесу діяльності, а не лише соціального схвалення від сторонніх людей.

4. Практика «Цифрової медіагігієни». Регулярна перевірка списку підписок та стрічки новин допомагає мінімізувати вплив токсичного контенту. Якщо певний блогер або спільнота викликають почуття меншовартості чи тривоги — це прямий сигнал для відписки. Здоровий розвиток ідентичності можливий лише в інформаційному середовищі, яке стимулює до розвитку, а не до негативної рефлексії.

Рекомендації для практичних психологів щодо супроводу молоді в епоху соціальних мереж

Для практичних психологів (зокрема тих, хто працює в закладах вищої освіти) робота з проблемами цифрової ідентичності має стати одним із пріоритетних напрямів.

1. Діагностичний аспект. Психолог має включати в первинне інтерв'ю питання про «цифровий слід» клієнта. Важливо розуміти, як молода людина позиціонує себе в мережі, скільки часу там проводить і чи відчуває дискомфорт при відсутності гаджета. Доцільно використовувати методики дослідження самоставлення та рівнів тривожності в кореляції з активністю у соцмережах.

2. Використання методів арт-терапії та наративної психології. Відновити власну цілісність допомагає техніка наративної реконструкції. Людина пише історію власного життя, ігноруючи віртуальний світ. Це дозволяє склеїти особисту історію, яку звикли розривати на окремі кадри, публікації та короткі відео

3. Робота з тілесним образом «Я». Враховуючи вплив соціальних мереж (Instagram, TikTok), психологи мають проводити групові заняття, спрямовані на розвінчування медійних стандартів краси. Ефективними є вправи на розвиток тілесної чутливості та прийняття свого реального вигляду без «фільтрів».

4. Розвиток емоційного інтелекту як засіб протидії цифровому тиску.

Практичним психологам рекомендується впроваджувати елементи когнітивно-поведінкової терапії для корекції автоматичних думок, що виникають під час користування мережами. Нав'язливе бажання перевіряти стрічку або підраховувати лайки часто є симптомом внутрішньої тривожності.

- Техніка «Стоп-кадр»: Психолог навчає клієнта в момент виникнення заздрості до «ідеального життя» в Instagram зупинити потік думок і запитати себе: «Яку саме свою потребу я намагаюся задовольнити цим порівнянням?». Це допомагає повернути фокус із зовнішнього об'єкта на власну ідентичність [60].

- Групова динаміка: Проведення дискусійних клубів, де молодь може відкрито обговорювати свої страхи та невдачі, створює безпечне середовище, де ідентичність формується через справжню вразливість, а не через «фільтрований» успіх.

5. Профілактика кібербулінгу та захист соціальної ідентичності.

Кібербулінг є одним із найпотужніших деструктивних чинників, що руйнують самоідентичність молоді. Як зазначає Є. С. Гіденко, агресія у віртуальному просторі сприймається гостріше через її публічність та неможливість повністю видалити негативний контент [12, с. 35].

Рекомендації щодо безпеки: Психологи мають навчати молодь алгоритмам дій у ситуаціях хейту: відмова від емоційних відповідей, документування доказів, використання технічних засобів блокування.

Важливо зміщувати акцент з «вини жертви» на розуміння психології агресора. Це допомагає молодій людині не інтегрувати образи хейтерів у власну самооцінку, зберігаючи цілісність свого «Я».

6. Медіаграмотність як основа екології особистості.

Сучасна самоідентичність неможлива без високого рівня медіаграмотності. Психолог Ю. М. Швалб підкреслює, що здатність розрізняти факти та маніпуляції є базовою умовою збереження психологічної автономії [39, с. 118].

Навички розбору на деталі: Молодь має розуміти, як працюють алгоритми «бульбашок фільтрів», які показують лише той контент, що підтверджує вже наявні стереотипи. Це обмежує розвиток ідентичності, замикаючи людину в межах її вузьких уявлень.

Інформаційна гігієна: Рекомендується впроваджувати практику «інформаційних постів» — повних відмов від соцмереж на вихідні. Це дозволяє особистості «перезавантажитися» і почути власні бажання без стороннього шуму [22, с. 52].

Специфіка психологічної допомоги молоді у подоланні «цифрової залежності» самооцінки

Оскільки емпіричне дослідження показало, що значна частина молоді, зокрема дівчата, демонструє пряму кореляцію між кількістю віртуальних реакцій та рівнем самоприйняття, практичним психологам рекомендується використовувати методи когнітивної реструктуризації.

1. Робота з когнітивними викривленнями. Психолог має навчити клієнта розпізнавати «фільтри мислення», які активуються під час гортання стрічки новин. Найпоширенішими є «катастрофізація»: якщо я не виклав пост,

про мене забудуть, або «надмірне узагальнення»: якщо у блогера ідеальне життя, то моє — повний провал.

Методична рекомендація: використання «Щоденника думок», де студент записує емоцію після перегляду соцмереж, автоматичну думку та раціональну відповідь на неї. Це допомагає зміцнити когнітивний компонент ідентичності.

2. Техніки «заземлення» та відновлення тілесного Я. Постійне перебування у віртуальному просторі призводить до втрати зв'язку з власними тілесними відчуттями. Психологам варто впроваджувати в практику вправи з усвідомленості.

Методична рекомендація: проведення сесій, де увага фокусується на диханні та фізичних відчуттях «тут і зараз». Це дозволяє повернути ідентичність із «цифрової хмари» у реальне фізичне тіло.

Профілактика деструктивних впливів: стратегії протидії кібербулінгу та хейтингу.

Оскільки самоідентичність сучасної молоді тісно пов'язана з цифровим відображенням, вона стає надзвичайно вразливою до публічної критики. У багатьох випадках негативний коментар під фотографією або дописом сприймається молоддю не як суб'єктивна думка сторонньої особи, а як тотальна атака на всю особистість. Для нівелювання цього впливу пропонується наступний комплекс заходів:

1. Формування психологічного імунітету до критики. Практичним психологам слід проводити групові заняття, де розбираються механізми проекції (коли агресор виливає власний негатив на інших). Усвідомлення того, що хейт зазвичай не має стосунку до реальних якостей жертви, допомагає зберегти самооцінку цілісною.

2. Розробка алгоритму безпечної поведінки в мережі. Рекомендації для молоді мають містити чіткий план дій у разі зіткнення з агресією:

- Припинення комунікації: відсутність реакції — найсильніший інструмент проти тролінгу.
- Збір доказів: збереження скріншотів для можливого звернення до адміністрації платформи або правоохоронних органів.
- Пошук соціальної підтримки: обов'язкове обговорення ситуації з близькими або психологом для зняття внутрішньої напруги.

Важливим напрямом психологічного супроводу є підвищення рівня цифрової грамотності, що дозволяє особистості виступати активним суб'єктом, а не пасивним об'єктом впливу мережевих алгоритмів. Це досягається через реалізацію таких кроків:

1. Молодь має розуміти, що стрічка новин не є відображенням реального світу — це математична модель, створена для максимізації часу перебування в додатку. Розуміння того, що контент підбирається на основі емоційних тригерів, знижує рівень тривожності.

2. Замість пасивного споживання, рекомендовано молоді активно формувати свій інформаційний простір: підписка на освітні ресурси, сторінки з психологічної підтримки та спільноти за реальними інтересами (наука, спорт, мистецтво). Це сприяє розвитку професійної та пізнавальної ідентичності, а не лише розважальної.

Запропоновані рекомендації утворюють цілісну систему психологічного захисту, де цифрова грамотність поєднується з емоційною стійкістю. Перехід від ролі пасивного об'єкта впливу до позиції активного суб'єкта, який самостійно моделює свій інформаційний простір, є ключовою умовою збереження самоідентичності.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що мінімізація негативного впливу соціальних мереж можлива лише за умови комплексного підходу. Він має включати як індивідуальну роботу молоді над власними кордонами та критичним

мисленням, так і фахову допомогу практичного психолога у вміння розібратися, як саме шкідливі інтернет-звички керують нами, і зламати ці механізми. Саме такий баланс дозволяє молодій людині використовувати можливості соціальних мереж для саморозвитку, не втрачаючи при цьому зв'язку зі своїм автентичним «Я» та зберігаючи цілісність ідентичності в умовах сучасного інформаційного суспільства.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі зроблено огляд теорії теорію та створені практичні поради, як допомогти молоді краще розуміти себе в епоху соціальних мереж. Результати дослідження дозволяють зробити такі основні висновки:

1. Аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду показав, що само ідентичність є складним багатовимірним чинником, який формується на перетині реальної життєдіяльності та віртуальної репрезентації особистості. Встановлено, що якщо вітчизняні дослідники акцентують увагу переважно на психоемоційних ризиках, то іноземні дослідники акцентують увагу на тому, як особистість зберігає свою самостійність в умовах змішування різних соціальних контекстів. Даний аналіз підтвердив: головним викликом для молоді є розщеплення внутрішнього "Я" через потребу постійно адаптуватися до вимог різних соцмереж. Це зумовлює необхідність комплексних методів психологічної підтримки.

2. Розроблено модель психологічної підтримки, яка поєднує сучасні західні підходи з українськими ідеями про активну роль людини у власному житті. Її головна мета — допомогти людині перейти від пасивного «споживання» контенту до свідомого і щирого самовираження.

Модель складається з трьох напрямів: когнітивного — вчить критично ставитися до стандартів і образів у медіа; емоційного — допомагає підтримувати стабільну самооцінку, незалежно від лайків і реакцій у мережі; діяльнісного — сприяє тому, щоб досвід з онлайн-світу був корисним у реальному житті.

Також особлива увага приділяється подоланню залежності від лайків і страху щось пропустити (FOMO) через розвиток уміння радіти теперішньому моменту (JOMO).

2. З'ясовано, що етап діагностики дуже важливий у роботі психолога: завдяки адаптації зарубіжних методик стало можливим помічати ознаки того, що людина більше ототожнює себе з «онлайн-Я» і виносить свій досвід назовні. Це допомагає не просто бачити, що людина багато сидить у соцмережах, а й розуміти, наскільки вона живе своїм віртуальним образом і як при цьому стираються межі її реального «Я».

3. Розроблено практичні рекомендації окремо для молоді та психологів. Для молоді вони спрямовані на розвиток медіагігієни, критичного мислення та вміння робити «цифрові паузи», щоб зберігати ясність мислення і самостійність у рішеннях. Для психологів запропоновано використовувати такі методи, як робота з життєвими історіями, арт-терапія та зміна негативних думок, щоб допомагати людям із проблемами самоідентичності, які виникають через соціальні мережі.

4. Визначено, що вміння розумно користуватися інтернетом і інформацією та емоційний інтелект допомагають людині зберігати свою ідентичність. Доведено, що негативний вплив інтернету можна зменшити не заборонами, а розвитком психологічних навичок. Важливо вміти розпізнавати маніпуляції в мережі, створювати для себе простір без гаджетів і підтримувати

зв'язок із власним тілом — це допомагає людині нормально розвиватися і жити в сучасному цифровому світі.

Запропоновані способи оптимізації показують, що соціальні мережі можна сприймати не лише як небезпеку, а і як можливість для розвитку. Але для цього молоді потрібно мати активну позицію та стабільну самооцінку. У майбутньому важливо досліджувати, як соціальні мережі впливають на те, як людина сприймає себе і свою особистість.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У дипломній роботі проведено всебічне теоретико-емпіричне дослідження психологічних чинників та особливості впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді. Актуальність наукового пошуку обґрунтована масштабними соціокультурними змінами, викликаними стрімкою цифровізацією, де соцмережі перетворилися на вагоме середовище життєдіяльності особистості, що безпосередньо впливає на формування самоідентичності.

Теоретичний аналіз показав, що самоідентичність — це не щось постійне, а змінна і складна система, яка поєднує думки людини про себе, її почуття та поведінку. Вона формується під впливом як внутрішніх бажань і прагнень, так і зовнішнього середовища та суспільства. Також підтверджено, що ідентичність постійно змінюється залежно від умов життя і оточення людини.

Доведено, що молодість — це дуже важливий період для формування того, ким є людина. Саме тоді вона активно шукає себе, свої цінності та формує уявлення про власне «Я». Сьогодні цей процес тісно пов'язаний з інтернетом: він дає можливості для розвитку, але водночас несе і певні ризики для психіки.

З'ясовано, що соціальні мережі сильно впливають на самоідентичність молоді. Вони змінюють те, як людина показує себе іншим і з ким себе порівнює. З одного боку, соцмережі допомагають спілкуватися і розширювати коло знайомств, а з іншого — можуть призводити до втрати цілісного образу себе, залежності від чужої думки та меншої самостійності.

Дослідження показало, що багато молодих людей ще перебувають у стані пошуку себе і не мають чітко сформованої ідентичності.

Також виявлено, що «онлайн-образ» став важливою частиною того, як людина сприймає себе. Те, як її оцінюють у соцмережах, впливає на відчуття успішності та привабливості. Багато хто орієнтується на лайки та реакції, щоб відчувати свою значущість.

Щодо самоідентичності, то вона може як покращуватись через позитивні відгуки, так і погіршуватись через порівняння себе з «ідеальними» образами інших у соціальній мережі.

Аналіз даних підтвердив, що активність у соцмережах пов'язана з тим, як формується самоідентичність і наскільки стабільним є уявлення людини про себе.

Отже, мету дослідження досягнуто: доведено, що використання соцмереж прямо впливає на формування особистості в молодому віці.

Практична користь роботи полягає в тому, що її результати можна використовувати в роботі психологів, навчальних закладів і соціальних центрів. На їх основі можна створювати тренінги, які допоможуть молоді краще розуміти себе, розвивати критичне мислення та захищатися від негативного впливу соціальних мереж.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асєєва Ю. О. Кіберкомунікативна залежність від соціальної мережі Instagram як проблема сучасної молоді. Габітус. 2020. № 14. С. 152–157. URL: <https://repo.odmu.edu.ua:443/xmlui/handle/123456789/8327> (дата звернення: 27.02.2026).
2. Балинець К. С., Грейліх О. О. Особливості самооцінки у підлітковому віці : монографія. Київ, 2020. № 6.
3. Белінська О. В. Психологія соціальних мереж : навчальний посібник. Київ : Каравела, 2021. 212 с.
4. Березовська Л. Вплив соціальних мереж на психологічне благополуччя особистості. Вісник Національного університету оборони України. 2020. № 55(2). С. 28–36. DOI: 10.33099/2617-6858-2020-55-2-28-36.
5. Белякова С., Шовкова К. Соціально-психологічні особливості розвитку особистості сучасного підлітка. Молодий вчений. 2018. № 5. С. 57.
6. Біляєва С. О. Інститут археології Національної академії наук України / упоряд. та відп. ред. П. П. Толочко. Київ : ВД АДЕФ-Україна, 2014. 185 с.
7. Блінов О. А. Вплив віртуального середовища на формування особистості. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. 2019. Вип. 8 (18). С. 45–52.
8. Булах І. С. Психологія особистісного зростання підлітків: реалії та перспективи : монографія. Вінниця : ТОВ Нілан-ЛТД, 2016. 340 с.
9. Василенко Л., Савчин М. Вікова психологія. Львів, 2021.
10. Васютинський В. О. Психологія віртуальної комунікації : монографія. Львів : Світ, 2020. 304 с.
11. Виноградова В. Є. Соціальна мережа як чинник конструювання ідентичності. Психологічні науки: проблеми і здобутки. 2022. № 1(15). С. 34–48.

12. Гіденко Є. С. Кібербулінг: насильство в соціальній мережі. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Юриспруденція. 2021. № 50. С. 26–29. DOI: 10.32841/2307-1745.2021.50.6.
13. Гнатенко П. І., Павленко В. М. Ідентичність: філософський та психологічний аналіз. Київ : АРТ-ПРЕС, 1999. 466 с.
14. Гоян І. Данилова Т. Вплив соціальних мереж на психологічне функціонування особистості: до постановки проблеми. Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія. 2021. Т. 12, № 4. С. 118–124. DOI: 10.31548/hspedagog2021.04.117.
15. Грисенко Н. В. Особливості Я-концепції молоді в епоху цифровізації. Психологія і суспільство. 2023. № 1. С. 89–102.
16. Гулей Н. Г. Психологія підліткового віку. Матеріали міжнар. наук.-конф. (Черкаси, 23 квітня 2020 р.). Черкаси, 2020.
17. Данилюк І. В. Психологія самосвідомості та ідентичності : підручник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2021. 450 с.
18. Довгань О. Специфіка кризи особистості у юнацькому віці. Психологія і суспільство. 2004. № 2. С. 144–150.
19. Довгопол Ю. В. Проблеми сучасної психології. Запоріжжя, 2012. 166 с.
20. Зимянський А. Психологічні особливості розвитку моральної позиції підлітків. 2012. С. 252.
21. Зубіашвілі І. К. Психологічні аспекти мережевої активності сучасної молоді. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2020. С. 112–119.
22. Калмикова О. О. Цифрове покоління: виклики для самоідентифікації. Актуальні проблеми психології. 2021. Т. 7, вип. 50. С. 201–215.
23. Корольчук М. С. Психологія стресостійкості молоді в інтернет-середовищі. Київ : Ніка-Центр, 2019. 180 с.

24. Лавріненко В. А. Психологічні особливості становлення смислової сфери підлітків. Психологія і особистість. Київ, 2013. 59 с.
25. Литвинчук А. І. Роль Instagram у формуванні тілесного образу «Я» дівчат юнацького віку. Теоретичні і прикладні проблеми психології. 2022. № 2(58). С. 145–156.
26. Максименко С. Д. Генезис здійснення особистості : монографія. Київ : Видавництво ТОВ «КММ», 2015. 256 с.
27. Мартинчук О. В. Самопрезентація особистості в соціальних мережах: психологічний аналіз. Габітус. 2021. № 22. С. 110–115.
28. Михайлова Н. П. Проблема ідентичності в умовах віртуалізації суспільства. Український психологічний журнал. 2020. № 3(13). С. 77–88.
29. Осадько О. Ю. Психологія інтернет-залежності. Київ : Шкільний світ, 2021. 128 с.
30. Павлюк Т. М. Особливості міжособистісної взаємодії молоді в соціальних мережах. Психологічний часопис. 2022. Т. 8, № 5. С. 33–42.
31. Петрунько О. В. Дитяча і молодіжна ідентичність в медіапросторі : монографія. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2018. 320 с.
32. Піча В. М., Хоми Н. М. Біографічна енциклопедія : навч.-метод. посіб. Львів : Новий Світ-2000, 2018. 369 с.
33. Піча В., Семашко О., Черниш Н. Соціологія: Наука про суспільство. Харків, 1996.
34. Роджерс К. Нові підходи в психологічній практиці : навч.-метод. посіб. Київ : ІОІ, 2016. 116 с.
35. Савчин М. В. Психологія відповідальної поведінки : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2019. 240 с.

36. Скотна Н., Галян І. Проблеми гуманітарних наук. Збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Психологія / за ред. Ю. В. Дрогобич. Львів : ДДПУ, 2015.
37. Терещенко Л. А. Психологічна допомога молоді з ознаками інтернет-адикції. Практична психологія та соціальна робота. 2021. № 4. С. 12–19.
38. Титаренко Т. М. Способи гармонізації особистості в умовах невизначеності. Психологія особистості. 2020. № 1(11). С. 5–14.
39. Швалб Ю. М. Еколого- психологічні детермінанти суб'єктивного благополуччя особистості. Київ – Львів : Видавець Вікторія Кундельська, 2021. – 234 с.
40. Якимчук Б. Психологія підліткового віку. Київ : МАУП, 2004. 152 с.
41. Boyd D. It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. New Haven : Yale University Press, 2014. 296 p.
42. Douglas M. Tetley. Adolescent Psychology: Ideas, Issues, and Applications. 2012.
43. Erikson E. H. Identity and the Life Cycle. New York : W. W. Norton & Company, 1994. 192 p.
44. Icks M., Shiraev E. (eds.) Character Assassination throughout the Ages. New York : Palgrave Macmillan US, 2014.
45. Marcia J. E. Identity in Adolescence. Adolescent Psychology. New York : Wiley, 2020. P. 159–187.
46. Pantic M. Social Media and Self-Esteem: A Meta-Analysis. Journal of Media Psychology. 2021. Vol. 33(4). P. 210–225.
47. Rogers C. Client-Centered Therapy. Boston : Houghton Mifflin Company, 1951. 28 p.
48. Rogers C. Client-Centered Therapy. Houghton Mifflin Company. Бостон, Массачусетс, США. 1951. 28с.

49. Helsper E. J. The Digital Disconnect: The Social Causes and Consequences of Digital Inequalities / E. J. Helsper. — London : SAGE Publications, 2021. — 216 p.
50. Teens and social media use: What's the impact? / Mayo Clinic Staff. Elk Grove Village : American Academy of Pediatrics, 2023.
51. Turkle S. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. New York : Basic Books, 2017. 384 p.
52. Valkenburg P. M. Social Media Use and Well-Being: What We Know and What We Need to Know. *Current Opinion in Psychology*. 2022. Vol. 45. P. 101–112.
53. Turkle S. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other / S. Turkle. — New York : Basic Books, 2011. — 384 p.
54. Media and Information Literacy: Reinforcing Human Rights, Countering Radicalization and Extremism / ed. by U. Carlsson. — Gothenburg : Nordicom, 2016. — 254 p.
55. Neff K. Self-Compassion: The Proven Power of Being Kind to Yourself / K. Neff. — New York : William Morrow, 2011. — 320 p. — URL: <https://self-compassion.org/the-research/>
56. Griffiths M. D. Adolescent cyber-advertising and the internet: A review of the psychological issues. *Journal of Adolescence*. 2003. Vol. 26, Is. 6. P. 711.
57. Jansen A. Mirror exposure for body image dissatisfaction / A. Jansen, M. Alleva, C. V. Lier // *Body Image*. 2015. Vol. 14. P. 115–127. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.02.002>
58. Jenkins H. Participatory Culture: In a Networked Era / H. Jenkins, M. Ito, d. boyd. — Cambridge : Polity Press, 2015. — 214 p.
59. Turkle S. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. New York : Basic Books, 2011. 384 p.

60. Beck J. S. Cognitive Behavior Therapy: Basics and Beyond / J. S. Beck. — 3rd ed. — New York : Guilford Press, 2020. — 418 p. — URL: <https://www.guilford.com/books/Cognitive-Behavior-Therapy/Judith-Beck/9781462544196>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Анкета соціально-демографічних даних

Тема дослідження: «Вплив соціальних мереж на формування самоідентичності молоді»

Мета анкети:

Збір базових соціально-демографічних даних респондентів для аналізу взаємозв'язку між віковими, соціальними характеристиками та психологічними показниками, що досліджуються (статус ідентичності, Я-концепція, самооцінка).

Інструкція для респондента:

Шановний(-а) респондент!

Будь ласка, заповніть цю анкету чесно та максимально точно. Усі відповіді будуть використовуватися лише в наукових цілях та обробляються анонімно. Відповідайте, відмічаючи один або декілька варіантів відповіді, якщо це зазначено.

1. Вік:

Вкажіть свій вік у роках: _____

2. Стать:

- Чоловіча
- Жіноча

3. Статус (поточний соціальний статус):

- Студент/ка
- Школяр/ка
- Працююча молодь
- Інше: _____

4. Основні соціальні мережі, якими користуєтеся

(відмітьте всі варіанти, які підходять):

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Telegram
- YouTube
- Інше: _____

5. Частота використання соціальних мереж

(відмітьте один варіант)

- Рідко (менше 1 разу на день)
- Регулярно (1–2 рази на день)
- Часто (3–5 разів на день)
- Дуже часто (понад 5 разів на день)

6. Середній час перебування в соціальних мережах щодня

- Менше 1 години
- 1–2 години
- 2–4 години
- Понад 4 години

7. Основна мета користування соціальними мережами

(можна обрати декілька варіантів)

- Спілкування з друзями та родиною
- Розваги, відпочинок
- Навчання, обмін інформацією
- Професійна діяльність
- Самовираження, створення образу в онлайн

- Інше: _____

8. Відчуття впливу соціальних мереж на ваше життя

(оцініть за шкалою від 1 до 5, де 1 – зовсім не впливають, 5 – дуже сильно впливають)

1 2 3 4 5 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

9. Самовідчуття в соціальних мережах

(відмітьте, що відчуваєте частіше)

- Впевненість у собі
- Тривогу або невпевненість
- Радість та задоволення
- Стрес або втому
- Інше: _____

Примітка для обробки даних:

- Пункти 1–3 використовуються для класифікації вибірки;
- Пункти 4–7 допомагають оцінити характер користування соціальними мережами;
- Пункти 8–9 дозволяють виявити суб'єктивне сприйняття впливу цифрового середовища на самоідентичність та емоційний стан молоді.

ДОДАТОК Б

Методика визначення статусів ідентичності (Дж. Марсія)

Мета: діагностика сформованості статусів ідентичності особистості (досягнута ідентичність, мораторій, передчасна ідентичність, дифузна ідентичність).

Інструкція: нижче наведено твердження, що стосуються ваших життєвих планів, цінностей та переконань. Просимо вас оцінити кожне твердження за 5-бальною шкалою, де:

- 1 — зовсім не відповідає моїй позиції;
- 2 — скоріше не відповідає;
- 3 — важко відповісти;
- 4 — скоріше відповідає;
- 5 — повністю відповідає моїй позиції.

Текст опитувальника (фрагменти)

1. Я чітко усвідомлюю свої професійні цілі та знаю, ким хочу бути у майбутньому.
2. Я часто аналізую власні життєві цінності та намагаюся зрозуміти, що для мене є головним.
3. Наразі я перебуваю у стані пошуку і часто змінюю свої погляди на те, як варто жити.
4. Мої плани на майбутнє були сформовані під впливом батьків або оточення, і я не бачу сенсу їх змінювати.
5. Мені складно визначитися зі своїми соціальними ролями та обов'язками.

6. Я намагаюся спробувати різні способи життя та моделі поведінки, перш ніж зробити остаточний вибір.

7. Я не відчуваю потреби замислюватися над серйозними життєвими питаннями прямо зараз.

8. Після тривалих роздумів я сформував власну систему переконань, якої намагаюся дотримуватися.

Обробка та інтерпретація результатів

Результати підраховуються шляхом підсумовування балів за відповідними шкалами, що дає змогу визначити домінуючий тип ідентичності:

- **Досягнута ідентичність:** високі показники за шкалами професійного та особистісного вибору після періоду активних роздумів. Характеризується сформованістю системи цінностей та планів.

- **Мораторій:** високі бали за шкалою пошуку при відсутності остаточного вибору. Особистість перебуває у стані кризи ідентичності, активно експериментує з ролями.

- **Передчасна ідентичність:** високі бали за шкалою прийняття рішень без попереднього періоду критичної рефлексії. Цінності та цілі зазвичай запозичені в авторитетних фігур (батьків, вчителів) без переосмислення.

Дифузна ідентичність: низькі показники як за шкалою пошуку, так і за шкалою рішучості. Відсутність чітких цілей та небажання займатися самовизначенням.

ДОДАТОК В

Методика «Хто Я?» (структура Я-концепції)

Мета: виявлення змістових компонентів Я-концепції молоді та визначення питомої ваги цифрової ідентичності в загальній структурі самосприйняття.

Інструкція: Протягом 10–12 хвилин вам необхідно дати якомога більше відповідей на запитання «Хто Я?». Записуйте відповіді у формі коротких тверджень або окремих слів так, як вони спадають вам на думку. Ваші відповіді можуть стосуватися різних сфер життя.

1. Особистісні якості (характер, риси)
2. Соціальні ролі (друг, студент, член родини)
3. Професійні/навчальні (студент, майбутня професія)
4. Цифрова ідентичність (онлайн-образи, сторінки в соцмережах)
5. Цінності та життєві цілі

Обробка та інтерпретація результатів

Отримані відповіді піддаються контент-аналізу та класифікуються за п'ятьма основними категоріями:

1. Особистісні якості (Рефлексивне «Я»): характеристики темпераменту, рис характеру, емоційних особливостей (наприклад: добрий, наполегливий, меланхолік).
2. Соціальні ролі (Соціальне «Я»): визначення себе через міжособистісні стосунки та приналежність до груп (наприклад: друг, син/донька, українець, волонтер).
3. Професійно-навчальні ролі (Діяльнісне «Я»): відображення статусу в освітній або трудовій діяльності (наприклад: студент, майбутній психолог, старанний учень).

4. Цифрова ідентичність (Віртуальне «Я»): самоописи, пов'язані з активністю в інформаційному просторі та мережевими образами (наприклад: блогер, активний користувач Instagram, геймер, підписник).

5. Ціннісно-цільові орієнтири (Перспективне «Я»): твердження, що відображають життєві прагнення, моральні принципи та цілі (наприклад: людина, що прагне успіху, гуманіст, мандрівник).

Кількісний аналіз: Розраховується відсоткове співвідношення відповідей у кожній категорії стосовно загальної кількості тверджень. Пріоритетність певної категорії в структурі відповідей свідчить про домінуючу ідентифікацію особистості на даному етапі розвитку.

ДОДАТОК Г

Методика діагностики рівня самооцінки особистості

Мета: визначення інтегрального показника самооцінки молоді та диференціація респондентів за рівнями (високий, середній, низький).

Інструкція: Прочитайте наведені нижче твердження. Оцініть, наскільки кожне з них відповідає вашому внутрішньому стану та уявленню про себе, використовуючи наступну шкалу:

- 1 бал — зовсім не так;
- 2 бали — скоріше не так;
- 3 бали — скоріше так;
- 4 бали — цілком так.

Текст опитувальника:

1. Я загалом задоволений собою та своїми особистісними якостями.
2. Мені часто здається, що в багатьох аспектах я гірший за інших людей. (*)
3. Я відчуваю впевненість у власних силах при вирішенні нових завдань.
4. Мені складно приймати себе таким/такою, яким/якою я є насправді. (*)
5. Я вважаю себе людиною, яка заслуговує на повагу з боку оточуючих.
6. Я часто відчуваю провину або незадоволення через власні вчинки чи зовнішність. (*)

Обробка та інтерпретація результатів

Під час обробки результатів враховується наявність прямих та зворотних тверджень (позначені зірочкою «*»). Для зворотних тверджень бали нараховуються у зворотному порядку (1=4, 2=3, 3=2, 4=1). Після перерахунку обчислюється середній бал респондента.

Характеристика рівнів самооцінки:

- Високий рівень (середній бал $> 3,0$): Характеризується вірою у власні можливості, позитивним сприйняттям своєї особистості та високим рівнем самоповаги. Окремо може свідчити про захисний характер самооцінки за умови ігнорування власних недоліків.

- Середній рівень (середній бал від 2,0 до 3,0): Відображає реалістичне ставлення до себе. Людина знає свої сильні та слабкі сторони, а її самосприйняття є достатньо стабільним, хоча може коливатися залежно від зовнішніх обставин чи успіхів.

Низький рівень (середній бал $< 2,0$): Вказує на схильність до самокритики, невпевненість у собі та залежність від зовнішнього схвалення. Часто супроводжується підвищеною тривожністю та фіксацією на невдачах.

Додаток Д

АНКЕТА «СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА САМОСПРИЙНЯТТЯ МОЛОДІ»

Шановний респонденте! Запрошуємо вас взяти участь у дослідженні, присвяченому вивченню ролі соціальних мереж у житті сучасної молоді. Опитування є анонімним, а всі отримані дані будуть використані виключно в узагальненому вигляді для наукових цілей.

I. Загальна інформація

1. Ваша стать: ☐ Чоловіча

☐ Жіноча

2. Ваш вік: _____ років.

3. Освіта (курс, спеціальність): _____

II. Інтенсивність використання соціальних мереж

4. Якими соціальними мережами ви користуєтеся найчастіше? (можна обрати кілька варіантів)

☐ Instagram

☐ TikTok

☐ Telegram

☐ Facebook

☐ Інше: _____

5. Скільки часу в середньому ви проводите в соціальних мережах щодня? ☐ Менше 1 години

☐ 1–2 години

☐ 3–5 годин

☐ Понад 5 годин

6. Чи є перевірка соціальних мереж першою дією, яку ви виконуєте після пробудження? ☐ Так

- ☐ Ні
- ☐ Не завжди, але часто

III. Мотивація та характер використання

7. З якою метою ви найчастіше заходите в соціальні мережі? (оберіть не більше 3-х варіантів)

- ☐ Спілкування з друзями/знайомими
- ☐ Пошук корисної інформації/навчання
- ☐ Перегляд розважального контенту (відео, меми)
- ☐ Трансляція власного життя (публікація фото, сторіз)
- ☐ Відволікання від проблем та реального життя

8. Наскільки важливо для вас візуальне оформлення вашого профілю (естетика, стиль)? ☐ Дуже важливо

- ☐ Важливо, але не критично
- ☐ Майже не звертаю на це уваги

IV. Значущість зворотного зв'язку та самосприйняття

9. Чи відчуваєте ви задоволення, коли ваші публікації отримують багато лайків та позитивних коментарів? ☐ Так, це значно покращує мій настрій

- ☐ Мені приємно, але це не впливає на мою самооцінку
- ☐ Майже не звертаю уваги на кількість лайків

10. Чи засмучуєтеся ви, якщо публікація не набирає очікуваної кількості реакцій? ☐ Так, виникає відчуття розчарування або невпевненості

- ☐ Іноді це викликає легкий дискомфорт
- ☐ Ні, це зовсім не важливо

11. Як часто ви порівнюєте своє життя, успіхи чи зовнішність із образами інших людей у соціальних мережах? ☐ Постійно

- ☐ Часто
- ☐ Рідко

☐ Ніколи

12. Чи відчуваєте ви тривогу або «страх втрачених можливостей» (FOMO), коли бачите в мережі, як інші цікаво проводять час? ☐ Часто

☐ Іноді

☐ Майже ніколи

V. Суб'єктивна оцінка впливу

13. Як, на вашу думку, соціальні мережі впливають на вашу самооцінку?

☐ Позитивно (допомагають почуватися впевненіше)

☐ Негативно (змушують сумніватися у собі)

☐ Ніяк не впливають

☐ Вплив неоднозначний (залежить від контенту)

14. Чи траплялося вам створювати в мережі образ, який не зовсім відповідає вашому реальному «Я» (здаватися щасливішим, успішнішим тощо)? ☐

Так, часто

☐ Іноді

☐ Ні, я завжди транслую лише реальність