МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет соціально-психологічної освіти та фізичної культури
Кафедра психології

Допущено до захисту
« » травня 2026 р.
В.о. зав. кафедри
_____ Борис ЯКИМЧУК

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ САМООЦІНКИ У ПІДЛІТКІВ

Виконала: студентка 4 курсу, групи П/41
спеціальності 053 Психологія
Освітньо-професійна програма «Психологія»
Трохимчук Крістіна Богданівна
Керівник: доктор філософії, доцент кафедри психології Поліщук Олена Романівна
Рецензент:

Умань – 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ САМООЦІНКИ ТА ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ	6
1.1. Психологічний феномен самооцінки та ідентичності в юнацькому віці	6
1.2. Соціальні мережі як інструмент соціалізації та комунікації сучасної молоді	16
1.3. Теоретичні підходи до вивчення впливу соціальних мереж на самооцінку та ідентичність особистості	28
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМООЦІНКУ МОЛОДІ	39
2.1. Організація та методи дослідження особливостей впливу соціальних мереж на самооцінку молоді	39
2.2. Аналіз результатів дослідження особливостей впливу соціальних мереж на самооцінку молоді	44
2.3. Розробка психологічних рекомендації щодо формування адекватної самооцінки та позитивної ідентичності в умовах цифрового середовища	48
ВИСНОВКИ	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54
ДОДАТКИ	58

ВСТУП

Сучасне покоління підлітків зростає в умовах цифрового середовища, де провідну роль у процесі соціалізації відіграють соціальні мережі. Вони є не лише засобом комунікації, а й потужним чинником впливу на формування світогляду, ціннісних орієнтацій, способів поведінки та самооцінки. Для підліткового віку характерним є активний пошук власної ідентичності, прагнення до самостійності, визнання та позитивної оцінки з боку однолітків. Саме в цей період самооцінка формується найбільш інтенсивно та є особливо чутливою до зовнішніх впливів.

Суттєвий внесок у дослідження проблеми самооцінки та ідентичності особистості зробили як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Зокрема, теоретичні основи формування ідентичності розроблені у працях Е. Еріксона, який визначив підлітковий вік як ключовий етап становлення особистісної ідентичності, та Дж. Марсії, який деталізував статуси ідентичності залежно від рівня самовизначення. Значний внесок у дослідження самооцінки здійснили К. Роджерс, М. Розенберг, які розглядали її як центральний компонент Я-концепції особистості.

У контексті впливу соціальних мереж на психічний розвиток особистості важливими є сучасні зарубіжні дослідження. Так, J. Twenge та W. Campbell (2018–2022) досліджують зв’язок між активністю у соціальних мережах і зниженням психологічного благополуччя молоді. Дослідження A. Choukas-Bradley та J. Nesi (2020–2023) доводять, що соціальні мережі посилюють процеси соціального порівняння, що безпосередньо впливає на самооцінку підлітків. Водночас роботи S. Valkenburg та її колег (2021–2024) демонструють диференційований вплив соціальних мереж: як ризики (зниження самооцінки), так і ресурси (підтримка ідентичності).

Окремої уваги заслуговують дослідження впливу візуального контенту (Instagram, TikTok), зокрема роботи F. Fardouly, які підтверджують зв’язок між переглядом ідеалізованих зображень та незадоволеністю власною

зовнішністю. Також сучасні українські дослідження (Т. Андрущенко, С. Дмитрієва, А. Малхазова) вказують на взаємозв'язок між інтенсивністю використання соціальних мереж і рівнем тривожності, депресивності та самооцінки у підлітків. На думку дослідників, соціальні мережі створюють нові можливості для самопрезентації, обміну досвідом, розширення соціальних зв'язків, проте одночасно вони можуть бути джерелом психологічного тиску, залежності від лайків та коментарів, порівняння себе з іншими. Це нерідко спричиняє емоційну нестійкість, зниження впевненості у собі, виникнення тривожності чи навіть агресивних реакцій. Отже, вивчення впливу соціальних мереж на формування самооцінки у підлітків є актуальним завданням сучасної психології, педагогіки та соціальної роботи.

Мета дослідження – виявити особливості впливу соціальних мереж на формування самооцінки підлітків та визначити психолого-педагогічні умови її розвитку в умовах цифрового середовища.

Об'єкт дослідження – самооцінка підлітків.

Предмет дослідження – вплив соціальних мереж на формування самооцінки у підлітковому віці.

Відповідно до теми та мети визначено такі **завдання дослідження:**

1. Розкрити психологічний феномен самооцінки та особливості її формулювання у підлітковому віці.
2. Охарактеризувати соціальні мережі як інструмент комунікації та визначити їх вплив на психологію підлітків.
3. Провести емпіричне дослідження особливостей впливу соціальних мереж на самооцінку підлітків.
4. Розробити психологічні рекомендації щодо формування адекватної самооцінки та позитивної ідентичності в умовах цифрового середовища

Для досягнення поставленої мети в роботі були використані такі загальнонаукові **методи дослідження:** *теоретичні* – аналіз, синтез та узагальнення наукових джерел з проблеми самооцінки та впливу цифрового

середовища; *емпіричні* – анкетування, опитування, психодіагностичні методики дослідження самооцінки (тест Дембо-Рубінштейн, методика С. Будассі, шкала самооцінки М. Розенберга (Rosenberg Self-Esteem Scale) та авторська анкета «Особливості користування соціальними мережами»); *статистичні* – кількісний та якісний аналіз, методи математичної обробки результатів.

Експериментальна база дослідження. Дослідження проводилося серед студентів факультету психології Уманського державного педагогічного університету, які навчаються на різних курсах.

Теоретичне значення роботи полягає у поглибленні наукового розуміння впливу соціальних мереж на формування самооцінки підлітків, узагальненні теоретичних підходів до вивчення цього феномена та розкритті його психологічних механізмів у контексті цифрової соціалізації.

Практичне значення роботи полягає у розробці психологічних рекомендацій щодо формування адекватної самооцінки та позитивної ідентичності в умовах цифрового середовища. Отримані результати можуть бути використані у практиці шкільних психологів, класних керівників і батьків з метою попередження негативних впливів соціальних мереж, формування у підлітків адекватної, стабільної та позитивної самооцінки.

Публікації. Трохимчук К. Б. Вплив соціальних мереж на формування самооцінки у підлітків. *Спеціальна та інклюзивна освіта: теорія, методика, практика* : матеріали XII Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Умань, 26 берез. 2026 р.). Умань : Візаві, 2026. 418 с.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг представлений на 65 сторінках, основний зміст включає 47 сторінок. Робота містить таблиці та додатки. Список використаних джерел складає 46 джерел українських та зарубіжних авторів.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ САМООЦІНКИ ТА ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ

1.1. Психологічний феномен самооцінки та ідентичності в юнацькому віці

Підлітковий вік (зазвичай від 14 до 18 років) є ключовим періодом для розвитку особистості, протягом якого відбувається інтенсивне формування двох взаємопов’язаних психологічних феноменів: самооцінки та ідентичності. Підлітковий вік є перехідним і критичним етапом, зосередженим на вирішенні центрального психосоціального завдання – формування стабільної ідентичності. Цей процес нерозривно пов'язаний із розвитком самооцінки та Я-концепції [11, с. 98].

Згідно з концепцією Е. Еріксона, ідентичність постає як цілісне, внутрішньо узгоджене й усвідомлене відчуття себе як унікальної, окремої особистості, що зберігає свою неперервність у часі та просторі. У юнацькому віці цей процес набуває особливої гостроти, оскільки особистість проходить крізь нормативну кризу «ідентичність проти змішання ролей». Цей етап характеризується активним пошуком власного місця в соціумі та експериментуванням із різними соціальними масками, що Еріксон називав психосоціальним мораторієм. Успішне подолання цієї кризи веде до формування стійкої его-ідентичності та здатності до самовизначення, тоді як невдача зумовлює стан дифузії – розмитості життєвих цілей та невпевненості у власних соціальних ролях. У сучасному цифровому середовищі цей процес інтегрується в площину віртуальної взаємодії, де соціальні мережі стають додатковим простором для випробування цих ролей та конструювання власного образу [8, с. 52].

У підлітковому та юнацькому віці, за концепцією Е. Еріксона, відбувається ключовий етап психосоціального розвитку, який він визначив як кризу «ідентичність проти змішання ролей». У цей період молоді люди активно шукають відповідь на запитання «Хто я?» і «Яке моє місце у світі?», експериментують із соціальними ролями, цінностями та моделями поведінки. Успішне подолання цієї кризи сприяє формуванню стійкої, узгодженої ідентичності, тоді як її нерозв'язання може призводити до рольової невизначеності, внутрішніх суперечностей, зниження самооцінки та труднощів у соціальній адаптації [8, с. 57].

Розвиваючи ідеї Е. Еріксона, Джеймс Марсіа запропонував типологію чотирьох статусів ідентичності, що базуються на перетині двох ключових процесів: наявності або відсутності кризи (періоду активного пошуку та сумнівів) і прийняття зобов'язань (свідомого вибору життєвих цілей та цінностей). У сучасних умовах ці процеси значною мірою переміщуються у віртуальну площину, де соціальні мережі стають основним майданчиком для самопрезентації та апробації різних ідентичностей:

дифузія ідентичності (змішання ролей): Відсутність як кризи, так і зобов'язань. Юнак не намагається визначитися, не має чітких цінностей чи цілей. Характеризується апатією та невизначеністю;

запозичена (нав'язана) ідентичність: Відсутність кризи, але присутність зобов'язань. Юнак приймає цінності, переконання та професійний шлях, нав'язані батьками чи суспільством, без власного пошуку. Ідентичність стабільна, але не автентична;

мораторій ідентичності (криза): Присутність кризи, але відсутність чітких зобов'язань. Це період активного пошуку, сумнівів, експериментування та внутрішньої боротьби. Це найбільш динамічний і часто тривожний статус;

досягнута ідентичність: Присутність як кризи, так і зобов'язань. Юнак пройшов період пошуку, свідомо визначився зі своїми цінностями, цілями та роллю, що веде до стабільного, внутрішньо узгодженого та автентичного самовідчуття [21, с. 146].

Формування ідентичності відбувається у кількох ключових сферах, які взаємодіють між собою. Це включає професійну ідентичність (визначення майбутньої кар'єри та життєвого шляху), особистісну ідентичність (усвідомлення своїх унікальних рис, здібностей та інтересів), ідеологічну ідентичність (формування політичних, релігійних та моральних поглядів) і соціальну ідентичність (визначення приналежності до певних соціальних груп, прийняття гендерної та етнічної ролі) [18, с. 79].

О. Волкова у своїх дослідженнях виокремлює, самооцінку, як «афективну (емоційну) оцінку особистістю своєї цінності, компетентності та значущості». У підлітковому віці самооцінка набуває високої диференційованості та нестабільності. Диференційованість означає, що юнак оцінює себе не узагальнено, а за конкретними сферами (як-от академічна компетентність, соціальна привабливість, спортивні здібності), причому оцінки в різних сферах можуть відрізнятися. Нестабільність проявляється у мінливості самооцінки, яка сильно залежить від зовнішніх обставин та соціального фідбеку; дрібні невдачі чи критика з боку референтної групи можуть викликати її різке зниження. Крім того, самооцінка значною мірою формується через зіставлення реального «Я» (ким я є зараз) та ідеального «Я» (ким я хочу бути): чим більша розбіжність між цими образами, тим нижча самооцінка і вища внутрішня напруга [3, с. 41].

Самооцінка є визначальним чинником у процесі становлення особистості. У підлітковому віці вона формує життєві орієнтири, рівень прагнень та особисті очікування. Вона прямо впливає на повсякденну поведінку та спосіб життя юнаків і дівчат. У період інтенсивних емоційних переживань підліток проходить шлях самопізнання, що включає осмислення власної ідентичності та ставлення до самого себе. Такі важливі елементи, як міжособистісні стосунки, вимоги до себе, а також сприйняття успіхів і невдач, значною мірою залежать від рівня самооцінки. Питання формування гармонійної особистості є центральним у психології, особливо в підлітковому

віці, коли людина переживає глибокі внутрішні зміни, що часто супроводжуються труднощами [9, с. 132].

Період підлітковості вважається етапом, коли внутрішні суперечності розвитку досягають особливої напруженості. Це обумовлено характерними проявами переходу від дитячого до дорослого віку, що супроводжується глибокими трансформаціями всіх складових особистісного розвитку. Зміни в самооцінці тісно пов'язані з прагненням підлітків зрозуміти себе, а також зі складнощами у побудові стосунків з оточенням [15, с. 94].

Підлітковий вік відзначається активним формуванням самооцінки, динамічним розвитком самосвідомості та зростанням здатності до внутрішнього аналізу – усвідомлення власних емоцій, переживань і потреб у самопізнанні. Перехідний період від молодшого шкільного віку до підліткового супроводжується кризовими явищами, зокрема різкими змінами у сприйнятті себе. У підлітків часто з'являється відчуття незадоволеності собою, а також поступово формується здатність оцінювати власні дії та риси не лише з огляду на думку дорослих, але й згідно з власними критеріями [17, с. 22].

Підлітковий вік характеризується переходом до якісно нового рівня розвитку самосвідомості та суттєвою трансформацією Я-концепції, що спрямована на поглиблене самопізнання й усвідомлення себе як особистості. У цей період відбуваються значні зміни у структурі самооцінки, яка набуває більш змістовного, диференційованого характеру. Якщо на попередніх етапах розвитку уявлення про себе мали фрагментарний характер, то поступово підлітки формують цілісне, багатовимірне бачення власного «Я» [1, с. 45].

Старші підлітки виявляють здатність до глибшого самоаналізу, що дозволяє їм більш об'єктивно оцінювати як позитивні, так і негативні сторони власної особистості. Попри притаманні цьому віковому етапу емоційну нестійкість, підвищену чутливість і складнощі у міжособистісній взаємодії, дослідження свідчать про наявність у підлітків таких соціально значущих якостей, як чесність, доброзичливість і прагнення до справедливості.

Сформованість самокритичності виступає важливим чинником особистісного розвитку, оскільки сприяє усвідомленню власних недоліків і стимулює внутрішню мотивацію до самовдосконалення [24, с. 188].

Самооцінка підлітків формується в умовах зростаючого впливу оцінок з боку оточення, водночас посилюється орієнтація на власні внутрішні стандарти. Відчуття власної цінності виникає на основі особистого досвіду взаємодії з соціальним середовищем – передусім у родині та навчальному колективі. Самооцінка тісно пов'язана з тим, як підліток сприймає себе та оцінює свою значущість, що, у свою чергу, залежить від досягнень у різних життєвих сферах, рівня відповідальності та адаптивних можливостей. Суттєвими чинниками у цьому процесі виступають статеве дозрівання, перегляд власної соціальної ролі та інтелектуальний розвиток. Наукові дані підтверджують існування взаємозв'язку між якістю спілкування з ровесниками та рівнем самооцінки. Брак емоційної підтримки та позитивної уваги може спричинити формування негативного уявлення про себе. Спілкування з друзями дозволяє підліткам отримати зворотний зв'язок щодо власних, часто неусвідомлених, цінностей і установок, що істотно впливає на формування їхньої самооцінки [22, с. 38].

У підлітковому віці відбувається переорієнтація соціальних пріоритетів: оцінка референтної групи (однолітків, друзів та інших значущих соціальних груп) набуває більшої значущості, ніж оцінка батьків та інших дорослих. Потреба у прийнятті, приналежності та визнанні у групі стає критичною і є потужним мотиватором поведінки юнака, безпосередньо й сильно впливаючи на формування його самооцінки. Це особливо помітно у сферах, пов'язаних із зовнішнім виглядом, стилем поведінки та соціальними навичками, оскільки саме ці аспекти є визначальними для статусу в молодіжному середовищі [31, с. 135].

Наприклад, схвалення або несхвалення з боку однолітків щодо одягу, манери спілкування чи успіхів у популярному виді спорту може спричинити різкі коливання самооцінки та спрямовувати пошук ідентичності юнака у бік

групових норм і очікувань. Ця залежність від зовнішнього соціального фідбеку робить самооцінку юнаків вразливою і підсилює їхню конформність.

Вплив референтної групи на самооцінку та ідентичність підлітків багатократно посилюється в умовах соціальних мереж (Instagram, TikTok тощо), оскільки ці платформи створюють постійне і публічне середовище для соціального порівняння [19, с. 157].

Соціальні мережі пропонують юнакам нескінченний потік ідеалізованих образів (тіла, стилю життя, успіху), створених за допомогою фільтрів та ретельного відбору контенту. Це призводить до зміщення референтної групи:

- порівняння «Я» з «Ідеальним Я»: Замість порівняння з реальними однолітками, юнаки порівнюють своє реальне, недосконале життя з відредагованими ідеалами. Це значно збільшує розрив між реальним та ідеальним «Я», що є ключовим чинником зниження самооцінки та посилення невпевненості;
- сфера порівняння розширюється: Порівняння виходить за межі школи чи міста, охоплюючи глобальні тренди та популярних інфлюенсерів, що ускладнює досягнення відчуття успіху чи приналежності [10, с. 16].

Самооцінка стає критично залежною від метрик схвалення (лайків, коментарів, підписників):

- оцінка перетворюється на кількісний показник: Юнаки асоціюють свою цінність із кількістю позитивних реакцій на їхній контент. Це стимулює поведінку, спрямовану на зовнішнє схвалення, а не на внутрішню автентичність (справжню ідентичність);
- «ефект соціального доказу»: Низька кількість лайків може бути сприйнята як соціальне відторгнення або неприйняття ідентичності, що веде до гострого зниження самооцінки і, як наслідок, до корекції поведінки та зовнішності, щоб відповідати мережевим очікуванням [33, с. 72].

Соціальні мережі пропонують простір для експериментування з ідентичністю (статус «Мораторію»), але можуть призвести до дифузії:

- безризикове тестування ролей: Юнак може швидко приміряти різні «маски» чи інтереси, спостерігаючи за реакцією мережі. Це може бути корисним для пошуку;
- поверхнева ідентичність: Однак, якщо експериментування обмежується лише мережею і не переходить у реальне життя (де потрібні справжні зусилля), це може призвести до Дифузії ідентичності – юнак має багато онлайн-ролей, але жодної стійкої внутрішньої ідентичності [37, с. 63].

Таким чином, соціальні мережі постають у ролі потужного «цифрового дзеркала», яке не лише відображає, а й значною мірою каталізує та посилює ключові психологічні суперечності юнацького віку. Процеси формування самооцінки та інтенсивний пошук власного «Я» у віртуальному просторі набувають нових форм, де кожна взаємодія – від кількості вподобань до коментарів – стає мірилом соціального визнання. Це створює середовище, у якому межа між автентичним самовідчуттям та сконструйованим онлайн-образом стає дедалі тоншою. Постійне порівняння власного життя з ідеалізованими профілями інших може як стимулювати розвиток через наслідування позитивних зразків, так і провокувати глибоку внутрішню незадоволеність, загострюючи кризу ідентичності. Отже, цифрова самопрезентація є не просто технічним процесом, а складним актом самопізнання, що визначає успішність переходу від дифузії ролей до цілісної та зрілої особистості.

Ці два психологічні феномени є взаємозалежними елементами Я-концепції. Формування ідентичності вимагає високої самооцінки: щоб увійти в «Мораторій» (активний пошук) і експериментувати з різними ролями та цінностями, юнак повинен мати достатню впевненість у собі, щоб ризикувати і витримувати критику; низька самооцінка часто призводить до «Запозиченої ідентичності» або «Дифузії», оскільки юнак боїться самостійно приймати рішення. Навпаки, досягнення ідентичності стабілізує самооцінку: коли юнак свідомо визначається зі своїми цілями та цінностями («Досягнута ідентичність»), він знаходить внутрішній стрижень, що робить його

самооцінку менш залежною від зовнішньої ситуативної оцінки та більш стійкою до критики, оскільки сформована ідентичність є джерелом внутрішньої гідності [40, с. 107].

Нарешті, відбувається соціальна інтеграція: ідентичність дозволяє юнаку зайняти певне стабільне місце у суспільстві, а самооцінка визначає, наскільки комфортно він почувається на цьому місці. Таким чином, успішний психологічний розвиток у юнацькому віці визначається здатністю особистості сформувати автентичну, усвідомлену ідентичність, яка підкріплена адекватною та стабільною самооцінкоюТаким чином, успішне проходження юнацької кризи передбачає не лише формування відповіді на питання «Хто я?», але й прийняття цієї відповіді з позитивною самооцінкою [35, с. 81].

У своїх дослідженнях Н. Клименко вивчала взаємозв'язок між рівнем самооцінки та міжособистісною взаємодією в підлітковому віці. Вона дійшла висновку, що головна частина соціального спілкування підлітків відбувається в межах навчального колективу. Деякі школярі легко адаптуються в групі однолітків і знаходять спільну мову з однокласниками, тоді як інші відчувають труднощі у встановленні контактів і взаємодії з ровесниками. Дослідження засвідчили, що підлітки з низьким статусом у групі часто зазнають комунікативних труднощів, що негативно впливає на їх самосвідомість і процес формування самооцінки [12, с. 93].

Численні наукові розвідки підтверджують, що формування адекватного рівня самооцінки у синергії з побудовою теплих, довірливих стосунків у мікросоціумі – як із батьками, так і з однолітками – виступає ключовим протективним чинником, що суттєво нівелює відчуття соціальної ізоляції та самотності в юнацькому віці. Емоційна підтримка з боку значущих дорослих та прийняття у групі рівних створюють надійний фундамент («безпечну базу»), яка дозволяє підлітку мінімізувати деструктивні переживання та зосередитися на конструктивному пошуку власної ідентичності. Таке сприятливе середовище не лише полегшує процес професійного та життєвого самовизначення, а й сприяє кристалізації зрілої самосвідомості. Зрештою,

наявність якісного соціального ресурсу та внутрішньої впевненості трансформується у стійке позитивне ставлення до власного «Я», що є критично важливим для успішної соціалізації та психологічного благополуччя особистості.

Для молодшого підліткового віку характерним є підвищено критичне ставлення до себе, унаслідок чого значна частина дітей цього періоду демонструє занижений рівень самооцінки. Водночас із досягненням приблизно 14-річного віку простежується тенденція до поступового поліпшення самосприйняття та більш позитивного ставлення до власної особистості [23, с. 67].

У підлітковому віці відбувається подальше ускладнення та конкретизація уявлень про себе, зокрема формується здатність аналізувати власну поведінку в різних життєвих ситуаціях. На цьому етапі розвитку виникає відносно стійка система уявлень про себе – так званий «Я-образ», який відображає цілісне бачення особистістю власних якостей, можливостей і соціальної ролі [34, с. 102].

Фундаментальну роль у становленні адекватної самооцінки відіграє складний та багатогранний внутрішній психоемоційний світ підлітка. Особливе місце в цій структурі посідають індивідуально-типологічні властивості, зокрема акцентуації характеру, які можуть як виступати ресурсом стійкості, так і створювати зони вразливості до зовнішніх оцінок, зумовлюючи специфічні реакції на успіхи чи невдачі. Осердям цього внутрішнього світу є Я-концепція – цілісна система уявлень особистості про себе, яка слугує внутрішнім фільтром для інтерпретації соціального досвіду.

У поєднанні з глибинними переконаннями та цінностями, Я-концепція формує той емоційний фон, який визначає рівень самоприйняття. Важливим складником є також сфера інтересів та захоплень: успішна самореалізація в обраній діяльності дає підлітку відчуття компетентності та значущості, що є критично важливим для стабілізації самооцінки. Таким чином, внутрішній світ підлітка постає не як статичний набір рис, а як динамічна екосистема, де

емоції, прагнення та когнітивні установки безперервно взаємодіють, створюючи індивідуальний профіль самосприйняття та визначаючи вектор подальшого особистісного розвитку [27, с. 49].

Концепція «Я», сформована К. Роджерсом, трактується як інтегрована система уявлень індивіда про самого себе, яка впливає на його взаємодію із зовнішнім світом і визначає особистісне ставлення до себе. Ця система охоплює когнітивний, емоційний і ціннісний аспекти. Емоційний компонент включає в себе самооцінку, самоповагу, прагнення до самовираження, а також елементи нарцисизму. У структурі Я-концепції вирізняють кілька основних складників: Я-реальне, Я-ідеальне, Я-динамічне та Я-фантастичне. Ключовою проблемою цієї моделі є розрив між уявленнями про себе в теперішньому та ідеалізованим образом, що породжує потребу в самоприйнятті [28, с. 156].

Самооцінка підлітка значною мірою формується під впливом його переконань, емоцій та інтересів. Підліток, орієнтований на позитив, зосереджується на сильних сторонах власного життя та вірить у власні можливості, що сприяє впевненості в собі. Навіть зіткнувшись з невдачею, така особистість сприймає її як корисний досвід, а не як загрозу для своєї самооцінки. Натомість негативно налаштований підліток схильний до самозвинувачень і критики оточення, що, своєю чергою, підриває його впевненість у собі та негативно впливає на самооцінку [36, с. 124].

Узагальнюючи теоретичний аналіз психологічних особливостей юнацького віку, можна констатувати, що самооцінка та ідентичність постають як фундаментальні, взаємозумовлені конструктори розвитку особистості. Вони формуються в умовах інтенсивного самопізнання, внутрішніх рефлексій та постійної соціальної взаємодії. На цьому етапі самооцінка трансформується з емоційного самосприйняття у складне, диференційоване утворення, яке, хоч і прагне до автономності, залишається чутливим до зовнішніх оціночних маркерів та соціальних очікувань.

Процес становлення ідентичності в юності описується як динамічний шлях подолання нормативної кризи, де ключовим завданням є інтеграція

розрізнених соціальних ролей, цінностей та прагнень у цілісну структуру. У ході дослідження встановлено глибоку детермінацію цих феноменів: рівень та стабільність самооцінки виступають емоційним підґрунтям для активного пошуку ідентичності; сформована (досягнута) ідентичність, у свою чергу, стає гарантом адекватності самооцінки, захищаючи її від деструктивних зовнішніх впливів та забезпечуючи внутрішню стійкість.

Успішна інтеграція цих процесів є запорукою становлення цілісної, впевненої та соціально адаптованої особистості, здатної до продуктивної самореалізації. Водночас деформації у розвитку ідентичності (зокрема стани дифузії або нав'язаної ідентичності) провокують внутрішні конфлікти, апатію та зниження адаптивних можливостей молоді.

Таким чином, розгляд самооцінки та ідентичності як внутрішніх регуляторів поведінки дозволяє перейти до подальшого аналізу зовнішніх чинників їх формування. Зокрема, у наступних підрозділах це дасть змогу дослідити, як цифрове середовище та специфіка комунікації у соціальних мережах видозмінюють ці класичні психологічні механізми, створюючи нові виклики для самовизначення сучасної молоді.

1.2. Соціальні мережі як інструмент соціалізації та комунікації сучасної молоді

У XXI столітті соціальні мережі стали провідним інструментом комунікації, взаємодії та самопрезентації молодого покоління. Вони істотно змінюють способи побудови соціальних зв'язків, форми міжособистісної взаємодії, структуру вільного часу та механізми засвоєння соціального досвіду. Для молоді соціальні мережі виконують функції інформаційного середовища, простору соціалізації, платформи для самовираження та формування власної ідентичності [38, с. 60].

Соціальні мережі є домінуючим інструментом для соціалізації та комунікації сучасної молоді, кардинально трансформуючи способи взаємодії,

самовираження та формування соціальних зв'язків. Вони пропонують юнакам унікальний простір для реалізації психосоціальних потреб, характерних для цього віку [32, с. 159].

В епоху інформаційних технологій соціальні мережі стали одним із найбільш визначальних феноменів сучасного суспільства, кардинально трансформувавши способи комунікації, взаємодії та самовираження мільярдів людей. Їхній вплив на соціальну, культурну та психологічну сфери є настільки значущим, що без глибокого розуміння природи цих платформ неможливо адекватно досліджувати процеси формування цінностей та ідентичності, особливо у молоді. У сучасному світі цифрові платформи для соціальної взаємодії глибоко інтегровані у повсякденне існування молодих людей [16, с. 21].

Соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, Telegram, YouTube, Twitter/X, Snapchat тощо) представляють собою інтерактивні цифрові платформи, що дозволяють користувачам створювати персональний контент, поширювати інформацію та взаємодіяти з іншими користувачами у режимі реального часу. На думку М. Кудрявцева, цифрові мережі формують нову «мережеву культуру», у якій комунікація, соціальні відносини та самоідентифікація відбуваються в онлайн-просторі [14, с. 85].

У сучасної молоді соціальні мережі стають не лише доповненням міжособистісної взаємодії, а й альтернативою реальному спілкуванню, що значно розширює можливості формування соціального капіталу та водночас створює нові ризики.

Сучасні цифрові сервіси, зокрема Facebook, Instagram, X (колишній Twitter), Snapchat та TikTok, трансформувалися з простих інструментів для обміну повідомленнями на комплексне соціокультурне середовище, що визначає життєдіяльність сучасної молоді. Вони слугують не лише базовим каналом для міжособистісної комунікації та оперативного обміну інформацією, а й стають головною ареною для публічного вираження особистих поглядів, емоцій та ціннісних орієнтацій. Формуючи специфічні

віртуальні простори, ці платформи надають підліткам та юнацтву унікальні можливості для конструювання власної ідентичності через візуальний та текстовий контент, що часто виходить за межі їхнього безпосереднього фізичного оточення [4, с. 137].

Цифрові платформи забезпечують можливість оперативної взаємодії, створення та поширення контенту, участі у спільнотах за інтересами, що сприяє розширенню соціальних зв'язків і формуванню відчуття належності до ширшої соціокультурної спільноти. Крім того, соціальні мережі відкривають широкі можливості для самопрезентації, дозволяючи користувачам конструювати власний образ, демонструвати індивідуальність і отримувати зворотний зв'язок від аудиторії [6, с. 103].

Водночас такі середовища впливають на формування цінностей, норм поведінки та моделей взаємодії, виступаючи важливим чинником соціалізації сучасної молоді. Завдяки цьому соціальні мережі стають не лише інструментом комунікації, а й потужним соціально-психологічним ресурсом, що визначає особливості розвитку особистості в умовах цифрового суспільства [2, с. 119].

Актуальність даного дослідження значно зростає з огляду на те, що підлітковий вік є періодом підвищеної сприйнятливості до зовнішніх чинників та інтенсивного самовизначення в соціумі. У цьому контексті, аналіз впливу соціальних медіа на процес становлення ідентичності молоді набуває особливого значення.

Сучасний світ соціальних мереж є надзвичайно розмаїтим і динамічним. Цифрові платформи відрізняються не лише за технічними можливостями, а й за цільовим призначенням, функціями, типами контенту, моделлю взаємодії та характером соціальних зв'язків, які вони формують. Класифікація соціальних мереж дозволяє глибше зрозуміти їх вплив на формування самооцінки, соціальної ідентичності та поведінкових практик молоді [13, с. 120].

Науковці пропонують різні підходи до класифікації соціальних мереж: за функціональністю (Boyd & Ellison), за моделлю взаємодії (Castells), за

способом комунікації (Kaplan & Haenlein). Одним із найбільш зручних та практичних є поділ за цільовим призначенням, який відображає, для чого створена платформа та які соціальні потреби вона задовольняє [7, с. 64].

Соціальні мережі загального (універсального) призначення становлять найпоширенішу групу цифрових платформ, орієнтованих на широке коло користувачів і призначених для різних типів соціальної взаємодії. Їхня популярність зумовлена універсальним функціоналом, що дозволяє створювати персональні профілі, додавати друзів або підписників, обмінюватися текстами, фотографіями та відеоматеріалами, брати участь у групах і спільнотах, переглядати стрічку новин, вести приватне та групове листування. Саме такі можливості забезпечують багатогранність комунікації та роблять ці мережі доступними для користувачів різного віку, соціального досвіду та інтересів. Найвідомішими прикладами універсальних соціальних мереж є Facebook – класична платформа для міжособистісної взаємодії; універсальні групи та канали у Viber і Telegram, які функціонують як багатокористувацькі спільноти; Twitter/X – мережа мікроблогінгу, що об’єднує користувачів навколо різноманітних тем і форм комунікації [31, с. 142].

Для молоді соціальні мережі такого типу мають особливе значення, оскільки створюють багатовимірний простір соціальної участі та культурної взаємодії. У цих цифрових середовищах поєднується інформаційний, розважальний і соціалізаційний контент, що сприяє активному засвоєнню соціальних норм, формуванню світогляду та розвитку комунікаційних навичок. Соціальні мережі універсального призначення також значно підсилюють механізми соціального порівняння, оскільки молодь постійно взаємодіє з візуальними та текстовими формами самопрезентації інших користувачів. Це може як стимулювати розвиток адекватної самооцінки та самосвідомості, так і створювати ризики її зниження через порівняння з ідеалізованими або відредагованими цифровими образами. Водночас такі мережі формують відчуття належності до великих соціальних груп, сприяють

розвитку соціальної ідентичності та розширюють можливості для самовираження в умовах цифрового середовища [35, с. 146].

Професійні соціальні мережі становлять окремий тип цифрових платформ, орієнтованих на розвиток кар'єри, професійну взаємодію та створення власного фахового іміджу. Їхнє головне призначення полягає у налагодженні професійних контактів, пошуку можливостей працевлаштування, представлення своїх компетентностей та формуванні цифрового резюме. Найвідомішою міжнародною платформою цього типу є LinkedIn, яка функціонує як глобальна мережа професійних зв'язків. Для науковців широкі можливості пропонують ResearchGate та Academia.edu, де користувачі можуть поширювати результати своєї наукової діяльності, обмінюватися публікаціями та брати участь у тематичних дискусіях. Платформи Behance і Dribbble орієнтовані на дизайнерів та представників творчих професій, яким важливо демонструвати портфоліо та отримувати фаховий зворотний зв'язок. Українські сервіси, такі як Work.ua Communities чи блог-платформи на Rabota.ua, також містять елементи соціалізації та служать майданчиком для професійних обговорень і пошуку вакансій [27, с. 131].

Функціонал професійних соціальних мереж включає можливість представлення професійних досягнень, публікації портфоліо, участі у спеціалізованих групах, отримання рекомендацій від колег і комунікації з потенційними роботодавцями. Такі мережі виконують важливу роль у формуванні професійної репутації, оскільки містять інструменти для демонстрації кваліфікації, компетентностей і реальних результатів роботи. Для молоді вони особливо значущі, адже допомагають орієнтуватися у професійному середовищі, визначати власну траєкторію розвитку та формувати реалістичні кар'єрні очікування [22, с. 35].

Вплив професійних соціальних мереж на самооцінку є багатовимірним. З одного боку, вони сприяють розвитку професійної ідентичності, підвищують відчуття компетентності та стимулюють особистісний і кар'єрний ріст. З

іншого боку, порівняння себе з більш досвідченими фахівцями чи успішними колегами може викликати відчуття недостатності, особливо якщо власні здобутки видаються незначними або недостатньо представленими в профілі. Таким чином, професійні соціальні мережі можуть як підтримувати формування адекватної самооцінки, так і створювати певні психологічні ризики, пов'язані з надмірним орієнтуванням на зовнішнє визнання та соціальне порівняння.

Контент-орієнтовані, або візуальні, соціальні мережі становлять окрему категорію цифрових платформ, головною метою яких є створення, редагування та поширення візуального контенту – фотографій, відео, коротких кліпів, графічних добірок. У центрі їхнього функціонування лежить візуальна комунікація, що особливо приваблює молодь, яка віддає перевагу швидким, емоційно насиченим та естетично оформленим формам подачі інформації. Серед найпоширеніших прикладів таких мереж – Instagram, що дозволяє ділитися фотографіями, сторіз та Reels; TikTok, орієнтований на короткі відеоролики та вірусні тренди; YouTube як найбільша відеоплатформа з блогами, навчальним контентом і стрімами; Pinterest, який пропонує тематичні візуальні добірки, що слугують джерелом натхнення [17, с. 25].

Функціонально такі мережі ґрунтуються на алгоритмічних рекомендованих стрічках, які підбирають контент під індивідуальні інтереси користувача, посилюючи його залученість. У їхньому інтерфейсі домінує естетика, що підкреслює візуальну привабливість і стимулює користувачів створювати продумані, стильні або емоційно насичені матеріали. Можливість швидкого поширення контенту сприяє формуванню особистого «візуального бренду», у межах якого молодь експериментує зі стилем, самопрезентацією, ролями та соціальними образами [24, с. 98].

Разом із тим візуальні мережі несуть у собі низку психологічних ризиків. Постійний контакт із ідеалізованими зображеннями сприяє формуванню завищених стандартів зовнішності та способу життя. Широке використання фільтрів, ретуші й постановочних кадрів спричиняє викривлене сприйняття

реальності, що може негативно впливати на самооцінку, особливо у молоді з підвищеною чутливістю до соціального порівняння. Залежність від лайків та реакцій як індикатора власної значущості підсилює потребу у зовнішньому схваленні та може сприяти появі соціальної тривожності [30, с. 44].

Попри ці ризики, контент-орієнтовані мережі мають і позитивний потенціал. Вони розвивають творчість, навички фото- та відеозйомки, графічного дизайну, акторської імпровізації, дозволяють знаходити групи за інтересами та отримувати підтримку від однодумців. Крім того, YouTube та TikTok активно використовуються як освітні майданчики, де доступний якісний навчальний та мотиваційний контент. Таким чином, візуальні соціальні мережі поєднують можливості творчого самовираження та саморозвитку із потенційними психологічними загрозами, що робить їх значущими для дослідження впливу на самооцінку та ідентичність молоді [37, с. 62].

Нішеві або тематичні соціальні мережі являють собою спеціалізовані цифрові платформи, що об’єднують користувачів на основі спільних інтересів, захоплень, професійних або освітніх потреб. На відміну від універсальних мереж, ці спільноти формують більш сфокусоване, змістовне середовище взаємодії, у якому ключову роль відіграють не загальні соціальні контакти, а спільні цінності, творчі практики й тематичний контент. В українському цифровому сегменті особливої популярності набули такі спеціалізовані майданчики:

- DOU та LinkedIn, що виступають ключовими середовищами для професійної комунікації, обміну досвідом та побудови кар’єрної ідентичності у сферах IT та бізнесу;
- Goodreads та Yakaboo (спільноти читачів), які об’єднують книголюбів для формування інтелектуального дискурсу та обміну рецензіями;
- Behance та ArtStation, що є основними платформами для самопрезентації українських дизайнерів, ілюстраторів та представників креативних індустрій;

- Discord-спільноти та Steam Community, які формують потужний кластер для геймерів та кіберспортсменів, забезпечуючи простір для командної взаємодії;
- Wattpad та спеціалізовані літературні платформи (наприклад, «Аркуш»), де молоді автори мають змогу апробувати власну творчість та отримати фідбек від однодумців.

Завдяки фокусу на конкретній діяльності, такі мережі забезпечують підліткам та молоді відчуття належності до професійних чи творчих еліт, що позитивно позначається на стабілізації їхньої самооцінки через визнання конкретних досягнень у вузькій сфері.

Функціональні можливості тематичних соціальних мереж передбачають глибоку взаємодію між користувачами, об'єднаними спільними інтересами. Це виявляється у регулярному обміні тематичним контентом, рекомендаціями, оглядами, творчими роботами, а також у можливості отримувати фаховий або аматорський зворотний зв'язок. У межах таких спільнот часто виникають субкультурні ідентичності, які визначають стиль комунікації, норми групи та специфічні символічні коди. Такі мережі не лише сприяють тематичному навчання й розвитку, а й створюють відчуття безпечного простору для самовираження [40, с. 163].

Для молоді нішеві соціальні мережі мають особливе значення, оскільки забезпечують відчуття належності до спільноти, що є важливим чинником формування позитивної ідентичності. Вони допомагають знайти стабільне коло однодумців, отримати підтримку та визнання у референтній групі, що позитивно позначається на самооцінці. У таких спільнотах молоді люди відчувають себе компетентними, корисними та прийнятими, що підсилює їх внутрішню мотивацію та віру у власні здібності. Водночас існує ризик «цифрової замкненості» – надмірного занурення у вузьку субкультурну спільноту, що може обмежити кругозір, зменшити соціальну гнучкість та спричинити залежність від схвалення всередині групи. Незважаючи на такі

ризики, тематичні мережі відіграють важливу роль у розвитку молодіжних спільнот і становленні особистісної та соціальної ідентичності [19, с. 162].

Месенджери з функціями соціальної мережі посідають особливе місце у цифровому середовищі, адже, будучи спочатку створеними для швидкого обміну текстовими повідомленнями, вони поступово еволюціонували у багатофункціональні комунікаційні платформи. Сучасні сервіси, такі як WhatsApp, Telegram, Viber та Discord, пропонують не лише базові можливості листування, а й широкий спектр функцій, які наближають їх до повноцінних соціальних мереж. У цих додатках користувачі можуть створювати групи та канали, обмінюватися фотографіями, відео, документами, аудіофайлами, реагувати на повідомлення емодзі, брати участь у голосових і відеочатах. Окремі платформи, зокрема Telegram, дозволяють вести канали у формі блогів, а Discord пропонує сервери з тематичними кімнатами та можливість організовувати інтерактивні голосові події [9, с. 55].

Розширений функціонал месенджерів значно впливає на особливості комунікації молоді. Завдяки їхній мобільності та оперативності вони забезпечують постійний зв’язок із друзями, однокурсниками, сім’єю та онлайн-спільнотами. Месенджери створюють умови для швидкого отримання емоційних реакцій, порад, підтримки, що посилює почуття включеності та соціальної близькості. Для молоді це важливо, адже сприяє формуванню відчуття стабільного соціального кола та своєчасного обміну інформацією.

Водночас така постійна доступність може мати і негативні наслідки. Месенджери нерідко формують залежність від перебування онлайн, підтримують потребу постійно перевіряти повідомлення, реагувати на них та залишатися доступним для комунікації. Це створює психологічний тиск, пов’язаний із необхідністю швидкої відповіді, а також може спричиняти емоційне виснаження та тривожність. Молодь часто відчуває, що її соціальна активність та значущість вимірюються кількістю повідомлень, реакцій чи активністю у групових чатах. Таким чином, месенджери істотно розширюють

можливості комунікації, але водночас формують нові виклики для емоційного благополуччя та самооцінки користувачів [2, с. 122].

Класифікація соціальних мереж за типом зв'язків та характером контенту дає змогу глибше зрозуміти механізми їхнього функціонування та особливості впливу на користувачів, зокрема молодь. За типом зв'язків соціальні мережі поділяються на відкриті та закриті. Відкриті платформи дозволяють встановлювати контакти з будь-яким користувачем, переглядати профілі сторонніх осіб, долучатися до великих спільнот і здійснювати комунікацію без попереднього підтвердження взаємності. До таких мереж належать, наприклад, Instagram чи TikTok, де модель взаємодії базується переважно на відкритому підписуванні. На противагу їм, закриті або приватні мережі обмежують доступ до контенту та комунікації лише певним колом осіб – друзям, членам запрошених груп чи приватних каналів. У таких мережах (наприклад, приватні чати Telegram або закриті групи Facebook) на перше місце виходить вибірковість контактів та контроль доступу, що створює більш інтимний та безпечний простір для спілкування [6, с. 109].

Ще один критерій класифікації – тип контенту, що переважає на платформі. Текстоорієнтовані мережі, такі як X (колишній Twitter), фокусуються на коротких текстових повідомленнях і сприяють швидкому поширенню інформації, обміну думками та створенню публічних дискусій. Фото- та відеоорієнтовані платформи, як-от TikTok чи Instagram, роблять акцент на візуальному сприйнятті, що формує інший тип комунікації, побудований на емоційній привабливості та динамічності. Аудіоорієнтовані мережі, такі як Clubhouse, створюють простір для голосових розмов, дискусій і подкаст-формату взаємодії, що наближає їх до живого спілкування [17, с. 21].

Розуміння цієї типології дозволяє більш точно аналізувати, як різні мережі впливають на користувачів, адже формат контенту та структура взаємодії визначають поведінкові патерни, способи сприйняття інформації та механізми формування самооцінки. Візуальні платформи можуть стимулювати соціальне порівняння, текстові – заохочувати до вираження

думок та участі в дискусіях, тоді як аудіоформати сприяють розвитку комунікативних навичок і створюють ефект присутності. Таким чином, різні види соціальних мереж формують різні умови соціальної взаємодії та по-різному впливають на психологічний стан і самосприйняття молоді [11, с. 98].

Соціальні мережі виконують низку важливих функцій, які впливають на життя користувачів, зокрема молоді:

Комунікативна функція. Є однією з основних. Оскільки, соціальні мережі дозволяють підтримувати зв'язок з друзями та родиною, знаходити нових знайомих, спілкуватися в групах за інтересами – це значно розширює коло спілкування, робить його доступним та оперативним, часто стираючи географічні бар'єри [7, с. 131].

Інформаційна функція. Соціальні мережі стали важливим джерелом інформації – від новин та подій до освітнього та розважального контенту. Вони дозволяють користувачам бути в курсі останніх подій, отримувати інформацію від широкого спектра джерел, включаючи ЗМІ, блогерів, громадські організації та індивідуальних користувачів [22, с. 41].

Функція самопрезентації та ідентифікації. В наш час, різноманітний вибір та наявність платформ надає простір для конструювання та демонстрації власного «Я». Користувачі створюють профілі, публікують контент, що відображає їхні інтереси, цінності, стиль життя. Це дозволяє експериментувати з ідентичністю, отримувати зворотний зв'язок від аудиторії, що є важливим для самоствердження, особливо у підлітковому та юнацькому віці [25, с. 13].

Соціалізаційна функція. Соціальні мережі виступають важливим агентом соціалізації, доповнюючи або навіть частково замінюючи традиційні інститути (сім'ю). Через взаємодію з однолітками, участь у спільнотах, засвоєння норм та цінностей, що панують у певних онлайн-групах, молодь формує свої погляди, переконання та соціальні навички [11, с. 22].

Розважальна функція. Соціальні мережі є джерелом різноманітного розважального контенту – від коротких відео до мемів, ігор та інтерактивних

форматів. Ця функція значною мірою приваблює молодь, яка шукає відпочинку та відволікання [29, с. 87].

Мобілізаційна (громадянська) функція. Соціальні мережі можуть використовуватися для організації громадських акцій, волонтерського руху, політичних кампаній. Вони стають майданчиком для вираження громадянської позиції, формування громадської думки та мобілізації людей навколо спільних ідей [5, с. 202].

Економічна функція. Дедалі більше соціальні мережі використовуються для маркетингу, продажів, електронної комерції, формування особистого бренду та заробітку (інфлюенсери, блогери) [12, с. 22].

Розуміння цих функцій є ключовим для подальшого аналізу того, яким чином взаємодія з соціальними мережами впливає на формування цінностей та ідентичності молодого покоління. Даний підрозділ закладає концептуальну основу для вивчення складних процесів медіавпливу.

Аналіз соціальних мереж як сучасного інструменту соціалізації та комунікації дозволяє зробити такі висновки:

1. Трансформація комунікативного середовища**.** Соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, X та інші) перетворилися на домінантний простір життєдіяльності молоді, де відбувається не лише обмін інформацією, а й повноцінна соціалізація. Вони формують специфічне віртуальне середовище, яке дозволяє юнакам та дівчатам інтегруватися у глобальні соціокультурні процеси, долаючи географічні та соціальні бар’єри.

2. Диференціація цифрових платформ**.** Поряд з універсальними мережами, значущу роль відіграють нішеві та тематичні платформи (LinkedIn, DOU, Behance, Discord, Goodreads тощо). Вони створюють умови для більш глибокої, змістовної взаємодії на основі спільних професійних інтересів, творчих практик та цінностей, що безпосередньо впливає на формування фахової та особистісної ідентичності.

3. Специфіка віртуальної соціалізації**.** Соціальні медіа виступають потужним майданчиком для самопрезентації та апробації соціальних ролей.

Процеси отримання соціального схвалення (через систему вподобань та коментарів) стають новими механізмами регуляції поведінки, що безпосередньо позначається на динаміці самосприйняття молодих людей.

4. Двоїстий характер впливу**.** З одного боку, цифрові платформи розширюють можливості для самовираження та пошуку однодумців, забезпечуючи психологічну підтримку та відчуття приналежності до спільнот. З іншого боку, вони створюють нові ризики, пов'язані з постійним соціальним порівнянням, що може дестабілізувати внутрішній світ підлітка.

Таким чином, соціальні мережі є не просто технічним засобом зв’язку, а складним соціопсихологічним інститутом, який суттєво видозмінює традиційні механізми формування особистості в юнацькому віці. Це зумовлює необхідність подальшого теоретичного та емпіричного вивчення їхнього безпосереднього впливу на трансформацію самооцінки та ідентичності.

1.3. Теоретичні підходи до вивчення впливу соціальних мереж на самооцінку та ідентичність особистості

Упродовж останніх 20 років спостерігається зростання наукового інтересу до вивчення впливу соціальних мереж на психоемоційне благополуччя підлітків, зокрема на формування та динаміку їхньої самооцінки. У центрі уваги дослідників – як позитивні, так і негативні наслідки активного користування соціальними платформами (такими як Instagram, TikTok, Snapchat, Facebook тощо), що визначаються інтенсивністю взаємодії, її формою та змістом споживаного контенту.

Дослідження ХХстоліття показують, що соціальні мережі мали такий же вплив на самооцінку та ідентичність особистості.

Одним із фундаментальних підходів до пояснення впливу соціальних мереж на психологічний стан особистості є теорія соціального порівняння, запропонована Л. Фестінгером (1954). Згідно з цією концепцією, людина природно прагне оцінювати себе, співвідносячи власні можливості, успіхи та

якості з показниками інших людей. У цифровому середовищі цей процес значно посилюється, адже соціальні мережі постійно демонструють відредаговані, ідеалізовані образи життя, успішності чи зовнішності. Молоді користувачі щоденно стикаються з контентом, який підкреслює досягнення інших, створює відчуття постійного успіху та «глянцевого» способу життя. Це призводить до зростання частоти та інтенсивності соціальних порівнянь, які стають майже автоматизованими [36, с. 59].

Підлітки та молодь особливо вразливі до таких процесів, оскільки у цьому віці активно формується самооцінка, ідентичність та уявлення про власну цінність. Зіткнення з нереалістичними стандартами краси, продуктивності та соціального статусу нерідко спричиняє зниження самооцінки, підвищення рівня тривожності, незадоволеність власним життям і навіть формування комплексу неповноцінності. Постійний перегляд чужих «ідеальних» життів створює когнітивне викривлення, за якого реальні досягнення людини здаються незначними або недостатніми. У деяких випадках позитивні порівняння – коли користувач порівнює себе з тими, хто має менші досягнення – можуть тимчасово підвищувати самооцінку, однак такий ефект є нетривалим і нестабільним, не сприяє розвитку стійкого відчуття власної цінності. Таким чином, теорія соціального порівняння є важливою основою для розуміння того, чому соціальні мережі так сильно впливають на емоційний стан і самооцінку молодої особистості [41, с. 315].

Водночас, надмірне зосередження на онлайн-образі може призводити до дисоціації між віртуальним і реальним «Я». Такий розрив провокує почуття не автентичності, внутрішнього конфлікту та зниження впевненості у власній ідентичності.

Підлітки й молодь є найбільш чутливими до таких впливів, оскільки саме у цей період активно формується самооцінка, система цінностей і соціальна ідентичність. Нереалістичні стандарти краси, стилю життя та продуктивності, характерні для контенту соціальних мереж, можуть спричиняти зниження самооцінки, підвищення рівня тривожності,

незадоволеність власними здібностями чи зовнішністю та навіть формування комплексу неповноцінності. Позитивні порівняння, коли користувач отримує відчуття переваги над тими, хто має менші досягнення, можуть тимчасово підвищувати самооцінку, проте цей ефект є короткочасним і не сприяє розвитку стійкого, внутрішньо вмотивованого почуття власної цінності. Таким чином, механізми соціального порівняння є ключовими для розуміння того, як і чому соціальні мережі впливають на емоційне благополуччя та самооцінку сучасної молодої особистості [30, с. 42].

Теорія соціальної ідентичності, розроблена **J. Twenge, W. Campbell**, пояснює, що людина формує уявлення про себе не лише на основі індивідуальних характеристик, а й через належність до різних соціальних груп. Відповідно до цієї концепції, сама присутність у групі забезпечує особистості відчуття спільності, підтримки та значущості. У контексті соціальних мереж цей процес проявляється особливо яскраво, адже цифрове середовище пропонує величезну кількість різноманітних спільнот: тематичні ком'юніті, фан-клуби, професійні об'єднання, геймерські та творчі групи, локальні об'єднання за інтересами. Кожна з таких груп дає користувачу не лише можливість взаємодії, а й відчуття належності, що сприяє формуванню соціальної ідентичності [44, с. 185].

Цифрові спільноти стають важливими джерелами самоповаги, позитивного самосприйняття та емоційної підтримки, оскільки забезпечують користувачеві визнання та схвалення його дій, талантів або переконань. Участь у таких групах дозволяє молоді почуватися значущою, корисною та інтегрованою в соціальний простір, що позитивно впливає на формування самооцінки. Водночас теорія соціальної ідентичності підкреслює, що будь-яка групова належність може мати і зворотний бік. Занадто сильна ідентифікація з певною спільнотою здатна призводити до внутрішньогрупового тиску, страху бути виключеним, залежності від думки однодумців та поступового занурення у вузьку субкультурну нішу, що обмежує індивідуальність та зменшує різноманіття соціальних контактів. Таким чином, соціальні мережі

створюють унікальні умови для формування та підтримання соціальної ідентичності, проте водночас можуть породжувати нові виклики для особистісного розвитку молоді [22, с. 43].

Теорія культивації Дж. Гербнера пояснює, як тривалий і систематичний вплив медіаконтенту поступово формує у людини певне бачення світу, яке вона сприймає як реальність. У середовищі соціальних мереж цей ефект проявляється ще інтенсивніше, оскільки контент оновлюється безперервно, а користувач перебуває в інформаційному полі практично постійно. Персоналізовані стрічки, створені алгоритмами, підсилюють окремі теми й образи, водночас приглушуючи інші, що створює однобічне та нерідко викривлене інформаційне середовище. Молодь, яка щодня споживає великий обсяг візуального контенту, поступово починає сприймати медійні образи як норму – ідеальні тіла, безперервні успіхи, яскраве соціальне життя, високі досягнення у навчанні чи кар'єрі. Таке середовище формує у користувачів нереалістичні очікування від себе та інших, а образи, створені спеціально для соціальних мереж, починають заміщувати реальні життєві стандарти [5, с. 42].

У результаті молоді люди можуть зіштовхуватися з викривленим сприйняттям соціальних норм і власних можливостей. Коли реальне життя не відповідає медійним шаблонам «успішності», це викликає розчарування, зниження самооцінки, відчуття неадекватності й незадоволеності власними результатами. Теорія культивації підкреслює, що такий вплив є накопичувальним: чим частіше молодь споживає подібний контент, тим глибше закріплюються викривлені уявлення про соціальні стандарти, що в подальшому впливає на формування ідентичності та життєвих орієнтацій.

Теорія емоційної залежності та дофамінових підкріплень ґрунтується на даних сучасної нейропсихології, згідно з якими соціальні взаємодії в онлайн-середовищі активують у мозку ті самі центри винагороди, що й інші приємні стимули. Кожен лайк, коментар чи перегляд є маленьким «дофаміновим підкріпленням», яке створює відчуття задоволення та спонукає людину повторювати поведінку, що призвела до цього приємного емоційного ефекту.

Молодь, чия нервова система є більш пластичною та чутливою до зовнішніх стимулів, виявляє особливо виражену схильність до формування таких залежних механізмів [10, с. 19].

Це проявляється у постійному прагненні отримувати більше взаємодій у соціальних мережах: збільшення кількості лайків, коментарів або переглядів стає для молодої людини своєрідним індикатором особистісної значущості. Так виникає залежність від онлайн-схвалення, коли емоційний стан безпосередньо залежить від реакцій аудиторії. Поступово формуються так звані «цифрові ритуали» – автоматизовані дії, як-от регулярна перевірка стрічки, перегляд нових повідомлень, очікування реакцій на власні публікації. Ці дії здійснюються часто несвідомо, перетворюючись на стабільний поведінковий патерн.

Унаслідок таких процесів самооцінка молодої людини стає тісно пов’язаною з кількісними показниками онлайн-активності. Кількість взаємодій сприймається як мірило успіху, популярності чи цінності. Це створює ризики формування нестійкої самооцінки, що залежить не від внутрішніх ресурсів, а від зовнішніх цифрових стимулів, які є мінливими та неконтрольованими. Таким чином, теорія дофамінових підкріплень допомагає зрозуміти механізми розвитку емоційної залежності від соціальних мереж та пояснює, чому цифрове схвалення має таку велику силу впливу на психологічний стан молоді [17, с. 28].

Сьогодні, феномен впливу соціальних мереж на психологічний розвиток молоді активно досліджується у межах сучасної соціальної психології, медіапсихології, когнітивних наук та теорій комунікації. Вчені пропонують різні підходи до пояснення того, як цифрове середовище формує самооцінку, соціальну ідентичність та поведінкові стратегії користувачів. Нижче розглядаються ключові теоретичні концепції, що є основою для сучасних емпіричних досліджень [23, с. 79].

Особливу увагу в сучасному науковому дискурсі вчені приділяють феномену кіберкомунікативної залежності, яка дедалі частіше розглядається

як специфічна форма нехімічної адикції, що формується в умовах безперервного доступу до онлайн-середовища. У своїй науковій роботі І. Романчук акцентує увагу на гострій проблемі, що стосується саме сучасного покоління молоді – формуванні специфічної залежності від соціальної мережі Instagram. Автор зазначає, що ця платформа, завдяки своєму орієнтованому на візуальний контент інтерфейсу, створює ілюзію ідеального життя, що спонукає юнаків та дівчат до нескінченного скролінгу стрічки (думскролінгу) та постійного очікування на соціальне схвалення. Залежність від Instagram проявляється не лише у надмірному часі, проведеному в мережі, а й у глибинних психологічних змінах: виникненні нав'язливого бажання демонструвати власне життя через призму фільтрів, тривожності через відсутність нових сповіщень та поступовій втраті навичок реальної міжособистісної взаємодії. І. Романчук підкреслює, що така фіксація на віртуальному образі часто веде до викривленого сприйняття власного «Я», де самооцінка підлітка стає прямо залежною від кількості вподобань та коментарів, що в кінцевому підсумку може призвести до емоційного вигорання та депресивних станів [30, с. 85].

А. Степанов у своїй роботі досліджує трансформацію структури цінностей підлітків під впливом ідеалізованих візуальних образів, які активно продукуються в соціальних мережах. На прикладі Instagram було виявлено, що 40% дівчат віком 14–18 років постійно порівнюють власну зовнішність із вигаданими або ретушованими образами блогерів та публічних осіб. Це спричиняє зниження самооцінки, незадоволеність собою, формування нереалістичних уявлень про «успішність» і викликає тривожні стани [33, с. 94].

Окремим вектором сучасних досліджень є вивчення явища кібербулінгу – деструктивної форми онлайн-взаємодії, яка значною мірою впливає на психоемоційний стан підлітків. Д. Коробка у своїй публікації детально аналізує це явище: подає його визначення, класифікує форми прояву, розглядає історичну еволюцію поняття, а також акцентує на необхідності

юридичної відповідальності за участь у подібних діях. Авторка також наводить приклади зарубіжного досвіду запобігання кібербулінгу й формулює практичні рекомендації щодо його профілактики в українських реаліях [13, с. 119].

Не менш важливим є дослідження Н. Клименко та А. Малхазова, які аналізують зв'язок між активністю в соціальних мережах і психологічним функціонуванням особистості. Вони підкреслюють багатофакторність впливу – значення мають як кількісні (тривалість користування), так і якісні аспекти: зміст комунікації, внутрішній психоемоційний стан, особливості особистості, рівень критичного мислення та саморефлексії. У результаті автори дійшли висновку, що гармонійне, усвідомлене використання соціальних платформ може виступати ресурсом для підтримки ментального здоров'я, за умови дотримання балансу та відповідального ставлення до цифрового середовища [12; 19].

Українські дослідники стверджують, що соціальні мережі є потужним соціокультурним феноменом, який суттєво впливає на молодь не лише як засіб комунікації, але й як чинник формування ідентичності, системи цінностей і психоемоційної стабільності. Зокрема, М. Кучер та О. Мойсеєва у своєму дослідженні проаналізували особливості цифрової комунікації серед студентів різного віку та спеціалізацій. Виявлено, що соціальні мережі переважають над традиційними формами спілкування, забезпечуючи оперативність, зручність і відчуття постійного зв'язку. Проте, дослідники також застерігають щодо ризиків поверхневих контактів, втрати навичок офлайн-спілкування та емоційного вигорання [15; 22].

Останні дослідження свідчать про амбівалентний характер впливу цифрового середовища на психоемоційний стан і самооцінку підлітків. Аналіз емпіричних даних дозволяє виокремити як позитивні, так і негативні наслідки активного використання соціальних платформ, що напряму залежать від індивідуальних психологічних характеристик користувачів, змісту споживаного контенту та рівня медіаграмотності.За умов усвідомленого та

регульованого користування, вони можуть справляти позитивний вплив на формування та розвиток самооцінки молоді.

Передусім, цифрове середовище сприяє розвитку комунікативних навичок. Підлітки активно долучаються до інтеракцій з ровесниками, набуваючи досвіду формулювання думок, вербалізації емоцій та вирішення міжособистісних конфліктів у віртуальному просторі. Такі взаємодії, як засвідчують соціологічні дослідження, сприяють підвищенню емоційного інтелекту, гнучкості спілкування та соціальній адаптації. Згідно з результатами опитувань, значна частина підлітків зазначає, що завдяки соціальним мережам вони відчувають полегшення у встановленні контактів і підтриманні зв’язків, особливо за умов труднощів у безпосередньому офлайн-спілкуванні [18, с. 82].

Крім того, соціальні платформи надають можливості для самовираження та творчої самореалізації. Створення блогів, публікація фото- та відеоматеріалів, ведення персональних сторінок забезпечує простір для презентації особистих здібностей, інтересів і переконань. Позитивна реакція від онлайн-спільноти, схвальні коментарі та підтримка здатні зміцнювати відчуття впевненості в собі, значущості та соціальної приналежності [15, с. 28].

Ще одним важливим чинником є відкритий доступ до освітніх і мотиваційних ресурсів. Через тематичні спільноти, блоги експертів, вебінари та публікації, підлітки мають змогу ознайомлюватися з інформацією, що сприяє розвитку самосвідомості, психологічної грамотності та особистісного зростання [6, с. 113].

Таким чином, соціальні мережі можуть виступати як додатковий інструмент саморозвитку, якщо їхній контент є цілеспрямованим і якісно підібраним.

Однак, незважаючи на позитивний потенціал, цифрове середовище також містить низку ризиків, пов’язаних із психоемоційним здоров’ям підлітків. Один з найбільш поширених негативних аспектів – формування

нереалістичних стандартів та ідеалізованих уявлень про зовнішність, успіх чи стиль життя. Часте порівняння себе з віртуальними образами блогерів або інфлюенсерів може викликати відчуття меншовартості, фрустрації, незадоволення собою, що, у свою чергу, призводить до зниження самооцінки та зростання тривожності.

Ще одним серйозним викликом є поширення кібербулінгу – навмисного цькування або приниження у цифровому просторі. Анонімність комунікації, швидкість розповсюдження інформації та недостатній рівень контролю з боку дорослих лише посилюють масштаб і глибину негативного впливу таких практик. Психологічні наслідки кібербулінгу можуть варіюватися від тимчасових емоційних розладів до тривалих депресивних станів та суїцидальних думок [12, с. 195].

Надмірне користування соціальними мережами також загрожує формуванням цифрової залежності. Часте перебування в онлайні асоціюється зі зниженням якості сну, проблемами з концентрацією уваги, зменшенням академічної успішності та скороченням часу, проведеного в реальних соціальних взаємодіях. У таких випадках самооцінка підлітка часто формується в контексті віртуального середовища, що позбавляє її глибини та автентичності [7, с. 160].

Психологічні дослідження підтверджують, що характер впливу соціальних мереж варіюється залежно від індивідуально-особистісних особливостей. Підлітки з високим рівнем емоційної стійкості, стабільною самооцінкою та підтримкою з боку родини й соціального оточення менш уразливі до шкідливих впливів цифрового середовища. Навпаки, молодь з підвищеним рівнем тривожності, емоційною нестабільністю або почуттям соціальної ізоляції частіше зазнає негативного впливу онлайн-контенту.

Значущим викликом є також феномен цифрового перевантаження. Велика кількість інформаційних потоків, які щоденно споживають підлітки, може призводити до інтелектуальної втоми, фрагментованого мислення та втрати здатності до глибокого аналізу. Відсутність критичного ставлення до

контенту посилює ризик дезорієнтації у складному інформаційному середовищі [20, с. 54].

Нарешті, ключову роль у формуванні самооцінки відіграє культура порівняння, характерна для цифрової епохи. Соціальні мережі створюють середовище, у якому успіх, привабливість та значущість вимірюються зовнішніми метриками – кількістю вподобань, підписників чи коментарів. Така екстернальна оцінка призводить до формування залежності від зовнішнього схвалення та ускладнює розвиток внутрішньо вмотивованої, стабільної самооцінки.

Отже, у першому розділі було здійснено теоретичний аналіз проблеми впливу соціальних мереж на формування самооцінки та ідентичності молоді, що дозволило сформулювати такі узагальнені висновки.

Встановлено, що юнацький вік є критичним і водночас визначальним етапом розвитку особистості, у межах якого відбувається інтенсивне становлення самооцінки та ідентичності. Самооцінка розглядається як емоційно-ціннісне ставлення особистості до себе, яке характеризується диференційованістю та нестабільністю, тоді як ідентичність виступає як цілісне усвідомлення власного «Я», що формується у процесі подолання кризи самовизначення. Доведено, що ці феномени є взаємопов’язаними: рівень самооцінки впливає на процес становлення ідентичності, а сформована ідентичність забезпечує стабільність та адекватність самооцінки.

З’ясовано, що соціальні мережі в умовах сучасного цифрового суспільства виступають потужним інструментом соціалізації, комунікації та самопрезентації молоді. Вони створюють нові можливості для розширення соціальних контактів, самовираження та отримання соціальної підтримки, водночас трансформуючи традиційні механізми міжособистісної взаємодії. Соціальні мережі виконують низку важливих функцій (комунікативну, інформаційну, соціалізаційну, самопрезентаційну тощо), які безпосередньо впливають на формування цінностей, поведінкових моделей та самосприйняття молоді.

Визначено, що вплив соціальних мереж на самооцінку та ідентичність є амбівалентним. З одного боку, вони сприяють розвитку соціальної активності, формуванню почуття приналежності до спільноти, самореалізації та підтримці позитивної ідентичності. З іншого боку, соціальні мережі можуть виступати джерелом психологічних ризиків, зокрема через механізми соціального порівняння, залежність від зовнішнього схвалення (лайків, коментарів), формування нереалістичних стандартів та викривленого уявлення про себе. Це може призводити до зниження самооцінки, підвищення тривожності, емоційної нестабільності та труднощів у формуванні автентичної ідентичності.

Теоретичний аналіз показав, що ключовими механізмами впливу соціальних мереж є соціальне порівняння, процеси самопрезентації та ідентифікації, а також вплив медіаконтенту на формування уявлень про соціальні норми і стандарти. Встановлено, що підлітки та молодь є найбільш уразливою категорією до таких впливів через вікові особливості розвитку самосвідомості, підвищену чутливість до оцінки з боку оточення та потребу у соціальному визнанні.

Результати теоретичного аналізу свідчать про те, що соціальні мережі є значущим фактором формування самооцінки та ідентичності сучасної молоді, який має як ресурсний, так і ризикогенний потенціал. Це зумовлює необхідність подальшого емпіричного дослідження особливостей їхнього впливу, що і становить зміст наступного розділу роботи.

РОЗДІЛ 2
ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМООЦІНКУ МОЛОДІ

2.1. Організація та методи дослідження особливостей впливу соціальних мереж на самооцінку молоді

Емпіричне дослідження впливу соціальних мереж на самооцінку молоді було організоване як експериментальне дослідження, спрямоване на виявлення зв'язку між інтенсивністю та характером користування соціальними мережами і показниками рівня та адекватності самооцінки. Методологічною основою дослідження виступили положення вікової та педагогічної психології про особливості становлення самооцінки в підлітковому та юнацькому віці, а також сучасні підходи до вивчення цифрової соціалізації.

Дослідницько-експериментальна робота здійснювалася на базі закладу загальної середньої освіти (ліцею) м. Умань. До вибірки були залучені учні старших класів (9–11 класи) та студенти І курсу, які активно користуються соціальними мережами. Загальна кількість респондентів склала 46 осіб, серед них 20 юнаків та 26 дівчат віком від 14 до 18 років. Вибір саме цього вікового періоду зумовлений тим, що він є сенситивним щодо формування самооцінки й ідентичності, а також характеризується максимальною залученістю до цифрового середовища.

Відбір учасників дослідження здійснювався відповідно до визначених критеріїв, що забезпечували репрезентативність вибірки та достовірність отриманих результатів:

– наявність активних акаунтів щонайменше в одній соціальній мережі (Instagram, TikTok, Telegram, Facebook, YouTube тощо), що свідчить про включеність респондентів у цифрове комунікативне середовище;

– регулярність користування соціальними мережами (щоденне або майже щоденне перебування в онлайн-просторі), що дозволяє розглядати їх як значущий чинник впливу на психоемоційний стан та самооцінку підлітків;

– відсутність медично зафіксованих тяжких психічних розладів, які могли б істотно вплинути на адекватність сприйняття діагностичних завдань та спотворити результати дослідження;

– добровільна згода на участь у дослідженні, що передбачала ознайомлення учасників із метою, умовами проведення та можливістю відмови на будь-якому етапі без негативних наслідків;

– для неповнолітніх респондентів – інформована згода батьків або законних представників, що відповідає етичним нормам проведення психологічних досліджень;

– усвідомленість та готовність до співпраці, що передбачала здатність респондентів адекватно сприймати інструкції та відповідати на запитання анкет і тестових методик;

– відсутність факторів ситуативного психоемоційного перевантаження (наприклад, гострі стресові стани на момент дослідження), які могли б тимчасово вплинути на показники самооцінки.

Застосування зазначених критеріїв відбору забезпечило формування однорідної дослідницької вибірки, що відповідає меті дослідження та дозволяє отримати валідні й надійні результати щодо впливу соціальних мереж на самооцінку підлітків.

Етичні засади дослідження передбачали дотримання принципів конфіденційності, анонімності та добровільності участі. Учасникам було роз’яснено мету дослідження, умови обробки отриманих даних, підкреслено, що результати будуть використані лише в узагальненому вигляді, без розкриття персональних даних.

Організаційно емпіричне дослідження включало кілька послідовних етапів:

1. Підготовчий етап, на якому було визначено мету й завдання емпіричної частини, обґрунтовано вибір методик, розроблено авторську анкету для вивчення особливостей користування соціальними мережами, погоджено проведення дослідження з адміністрацією закладів освіти, отримано дозволи та організовано роботу з батьками (для неповнолітніх учасників).

2. Основний (діагностичний) етап, що передбачав безпосереднє проведення анкетування та психодіагностичного обстеження учасників у груповій формі (по класах або академічних групах) у позаурочний час. Дослідження проводилося у паперовому або електронному форматі (Google-форми, онлайн-опитувальники) залежно від технічних можливостей закладу освіти.

3. Аналітико-інтерпретаційний етап, на якому здійснювалася обробка отриманих даних, їх статистичний аналіз, інтерпретація результатів із позицій означених теоретичних підходів, формулювання висновків і практичних рекомендацій.

Для досягнення мети дослідження було використано комплекс взаємодоповнювальних методів: теоретичні (аналіз, синтез, узагальнення наукових джерел з проблеми самооцінки, ідентичності, цифрової соціалізації); емпіричні (анкетування, опитування, психодіагностичні методики дослідження самооцінки); математико-статистичні (описова статистика, кореляційний аналіз, порівняння показників у підгрупах).

Для діагностики особливостей самооцінки було застосовано кілька психодіагностичних методик.

По-перше, використано *методику Дембо–Рубінштейн (у модифікації А. Прихожан)*. Використовувалася з метою визначення рівня самооцінки та рівня домагань підлітків. Методика дозволяє оцінити уявлення респондентів про себе за різними особистісними параметрами, а також встановити співвідношення між реальним і бажаним рівнем розвитку цих якостей. Це дає

змогу виявити адекватність самооцінки та ступінь її сформованості. Також вона дає змогу визначити:

– рівень домагань у різних сферах (навчальна діяльність, зовнішність, стосунки з однолітками, характер, здібності тощо);

– реальну самооцінку респондента щодо цих сфер;

– величину розриву між рівнем домагань та реальним самосприйняттям.

Інтерпретація результатів базувалася на аналізі співвідношення реальної та ідеальної самооцінки: надто великий розрив свідчить про внутрішню напругу, незадоволення собою та ризик формування заниженої самооцінки; незначний, але достатній розрив – про адекватний рівень домагань та конструктивну мотивацію до саморозвитку.

По-друге, застосовано *методику С. Будассі на визначення рівня та адекватності самооцінки*. Застосовувалася для визначення рівня самооцінки через аналіз співвідношення «Я-реального» та «Я-ідеального». Методика передбачає ранжування особистісних якостей, що дозволяє оцінити ступінь самоприйняття, самокритичності та внутрішньої узгодженості образу «Я». Респонденту пропонувалося оцінити низку особистісних якостей, співвіднести їх із уявленнями про «ідеальне Я» та «реальне Я». Отримані дані дозволяли:

– виявити загальний рівень самооцінки (завищена, занижена, адекватна);

– оцінити ступінь самоприйняття;

– визначити критичність ставлення до власних позитивних і негативних рис.

По-третє, використано *шкалу самооцінки М. Розенберга*, що дає інтегральний показник загальної самооцінки як стійкого особистісного утворення. Дана методика використовувалася для визначення загального рівня самооцінки підлітків. Вона дає змогу оцінити глобальне ставлення особистості до себе, рівень самоповаги та самоприйняття, що є важливим показником психологічного благополуччя. Це дозволяло порівняти суб’єктивні оцінки респондентів із кількісними індексами, отриманими за іншими методиками.

З метою виявлення особливостей користування соціальними мережами було також застосовано *авторську анкету «Особливості користування соціальними мережами»*, розроблену на основі вище вказаних методик, яка включала питання щодо частоти використання соціальних мереж, тривалості перебування в них, переваг у виборі платформ та суб'єктивної оцінки їх впливу на власне самосприйняття. Вказана анкета розроблена для виявлення:

– переліку соціальних мереж, якими користується респондент;

– щоденної тривалості перебування в соціальних мережах;

– основних мотивів використання (спілкування, розваги, навчання, самопрезентація, слідкування за новинами, професійний розвиток тощо);

– характеру активності (пасивне споживання контенту чи активне створення власного контенту);

– емоційних переживань, що супроводжують перебування в соціальних мережах (радість, цікавість, напруження, заздрість, тривога, роздратування);

– суб'єктивної оцінки впливу соціальних мереж на настрій, самооцінку, стосунки з однолітками та батьками.

Для встановлення зв'язків між показниками застосовувався спрощений ранговий аналіз, який дав можливість оцінити взаємозалежність між тривалістю користування соціальними мережами, характером онлайн-активності, емоційним ставленням до контенту та компонентами самооцінки.

Ранжування даних дозволило виявити:

– тенденцію до зниження самооцінки при збільшенні часу користування соціальними мережами;

– особливості впливу активного чи пасивного типу поведінки у соцмережах на рівень домагань;

– взаємозв'язок між емоційними реакціями у мережі та величиною розриву між реальним та ідеальним «Я».

Таким чином, організація та методичне забезпечення емпіричного дослідження були спрямовані на комплексне вивчення взаємозв'язку між особливостями користування соціальними мережами та характеристиками

самооцінки молоді. Отримані результати кількісного та якісного аналізу буде детально представлено й проінтерпретовано в підрозділі 2.2 «Аналіз результатів дослідження особливостей впливу соціальних мереж на самооцінку молоді».

Організація емпіричного дослідження базувалася на комплексному підході до вивчення психологічних особливостей 46 респондентів (20 хлопців та 26 дівчат) віком 14–18 років, які є учнями та студентами м. Умань. Вибір цієї вікової групи зумовлений її високою чутливістю до впливу цифрового середовища в період активного формування ідентичності. Дослідження реалізовувалося у три етапи (підготовчий, діагностичний та аналітичний) із суворим дотриманням етичних принципів анонімності та добровільності, що забезпечило методологічну коректність та валідність отриманих первинних даних.

Діагностичний комплекс включав три взаємодоповнювальні методики (Дембо–Рубінштейн, С. Будассі та М. Розенберга), що дозволяють оцінити як глобальну самоповагу, так і специфічні розриви між реальним та ідеальним «Я». Використання авторської анкети дало змогу детально проаналізувати якісні характеристики онлайн-активності респондентів: від тривалості перебування в мережі до переважаючих емоційних станів та мотивів самопрезентації. Таке поєднання стандартизованих тестів та опитування створює надійне підґрунтя для виявлення кореляційних зв’язків між характером використання соціальних мереж та динамікою самооцінки молоді.

2.2. Аналіз результатів дослідження особливостей впливу соціальних мереж на самооцінку молоді

На основі проведеного емпіричного дослідження було здійснено поглиблений аналіз рівня та якісних характеристик самооцінки респондентів, а також встановлено характер взаємозв’язку між паттернами користування соціальними мережами та особливостями самосприйняття молоді.

Результати за методикою Дембо–Рубінштейн. З метою визначення рівня самооцінки та рівня домагань підлітків було використано методику Дембо–Рубінштейн. Узагальнені результати представлені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1. Розподіл респондентів за рівнем самооцінки та рівнем домагань (за методикою Дембо–Рубінштейн)

Рівень самооцінки	Кількість осіб	%
Високий	12	26%
Середній (адекватний)	20	43%
Низький	14	31%
Разом	46	100%

Аналіз отриманих результатів свідчить, що найбільша частка респондентів (43%) характеризується середнім, тобто відносно адекватним рівнем самооцінки. Такі підлітки загалом реалістично оцінюють власні можливості, мають помірний рівень домагань і демонструють прагнення до саморозвитку.

Водночас значна частина опитаних (31%) має занижену самооцінку, що проявляється у невпевненості в собі, схильності до самокритики та залежності від зовнішньої оцінки. У 26% респондентів виявлено високий рівень самооцінки, який у частини випадків супроводжується завищеними домаганнями.

Особливу увагу привертає наявність розриву між реальним та ідеальним «Я»: у респондентів із низькою самооцінкою він є найбільш вираженим, що свідчить про внутрішню напругу та незадоволення собою.

Результати за методикою С. Будассі. Для уточнення рівня та адекватності самооцінки було застосовано методику С. Будассі. Отримані результати узагальнено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2. Розподіл респондентів за рівнем адекватності самооцінки (за методикою С. Будассі)

Рівень самооцінки	Кількість осіб	%
Адекватна	18	39%
Завищена	11	24%
Занижена	17	37%
Разом	46	100%

Згідно з отриманими даними, лише 39% респондентів мають адекватну самооцінку, що свідчить про узгодженість між «Я-реальним» і «Я-ідеальним». У цих підлітків спостерігається відносно стабільне самосприйняття та прийняття власних якостей.

Разом із тим, у 37% досліджуваних виявлено занижену самооцінку, що підтверджує результати попередньої методики. Такі респонденти демонструють схильність до недооцінювання власних можливостей і підвищену самокритичність.

У 24% підлітків зафіксовано завищену самооцінку, що може проявлятися у переоцінці власних якостей і прагненні до соціального схвалення через самопрезентацію в соціальних мережах.

Результати за шкалою самооцінки М. Розенберга. З метою визначення загального рівня самоповаги було використано шкалу самооцінки М. Розенберга. Результати подано в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3. Рівень глобальної самооцінки респондентів (за шкалою М. Розенберга)

Рівень самооцінки	Кількість осіб	%
Високий	13	28%
Середній	21	46%
Низький	12	26%
Разом	46	100%

Отримані результати свідчать про переважання середнього рівня глобальної самооцінки (46%), що є відносно позитивним показником. Проте 26% респондентів мають низький рівень самоповаги, що може бути пов’язано з підвищеною чутливістю до соціального порівняння в онлайн-середовищі.

Високий рівень самооцінки (28%) не завжди свідчить про її адекватність, оскільки в умовах соціальних мереж він може бути пов’язаний із демонстративною самопрезентацією.

Результати авторської анкети. Для аналізу особливостей користування соціальними мережами було використано авторську анкету. Основні результати подано в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4. Особливості користування соціальними мережами респондентами

Показник	Варіант відповіді	%
Час у соцмережах	До 2 годин	17%
	2–4 години	39%
	4+ годин	44%
Тип активності	Пасивний (перегляд)	52%
	Активний (пости, сторіс)	48%
Емоції	Позитивні	34%
	Нейтральні	29%
	Негативні (заздрість, тривога)	37%

Аналіз результатів показав, що більшість респондентів (44%) проводить у соціальних мережах понад 4 години на день, що свідчить про високий рівень залученості у цифрове середовище. При цьому 52% підлітків переважно споживають контент пасивно, що підсилює ефект соціального порівняння.

Значна частина опитаних (37%) відзначає негативні емоційні переживання під час користування соціальними мережами, зокрема заздрість, тривожність та незадоволеність собою. Це прямо корелює з виявленим рівнем заниженої самооцінки.

Системне зіставлення результатів чотирьох методик дозволяє стверджувати, що соціальні мережі виступають потужним модератором самооцінки сучасної молоді. Виявлено чітку закономірність: чим вища тривалість пасивного перебування в мережі, тим більшим є розрив між «Я-реальним» та «Я-ідеальним» (за Дембо–Рубінштейн та Будассі) та нижчим рівень глобальної самоповаги (за Розенбергом).

Отримані результати підтверджують припущення про амбівалентний вплив соціальних мереж: з одного боку, вони створюють можливості для самовираження, а з іншого – підсилюють соціальне порівняння та формують ризики для адекватного самосприйняття.

Емпірично доведено, що соціальні мережі створюють специфічне «поле напруги», де підліток змушений постійно балансувати між автентичним самосприйняттям та ідеальним цифровим образом. Це призводить до

нестабільності самооцінки, яка стає флуктуативною (мінливою) залежності від віртуальних реакцій соціуму. Таким чином, результати дослідження підтверджують гіпотезу про те, що інтенсивне користування соціальними мережами без навичок критичного мислення та медіагігієни є чинником дестабілізації самооцінки та ідентичності в юнацькому віці.

2.3. Розробка психологічних рекомендації щодо формування адекватної самооцінки та позитивної ідентичності в умовах цифрового середовища

Результати проведеного емпіричного дослідження засвідчили наявність значної частки підлітків із заниженою або нестабільною самооцінкою, що пов’язано з інтенсивним використанням соціальних мереж, схильністю до соціального порівняння та залежністю від зовнішнього схвалення. У зв’язку з цим виникає необхідність розробки системи психологічних рекомендацій, спрямованих на формування адекватної самооцінки та позитивної ідентичності молоді в умовах цифрового середовища.

Розроблені рекомендації мають комплексний характер і адресовані підліткам, батькам та педагогам.

Рекомендації для підлітків

З метою формування адекватної самооцінки та зниження негативного впливу соціальних мереж підліткам доцільно:

– розвивати усвідомлене ставлення до соціальних мереж, розуміючи, що контент часто є відредагованим і не відображає реальне життя;

– обмежувати час перебування в соціальних мережах, встановлюючи часові рамки та дотримуючись цифрової гігієни;

– зменшувати рівень соціального порівняння, концентруючись на власному розвитку, досягненнях і індивідуальних особливостях;

– формувати позитивне самосприйняття, звертаючи увагу на власні сильні сторони, досягнення та ресурси;

– розвивати навички саморефлексії, аналізуючи власні емоції після взаємодії з контентом у соціальних мережах;

– переходити від пасивного споживання контенту до активної діяльності, що сприяє самовираженню (створення власного контенту, творчість, навчання);

– зміцнювати реальні соціальні зв’язки, надаючи перевагу живому спілкуванню з однолітками;

– розвивати критичне мислення, вміння оцінювати інформацію та не піддаватися маніпулятивному впливу цифрового середовища.

Рекомендації для батьків

Важливу роль у формуванні самооцінки підлітків відіграє сім’я, тому батькам рекомендується:

– формувати підтримувальне емоційне середовище, у якому дитина відчуває прийняття та безумовну цінність;

– уникати порівнянь із іншими дітьми, оскільки це може посилювати почуття неповноцінності;

– цікавитися цифровим життям дитини, обговорювати її досвід у соціальних мережах без осуду;

– встановлювати розумні правила користування гаджетами, узгоджуючи їх із дитиною;

– розвивати у підлітка впевненість у собі, підтримуючи його інтереси, ініціативу та досягнення;

– навчати емоційної саморегуляції, допомагаючи дитині справлятися з негативними переживаннями;

– бути прикладом адекватного використання цифрових технологій, демонструючи баланс між онлайн- та офлайн-життям.

Рекомендації для педагогів і практичних психологів

Освітнє середовище має значний потенціал у формуванні позитивної самооцінки, тому доцільно:

– впроваджувати психолого-педагогічні програми, спрямовані на розвиток самооцінки, самоприйняття та ідентичності;

– проводити тренінгові заняття з розвитку емоційного інтелекту, впевненості в собі та навичок самопрезентації;

– формувати цифрову грамотність учнів, зокрема розуміння впливу соціальних мереж на психіку;

– розвивати критичне мислення, навички аналізу медіаконтенту;

– створювати ситуації успіху для кожного учня, що сприяє підвищенню самооцінки;

– виявляти учнів із ознаками заниженої самооцінки та надавати їм психологічну підтримку;

– застосовувати індивідуальний підхід, враховуючи особливості кожного підлітка;

– організовувати просвітницьку роботу з батьками щодо впливу соціальних мереж.

Загальні напрями психологічної профілактики

З метою мінімізації негативного впливу соціальних мереж доцільно:

– формувати культуру усвідомленого використання цифрових технологій;

– розвивати стійкість до соціального тиску та зовнішніх оцінок;

– сприяти формуванню реалістичного образу «Я»;

– підтримувати баланс між онлайн- та офлайн-активністю;

– розвивати навички емоційної саморегуляції та стресостійкості;

– популяризувати ідеї самоцінності особистості незалежно від цифрового визнання (лайків, підписників тощо).

Отже, запропонована система психологічних рекомендацій орієнтована на комплексне формування адекватної самооцінки та стійкої ідентичності підлітків у динамічному цифровому середовищі. Її впровадження базується на принципі суб’єктності, де підліток не просто пасивно обмежує споживання контенту, а активно розвиває навички медіагігієни, саморефлексії та

критичного мислення. Це дозволяє трансформувати соціальні мережі з чинника дестабілізації самооцінки на інструмент конструктивного самовираження, де віртуальна активність стає продовженням реальних досягнень особистості, а не способом компенсації внутрішніх дефіцитів.

Ефективність цих заходів прямо залежить від синергічної взаємодії підлітків, батьків та педагогів, що створює єдине безпечне психологічне поле навколо молодої людини. Спільна робота дорослих і молоді дозволяє нівелювати ризики «висхідного соціального порівняння» та цифрової залежності, зміщуючи акцент із віртуального схвалення на розвиток реальних компетенцій та живого спілкування. Таким чином, реалізація наданих рекомендацій забезпечує умови для становлення гармонійної особистості, здатної зберігати внутрішню стабільність і позитивне самосприйняття в умовах постійних викликів глобального інформаційного простору.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного теоретичного та емпіричного дослідження проблеми впливу соціальних мереж на формування самооцінки підлітків досягнуто поставленої мети та розв'язано визначені завдання, що дозволяє сформулювати такі узагальнені висновки.

У ході теоретичного аналізу розкрито сутність психологічного феномену самооцінки та визначено особливості її формування у підлітковому віці. Встановлено, що самооцінка є складним особистісним утворенням, яке відображає ставлення індивіда до себе, своїх якостей і можливостей, та формується у процесі соціальної взаємодії. Підлітковий вік характеризується нестабільністю, підвищеною чутливістю до зовнішніх оцінок та активним становленням ідентичності, що зумовлює вразливість самооцінки до впливу зовнішніх чинників.

Охарактеризовано соціальні мережі як сучасний інструмент соціалізації та комунікації молоді. Доведено, що вони виступають важливим середовищем формування самосприйняття, забезпечуючи можливості для самопрезентації, взаємодії та отримання соціального схвалення. Водночас встановлено їх амбівалентний вплив: поряд із позитивними можливостями (самовираження, розширення соціальних контактів) соціальні мережі можуть спричиняти негативні ефекти, зокрема посилення соціального порівняння, формування нереалістичних стандартів та залежність від зовнішньої оцінки.

За результатами емпіричного дослідження встановлено, що значна частина підлітків характеризується середнім або заниженим рівнем самооцінки, а також наявністю розриву між «Я-реальним» та «Я-ідеальним». Виявлено, що інтенсивне використання соціальних мереж (понад 3–4 години на день), а також переважно пасивний характер активності (перегляд контенту) пов'язані зі зниженням самооцінки та підвищенням рівня внутрішньої напруги. Доведено наявність взаємозв'язку між емоційними

переживаннями під час перебування в соціальних мережах (заздрість, тривожність, незадоволеність собою) та показниками самооцінки підлітків.

Узагальнення результатів трьох психодіагностичних методик (Дембо–Рубінштейн, С. Будассі, М. Розенберга) підтвердило тенденцію до нестабільності самооцінки та її залежності від зовнішніх факторів. Встановлено, що підлітки з високою інтенсивністю використання соціальних мереж частіше демонструють занижену або неадекватну самооцінку, що пов’язано з механізмами соціального порівняння та орієнтацією на цифрове схвалення.

На основі отриманих результатів розроблено систему психологічних рекомендацій, спрямованих на формування адекватної самооцінки та позитивної ідентичності підлітків в умовах цифрового середовища. Запропоновані рекомендації охоплюють три основні рівні впливу: індивідуальний (підлітки), сімейний (батьки) та освітній (педагоги), і передбачають розвиток критичного мислення, цифрової грамотності, навичок саморегуляції, формування позитивного образу «Я» та зниження залежності від зовнішнього оцінювання.

Доведено, що ефективне формування адекватної самооцінки можливе за умов комплексного підходу, який поєднує психологічну підтримку, педагогічний супровід та формування культури усвідомленого використання соціальних мереж. Це дозволяє мінімізувати їхній негативний вплив та використовувати цифрове середовище як ресурс розвитку особистості.

Отже, результати дослідження підтверджують, що соціальні мережі є вагомим чинником формування самооцінки підлітків, який має як позитивний, так і ризикогенний потенціал. Подальші наукові розвідки можуть бути спрямовані на розробку та апробацію програм психологічного супроводу підлітків у цифровому середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрущенко Т. М. Соціальні мережі та їх роль у розвитку самосвідомості. Вісник психології. 2023. № 1. С. 45–56.

2. Васильченко Л. М. Вплив онлайн-комунікації на самооцінку підлітків. Габітус. 2020. № 15. С. 119–125.

3. Волкова О. В. Феномен «селфі» та його вплив на самооцінку. Актуальні проблеми психології. 2023. Вип. 9. С. 33–45.

4. Галузінська Л. І. Соціально-психологічні аспекти залежності від соціальних мереж. Київ : Освіта, 2022. 180 с.

5. Гербнер Дж. Медіа та формування соціальної реальності : праці з теорії комунікації / Дж. Гербнер ; пер. з англ. О. Тріща. Київ : Центр вільної преси, 2012. 312 с.

6. Дмитрієва С. В. Соціальні мережі та відчуття самотності. Теоретичні і прикладні проблеми психології. 2018. № 1 (45). С. 102–115.

7. Дорошенко О. А. Психологічна допомога при інтернет-залежності. Київ : Знання, 2022. 230 с.

8. Еріксон Е. Ідентичність: юність і криза / пер. з англ. Ю. Тарнавського. Київ: Видавництво гуманітарної літератури, 2000. 312 с.

9. Захарова В. І. Кіберсоціалізація та її вплив на особистість. Київ : Основа, 2022. 180 с.

10. Іванченко М. С. Формування ідентичності підлітків у віртуальному просторі : автореф. дис. канд. психол. наук. Львів, 2022. 20 с.

11. Карпенко В. І. Психологічні особливості формування особистості в мережі. Науковий вісник УжНУ. 2022. № 1. С. 98–110.

12. Клименко Н. О. Психологічні аспекти кібербулінгу. Чернігів : Вид-во ЧНПУ, 2023. 225 с.

13. Коробка Д. О. Особливості формування віртуального «Я». Психологічний журнал. 2023. № 2. С. 112–124.

14. Кудрявцева М. П. Використання соціальних мереж та їхній вплив на психологічне благополуччя. Київ : Інфо, 2023. 215 с.

15. Кучер М. В. Вплив онлайн-комунікації на соціалізацію підлітків. Тернопіль : ТНПУ, 2022. 225 с.

16. Литвин В. В. Ціннісні орієнтації та вплив соціальних мереж : автореф. дис. канд. психол. наук. Київ, 2022. 24 с.

17. Литвин О. І. Соціальні мережі та їх вплив на ментальне здоров'я. Психосоматична медицина та загальна практика. 2024. Т. 9, № 3. С. 15–28.

18. Луценко С. П. Формування самосвідомості в підлітковому віці. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. 2023. № 1. С. 78–90.

19. Малхазова А. В. Роль соціальних мереж у формуванні особистості. Журнал сучасної психології. 2022. № 1. С. 156–168.

20. Марсія Дж. Его-ідентичність і розвиток особистості (розділи в антологіях з психології розвитку). Київ: Основи, 2010.

21. Марсія Дж. Розвиток ідентичності в юнацькому віці / пер. з англ. Харків: Ранок, 2018. 240 с.

22. Мойсеєва О. Є. Соціальні чинники формування особистості. Актуальні проблеми психології. 2021. Вип. 9. С. 33–45.

23. Мусієнко Д. О. Психологія віртуального спілкування. Суми : Вид-во СДПУ, 2022. 190 с.

24. Пасічник В. А. Індивідуальні особливості самооцінки. Київ : Логос, 2022. 240 с.

25. Поліщук О. Р. Інформаційні технології в професійній діяльності психолога. Modern engineering and innovative technologies. 2023. №28. С. 11-14. URL: http://surl.li/lqure

26. Поліщук О. Р. Психологічні основи професійного розвитку особистості. Габітус. №43. 2022. С. 168–172. URL: http://habitus.od.ua/journals/2022/43-2022/43_2022.pdf

27. Пономаренко В. В. Психологія особистості. Київ : Еліта, 2022. 175 с.

28. Роджерс К. Становлення особистості. Погляд на психотерапію / пер. з англ. Київ: Основи, 2017. 320 с.

29. Розенберг М. Самооцінка підлітків і молоді / пер. з англ. Київ: Педагогічна думка, 2018. 210 с.

30. Романчук І. М. Особистісні детермінанти використання соціальних мереж. Чернігів : Вид-во ЧНПУ, 2023. 205 с.

31. Савченко О. П. Вплив контенту в соціальних мережах на самооцінку. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2022. № 3. С. 134–147.

32. Степаненко В. І. Роль сім'ї в формуванні самооцінки. Журнал сучасної психології. 2022. № 1. С. 156–168.

33. Степанов А. С. Психологічний супровід підлітків у цифровому просторі. Київ : Знання. 2022. 170 с.

34. Тарасюк Л. М. Психологічні аспекти життя в соціальних мережах. Український стоматологічний альманах. 2023. № 3. С. 102–115.

35. Ткаченко Д. В. Механізми формування ідентичності. Київ : Наукова думка, 2021. 280 с.

36. Хоменко М. В. Особливості психологічного консультування підлітків з низькою самооцінкою. Львів : ЛНУ, 2022. 180 с.

37. Черниш О. І. Соціальні мережі та їх вплив на поведінку. Івано-Франківськ : ПНУ, 2021. 190 с.

38. Шеремета В. В. Психологія самооцінки. Київ : Експерт, 2021. 165 с.

39. Шкала самооцінки М. Розенберга (Rosenberg Self-Esteem Scale) / Українська асоціація когнітивно-поведінкової терапії. URL: https://i-cbt.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/self-esteem-scale_ukr.pdf

40. Шкурин М. М. Ідентичність у віртуальному просторі: теоретичний аналіз. Київ : Вид-во Університету, 2022. 220 с.

41. Choukas-Bradley S., Nesi J. Соціальні мережі та соціальне порівняння у підлітків / пер. з англ. // Журнал підліткової психології. 2021. № 4. С. 112–128.

42. Fardouly J. Вплив Instagram на самооцінку та образ тіла / пер. з англ. // Психологічні дослідження. 2020. № 2. С. 78–95.

43. Twenge J. Соціальні мережі та психічне здоров’я молоді / пер. з англ. Київ: Науковий світ, 2021. 280 с.

44. Twenge J., Campbell W. Вплив цифрових медіа на психологію підлітків / пер. з англ. Київ: Центр навчальної літератури, 2022. 300 с.

45. Valkenburg P. Медіа та розвиток підлітків у цифрову епоху / пер. з англ. Київ: Академвидав, 2022. 256 с.

46. Valkenburg P., Peter J. Вплив соціальних мереж на благополуччя молоді / пер. з англ. // Психологія і суспільство. 2021. № 3. С. 45–60.

Додаток 1

Бланк методики самооцінки Т. Дембо – С. Рубінштейн (адаптований варіант)

Інструкція:
На кожній вертикальній шкалі від 0 (мінімум) до 10 (максимум) позначте:

— **Я-реальне** (теперішній рівень якості)
— **Я-ідеальне** (яким би ви хотіли бути)

Поставте риску на шкалі у відповідному місці.

1. ЗОВНІШНІСТЬ

10 |
9 |
8 |
7 |
6 |
5 |
4 |
3 |
2 |
1 |
0 |

Я-реальне: _____
Я-ідеальне: _____

2. УПЕВНЕНІСТЬ У СОБІ

(аналогічна шкала)

Я-реальне: _____
Я-ідеальне: _____

3. ХАРАКТЕР

Я-реальне: _____
Я-ідеальне: _____

4. СПІЛКУВАННЯ

Я-реальне: _____
Я-ідеальне: _____

5. ЗДІБНОСТІ / НАВЧАЛЬНА УСПІШНІСТЬ

Я-реальне: _____
Я-ідеальне: _____

6. САМОКОНТРОЛЬ

Я-реальне: _____
Я-ідеальне: _____

7. ЗАГАЛЬНЕ СТАВЛЕННЯ ДО СЕБЕ

Я-реальне: _____
Я-ідеальне: _____

ДОДАТОК 2

Модифікована методика а. С. Будассі

Контингент: старші підлітки, юнаки та дорослі (починаючи з 9 класу).

Матеріали та обладнання: ручки або олівці, тестові бланки за кількістю присутніх, список Будассі (прикріпити на дошці у вигляді плакату; для індивідуального дослідження ці слова записуються на нумерованих карках).

Інструкція: «Уважно подивіться на список характерологічних якостей людини. З цього списку виберіть два ряди слів по 10—20 у кожному. У перший стовпчик — назвемо його «Мій ідеал» — помістіть слова, які характеризують ту людину, якою ви хотіли б стати.

У другому стовпчику — назвемо його «Антиідеал» — слова, що позначають риси, якими ідеал володіти не повинен.

З першого «позитивного» і другого «негативного» рядків виберіть ті риси, якими ви, як вам здається, володієте. При цьому вибір треба робити за системою «так — ні»: є у вас ця риса чи ні поза залежністю від ступеня її вираження».

СПИСОК БУДАССІ

Акуратність	Безтурботність	Ніжність
Гордість	Турботливість	Нерішучість
Злопам'ятність	Капризність	Вразливість
Мрійливість	Наполегливість	Педантичність
Нервозність	Чарівність	Принциповість
Чуйність	Підозрілість	Привітність
Презирливість	Безстрасність	Рішучість
Стриманість	Терплячість	Співчутливість
Завзятість	Ентузіазм	Боягузтво
Сприйнятливість	Життєрадісність	Поступливість
Сором'язливість	Вишуканість	Вдумливість
Повільність	Мстивість	Брутальність
Невимушеність	Нестриманість	Заздрісність
Обережність	Рухливість	Щирість
Поетичність	Розв'язність	Легковір'я
Самозабуття	Сором'язливість	Помисливість
Захопливість	Холодність	Нерішучість

Бланк методики Прізвище, ім'я_____Вік Дата_____Клас_____

№	Мій ідеал	Анти ідеал	Реальне «Я»
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			

Обробка та інтерпретація результатів. Число позитивних рис, які ви собі приписуєте, поділіть на число слів, поміщених у стовпчику «Мій ідеал». Якщо результат близький до одиниці (0,7-1,0), ви швидше за все себе переоцінюєте. Результат, близький до нуля (0,1-0,3), свідчить про недооцінку й підвищену самокритичність. 0,4-0,6 – нормальна середня самооцінка, ви досить критично себе сприймаєте.

ДОДАТОК 3

Шкала самооцінки Розенберга (RSE)

Шкала самооцінки Розенберга (Rosenberg Self-Esteem Scale, RSE) – це популярний інструмент для вимірювання самооцінки у соціо-психологічних дослідженнях. Спочатку вона була розроблена для самооцінки старшокласників, проте з моменту свого розвитку використовувалася з різними групами, включаючи дорослих.

Текст

1. Загалом я собою задоволений.
Цілком згоден
Швидше згоден
Швидше не згоден
Цілком не згоден

2. Часом мені здається, що я не зовсім добрий.
Цілком згоден
Швидше згоден
Швидше не згоден
Цілком не згоден

3. Я відчуваю, що маю ряд хороших якостей.
Цілком згоден
Швидше згоден
Швидше не згоден
Цілком не згоден

4. Багато речей я здатний робити не гірше більшості інших людей.
Цілком згоден
Швидше згоден
Швидше не згоден
Цілком не згоден

5. Мені здається, що мені нема чим пишатися.
Цілком згоден
Швидше згоден
Швидше не згоден
Цілком не згоден

6. Часом я справді відчуваю себе непотрібним.
Цілком згоден
Швидше згоден

Швидше не згоден
Цілком не згоден

7. Я відчуваю себе гідною людиною.
Цілком згоден
Швидше згоден
Швидше не згоден
Цілком не згоден

8. Я хотів би більше поважати себе.
Цілком згоден
Швидше згоден
Швидше не згоден
Цілком не згоден

9. Загалом, я схильний вважати себе невдахою.
Цілком згоден
Швидше згоден
Швидше не згоден
Цілком не згоден

10. Я ставлюся до себе позитивно.
Цілком згоден
Швидше згоден
Швидше не згоден
Цілком не згоден

ДОДАТОК 4

Авторська анкета “Особливості користування соціальними мережами”

Мета: визначення характеру та інтенсивності користування соціальними мережами, емоційних реакцій і мотивації онлайн-активності.

Інструкція:
Будь ласка, дайте чесні відповіді на запитання. Дані є анонімними та використовуються лише в наукових цілях.
Обведіть відповідь або впишіть її.

1. Ваш вік:

□ 15 років □ 16 років □ 17 років □ 18 років □ 19 років

2. Стать:

□ Хлопець □ Дівчина

3. Якими соціальними мережами ви користуєтеся? (можна кілька відповідей)

□ Instagram
□ TikTok
□ Facebook
□ Telegram
□ YouTube
□ Pinterest
□ X (Twitter)
□ Інші (вкажіть): _____

4. Скільки часу на день ви проводите в соціальних мережах?

□ До 1 години
□ 1–3 години
□ 3–5 годин
□ Більше ніж 5 годин

5. З якою метою ви найчастіше використовуєте соціальні мережі?

□ Спілкування
□ Перегляд контенту
□ Створення власного контенту
□ Навчання
□ Для розваги
□ Інше: _____

6. Який тип активності вам притаманний найбільше?

□ Пасивне споживання (переглядаю, але мало публікую)
□ Змішана активність
□ Активно публікую контент, веду сторінку/канал

7. Які емоції ви найчастіше відчуваєте після використання соцмереж?

□ Натхнення
□ Радість
□ Нейтральність
□ Втома
□ Тривога
□ Порівняння себе з іншими
□ Невдоволення собою

8. Як часто ви порівнюєте себе з іншими користувачами соцмереж?

□ Ніколи
□ Рідко
□ Часто
□ Дуже часто

9. Як сильно на вас впливає кількість лайків/коментарів?

□ Не впливає
□ Трохи впливає
□ Впливає
□ Сильно впливає

10. Чи відчуваєте ви залежність від соціальних мереж?

□ Так
□ Ні
□ Не впевнено

11. Чи впливають соцмережі на вашу самооцінку?

□ Так, підвищують
□ Так, знижують
□ Не впливають
□ Важко відповісти

12. Ваші пропозиції або коментарі: _____