

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Кафедра практичної психології та інноваційних оздоровчих технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

магістра

на тему

Соцмережі як чинник впливу на самооцінку та самоідентичність молоді

(тема кваліфікаційної роботи)

Виконав: студент 2 курсу, групи ДПС-24мг
спеціальності: 053 Психологія

(код і найменування спеціальності)

Керівник _____ / Віктор БРОВУН
(підпис) (ім'я та прізвище)
_____ / Олена ХАРЦІЙ
(підпис). (ім'я та прізвище)

Рецензент _____ / Валентина БУРБИГА
(підпис) (ім'я та прізвище)

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри _____ / Наталія КУЧЕРЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Нормоконтроль _____ / Галина ЮДІНА
(підпис) (ім'я та прізвище)

Секретар ЕК _____ / Маргарита МИХАЛЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Харків – 2025 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»

Кафедра Практичної психології та інноваційних оздоровчих технологій

Спеціальність 053 Психологія

Освітньо програма Практична психологія

ЗАТВЕРДЖУЮ

в.о. завідувачка кафедри

к.психол.н., доц. Наталія КУЧЕРЕНКО

«__» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Бровун Віктор Вікторович

(ім'я, прізвище студента)

1. Тема «Соцмережі як чинник впливу на самооцінку та самоідентичність молоді»

керівник роботи Харцій Олена Миколаївна, доцент.

затверджена наказом по університету від «06» жовтня 2025 р. № №4801-5/3664

2. Строк подання студентом роботи 28 листопада 2025 року

3. Перелік питань, які потрібно розробити: здійснити теоретичний аналіз наукової літератури з самооцінки та самоідентичності у контексті цифрової соціалізації; виявити рівень залежності молоді від соціальних мереж; встановити рівень самооцінки, тривожності та задоволеності базових психологічних потреб у досліджуваних; визначити взаємозв'язки між досліджуваними параметрами; розробити практичні рекомендації щодо формування здорових патернів взаємодії з соціальними мережами.

4. План роботи

№ з/п	Назва етапів роботи
1	Здійснити теоретичний аналіз наукової літератури щодо психологічної сутності самооцінки, самоідентичності та впливу соціальних мереж на особистість молоді.
2	Визначити методи та організувати емпіричне дослідження впливу соціальних мереж на самооцінку та самоідентичність молоді.
3	Провести діагностику рівня залежності від соціальних мереж, самооцінки, тривожності та задоволеності базових психологічних потреб у досліджуваних.
4	Здійснити кореляційний аналіз взаємозв'язків між активністю у соціальних мережах, рівнем самооцінки та особливостями самоідентичності молоді.
5	Розробити психолого-педагогічні рекомендації та тренінгові програми щодо формування здорових патернів взаємодії з соціальними мережами.
6	Оформлення дипломної роботи та підготовка доповіді, презентації до захисту.

5. Дата видачі завдання «07» жовтня 2025 р.

Студент

(підпис)

В.В. Бровун
(ініціали, прізвище)

Керівник роботи

(підпис)

О. М. Харцій
(ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота містить: 99 сторінок, 4 рисунки, 8 таблиць, 34 використаних літературних джерела, 9 додатків.

Об'єкт дослідження: самооцінка та самоідентичність осіб молодого віку (18-30 років).

Предмет дослідження: характер і механізми впливу соціальних мереж на самооцінку, рівень тривожності та задоволеність базових психологічних потреб молоді.

Мета дослідження: здійснити комплексне емпіричне дослідження особливостей та характеру впливу соціальних мереж на самооцінку і самоідентичність молоді віком 18-30 років.

Основні задачі дослідження:

1. Здійснити теоретичний аналіз наукової літератури з самооцінки та самоідентичності у контексті цифрової соціалізації.
2. Виявити рівень залежності молоді від соціальних мереж.
3. Встановити рівень самооцінки у досліджуваних.
4. Визначити рівень тривожності у досліджуваних.
5. Визначити рівень задоволеності базових психологічних потреб (автономії, компетентності, зв'язку з іншими людьми).
6. Визначити взаємозв'язок рівня залежності від соціальних мереж з самооцінкою, тривожністю та рівнем задоволення базових психологічних потреб, виявити ключові взаємозв'язки.
7. Сформулювати практичні рекомендації щодо формування здорової взаємодії з соціальними мережами та підтримки позитивної самооцінки молоді.

Практична значущість дослідження полягає в можливості використання отриманих результатів у практиці консультування молоді з проблемами

самооцінки, тривожності та самоідентичності, пов'язаними з використанням соціальних мереж; у розробці тренінгових програм з цифрової гігієни; у викладанні навчальних дисциплін психологічного профілю; у роботі шкільних та університетських психологічних служб для профілактики негативних наслідків надмірного використання цифрових технологій.

Ключові слова: соціальні мережі, самооцінка, самоідентичність, молодь, цифрова залежність, тривожність, базові психологічні потреби, автономія, компетентність, цифрове благополуччя, психологічна підтримка.

ABSTRACT

The thesis consists of 99 pages, 4 figures, 8 tables, 34 references, and 9 appendices.

Object of the study: self-esteem and self-identity of young people aged 18-30 years.

Subject of the study: the nature and mechanisms of social media influence on self-esteem, anxiety levels, and satisfaction of basic psychological needs among youth.

Purpose of the study: to conduct a comprehensive empirical study of the features and nature of social media influence on self-esteem and self-identity of young people aged 18-30 years.

Main research objectives:

1. To conduct a theoretical analysis of scientific literature on self-esteem and self-identity in the context of digital socialization.
2. To identify the level of youth dependence on social networks.
3. To establish the level of self-esteem among the study participants.
4. To determine the level of anxiety among the study participants.
5. To determine the level of satisfaction of basic psychological needs (autonomy, competence, relatedness to others).
6. To identify the relationship between the level of social media dependence and self-esteem, anxiety, and satisfaction of basic psychological needs, revealing key interconnections.
7. To formulate practical recommendations for developing healthy patterns of interaction with social networks and supporting positive self-esteem among youth.

Practical significance of the study lies in the possibility of applying the obtained results in counseling youth with self-esteem, anxiety, and self-identity issues related to social media use; in developing digital hygiene training programs; in teaching

psychological disciplines; in the work of school and university psychological services for preventing negative consequences of excessive use of digital technologies.

Keywords: social networks, self-esteem, self-identity, youth, digital addiction, anxiety, basic psychological needs, autonomy, competence, digital well-being, psychological support.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМООЦІНКУ ТА САМООІДЕНТИЧНІСТЬ ОСІБ МОЛОДОГО ВІКУ.....	13
1.1. Психологічна сутність і структура самооцінки особистості.....	13
1.2. Психологічна природа самоідентичності та її роль у становленні особистості молодшої людини.....	17
1.3. Соціальні мережі як середовище формування самооцінки та ідентичності особистості.....	23
1.4. Теоретичний аналіз взаємозв'язку самооцінки та самоідентичності у контексті активності в соціальних мережах.....	28
Висновки до першого розділу.....	32
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМООЦІНКУ ТА САМООІДЕНТИЧНІСТЬ ОСІБ МОЛОДОГО ВІКУ.....	34
2.1. Організація емпіричного дослідження та опис психодіагностичних методик.....	34
2.2. Характеристика та аналіз вибірки досліджуваних.....	40
2.3. Взаємозв'язок між активністю у соціальних мережах, рівнем самооцінки та особливостями самоідентичності.....	46
Висновки до другого розділу.....	53
РОЗДІЛ 3. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВИХ ПАТЕРНІВ ВЗАЄМОДІЇ З СОЦІАЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ ТА ПІДТРИМКИ ПОЗИТИВНОЇ САМООЦІНКИ МОЛОДІ.....	55
Висновки до третього розділу.....	60
ВИСНОВКИ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТКИ.....	69

ВСТУП

Актуальність дослідження. Цифровий простір не тільки альтернатива реального світу, а і невід’ємна частина буття. Instagram, TikTok, Facebook, Twitter та інші соціальні мережі виконують роль не просто комунікаційних каналів, а й стають майданчиками для побудови власного образу Я. Для покоління, яке перебуває у віковому діапазоні 18-30 років соцмережі - є невід’ємною частиною буття.

Цифрова епоха породжує нову психологічну реальність: інструменти, які під час створення були призначені для об’єднання людей, в наш час стають джерелом нових форм внутрішніх конфліктів та напруги. Наприклад, кількісні показники віртуального схвалення - лайки, коментарі, кількість переглядів - починають слугувати мірилом власної значущості, а потік беззупинної інформації про життя інших стає джерелом порівнянь з ретельно відредагованими версіями чужої реальності. Ця ситуація формує нові рамки для осмислення того, як молодь сприймає та оцінює саму себе, тобто яка їхня самооцінка та самоідентичність.

Цифрова епоха стає джерелом нової, раніше не відомої психологічної реальності: творці що створювали соцмережі з метою об’єднання людей, не очікували що вони стануть джерелом внутрішніх конфліктів та напруги. Молода людина перебуває в процесі постійної побудови свого публічного образу. Кількісні показники схвалення, такі як лайки, коментарі, кількість переглядів - починають слугувати мірилом власної значущості, а отримання беззупинної інформації про життя знайомих та дуже часто не знайомих людей, стає джерелом порівнянь з ретельно відредагованими версіями чужої реальності. Ця ситуація формує нові рамки для осмислення того, як молодь сприймає та оцінює саму себе.

В цьому контексті, свій відбиток лишає і військовий стан в нашій країні. Переосмислення цінностей, поступовий пошук національної ідентичності та

суспільні трансформації переплітаються з цифровізацією людських стосунків. Українська наука лиш розпочинає вивчення впливу цифрового середовища на внутрішній світ. Існуючі дослідження значною мірою ґрунтуються на західному науковому досвіді, який не здатен врахувати українську культурну специфіку та соціально-психологічні особливості.

Питання самооцінки набуває фундаментального значення як базовий психологічний феномен. Одночасно актуальною стає проблема самоідентичності. Попри науковий інтерес який поступово зростає до цих питань, чимало аспектів залишаються недостатньо дослідженими. Саме це визначило напрямок цього дослідження.

Об'єкт дослідження: Самооцінка та самоідентичність осіб молодого віку (18-30 років).

Предмет дослідження: Характер і механізми впливу соціальних мереж на самооцінку, рівень тривожності та задоволеність базових психологічних потреб молоді.

Мета дослідження: Здійснити комплексне емпіричне дослідження особливостей та характеру впливу соціальних мереж на самооцінку і самоідентичність молоді віком 18-30 років.

Завдання дослідження:

1. Здійснити теоретичний аналіз наукової літератури з самооцінки та самоідентичності у контексті цифрової соціалізації.
2. Виявити рівень залежності молоді від соціальних мереж.
3. Встановити рівень самооцінки у досліджуваних.
4. Визначити рівень тривожності у досліджуваних.
5. Визначити рівень задоволеності базових психологічних потреб (автономії, компетентності, зв'язку з іншими людьми).

6. Визначити чи є взаємозв'язок рівня залежності від соціальних мереж з самооцінкою, тривожністю, та рівнем задоволенням базових психологічних потреб (автономії, компетентності, зв'язку з іншими людьми), виявити ключові взаємозв'язки.

7. Сформулювати практичні рекомендації щодо формування здорової взаємодії з соціальними мережами та підтримки позитивної самооцінки, зниження рівня тривожності, та задоволення базових психологічних потреб (автономії, компетентності, зв'язку з іншими людьми).

Гіпотези дослідження:

1. Рівень залежності від соціальних мереж буде зворотно пов'язаний з показниками самооцінки молоді.

2. Рівень залежності від соціальних мереж має позитивний зв'язок з рівнем тривожності серед молоді.

3. Рівень залежності від соціальних мереж має негативний взаємозв'язок з задоволеністю базових психологічних потреб особистості (автономії, компетентності, зв'язку з іншими).

4. Вплив соціальних мереж має гендерну специфіку молоді.

Методи дослідження включають в себе теоретичний аналіз наукової літератури та комплекс емпіричних методів серед яких було використано шкалу самооцінки Розенберга, шкалу залежності від соціальних мереж, шкалу тривожності Спілбергера-Ханіна, та шкалу задоволеності базових психологічних потреб. Також було розроблено авторську анкету щодо демографічних характеристик та патернів використання соціальних мереж.

Характеристика вибірки дослідження: вибірка складає 31 людину від 18 до 30 років.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в комплексному дослідженні взаємозв'язків між рівнем залежності від соціальних мереж та даних

показників щодо самооцінки і задоволеності базових психологічних потреб, поглибленні наукового розуміння ролі різних типів тривожності (особистісної та реактивної) у механізмах впливу цифрового середовища на процеси самосприйняття особистості, виявленні взаємозв'язків між задоволеністю базових психологічних потреб та залежністю від соціальних платформ, що розширює розуміння механізмів формування ідентичності у цифровому комунікаційному середовищі.

Результати які були отримані під час дослідження мають практичне значення: результати дослідження мають прикладний потенціал для застосування (у практиці консультування молоді з проблемами самооцінки, тривожності та самоідентичності, пов'язаними з користуванням соціальними мережами, у розробці тренінгових програм з цифрової гігієни, у викладанні навчальних дисциплін психологічного профілю (соціальна психологія, психологія особистості, психологія масових комунікацій, психологія розвитку), у роботі шкільних та університетських психологічних служб для профілактики негативних наслідків надмірного використання цифрових технологій.

Також були розроблені практичні рекомендації, що можуть бути впроваджені психологічними службами освітніх закладів, молодіжними центрами, центрами психологічної допомоги, а також застосовані для самостійної роботи молоді над формуванням здорового ставлення до соціальних мереж та зміцненням особистісної ідентичності.

Структура і обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (34 найменувань), та 9 додатків. Загальний обсяг дипломної роботи – 99 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМООЦІНКУ ТА САМООІДЕНТИЧНІСТЬ ОСІБ МОЛОДОГО ВІКУ

1.1. Психологічна сутність і структура самооцінки особистості

Самооцінка посідає центральне місце в структурі особистості. Вона визначає особливості взаємодії індивіда з навколишньою реальністю та власним внутрішнім світом. Зараз, в епоху цифровізації суспільства, коли соціальні мережі стали частиною життя людства, особливо, молодого покоління, тому дослідження самооцінки та її складових набуває нового значення для психологічної теорії та прикладної практики.

Самооцінка - багатоаспектний феномен, що показує специфіку ставлення людини до власної персони. С.Максименко тлумачить її як процес оцінювання особистістю власних можливостей, якісних характеристик та соціального статусу [4]. Самооцінка впливає на різноманітні сфери життєдіяльності людини – від успіхів в університеті до побудови взаємин з оточенням. Вона не є вродженою характеристикою психіки, а формується поступово під дією внутрішніх і зовнішніх чинників.

Г. Костюк розглядав самооцінку як частину самосвідомості, що розкриває багатогранність досліджуваного та його органічний зв'язок з феноменом самосвідомості [3]. Самооцінка стає чинником реалізації функції внутрішнього механізму саморегуляції, за що дає змогу особистості орієнтуватися серед спектру власних ресурсів і обмежень, та вибудовувати діяльність відповідно до реальних здібностей.

Науковий дискурс виокремлює кілька базових структурних елементів самооцінки, кожен з яких реалізує специфічні функції у психічній організації

особистості. Згідно з науковими дослідженнями, структура самооцінки охоплює три взаємопов'язані компоненти: когнітивний, емоційний та поведінковий [7]. Ця структура гарантує цілісність функціонування самооцінки у психічному житті особистості та її інтеграцію з іншими особистісними характеристиками.

Когнітивний компонент відображає систему знань індивіда про себе: здібності, уявлення про власні якості, можливості та обмеження. Цей аспект формується на основі самопізнання та рефлексії, поєднуючи самоспостереження, самоаналіз і порівняння себе з іншими. Цей компонент забезпечує інформаційну основу самооцінки, включаючи як об'єктивні відомості про себе, так і їх суб'єктивне трактування [6].

Емоційний компонент показує переживання людини щодо власних якостей і визначає емоційне забарвлення, тобто ставлення до себе — від прийняття й самоповаги до незадоволеності чи почуття неповноцінності. Він суттєво впливає на психологічне благополуччя, настрій та здатність до конструктивної взаємодії з іншими [2].

Поведінковий компонент проявляється у конкретних діях людини, що відображають її ставлення до себе. Ця складова самооцінки реалізується через самоконтроль, саморегуляцію, прагнення до розвитку або, навпаки, схильність до самодеструктивних моделей поведінки [2].

У психології виділяють кілька основних параметрів, що дозволяють оцінити самооцінку з різних позицій. Зокрема, за рівнем висоти вона може бути адекватною, завищеною або заниженою. С. Максименко підкреслює, що адекватна самооцінка узгоджується з реальними можливостями людини, тоді як відхилення від адекватності можуть спричиняти труднощі у поведінці та здоровому зв'язку з оточуючими. Здатність реалістично оцінювати власні ресурси є показником психологічної зрілості особистості [4].

Г. Костюк підкреслював, що як завищена, так і занижена самооцінка перешкоджають гармонійному розвитку особистості та її ефективному функціонуванню [3]. Люди з високою самооцінкою частіше беруться за складні завдання, наполегливо рухаються до мети й упевнено поведуться в соціальних ситуаціях, але часто переоцінюють свої здібності. Низька самооцінка, навпаки, може спричиняти уникання викликів, страх невдачі та пасивність [5].

Самооцінку можна також розрізнити за параметром стійкості. При ній забезпечується емоційна стабільність та передбачуваність поведінки, тому розрізняють стабільну та нестабільну самооцінку. Стабільна самооцінка відносно незалежна від ситуативних чинників до зовнішніх впливів та оцінок оточення. Нестабільна самооцінка характеризується значними змінами залежно від зовнішніх обставин, успіхів чи невдач, оцінок оточуючих. О. Скрипченко зазначає, що особливо виражена нестабільність самооцінки спостерігається у підлітковому та молодому віці. Саме в цей період інтенсивно формується ідентичність [6].

Формування самооцінки визначається сукупністю внутрішніх та зовнішніх чинників. Наприклад, внутрішні чинники охоплюють психологічні особливості людини, її досвід, рівень домагань, темперамент. Успішна діяльність в минулому та сучасності сприяє позитивній самооцінці, невдачі можуть її знижувати. Особливо впливовим є ранній дитячий досвід, що формує базові уявлення про себе [3].

Ключовим у формуванні самооцінки є механізм соціального порівняння. За Л. Фестінгера, люди визначають власну цінність через співставлення себе з іншими [8]. Порівняння може бути з успішнішими або з менш успішними, що дозволяє визначити своє місце у соціумі.

Висхідне соціальне порівняння може мати як мотивуючий ефект (стимуляція особистості до досягнення), так і демотивуючий (знижуючи

самооцінку через усвідомлення недосконалості). Характер впливу соціального порівняння на самооцінку детермінується психологічними особливостями особистості, її цілями та контекстом порівняння. Соціальне порівняння може підвищувати самооцінку (усвідомлення власних переваг), проте може також спричиняти самовдоволення та зниження мотивації до розвитку.

Вивчення впливу цифрових технологій та соціальних мереж є дуже важливим напрямком сучасних досліджень. Соціальні мережі впливають на самооцінку, як, наприклад, надають безліч можливостей для самопрезентації, отримання зворотного зв'язку та соціального порівняння. Шеррі Теркл підкреслює, що цифрове середовище характеризується постійною присутністю можливостей для порівняння себе з іншими, що може як стимулювати особистісний розвиток, так і негативно впливати на самооцінку [10].

Дослідження демонструють, що існують певні відмінності у самооцінці юнаків та дівчат, які асоціюються як з біологічними, так і з соціокультурними чинниками. Дівчата часто демонструють нижчу самооцінку у сфері зовнішності та фізичних здібностей, тоді як юнаки можуть мати нижчу самооцінку у сфері соціальних відносин та емоційної компетентності. Ці відмінності значною мірою створені за допомогою гендерних стереотипів та соціальними очікуваннями, які формуються в процесі соціалізації та активно репрезентуються у соцмережах.

Таким чином, самооцінка є важливою частиною самосвідомості та показує специфіку ставлення людини до власної персони. Самооцінка може бути завищеною, заниженою або адекватною. За мінливістю вона може бути стабільною та нестабільною. Самооцінку формують внутрішні та зовнішні чинники.

Часто на самооцінку впливає порівняння самих себе з іншими в кращу чи гіршу сторону. Зазвичай з таким порівнянням люди зтикаються в соцмережах.

1.2. Психологічна природа самоідентичності та її роль у становленні особистості молодшої людини

Самоідентичність є ключовим психологічним новоутворенням молодого віку. Її формування становить складний процес самовизначення, що включає усвідомлення власної унікальності. В цифрову еру, соціальні мережі створюють нові простори для самопрезентації, і в результаті ця проблематика набуває особливої актуальності, особливо серед молоді, яка активніше за інші покоління користується соцмережами.

Над концептом ідентичності багато хто роздумував. Е. Еріксон здійснив фундаментальний внесок у теорію ідентичності, визначаючи її як внутрішню тотожність самості, що зберігається попри зміни у житті людини. Еріксон розглядав формування ідентичності як центральне завдання підліткового віку, від вирішення якого залежить подальший особистісний розвиток. Він запропонував тлумачити ідентичність не як суму ідентифікацій, а як цілісну якість особистості [11].

У вітчизняній психології питання самоідентичності досліджується через призму становлення самосвідомості. Наприклад, М. Боришевський тлумачить цей феномен як розуміння людиною власної цілісності та безперервності існування, що підтверджується визнанням оточення. Така інтерпретація враховує індивідуальний та колективний аспекти, що важливо для аналізу виникнення ідентичності через соціальну взаємодію. Ідентичність постає не лише як особистісна характеристика, а народжується у спілкуванні з людьми та культурним середовищем [2].

С. Максименко розглядає самоідентичність як наслідок активного самовизначення, коли людина об'єднує пережите, теперішнє та очікуване у єдину структуру Я-концепції. Такий погляд підкреслює мінливість ідентичності та її

зв'язок із часовим сприйняттям особистості. Побудова ідентичності вимагає від людини свідомих зусиль щодо творення власного Я через рефлексію, самоаналіз та вибір цінностей і життєвих орієнтирів. Самоідентичність стає відповіддю на базове екзистенційне запитання «Хто я?», що виникає у переломні моменти розвитку [4].

І. Бех відзначає, що персональна ідентичність поєднує усвідомлення своїх особливостей, здібностей, цінностей, переконань та життєвого досвіду. Цей компонент відповідає на запитання «Хто я як неповторна людина?» та виникає через осмислення внутрішніх станів, бажань, думок і емоцій [1].

Персональна ідентичність об'єднує розуміння своїх фізичних характеристик, психологічних рис, талантів, ціннісної системи, життєвих цілей та бажань. Г. Костюк наголошував на зв'язку становлення персональної ідентичності з розвитком самосвідомості та здатності до глибокої саморефлексії. У молодості відбувається активне осмислення власної неповторності, що може викликати як радість від самопізнання, так і тривогу через усвідомлення своєї несхожості на інших [3].

Людина може бути в різних соціальних групах, де і проявляється її соціальна ідентичність. Л. Орбан-Лембрик зазначає, що соціальна ідентичність формується через ототожнення з певними спільнотами та засвоєння їхніх норм, цінностей і моделей поведінки. Вона може включати національну, етнічну, професійну, гендерну та інші форми групової приналежності, відповідаючи на питання «До яких спільнот я належу?» та «Що означає бути їх частиною?». Соціальна ідентичність дає відчуття приналежності, захищеності та орієнтири для поведінки [5].

У молодості соціальна ідентичність має особливе значення через активний пошук референтної групи для прийняття та розуміння. О. Скрипченко та Л. Долинська відзначають ключову роль належності до досліджуваної групи

однолітків у формуванні соціальної ідентичності молоді людини [6]. Сьогодні соціальні мережі відкривають нові можливості для пошуку та творення соціальної ідентичності, дозволяючи молоді знаходити спільноти за інтересами без географічних обмежень.

Часова ідентичність створює відчуття безперервності особистості у часі, поєднуючи минуле, теперішнє та майбутнє Я. Вона дозволяє людині об'єднати життєвий досвід у єдину історію та планувати своє майбутнє. Цей аспект особливо важливий у молодості, коли активно будується життєва перспектива та визначаються цілі. М. Боришевський наголошує, що здатність сприймати себе як єдину особистість від минулого через сьогодення до майбутнього свідчить про зрілу ідентичність [2].

Екзистенційна ідентичність торкається глибинних питань існування, життєвого сенсу, особистих цінностей та переконань. Вона формується через осмислення фундаментальних життєвих питань та створення власної ціннісної системи. У молодості особливо гостро постають питання про сенс життя, призначення та місце у світі, що робить екзистенційний вимір ідентичності надзвичайно актуальним. І. Бех підкреслює, що пошук життєвого сенсу є центральним завданням молодості, від вирішення якого залежить напрям особистісного розвитку [1]. С. Максименко відзначає, що здатність знайти власні відповіді на екзистенційні питання свідчить про особистісну зрілість та автентичність [4].

Молодість є критичним періодом для становлення самоідентичності. У цей час відбувається інтенсивне самовизначення у різних сферах: професійній, світоглядній, сексуальній, моральній. Молодь активно шукає відповіді на питання «Хто я?», «Яким хочу стати?», «У що вірю?», «Чого прагну досягти?». Ці пошуки можуть супроводжуватись емоційним напруженням, тривогою, конфліктами, проте вони необхідні для формування зрілої ідентичності.

Г. Костюк підкреслював, що у молодості формується здатність до рефлексії, абстрактного мислення та усвідомлення індивідуальності, що створює психологічні умови для побудови зрілої ідентичності. Розвиток когнітивних здібностей дозволяє молоді глибше аналізувати себе, порівнювати реальне та ідеальне Я, створювати складні уявлення про власну особистість. Здатність до формально-логічного мислення допомагає розглядати себе з різних позицій, аналізувати мотиви та передбачати наслідки виборів [3].

Формування самоідентичності у молодості має специфічні особливості. По-перше, воно характеризується інтенсивністю та напруженістю. Молодь переживає «кризу ідентичності», що супроводжується сумнівами, тривогою, активним самопошуком. Ця криза є нормальною та потрібною для досягнення зрілої ідентичності. М. Боришевський зазначає, що криза ідентичності може виявлятися в емоційній нестабільності, конфліктності, протестній поведінці, однак саме вона стимулює активний пошук власного Я. Криза ідентичності не є патологією, а навпаки, свідчить про активну роботу особистості над самовизначенням [2].

По-друге, формування ідентичності у молодості відбувається через випробування різних ролей та образів себе. Молодь тестує різні способи самопрезентації, моделі поведінки, групові приналежності, намагаючись знайти варіант, що найбільше відповідає їхньому внутрішньому відчуттю. О. Скрипченко та Л. Долинська наголошують, що рольове експериментування є ключовим механізмом побудови ідентичності, що дозволяє молоді відкривати нові аспекти своєї особистості [6]. Це може виявлятися у зміні зовнішності, стилю одягу, кола друзів, хобі та інтересів.

По-третє, становлення ідентичності тісно пов'язане з групою однолітків та спільнотами з яких діти беруть приклад. Членство у групі, визнання та прийняття ровесниками відіграють вирішальну роль у самовизначенні молодої людини. Група однолітків є важливим джерелом зворотного зв'язку, надає можливості для

порівняння себе з іншими та випробування різних граней власної ідентичності. Л. Орбан-Лембрик відзначає, що у молодості референтна група однолітків часто стає важливішою за сім'ю, що може спричиняти міжпоколінні конфлікти [5]. Сьогодні цю роль значною мірою виконують онлайн-спільноти та соціальні мережі.

По-четверте, важливою характеристикою є суперечливість та амбівалентність у формуванні ідентичності. Молодь може водночас прагнути автономії та приналежності, унікальності та схожості з іншими, стабільності та змін. І. Бех зазначає, що ця амбівалентність є природною та відбиває складність завдання поєднання різних аспектів особистості в цілісну ідентичність [1]. Бажання бути справжнім і водночас прийнятим створює внутрішню напругу, що стимулює розвиток та пошук рівноваги між індивідуальністю та соціальністю.

Роль самоідентичності у становленні особистості молодої людини є надзвичайно важливою. По-перше, самоідентичність забезпечує психологічну цілісність та стабільність особистості. Коли людина досягає зрілої ідентичності то вона починає відчувати себе єдиною особистістю, незважаючи на різні соціальні ролі та ситуації. І. Бех зазначає, що стабільна ідентичність є основою психологічного здоров'я та благополуччя особистості [1]. Відчуття власної тотожності у часі та різних контекстах надає впевненості та зменшує тривожність.

По-друге, самоідентичність є основою для самовизначення та життєвого планування. Ясне розуміння того, хто я, які мої цінності та цілі, дозволяє молодій людині робити усвідомлені життєві вибори щодо професії, партнера, способу життя. Г. Костюк підкреслював, що зріла ідентичність є необхідною умовою для побудови реалістичної життєвої перспективи та досягнення життєвих цілей [3]. Без чіткого розуміння себе неможливо визначити напрям руху та створити ефективну життєву стратегію.

По-третє, самоідентичність є основою для побудови зрілих міжособистісних стосунків. Е. Еріксон підкреслював, що досягнення ідентичності є необхідною

передумовою для здатності до інтимності – створення глибоких, довірливих стосунків з іншими людьми [11]. Людина, яка не має чіткого розуміння себе, не може повноцінно відкритися іншій людині, оскільки не знає, що саме відкривати. Л. Орбан-Лембрик зазначає, що зріла ідентичність дозволяє молодій людині будувати стосунки на основі автентичності, а не на основі страху відторгнення [5].

По-четверте, самоідентичність є джерелом особистісного сенсу та осмисленості життя. Усвідомлення власної унікальності, цінностей та призначення надає життю сенсу та спрямованості. Т. Титаренко підкреслює, що пошук та формування ідентичності є по суті пошуком сенсу власного існування [7]. Молодь, яка досягла зрілої ідентичності, демонструє вищий рівень осмисленості життя та психологічного благополуччя.

У сучасних умовах формування самоідентичності відбувається під впливом нових чинників, зокрема цифрового середовища та соціальних мереж. Цифрові технології створюють нові можливості для самопрезентації, експериментування з ідентичністю та спільною діяльністю з різними соціальними групами. Соціальні мережі дозволяють молоді презентувати себе широкій аудиторії, отримувати зворотний зв'язок, знаходити однодумців та досліджувати різні аспекти власної ідентичності. Дж. Сулер зазначає, що онлайн-середовище надає унікальні можливості для експериментування з ідентичністю в безпечному просторі [13].

Водночас цифрове середовище створює нові виклики для побудови ідентичності. Можливість створювати множинні онлайн-ідентичності може призводити до фрагментації Я-концепції та труднощів в інтеграції різних аспектів особистості. Тиск соціального порівняння у соціальних мережах, необхідність постійної самопрезентації та отримання схвалення можуть негативно впливати на процес формування автентичної ідентичності. С. Теркл підкреслює, що надмірна залученість до онлайн-взаємодії може призводити до поверхневості та фрагментарності ідентичності [10].

Отже, можна сказати, що самоідентичність включає в себе усвідомлення своєї унікальності, цінностей, моралі, екзистенційних питань та розумінням хто ти, і ким ти є. Ідентичність формується під час дорослішання, де молоді люди, наприклад, приєднуються до референтної групи. Цифрове середовище створює такі можливості, але також може впливати негативно, якщо людина відчуває тиск самопрезентації.

1.3. Соціальні мережі як середовище формування самооцінки та ідентичності особистості

Цифрова революція принесла багато змін в суспільство. В останні десятиліття змінились способи та швидкість комунікації та самопрезентації. Соцмережі змінились: прості інструменти спілкування перетворились на складні екосистеми, де відбулась перебудова та представлення ідентичності. Для багатьох людей, особливо для молоді, віртуальні платформи вже не є додатковим елементом до реального життя, а стало органічною частиною повсякденості, що активно впливає на процес самосприйняття.

Зараз соцмережі створені не тільки для комунікації, а для показання свого Я. На думку О. Войскунського, цифрове середовище створює простір для рефлексивної побудови образу Я, оскільки людина має змогу контролювати інформацію, яку вона транслює іншим [14]. Така можливість ретельного формування власного публічного образу якісно відрізняється від спонтанності безпосереднього спілкування. Постійна доступність соціальних мереж створює феномен "безперервної присутності" у віртуальному просторі. Молодь існує у режимі безперервної онлайн-комунікації, коли межі між приватним і публічним стираються, а будь-який момент життя потенційно може стати об'єктом цифрового представлення.

Н.Чухрій зазначає, що така постійна включеність у цифровий простір змінює самоусвідомлення особистості, оскільки вона починає сприймати себе крізь призму потенційної публічності [15]. Тобто відбувається усвідомлення того, що кожна дія може бути зафіксована та оприлюднена, впливає на спонтанність поведінки та автентичність самовираження. Візуальна переважаюча соціальних мереж, особливо Instagram та TikTok, найбільшим акцентом визначає зовнішність та естетику самопрезентації. Алгоритми цих платформ надають перевагу візуальному контенту, що стимулює користувачів до ретельної побудови свого зовнішнього образу через фотографії та відео. Т. Зелінська підкреслює, що гіпервізуалізація соціальних мереж посилює фокус на зовнішніх атрибутах ідентичності, потенційно зменшуючи увагу до внутрішніх якостей особистості [16]. Це породжує специфічну форму самосприйняття, де зовнішній вигляд набуває надмірного значення у структурі самооцінки. Тобто багато речей в соцмережах є поверзовими і спираються на зовнішність.

Кількісні показники популярності у віртуальному просторі - лайки, коментарі, кількість підписників — перетворилися на своєрідну валюту соціального схвалення. Ці метрики функціонують як швидкий та наочний зворотний зв'язок щодо соціальної прийнятності опублікованого контенту.

Зараз цінністю і показником соціального схвалення є кількісні моменти: лайки, коментарі, перегляди та кількість підписників. Я. Гошовський зазначає, що для молоді кількісні показники віртуального схвалення можуть набувати статусу об'єктивних індикаторів власної цінності та успішності [17]. Це все робить джерела самооцінки людини залежною від непередбачуваних реакцій віртуальної аудиторії, посилюючи психологічну вразливість особистості. Феномен соціального порівняння, описаний Л. Фестінгером [8], набуває нової інтенсивності у цифровому середовищі. Користувачі соціальних мереж мають безпрецедентний доступ до інформації про життя численних людей, що створює нескінченні

можливості для порівняльного аналізу. Проблема полягає в тому, що порівняння відбувається не з реальним життям інших, а з його ретельно відредагованою версією. М. Смульсон підкреслює, що систематичне порівняння власного буденного життя з ідеалізованими репрезентаціями чужого може провокувати хронічне відчуття власної неповноцінності [18]. Висхідне соціальне порівняння у віртуальному просторі часто має демотивуючий ефект, оскільки дистанція між власними досягненнями та демонстрованими успіхами інших сприймається як непереборна. Особливо це стосується сфер зовнішності, матеріального благополуччя та романтичних стосунків, які активно представляються у соціальних мережах. О. Основська зазначає, що молоді люди, схильні до інтенсивного соціального порівняння в онлайн-середовищі, демонструють нижчі показники самооцінки та вищий рівень депресивної симптоматики [19].

Багато молодих людей підпадають під культуру перфекціонізму та нереалістичних стандартів, що активно культивується у соціальних мережах, створює ілюзію норми, якій неможливо відповідати без цифрової обробки та постановочності. Фільтри, редактори фотографій та ретельний відбір контенту для публікації конструюють паралельну реальність, де люди завжди виглядають бездоганно, перебувають у гарному настрої та ведуть ідеальне життя. Наприклад, дівчата та хлопці починають заздрити і відчувати себе неповноцінними переглядаючи фото блогерів, які ведуть лакшері життя та мають ідеальні підтягнуті фігури, які нвасправді створені фільтрами. Н. Пов'якель підкреслює, що вплив таких нереалістичних стандартів може викривляти уявлення молоді про нормальність, провокуючи незадоволеність власним життям та зовнішністю [20].

В. Посохова зазначає, що віртуальний простір функціонує як своєрідна лабораторія ідентичності, де молоді люди можуть безпечно досліджувати різні грані власної особистості [21]. Однак надмірна фрагментація онлайн-ідентичності може призводити до дифузії цілісного образу Я. Коли людина презентує різні

версії себе у різних цифрових просторах, виникає ризик втрати відчуття внутрішньої узгодженості та автентичності. І. Галецька підкреслює, що множинність онлайн-ідентичностей може ускладнювати процес інтеграції різноманітних аспектів особистості у цілісну самоконцепцію [22]. Замість продуктивного рольового експериментування може відбуватися роздроблення Я на несумісні фрагменти.

Онлайн-спільноти грають амбівалентну роль у процесі побудови ідентичності. З одного боку, вони надають можливість знайти людей зі схожими інтересами, цінностями чи життєвим досвідом, що може підтримувати формування позитивної ідентичності, особливо для представників меншин чи людей з нестандартними інтересами. Л. Найдьонова зазначає, що віртуальні спільноти можуть функціонувати як простори підтримки та визнання для тих, хто відчуває себе маргіналізованим у реальному житті [23]. Особливо це небезпечно, коли разом зустрічаються політичні маргінали. Тобто з іншого боку, деякі онлайн-спільноти можуть культивувати деструктивні цінності чи моделі поведінки, негативно впливаючи на особистісний розвиток молоді, створюючи небезпечних та асоціальних людей.

О. Лазоренко підкреслює, що систематична практика презентації ідеалізованого образу себе може призводити до відчуження від власної справжньої особистості та посилення внутрішнього конфлікту між реальним і віртуальним Я [24]. Страх пропустити щось важливе є специфічною формою тривожності, пов'язаною з використанням соціальних мереж. Це переживання виникає з усвідомлення того, що інші люди можуть мати досвід чи отримувати винагороди, яких позбавлена сама людина. М. Боришевський зазначає, що ця залежність стимулює компульсивне використання соціальних мереж, оскільки людина намагається постійно відстежувати онлайн-активність інших, щоб не залишитися "поза грою" [2]. Це створює замкнене коло: тривожність провокує інтенсивніше

використання соціальних мереж, яке, у свою чергу, посилює порівняльні процеси та генерує ще більшу тривожність.

Н. Чепелева підкреслює, що для осіб із високою базовою соціальною тривожністю соціальні мережі можуть перетворитися з безпечного простору комунікації у джерело додаткового стресу [25]. Дослідження демонструють систематичні відмінності у тому, як соціальні мережі впливають на самооцінку юнаків і дівчат. У дівчат більша вразливість до негативного впливу соціальних мереж на самооцінку, через сприйняття зовнішності та тілесного образу. Це пов'язано з тим, що саме на цих аспектах часто будується жіночність та воно є частиною гендерного усвідомлення себе як жінки. Молоді чоловіки також страждають від цього і багато хто переживає стрес. Деякі починають занадто сильно тренуватися, виснажуючи свій організм.

Т. Титаренко пояснює це сильнішим суспільним тиском на жінок щодо стандартів краси та вищою схильністю дівчат порівнювати себе з іншими [7]. Візуально орієнтовані платформи, зокрема Instagram, особливо потужно діють на жіночу аудиторію, просуваючи недосяжні ідеали зовнішності. Для юнаків більшу загрозу становить необхідність демонстрації досягнень, статусності та успіху в соціальних мережах. Стереотипи, що пов'язують чоловічість із фінансовим благополуччям та високим соціальним становищем, можуть викликати у юнаків занепокоєння через нездатність відповідати таким вимогам. О. Скрипченко та Л. Долинська наголошують, що гендерне виховання суттєво впливає на те, які компоненти самооцінки виявляються найбільш чутливими до дії соціальних мереж [6]. Таким чином, соціальні мережі формують багатогранне середовище для становлення самооцінки та ідентичності, яке містить як можливості для сприяння особистісному зростанню, так і загрози для психологічного здоров'я молоді.

Отже, можна сказати, що соцмережі впливають на самооцінку та самоусвідомлення. Так, люди можуть собі знаходити друзів, які будуть як

позитивно або негативно впливати на людину. Як було вже зазначено популярність і впевненість у собі та підтримка проявляються в лайках, коментарях та іншому, що стає своєрідною валютою для користувачів. Окрім того, соцмережі створюють тиск на молоді, де залежно від гендерних стереотипів, вони отримують проблеми з прийняттям зовнішності, статусу та іншого. Так дівчата можуть комплексувати із-за зовнішності, а чоловіки – статусу. Також соцмережі можуть привести до проблем з тривожністю, бо люди зацікавлені бути завжди в тренді, розуміти, що і яка подія відбувається, а вони відбуваються дуже швидко.

1.4. Теоретичний аналіз взаємозв'язку самооцінки та самоідентичності у контексті активності в соціальних мережах

Самооцінка та самоідентичність є різними компонентами особистості, але вони можуть впливати один на одного. Якщо ми будемо розуміти, що це за вплив, то дізнаємось яким чином соцмережі будуть впливати на молодь. С. Максименко наголошує, що самооцінка виступає емоційно-оцінною складовою самоідентичності, водночас як ідентичність являє собою ширшу когнітивну структуру самовизначення [4]. У психології визнано, що самооцінка та самоідентичність пов'язані між собою, проте не є ідентичними поняттями. Якщо ідентичність дає відповідь на питання "Хто я?", то самооцінка стосується питання "Наскільки я цінний та здатний?". Ідентичність наповнює змістом образ Я, визначаючи, з якими категоріями, спільнотами та цінностями людина себе ототожнює, тоді як самооцінка показує характер цього ставлення до себе.

І. Бех відзначає, що членство у престижних соціальних групах посилює самооцінку людини, натомість маргінальна групова ідентичність може знижувати самоповагу [1]. У соціальних мережах цей механізм працює через участь у різних онлайн-спільнотах, кількість фоловерів та інші показники віртуального

соціального статусу. Теорія самодетермінації Е. Дісі та Р. Райана стверджує, що реалізація базових психологічних потреб — самостійності, компетентності та зв'язку з іншими — є ключовим фактором як для становлення стабільної ідентичності, так і для підтримки здорової самооцінки.

Н. Москалець підкреслює, що незадоволення цих потреб веде до порушень у формуванні і ідентичності, і самооцінки [26]. Соціальні мережі можуть як допомагати реалізувати ці потреби через можливості самовираження, показу своєї компетентності та соціальні контакти, так і блокувати їх через обмеження самостійності алгоритмами, демонстрацію переваги інших та поверхневості онлайн-стосунків. Взаємини самооцінки та ідентичності мають характер взаємного впливу: ідентичність має великий вплив на самооцінку, а та своєю чергою, визначає зростання зрілості ідентичності. Людина з високою самооцінкою має більше психологічних ресурсів для активного дослідження різних граней ідентичності, експериментів з ролями та самовизначення.

Натомість низька самооцінка може вести до пасивного прийняття нав'язаних ззовні ідентичностей або до дифузії ідентичності. З іншого боку, тип сформованої ідентичності істотно впливає на рівень самооцінки. Дж. Марсія показав, що люди з досягнутою ідентичністю мають вищу самооцінку порівняно з тими, хто перебуває у стані дифузії ідентичності [12]. Ясне усвідомлення того, хто ти є, твоїх цінностей та цілей, дає психологічну стабільність та впевненість у собі. Л. Орбан-Лембрик наголошує, що криза ідентичності часто супроводжується тимчасовим падінням самооцінки, однак успішне подолання цієї кризи веде до підвищення самоповаги [5].

У цифровому просторі ця взаємна причинність набуває особливих форм. Молодь з низькою самооцінкою може активніше використовувати соціальні мережі для пошуку підтвердження власної цінності через віртуальне схвалення. Однак саме така стратегія може призводити до подальшого зниження самооцінки

через інтенсивне соціальне порівняння. Т. Зелінська зазначає, що компенсаторне використання соціальних мереж для підвищення самооцінки часто дає зворотний ефект, оскільки переносить джерело самоцінності назовні [16]. Тривожність відіграє роль важливого посередника у зв'язках між використанням соціальних мереж, самооцінкою та ідентичністю. Особистісна тривожність як стала риса особистості може визначати як способи використання соціальних мереж, так і вразливість до їхнього негативного впливу.

М. Боришевський відзначає, що тривожні люди схильні до надмірного контролю самопрезентації та пильного відстеження реакцій інших, що посилює психологічну залежність від онлайн-схвалення [2]. Реактивна тривожність може з'являтися як відповідь на специфічні аспекти онлайн-взаємодії: очікування коментарів після публікації посту, відстеження кількості лайків, порівняння себе з іншими. Ця ситуативна тривожність діє на поточну самооцінку та може посилювати сумніви щодо власної ідентичності. Н. Чепелєва підкреслює, що регулярне переживання такої реактивної тривожності може вести до її поширення та перетворення на особистісну рису [25].

І. Галецька наголошує, що щира самопрезентація у соціальних мережах пов'язана з вищою самооцінкою та більшою психологічною цілісністю [22]. Водночас постійне показування ідеалізованого, нещирого образу себе може створювати внутрішній конфлікт та відчуження від власної справжньої ідентичності. Складність у тому, що сама будова соціальних мереж часто підштовхує до нещирої самопрезентації.

Реалізація базових психологічних потреб — самостійності, компетентності та зв'язку з людьми — може служити показником, що об'єднує самооцінку, ідентичність та психологічне здоров'я. Потреба у самостійності стосується відчуття свободи вибору та самовизначення. У соціальних мережах самостійність може блокуватися через алгоритмічний контроль контенту, соціальний тиск

конформності та залежність від схвалення інших. Н. Москалець підкреслює, що усвідомлення того, що власна поведінка керується не внутрішніми мотивами, а зовнішніми чинниками, як-от бажання отримати лайки чи страх осуду, шкодить і самооцінці, і формуванню справжньої ідентичності [26].

Я. Гошовський констатує, що тривале спостереження за чужими досягненнями онлайн може породжувати комплекс неповноцінності навіть у людей з реально високими результатами [17]. Потреба належати до спільноти, мати близькі емоційні контакти та значущі взаємини також потребує задоволення. Парадоксальність соціальних мереж полягає у тому, що за великої кількості віртуальних знайомств чимало користувачів страждають від самотності та ізоляції.

С. Теркл констатує, що велика кількість віртуальних зв'язків не може замінити глибину та емоційну наповненість справжніх людських стосунків [10]. Неглиbokість більшості онлайн-інтеракцій залишає потребу у справжній близькості незадоволеною, що руйнує і самооцінку, і процес формування соціальної ідентичності. Теоретичний аналіз дозволяє сформулювати комплексну модель впливу соцмереж на досліджувані характеристики особистості. Ця концептуальна схема передбачає різноманітні канали впливу та багаторівневі непрямі зв'язки між факторами. Активність у соціальних мережах впливає на ставлення до себе і напряду — через механізми порівняння та реакції оточення, і непряму — через рівень тривожності, ступінь реалізації фундаментальних потреб та особливості становлення ідентичності.

О. Основська констатує, що проблемою є не саме перебування у соціальних мережах, а конкретні моделі їх використання (пасивність, нав'язливість та порівняння себе з оточуючими [19]).

Отже, зв'язок самооцінки та самоідентичності у контексті діяльності в соціальних мережах є багатогранним феноменом, що проходить через тривожність, реалізацію базових психологічних потреб, щирість самопрезентації

та індивідуальні психологічні риси. Цифровий простір не просто діє на самооцінку чи ідентичність окремо, а змінює динамічну систему їхніх взаємин, створюючи водночас нові можливості для особистісного зростання та нові загрози для психологічного здоров'я молоді. Усвідомлення цих багатогранних зв'язків необхідне для створення дієвих стратегій психологічної підтримки молоді у цифрову добу та формування здорових моделей взаємодії з віртуальним світом.

Висновки до першого розділу

Теоретичний аналіз психологічних основ вивчення з впливу соціальних мереж на самооцінку та самоідентичність молоді дозволяє зробити наступні висновки.

Самооцінка є частиною самосвідомості та що показує специфіку ставлення людини до власної персони. Самооцінка може бути завищеною, заниженою або адекватною. На становлення самооцінки діють різноманітні внутрішні та зовнішні фактори, причому особливу роль відіграє механізм соціального порівняння. Самооцінка є складним особистісним утворенням, та поєднує в собі поведінковий, когнітивний та емоційний аспект, які в купі визначають ставлення людини до себе. Соцмережі впливають на формування самооцінки, молодь зазнає суттєвих змін через вплив соціальних мереж, що породжує нові проблеми для психологічного здоров'я молодого покоління.

Саме у молодості відбувається основне формування ідентичності, а саме через інтенсивне самопізнання, приєднання до референтних груп або експерименти з зовнішнім виглядом та намагання знайти відповідь на запитання "хто я?", "ким я є?".

Тому можна сказати, що ідентичність має багатоварову структуру - вона поєднує багато аспектів особистості і формує її унікальність.

Оскільки багато хто з молоді намагається бути в тренді, розуміти останні тенденції, щоб заробити більше схвалення, наприклад, це вираховується в лайках та коментарях, то молодь постійно знаходиться в соцмережах і це впливає на сприйняття себе та інших. Наприклад, молодь з низькою самооцінкою та тривожністю можуть страждати ще сильніше через постійне перевіряння контенту, який постійно показує гарну картинку: ідеальна фігура, високий статус та інше. Це впливає на почуття недосяжності у молоді, фрустрації та іноді психічних проблем, як наприклад, булемія чи анорексія у дівчат, що женуться за стандартами краси, або проблеми у самооцінці хлопців, які хочуть досягнути вищого статусу та схвалення.

Соцмережі окрім побудови власного Я, можуть запропонувати задоволення чи навпаки незадоволення психологічних потреб: реалізація потреб в самостійності, відчутті власної компетентності та зв'язку з людьми - є важливими показниками, що об'єднують самооцінку, ідентичність та психологічне здоров'я. В залежності від користування та мети соцмереж людина може себе почувати краще або гірше.

Отже, теоретичний огляд показує, що соцмережі можуть впливати на самооцінку та навпаки. Для цього, щоб зрозуміти чи правда це чи ні потрібно провести емпіричне дослідження.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМООЦІНКУ ТА САМООІДЕНТИЧНІСТЬ ОСІБ МОЛОДОГО ВІКУ

2.1. Організація емпіричного дослідження та опис психодіагностичних методик

Емпіричне дослідження по темі було організоване як сукупне психодіагностичне обстеження, що реалізовувалося у режимі онлайн-опитування. Така форма проведення була обрана не випадково, а з огляду на специфіку теми дослідження та складні умови під час військового стану. Також, онлайн-формат мав забезпечити комфортні умови для респондентів, та надав змогу відповідати щиро завдяки відчуттю анонімності.

Робота над дослідженням була організована поетапно протягом вересня-листопада 2025 року і включала в себе кілька послідовних стадій.

Підготовчий етап у вересні 2025 року мав на меті формування теоретичної основи дослідження, пошук, підбір та адаптацію психодіагностичних методик, розробку короткої авторської анкети для збору демографічних даних та інформації про патерни використання соціальних мереж. Під час цього етапу було створено електронну форму опитування на базі Google Forms, що у логічні послідовності інтегрувала в собі всі обрані методики. Важливим завданням було правильне формулювання інструкцій, що мали бути простими та зрозумілими для респондентів та забезпечувати валідність отриманих даних.

Етап збору емпіричних даних відбувався протягом чотирьох тижнів у жовтні 2025 року. Респонденти були відібрані серед особистих контактів дослідника у соціальних мережах (здебільшого через Telegram). Це відповідає методу формування вибірки "снігової кулі". Респондентам надавалась можливість

проходити опитування у зручний для них час, що мало сприяти отриманню більш точних та обдуманих відповідей. Середній час проходження тестування складав 20-25 хвилин. Повна анонімність та конфіденційність була гарантована усім учасникам, про що їх було проінформовано у вступній частині опитування. Обробка та аналіз даних проводилися у листопаді 2025 року та включала в себе первинну обробку отриманих результатів за допомогою ключів до кожної методики, перевірку коректності заповнення анкет, статистичну обробку даних в програмному забезпеченні Microsoft Excel. Щоб встановити взаємозв'язки між змінними здійснювався кореляційний аналіз за Спірменом, а також проводилося порівняння груп респондентів, що мають різний рівень залежності від соціальних мереж.

Для участі у дослідженні були встановлені чіткі критерії включення (вік респондентів у діапазоні 18-30 років; регулярна активність у соціальних мережах (щоденне використання); добровільна згода на участь у дослідженні). та виключення (вік за межами встановленого діапазону; відсутність регулярної активності у соціальних мережах; неповне заповнення опитувальників (пропущено більше 10% запитань)).

Щоб реалізувати мету дослідження було використано комплекс з чотирьох стандартизованих психодіагностичних методик та авторську анкету, що в сукупності дали змогу дослідити вплив соціальних мереж на самооцінку та самоідентичність молоді:

1. Авторська анкета, під назвою “Цифрова присутність та патерни онлайн-поведінки” була розроблена спеціально для цього дослідження і мала на меті зібрати демографічну інформацію про респондентів та виявлення особливостей їхньої онлайн-активності. Анкета містила 10 запитань. Серед них демографічні питання (вік, стать, освіта), що дозволяють охарактеризувати вибірку та провести порівняльний аналіз між різними групами респондентів. Ще ряд питань були

спрямовані на виявлення патернів використання соціальних мереж (тривалість щоденного перебування онлайн, найбільш популярні платформи, основні мотиви використання). Залишок питань мали на меті дослідити психологічні аспекти взаємодії з соціальними мережами (значущість зворотного зв'язку від інших користувачів, частоту соціального порівняння, суб'єктивне сприйняття впливу соціальних мереж на самосприйняття, емоційний дискомфорт за відсутності доступу до онлайн-платформ). Більшість запитань в анкеті мали переважно закритий формат з пропонованими варіантами відповідей, що полегшує подальшу статистичну обробку даних. Окремі запитання мають можливість множинного вибору або відкриту частину для уточнення відповіді (питання про використання соцмережі та вік). В цілому анкета дозволила отримати цілісну характеристику цифрової поведінки респондентів та виявити потенційні зони ризику щодо проблемного використання соціальних мереж (Додаток А).

2. Шкала залежності від соціальних мереж надає змогу виявити рівень залежності від соціальних мереж. Містить 11 тверджень, які респондент має оцінити за шкалою Лікерта від 1 до 7 балів, де 1 – “абсолютно не згоден”, а 7 – “повністю згоден”. Методика містить в собі три елементи, що показують різні фактори залежності від соціальних мереж. Твердження 1-4 відповідають за фактор “значущість соціальних мереж” який діагностує міру домінування думок про соціальні мережі у повсякденному житті людини, частоту звернення до соціальних мереж та їхню пріоритетність при щоденній активності. Твердження 5-8 відрізняються за фактор “самопочуття за неможливості користування соціальними мережами” та оцінює емоційний дискомфорт, який виникає за відсутності доступу до соціальних мереж (сум, дратівливість, розчарування, втрата спокою). Твердження 9-11 відображають “конфлікт через соціальні мережі” та має за мету виявити наявність внутрішніх чи міжособистісних конфліктів, які пов'язані з надмірним використанням соціальних мереж (приховування масштабів онлайн-

активності, обман оточуючих та нехтування сном заради перебування у віртуальному просторі). Обробка результатів передбачає підрахунок суми балів за кожним фактором окремо та загального показника залежності від соціальних мереж (сума балів за всіма 11 твердженнями). Чим вищі виявлені значення, тим більш вираженою є психологічна залежність від соціальних мереж [31]. Методика широко використовується в міжнародних дослідженнях цифрової залежності та має задовільні психометричні характеристики (Додаток Б).

3. Шкала самооцінки Розенберга. Являє собою один з найбільш широко застосовуваних та валідних інструментів. Використовують з метою діагностики самооцінки особистості. Розроблена у 1965 та перекладена безліччю мов. Адаптована під культурні контексти. Українізована версія демонструє високі показники надійності та валідності. Шкала сформована з 10 тверджень. Пункти 1,2,4,6,7 – позитивно сформульовані, а 3,5,8,9,10 – негативно сформульовані. Респонденти мають оцінити кожне твердження за 4-бальною шкалою (“повністю погоджуюсь”, “погоджуюсь”, “не погоджуюсь”, “повністю не погоджуюсь”). Обробка результатів передбачає підрахунок балів позитивно сформульованих тверджень (4-3-2-1 бали відповідно) та обернений підрахунок негативно сформульованих тверджень (1-2-3-4 бали відповідно). Загальний показник самооцінки підраховується як сума балів всіх 10 тверджень (від 10 до 40 балів). Високі показники свідчать про позитивну самооцінку та самоприйняття, тоді як низькі бали вказують на негативне ставлення до себе та низьку самоповагу. Методика діагностує глобальну самооцінку як загальне ставлення індивіда до себе [32]. Простота методики поєднана з її високою діагностичною цінністю. Це зробило її одним з найважливіших інструментів у дослідженнях самооцінки (Додаток В).

4. Шкала тривожності Спілбергера-Ханіна (State-Trait Anxiety Inventory, STAI). Це класичний інструмент для диференційованої оцінки двох типів

тривожності (реактивної та особистісної). Розроблена було Спілбергером, та широко використовується в українському науковому середовищі. Розмежування тривожності як тимчасового емоційного стану (реактивна тривожність) та як стійкої особистісної характеристики (особистісна тривожність), надає цій методиці перевагу. Вона складена з двох субшkal (по 20 тверджень). Шкала реактивної тривожності (перші 20 тверджень) виявляє теперішній емоційний стан (напруженість, стурбованість, нервозність як реакцію на поточну життєву ситуацію) респондента на момент проходження. Шкала особистісної тривожності (останні 20 тверджень) має на меті виявити схильність особистості сприймати різнобічні ситуації як загрозливі та відповідно реагувати на них підвищенням тривожності. Респонденти оцінюють кожне твердження за 4-бальною шкалою (“ні, це не так”, “мабуть, так”, “вірно”, “цілком правильно”). Для кожної шкали є своя формула, за якими і ведеться підрахунок балів. Вони враховують прямі та обернені пункти. Для реактивної тривожності вона має такий вигляд: $PT = \Sigma 1 - \Sigma 2 + 50$, де $\Sigma 1$ - сума балів за пунктами 3, 4, 6, 7, 9, 12, 13, 14, 17, 18, а $\Sigma 2$ - сума балів за пунктами 1, 2, 5, 8, 10, 11, 15, 16, 19, 20. Для особистісної тривожності вона має такий вигляд: $OT = \Sigma 1 - \Sigma 2 + 35$, де $\Sigma 1$ - сума балів за пунктами 22, 23, 24, 25, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37, 38, 40, а $\Sigma 2$ - сума балів за пунктами 21, 26, 27, 30, 33, 36, 39. Інтерпретація результатів відбувається згідно цим нормативів (0-30 балів - низька тривожність, 31-45 балів - помірна тривожність, більше 45 балів - висока тривожність). Така інтерпретація використовується для обох типів тривожності [33]. Методика виявляє рівень тривожності, і додатково надає змогу диференціювати її природу, що в свою чергу має важливе значення для розуміння психологічних механізмів які мають вплив на емоційний стан особистості (Додаток Г).

5. Шкала задоволеності базових психологічних потреб в адаптації Н. Москалець (2020) - це сучасний інструмент психодіагностики. Він базується на

теорії самодетермінації Е. Десі та Р. Раяна. Згідно теорії, три базові психологічні потреби (автономії, компетентності та зв'язку з іншими людьми) особистості незалежно від культурного контексту - є універсальними та необхідними для психологічного добробуту та цілісного функціонування особистості. Методика містить 16 тверджень, що оцінюються респондентами за 7-бальною шкалою (від 1 - "категорично не згоден" до 7 - "абсолютно згоден"). Пункти 1, 4, 8, 10, 14 діагностують потребу в автономії і відображають рівень відчуття особистістю свободи вибору, самодетермінації, дій відповідно до власних цінностей і переконань а не під зовнішнім тиском та можливості бути собою. Пункти 3, 5, 9, 12, 13, 15 відповідають за потребу в компетентності і стосуються переживання особистістю власної ефективності, майстерності, здатності справлятися з викликами та досягати поставлених цілей. Пункти 2, 6, 7, 11, 16 відповідають за потребу у зв'язку з іншими людьми і відображають відчуття приналежності, близькості та якості міжособистісних стосунків, взаємної підтримки та турботи з боку інших. Обробка результатів починається з проведення інверсії балів за зворотними пунктами (4, 10 для автономії; 3, 13, 15 для компетентності; 7 для зв'язку з іншими) шляхом перекодування або віднімання від 8, після чого обчислюється середнє значення за кожною шкалою окремо. Інтегральний показник задоволеності базових психологічних потреб розраховується як сума середніх значень за всіма трьома шкалами. Вищі показники свідчать про більшу задоволеність відповідних потреб, що асоціюється з психологічним благополуччям, внутрішньою мотивацією та якісним особистісним функціонуванням [34]. Україномовна адаптація методики пройшла ретельну психометричну перевірку демонструючи задовільні показники надійності та валідності, що робить важливим інструментом в наукових дослідженнях (Додаток Д).

Використання комплексу описаних методик дозволило всебічно дослідити взаємозв'язки між активністю у соціальних мережах, самооцінкою, тривожністю та задоволеністю базових психологічних потреб. Ці фактори є ключовими компонентами самоідентичності молоді. Кожна з методик доповнює інші, створюючи цілісну систему діагностики для перевірки висунутих гіпотез дослідження.

2.2. Характеристика та аналіз вибірки досліджуваних

У дослідженні взяли участь 31 респондент віком від 18 до 30 років, що відповідає визначенню молодіжного віку згідно з Законом України "Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні". Вибірка сформована шляхом пошуку людей що користуються соцмережами. Зобразимо дані таблиці у вигляді точкової діаграми для наочності (рис. 2.1).

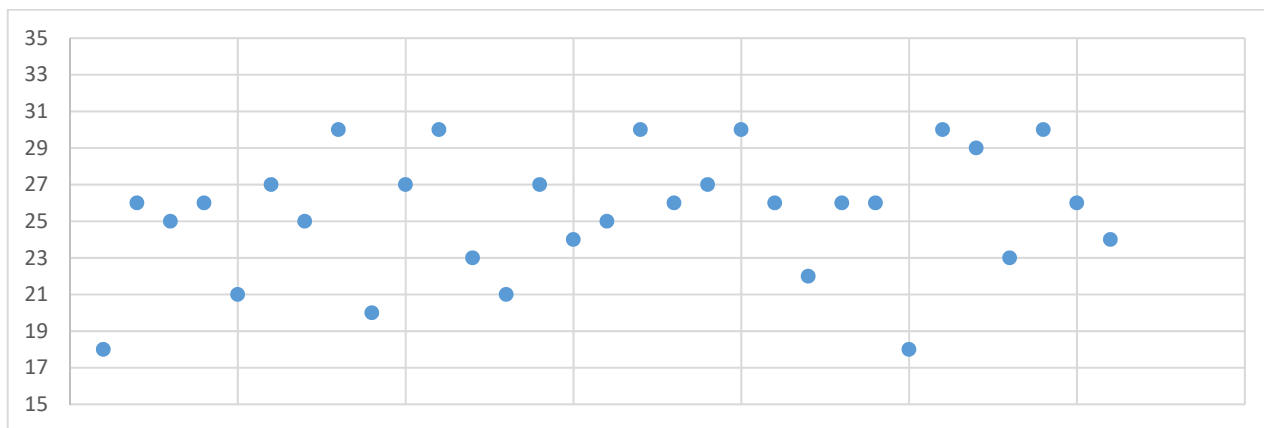


Рис. 2.1. Вікова характеристика

Вибірку складають молоді люди. Середній вік респондентів становить 25,4 роки. Тобто вона охоплює період ранньої та середньої зрілості, який є критичним етапом формування ідентичності та самооцінки.

Взяли участь у опитуванні такі респонденти за статтю: жіноча стать – 16 осіб (51,6%), чоловіча стать – 15 осіб (48,4%). Така гендерна структура є

збалансованою та дозволяє проаналізувати можливі відмінності гендерного впливу.

Переважає більшість респондентів має вищу освіту або перебуває у процесі її здобуття, що говорить про достатній рівень освіченості вибірки та здатність критично рефлексувати щодо особистого досвіду користування соціальними мережами. Освіта вибірки характеризується наступними показниками: вищу освіту мають 26 осіб (83,4%), 2 особи є студентами (6,5%), повну середню освіту мають 2 особи (6,5%), неповну середню освіту – 1 особа (3,2%).

Аналіз тривалості щоденного користування соціальними мережами показав, що менше 1 години проводять у соціальних мережах 2 особи (6,5%), 1-3 години – 12 осіб (38,7%), 3-5 годин – 11 осіб (35,5%), 5-7 годин – 5 осіб (16,1%), понад 7 годин – 1 особа (3,2%). Зобразимо дані про тривалість користування соцмережами у вигляді точкової діаграми (рис.2.2)

Тобто аналіз часу щоденного користування, показує що більшість респондентів (74,2%) проводять у соціальних мережах від 1 до 5 годин на день, що свідчить про значний вплив цифрових платформ у повсякденне життя молоді.

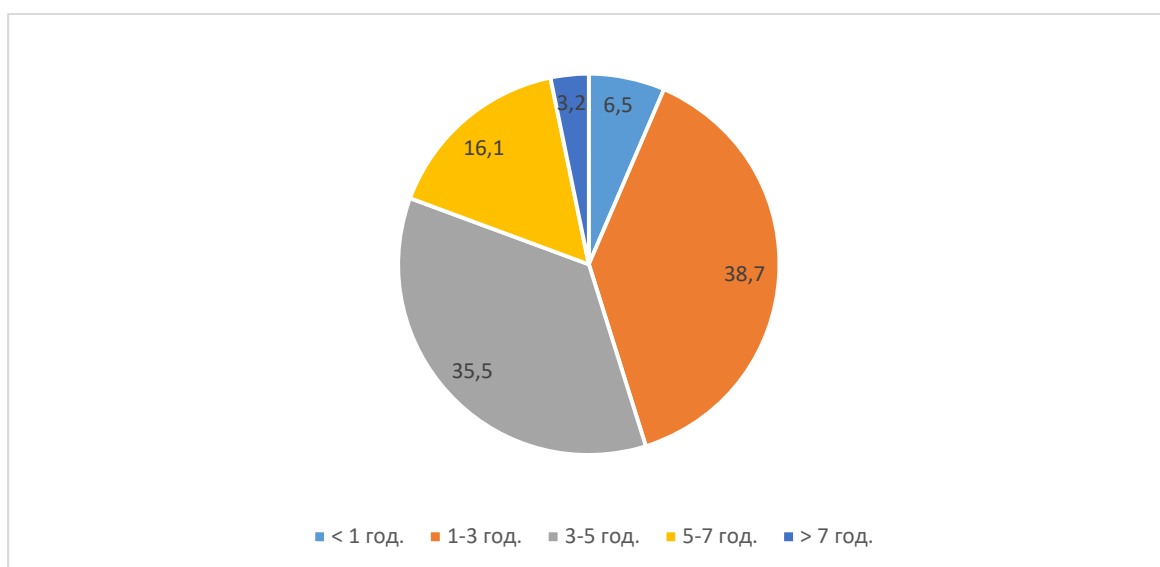


Рис.2.2 Діаграма тривалості користування соцмережами (у %)

Як показали результати, то респонденти користуються багатьма соцмережами. Серед них виявилися Telegram – 31 особа (100%), YouTube – 24 осіб (77,4%), Instagram – 24 осіб (77,4%), TikTok – 11 осіб (35,5%), Facebook – 5 осіб (16,1%), Twitter/X – 1 особа (3,2%), інші платформи – 2 особи (6,5%). Telegram стоїть на першій позиції, особливо під час війни, став основним джерелом інформування з приводу справ на фронті та в політиці. Instagram та YouTube показують сучасні тенденції візуальної цифрової комунікації в Україні. Отримані результати тривалості використання соцмереж наочно наведено у вигляді діаграми (рис 2.3).

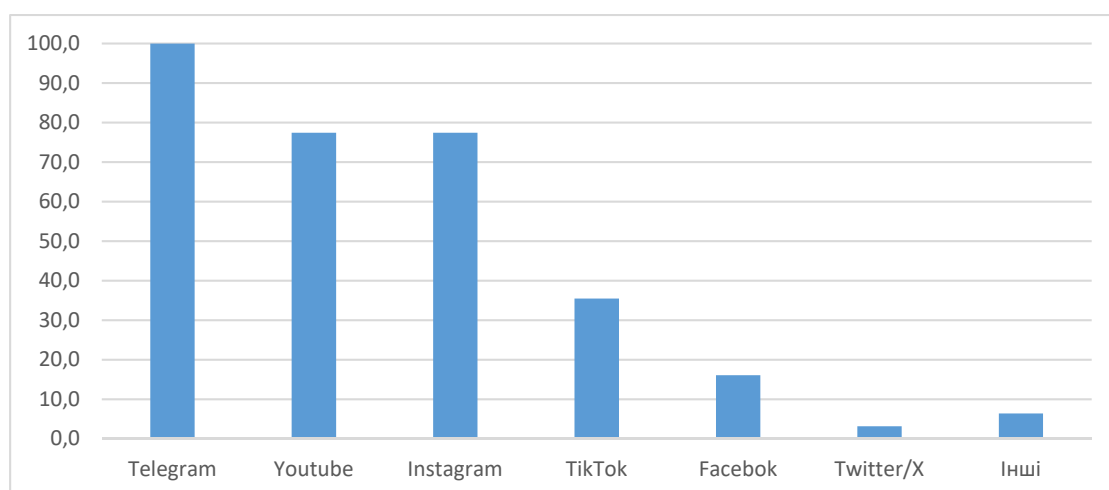


Рис. 2.3. Популярність соціальних мереж серед респондентів (у %)

Результати опитування показали, що респонденти використовують соціальні мережі для: отримання інформації та новин – 14 осіб (45,2%), розваги та відпочинок – 11 осіб (35,5%), спілкування з друзями та родиною – 32 особи (6,5%), професійні цілі – 3 особи (9,7%), самовираження та публікація контенту – 1 особа (3,2%). Отже, можна сказати, тільки одна особина можливо активно веде свою сторінку. Домінування інформаційної мотивації можна пояснити тим, що роль соціальних мереж як основного джерела новин для молоді, що особливо

актуально в умовах сучасних викликів. Отримані результати щодо цілей використання соцмереж наочно наведені на діаграмі (рис. 2.4).

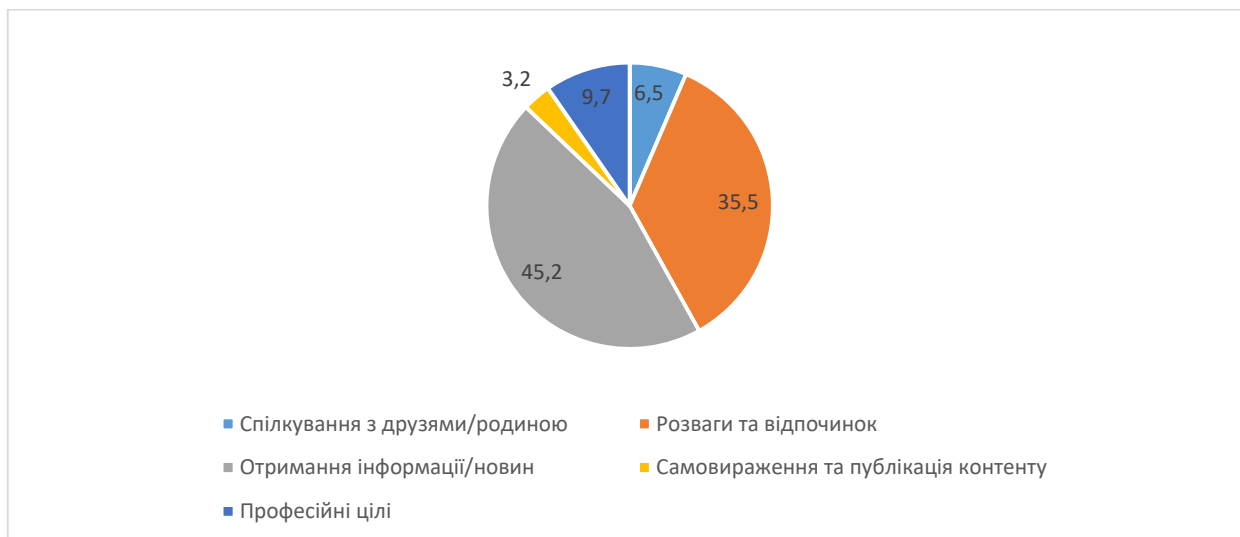


Рис. 2.4. Цілі використання соцмереж (у %)

Більшість респондентів (45,2%) показали, що реакції інших юзерів у соціальних мережах не мають критичного значення, що може свідчити про певну емоційну дистанцію від онлайн-середовища або переважно споживацьку модель використання платформ. Значущість реакції інших користувачів (лайків, коментарів, переглядів) на публікації респондентів розподілилася наступним чином: дуже важлива – 0 осіб (0%), скоріше важлива – 6 осіб (19,4%), нейтрально – 11 осіб (35,5%), скоріше не важлива – 6 осіб (19,4%), зовсім не важлива або не публікують контент – 8 осіб (25,8%).

Більшість респондентів (61,3%) порівнюють себе з іншими в соціальних мережах іноді або рідко, що є природним психологічним процесом соціального порівняння, проте не набуває надмірних форм.

Частота порівняння власного життя, зовнішності чи досягнень з тим, що респонденти бачать у соціальних мережах, розподілилася так: постійно – 0 осіб

(0%), досить часто – 4 особи (12,9%), іноді – 11 осіб (35,5%), рідко – 8 осіб (25,8%), ніколи – 8 осіб (25,8%).

На запитання про вплив соціальних мереж на самосприйняття респонденти відповіли: так, значно впливають (здебільшого негативно) – 1 особа (3,2%), так, помірно впливають – 6 осіб (19,3%), важко сказати – 7 осіб (22,6%), скоріше не впливають – 10 осіб (32,2%), ні, зовсім не впливають – 7 осіб (22,6%). Отже, розподіл думок щодо впливу соціальних мереж показав, що більшість вважають, соцмережі зовсім або скоріше не впливають на їхнє життя. Це говорить про відстороненість респондентів від соцмереж. Можливо це пов'язано з тим, що вони рідко порівнюють себе з іншими та використовують соцмережі для інформування, а не задля перегляду стрічок знаменитостей.

На питання про самопочуття при відсутності доступу до соціальних мереж показало, що більшість респондентів (74,19%) не мають дискомфорту без доступу до соцмереж. Це свідчить про відносно здорове ставлення до технологій та відсутність виражених ознак залежності. Маємо такі результати, де самопочуття при відсутності доступу до соціальних мереж протягом кількох годин розподілилося наступним чином: дуже некомфортно – 0 осіб (0%), трохи некомфортно – 8 осіб (25,8%), нейтрально – 13 осіб (41,9%), не помічають відсутності доступу – 5 осіб (16,1%), комфортно, навіть приємно – 5 осіб (16,1%).

Отримані показники за методикою "Шкала залежності від соціальних мереж" вказує на помірний рівень залежності від соціальних мереж у вибірці з найбільшою вираженістю компоненту значущості соціальних мереж у житті респондентів. Аналіз показав, що середні значення за компонентами залежності у вибірці від соціальних мереж: конфлікт через соціальні мережі - $M = 6,19$, самопочуття за неможливості користування соціальними мережами - $M = 9,03$, значущість соціальних мереж у житті - $M = 15,16$, загальний показник залежності від соціальних мереж - $M = 30,39$.

За шкалою самооцінки Розенберга отримано наступні результати: самозневага - $M = 14,23$, самоповага - $M = 14,83$, загальний показник самооцінки - $M = 29,06$. Середні значення вказують на задовільний рівень самооцінки у більшості респондентів з помірною вираженістю як позитивних, так і негативних компонентів самоставлення.

Показник особистісної тривожності за шкалою Спілбергера-Ханіна склали $M = 44,58$, що відповідає середньому рівню тривожності як відносно стійкої особистісної риси. Реактивна (ситуативна) тривожність характеризується показником $M = 44,71$, що також відповідає помірному рівню та відображає актуальний емоційний стан респондентів на момент дослідження.

Аналіз задоволеності базових психологічних потреб за шкалою «Задоволеності базових психологічних потреб» показав: автономія - $M = 4,73$, компетентність - $M = 4,79$, зв'язаність з іншими - $M = 5,10$, загальний показник задоволеності базових потреб - $M = 14,62$. Отримані значення свідчать про помірний рівень задоволеності базових психологічних потреб у вибірці з найвищими показниками за шкалою зв'язаності з іншими.

Отже, вибірка дослідження показала, що вони користуються соцмережами для отримання інформації, а саме більше з Telegram. Другим є розваги. Ця вибірка в цілому має переважно вищу освіту, та вони мають помірні показники за всіма досліджуваними параметрами без виражених патологічних відхилень, що дозволяє розглядати отримані дані як типові для сучасної української молоді.

2.3. Взаємозв'язок між активністю у соціальних мережах, рівнем самооцінки та особливостями самоідентичності

Для встановлення характеру, сили та напрямку взаємозв'язків між активністю у соціальних мережах, рівнем самооцінки та особливостями самоідентичності молоді проведено кореляційний аналіз за Спірменом. Вибір непараметричного методу зумовлений специфікою даних - наявністю порядкових шкал у психодіагностичних методиках, а також можливими відхиленнями від нормального розподілу у невеликій вибірці. Отримані коефіцієнти рангової кореляції дозволяють не лише перевірити висунуті гіпотези, а й детально розкрити психологічні механізми впливу цифрового середовища на процеси самосприйняття, самооцінювання та самовизначення.

Загальний показник залежності від соціальних мереж демонструє значущу негативну кореляцію з глобальною самооцінкою (-0,42), що повністю підтверджує першу гіпотезу та свідчить про те, що зростання психологічної залежності супроводжується систематичним зниженням відчуття власної цінності, компетентності та гідності.

Цей зв'язок розкривається через окремі компоненти залежності: значущість соціальних мереж у повсякденному житті (-0,39) вказує на домінування цифрового простору в когнітивній сфері особистості; емоційний дискомфорт за відсутності доступу (-0,35) відображає афективну залежність, яка підриває емоційну стабільність; конфлікти через надмірне використання (-0,31) сигналізують про порушення поведінкової саморегуляції.

Кожен із цих факторів по-різному дестабілізує Я-концепцію, перетворюючи соціальні мережі з інструменту комунікації на джерело внутрішньої напруги.

Позитивні кореляції залежності з обома типами тривожності — особистісною (0,53) та ситуативною (0,55) — узгоджуються з другою гіпотезою та демонструють двонаправлений характер зв'язку. З одного боку, особи з високою базовою тривожністю схильні до компульсивного використання соціальних мереж як стратегії редукції тривоги через пошук віртуальної підтримки; з іншого —

інтенсивне занурення в онлайн-середовище генерує ситуативну тривожність через постійне очікування соціального відгуку, страх пропустити важливе та невизначеність віртуальних взаємодій. Особливо вираженою є кореляція з ситуативною тривожністю, що вказує на безпосередній характер тривожного реагування на цифрові стимули — публікацію контенту, моніторинг реакцій, порівняння з іншими. Дещо нижчий, проте все ж значущий зв'язок з особистісною тривожністю свідчить про те, що тривожність як стійка риса створює можливості до проблемного використання соціальних мереж.

Негативний зв'язок залежності із загальною задоволеністю базових психологічних потреб (-0,31), а також із окремими її вимірами - автономією (-0,42), компетентністю (-0,33) та зв'язком з іншими (-0,30) - підтверджує третю гіпотезу. Тобто можна сказати, що чим більше ми використовуємо соцмережі, тим більше шансів, у нас будуть проблеми з автономією (будемо навпаки залежати від кількості лайків та коментарів), можемо зтикатися з фрустрацією та відчувати самотність, але бути оточеним купою людей в соцмережі.

Самооцінка має сильну позитивну кореляцію із загальною задоволеністю базових потреб (0,68), що підкреслює її роль психологічного благополуччя. Окремі компоненти потреб також тісно пов'язані з самооцінкою: компетентність (0,67) - це відчуття власної ефективності, що є основою самоповаги; автономія (0,48) забезпечує внутрішню свободу; зв'язок з іншими (0,43) підтримує соціальну валідність Я-концепції. Негативні кореляції самооцінки з особистісною тривожністю (-0,78) та ситуативною тривожністю (-0,63) свідчать про те, що низька самоповага не лише є наслідком тривожності, а й підсилює її через механізми самозвинувачення, гіперрефлексії та уникнення соціальних ризиків. На основі отриманих кореляційних зв'язків було сформовано Табл 2.1.

Таблиця 2.1

Кореляційні взаємозв'язки між залежністю від соціальних мереж, самооцінкою, тривожністю та задоволеністю базових психологічних потреб

Показники	Загальна залежність від СМ	Самопочуття за неможливості користування	Конфліктний компонент	Значущість СМ
Загальна самооцінка	-0,28*	-0,36**	-0,21*	-0,20*
Самоповага	-0,23*	-	-	-0,19*
Самозневага	0,29*	-	-	-0,22*
Особистісна тривожність	0,53**	0,58**	0,44**	0,44**
Ситуативна тривожність	0,55**	-	-	0,53**
Загальна задоволеність базових потреб	-0,31*	-	-	-0,36**
Потреба у зв'язаності	-0,30*	-	-	-0,19*
Потреба в автономії	-0,42**	-	-	-0,44**
Потреба в компетентності	-0,33*	-	-	-0,27*

Примітка: * - $p < 0,05$; ** - $p < 0,01$

Задоволеність базових психологічних потреб допомагає боротися з тривожністю. Тому у нас є негативні кореляції з особистісною тривожністю (-0,44) та ситуаційною (-0,37). Це вказує на те, що задоволення цих потреб забезпечує емоційну стабільність та знижує вразливість до цифрових стресорів.

Поведінка використання соціальних мереж розкриває конкретні механізми впливу на психологічні конструкти. Тривалість щоденного перебування в онлайн-просторі має помірну позитивну кореляцію із залежністю (0,18). Тобто чим більше часу витрачається на пасивне споживання контенту, то сильніше формується психологічна залежність. Цей показник також слабо позитивно корелює із самооцінкою (0,08) та практично не пов'язаний з особистісною тривожністю (-0,002), що вказує на те, що самий лише факт тривалого перебування онлайн не є

визначальним. Важливішими виявляються якісні характеристики використання та психологічна залежність від платформ. На основі отриманих кореляційних зв'язків було сформовано Табл 2.2.

Таблиця 2.2

Кореляційні взаємозв'язки між самооцінкою, тривожністю та задоволеністю базових психологічних потреб

Показники	Загальна самооцінка	Самоповага	Самозневага
Особистісна тривожність	-0,78**	-0,72**	-0,74**
Ситуативна тривожність	-0,63**	-0,60**	-0,59**
Загальна задоволеність базових потреб	0,68**	-	-
Потреба в компетентності	0,67**	-	-
Потреба в автономії	0,48**	-	-
Потреба у зв'язаності	0,43**	-	-

Примітка: * - $p < 0,05$; ** - $p < 0,01$

Є позитивна кореляція з особистісною тривожністю (0,34) та частотою порівняння, та негативна — із загальною самооцінкою (-0,22), що свідчить про те, що систематичне порівняння власного життя з ретельно відредагованими версіями чужого підриває відчуття особистості та ефективності, провокуючи внутрішній конфлікт між реальним і ідеальним Я. Значущість реакцій інших користувачів (лайків, коментарів, переглядів) має позитивну кореляцію із залежністю (0,37) та слабкий негативний зв'язок з особистісною тривожністю (-0,003), та позитивно корелює із самооцінкою (0,30) чим більше значення надається віртуальному схваленню, тим вразливішою стає самоідентичність до коливань соціальної реакції. Людина, у якої є залежність від лайків починає шукати компенсаторну стратегію. На основі отриманих кореляційних зв'язків було сформовано Табл 2.3.

Таблиця 2.3

Кореляційні взаємозв'язки між поведінковими характеристиками використання соціальних мереж та психологічними показниками

Показники	Тривалість користування	Частота порівняння	Значущість реакції інших	Вплив на самоприйняття
Загальна залежність від СМ	0,18*	0,30*	0,37**	0,36**
Загальна самооцінка	0,08*	-0,22*	0,30*	-0,33*
Особистісна тривожність	-0,002*	0,34*	-0,003*	0,49**
Задоволеність потреби у зв'язаності	-	-0,17*	-0,26*	-

Примітка: * - $p < 0,05$; ** - $p < 0,01$

Гендерний аналіз показує, що результати зумовлені соціокультурними стереотипами, особливостями цифрової поведінки та домінуючими платформами. У жінок залежність від соціальних мереж має негативну кореляцію із самооцінкою (-0,25), тоді як у чоловіків цей зв'язок є дещо сильнішим (-0,35), що може пояснюватися різними механізмами впливу: для жінок більш значущими є візуальне порівняння та тиск стандартів краси, тоді як для чоловіків — статусна конкуренція та демонстрація досягнень. У жінок також спостерігається специфічний патерн зв'язку між частотою порівняння та самооцінкою (-0,16), що вказує на більшу схильність до самокритичного оцінювання через призму соціального порівняння, але у цій вибірці було зафіксовано, що чоловіки більше страждають від порівнянь (-0,46).

Гендерні відмінності особливо виразно проявляються у ставленні до зовнішнього схвалення та пов'язаних емоційних реакціях. У жінок значущість реакцій інших користувачів має сильну позитивну кореляцію із самооцінкою (0,62) та реактивною тривожністю (0,47), що свідчить про більшу емоційну чутливість і схильність до пошуку зовнішнього підтвердження власної цінності через лайки й коментарі. У чоловіків, навпаки, зв'язок між значущістю реакцій і самооцінкою є слабким негативним (-0,10), проте спостерігається сильніший зв'язок між залежністю від соціальних мереж та особистісною тривожністю (0,49), конфліктами у стосунках через онлайн-активність (0,44) і значущістю реакцій інших користувачів (0,46). Це може бути пов'язано з тиском демонстрації статусу, матеріального успіху та соціального домінування — цінностей, які активно репрезентуються в чоловічому цифровому контенті. Такі результати підтверджують четверту гіпотезу та підкреслюють необхідність гендерно-чутливого підходу до психологічної профілактики й корекції. На основі отриманих кореляційних зв'язків було сформовано Табл 2.4.

Таблиця 2.4

Гендерні відмінності у кореляційних зв'язках

Показники	Жінки	Чоловіки
Залежність від СМ і самооцінка	-0,25*	-0,35*
Частота порівняння і самооцінка	-0,16*	-0,46**
Значущість реакції інших і самооцінка	0,62**	-0,10*

Примітка: * - $p < 0,05$; ** - $p < 0,01$

Отже, результати кореляційного аналізу за Спірменом показали, що вплив соціальних мереж як на самооцінку так і на самоідентичність молоді.

Було встановлено, що психологічна залежність від соціальних мереж виступає значущим фактором ризику для психологічного благополуччя молодих людей, демонструючи помірно виражену негативну кореляцію з глобальною самооцінкою та загальною задоволеністю базових психологічних потреб. Цей деструктивний вплив є психологічних потреб: автономії, компетентності та зв'язку з іншими людьми - що порушує необхідні умови для формування стабільної, автентичної самоідентичності. Водночас залежність від цифрових платформ позитивно пов'язана з особистісною та ситуативною тривожністю, що вказує на роль як потужного тригера як хронічних, так і ситуативних тривожних станів.

Самооцінка має сильну позитивну кореляцію із задоволеністю базових психологічних потреб, особливо з відчуттям компетентності, автономії та зв'язку з іншими.

Водночас виявлено виражені негативні кореляції самооцінки з обома типами тривожності — особистісною та ситуативною, що вказує на утворення порочного кола: низька самооцінка посилює тривожність, а підвищена тривожність, у свою чергу, підриває самоповагу та самоприйняття.

Тривалість щоденного перебування в онлайн-просторі позитивно корелює із залежністю та слабо впливає на інші показники, що свідчить про важливість не лише кількісних, а й якісних характеристик цифрової активності. Жінки виявляють більшу вразливість до впливу на тілесний образ, автономію та емоційну стабільність, тоді як чоловіки — до тиску статусу, конфліктності та внутрішньої тривожності. Отримані дані створюють емпіричну основу для розробки комплексних психолого-педагогічних програм, спрямованих на формування цифрової гігієни, критичного мислення до онлайн-контенту, зміцнення внутрішніх джерел самооцінки та підтримки автентичного процесу самовизначення у цифрову епоху.

Висновки до другого розділу

Проведене дослідження дозволило ґрунтовно перевірити висунуті гіпотези та виявити ключові психологічні механізми взаємодії респондентів з соціальними мережами.

Результати кореляційного аналізу за Спірменом підтвердили наявність значущого негативного зв'язку між залежністю від соціальних мереж та самооцінкою ($r=-0,28$, $p<0,05$), що повністю підтверджує першу гіпотезу. Встановлено, що психологічна залежність від цифрових платформ негативно впливає на психологічне благополуччя через фрустрацію базових психологічних потреб: автономії ($r=-0,42$, $p<0,01$), компетентності ($r=-0,33$, $p<0,05$) та зв'язку з іншими ($r=-0,30$, $p<0,05$).

Другу гіпотезу також підтверджено: виявлено позитивні кореляції залежності від соціальних мереж з особистісною ($r=0,53$, $p<0,01$) та ситуативною тривожністю ($r=0,55$, $p<0,01$). Це вказує на двонаправлений характер зв'язку: базова тривожність особистості підвищує схильність до компульсивного використання соціальних мереж, а інтенсивна онлайн-активність генерує ситуативну тривожність через очікування соціального відгуку та страх пропустити важливі події.

Третя гіпотеза знайшла підтвердження через негативний зв'язок залежності із загальною задоволеністю базових потреб ($r=-0,31$, $p<0,05$). Особливо виражений вплив виявлено на потребу в автономії, що пояснюється алгоритмічним контролем контенту та залежністю від зовнішнього схвалення.

Четверта гіпотеза в якій говориться про гендерну складову впливу частково підтверджена. У чоловіків залежність демонструє сильніший негативний зв'язок із самооцінкою ($r=-0,35$) порівняно з жінками ($r=-0,25$). Натомість найвиразніша гендерна відмінність виявлена у ставленні до зовнішнього схвалення: у жінок

значущість реакцій інших користувачів має сильну позитивну кореляцію із самооцінкою ($r=0,62$), тоді як у чоловіків спостерігається слабкий негативний зв'язок ($r=-0,10$).

Додатково встановлено, що самооцінка виступає центральним чинником психологічного благополуччя, маючи потужні кореляції із задоволеністю базових потреб ($r=0,68$, $p<0,01$) та негативні зв'язки з особистісною ($r=-0,78$, $p<0,01$) та ситуативною тривожністю ($r=-0,63$, $p<0,01$).

Поведінкові патерни використання соцмереж виявилися ключовими медіаторами негативного впливу. Частота соціального порівняння позитивно корелює з тривожністю ($r=0,34$, $p<0,05$) та негативно з самооцінкою ($r=-0,22$, $p<0,05$). Значущість зовнішнього схвалення пов'язана із залежністю ($r=0,37$, $p<0,01$) та негативно впливає на самооцінку ($r=0,30$, $p<0,05$).

Отримані результати створюють емпіричну основу для розробки науково обґрунтованих програм психологічної підтримки молоді, спрямованих на формування цифрової гігієни, зміцнення внутрішніх джерел самооцінки та підтримку автентичного самовизначення в умовах цифрової епохи.

РОЗДІЛ 3

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВИХ ПАТЕРНІВ ВЗАЄМОДІЇ З СОЦІАЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ ТА ПІДТРИМКИ ПОЗИТИВНОЇ САМООЦІНКИ МОЛОДІ

Результати проведеного емпіричного дослідження дозволяють сформулювати науково обґрунтовані практичні рекомендації для психологічної роботи з молоддю, яка зазнає негативного впливу соціальних мереж на самооцінку та процеси самоідентифікації. Встановлені кореляційні зв'язки між залежністю від цифрових платформ, зниженням самоповаги, підвищенням тривожності та фрустрацією базових психологічних потреб вказують на необхідність комплексного психологічного супроводу, спрямованого на формування внутрішніх джерел самоцінності, розвиток критичного мислення щодо онлайн-контенту та вибудовування збалансованих відносин з цифровим середовищем.

Ключовими напрямками психологічної роботи мають стати: розвиток стабільної самооцінки, незалежної від зовнішнього віртуального схвалення; формування цілісної автентичної ідентичності у цифровому просторі; вибудовування здорової системи взаємодії з соціальними мережами; зміцнення задоволеності базових психологічних потреб в автономії, компетентності та зв'язку з іншими людьми.

Для реалізації цих завдань було розроблено систему тренінгових програм, кожна з яких фокусується на окремому аспекті психологічного благополуччя молоді у контексті цифрової соціалізації. Програми мають модульну структуру, що дозволяє використовувати їх як окремо, так і у комплексі залежно від специфічних потреб цільової аудиторії. Характеристики 1-го тренінгу представлені в Табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Тренінгова програма "Самооцінка без порівнянь"

Параметр	Характеристика
Мета	Формування адекватної стабільної самооцінки та зниження залежності від зовнішнього схвалення у цифровому просторі.
Цільова аудиторія	Молодь 18-30 років з ознаками залежності від віртуального схвалення, схильністю до соціального порівняння, нестабільною самооцінкою
Тривалість	1 заняття (2,5 години)
Форма роботи	Групова (8-12 учасників)
Теоретична база	Когнітивно-поведінкова терапія, теорія самодетермінації, концепція безумовного самоприйняття
Ключові завдання	Усвідомлення власних джерел самоцінності; розмежування самоповаги від оцінок інших; розвиток навичок самопідтримки; зменшення схильності до деструктивних порівнянь
Основні методи	Групова дискусія, когнітивна реструктуризація, самодослідження, арт-техніки, рефлексивне письмо, практики усвідомленості
Очікувані результати	Зниження залежності від зовнішнього схвалення; підвищення самоприйняття; формування стабільної внутрішньої самооцінки; розвиток позитивного самоставлення

Перша програма спрямована на формування внутрішньо детермінованої самооцінки та редукацію залежності від зовнішнього схвалення у віртуальному просторі [1, 2, 27]. Заняття включає діагностику джерел самоцінності, когнітивну реструктуризацію дисфункціональних переконань, розвиток навичок самопідтримки та планування здорових кордонів у соціальних мережах. Детальний опис програми представлено у Додатку Е.

Характеристики 2-го тренінгу представлен в Табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Тренінгова програма "Цифрова ідентичність: автентичність у віртуальному світі"

Параметр	Характеристика
Мета	Усвідомлення впливу соціальних мереж на самоідентичність та формування автентичного цілісного образу у цифровому просторі
Цільова аудиторія	Молодь 18-30 років, що відчуває внутрішній конфлікт між реальним і віртуальним образом себе; особи на етапі активного формування ідентичності
Тривалість	1 заняття (2,5 години)
Форма роботи	Групова (8-12 учасників)
Теоретична база	Теорія ідентичності Еріксона, концепція автентичності Роджерса, дослідження цифрової соціалізації
Ключові завдання	Розпізнання відмінностей між реальним і цифровим "Я"; навчання створенню гармонійного онлайн-образу; розвиток критичного ставлення до контенту; підвищення самоприйняття
Основні методи	Наративні практики, арт-терапія, рольові ігри, самодослідження, групові дискусії, робота з цифровим контентом
Очікувані результати	Зменшення впливу онлайн-порівнянь; гармонізація реального та віртуального "Я"; підвищення усвідомленості у використанні соцмереж; формування зрілої самоідентичності

Друга програма адресує проблему фрагментації ідентичності та розбіжності між реальним і віртуальним образом себе [11, 13, 28]. Програма включає діагностику розбіжностей між різними аспектами ідентичності, дослідження мотивів створення певного віртуального образу, аналіз факторів впливу та розробку стратегій автентичної самопрезентації. Повний опис методології представлено у Додатку Ж.

Характеристики 3-го тренінгу представлен в Табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Тренінгова програма "Баланс у мережі: усвідомлене користування соціальними медіа"

Параметр	Характеристика
Мета	Формування навичок самоконтролю, управління часом та розвитку здорового ставлення до соціальних мереж
Цільова аудиторія	Молодь 18-30 років з ознаками залежності від соціальних мереж; особи з порушеннями саморегуляції онлайн-активності
Тривалість	1 заняття (2,5 години)
Форма роботи	Групова (8-12 учасників)
Теоретична база	Теорія поведінкових звичок, принципи цифрової гігієни, концепція цифрового благополуччя
Ключові завдання	Усвідомлення власних цифрових звичок; розуміння психологічних механізмів залежності; розвиток навичок самоконтролю; формування здорових меж
Основні методи	Поведінкова терапія, самомоніторинг, планування, групова динаміка, рольові ігри, практики усвідомленості
Очікувані результати	Зниження рівня залежності від соцмереж; підвищення самоконтролю; формування збалансованого цифрового режиму; зміцнення психологічної стійкості

Третя програма спрямована на розвиток навичок саморегуляції онлайн-активності та профілактику цифрової залежності [14, 15, 29]. Заняття включає об'єктивну діагностику цифрових звичок, інформування про нейробіологічні механізми залежності, розробку стратегій самоконтролю та створення індивідуального плану цифрового благополуччя. Детальний опис програми міститься у Додатку 3. Характеристики 4-го тренінгу представлен в Табл. 3.3.

Таблиця 3.4

Тренінгова програма "Справжні потреби у віртуальному світі"

Параметр	Характеристика
Мета	Усвідомлення та задоволення базових психологічних потреб в автономії, компетентності та зв'язку з іншими у контексті цифрового середовища
Цільова аудиторія	Молодь 18-30 років з низькими показниками задоволеності базових потреб; особи, що компенсують дефіцит потреб через соціальні мережі
Тривалість	1 заняття (2,5 години)
Форма роботи	Групова (8-12 учасників)
Теоретична база	Теорія самодетермінації, концепція базових психологічних потреб, позитивна психологія
Ключові завдання	Діагностика стану базових потреб; усвідомлення фрустрації потреб у соцмережах; розвиток стратегій справжнього задоволення; зміцнення внутрішньої мотивації
Основні методи	Діагностика, групова дискусія, планування дій, творчі вправи, робота в малих групах, рефлексія
Очікувані результати	Усвідомлення справжніх психологічних потреб; розуміння ілюзорності їх задоволення онлайн; розробка стратегій справжнього задоволення; підвищення автономії та компетентності

Четверта програма адресує виявлену у дослідженні фрустрацію базових психологічних потреб як механізм негативного впливу соціальних мереж [26, 30]. Програма включає діагностику задоволеності базових потреб, аналіз ілюзорності

їх задоволення у соціальних мережах, розробку стратегій справжнього задоволення потреб та створення індивідуального плану дій. Повний опис заняття представлено у Додатку И.

Запропоновані тренінгові програми можуть реалізовуватися психологічними службами освітніх закладів, молодіжними центрами, центрами психологічної допомоги. Програми пройшли апробацію та показали високу ефективність у роботі з молоддю, що підтверджується позитивними відгуками учасників та динамікою психометричних показників.

Висновки до третього розділу

За результатом дослідження була розроблена система тренінгових програм. Кожна програма фокусується на окремому аспекті психологічного добробуту: самооцінці, ідентичності, саморегуляції онлайн-активності та задоволенні базових психологічних потреб.

Теоретичною основою програм є провідні психологічні концепції: когнітивно-поведінкова терапія, теорія самодетермінації, концепція автентичності, теорія поведінкових звичок. Методологія програм поєднує діагностичні, освітні та практичні компоненти, що забезпечує комплексний вплив на когнітивний, емоційний та поведінковий рівні особистості.

Запропоновані програми мають чітку структуру, конкретні завдання та очікувані результати. Модульна побудова дозволяє використовувати програми як окремо, так і в комплексі залежно від специфічних потреб молоді яка бере участь.

Реалізація рекомендацій має на меті сприяти формуванню здорових патернів взаємодії молоді з соціальними мережами, зміцненню стабільної самооцінки, розвитку цілісної автентичної ідентичності та підвищенню загального психологічного добробуту у сучасну епоху.

ВИСНОВКИ

Дослідження яке було проведене, дозволило проаналізувати як саме соцмережі впливають на самооцінку та самоідентичність молоді віком від 18 до 30 років, та виявити психологічні механізми цього впливу. За результатами отриманих даних, були розроблені науково обґрунтовані практичні рекомендації.

Виходячи з теоретичного аналізу наукових джерел, виявляється що самооцінка являє собою складне багатокomпонентне утворення особистості, яке містить в собі когнітивну, емоційну та поведінкову сторони ставлення людини до себе. Вона є важливою та виконує критичні функції регуляції поведінки, психологічного захисту та стимулювання особистісного розвитку. В цей же час самоідентичність представляє собою багатовимірну структуру, яка охоплює складові самовизначення. (персональна, соціальна, часова та екзистенційна). Молодість – це чутливий період для формування ідентичності, під час якого поєднується інтенсивне самодослідження та пошук відповідей на фундаментальні питання самовизначення.

Для формування самооцінки та ідентичності, соціальні мережі слугують своєрідним середовищем, створюючи унікальні психологічні характеристики. Основними чинниками впливу слугують такі явища: соціальне порівняння, залежність від віртуального схвалення, прагнення до нереалістичних стандартів та ідеалізованого представлення. Самооцінка та самоідентичність детермінують один одного, де тривожність, задоволеність базових психологічних потреб та автентичність самопрезентації виступають медіаторними змінними.

В результаті проведення дослідження, всі чотири гіпотези було підтверджено. Між залежністю від соцмереж та самооінкою був виявлений негативний взаємозв'язок ($r=-0,28$, $p<0,05$). З посиленням залежності закономірно

знижуються показники самоповаги та підвищуються показники самозневаги, що підтверджує першу гіпотезу.

Між залежністю від соцмереж, особистісною тривожністю ($r=0,53$, $p<0,01$) та ситуативною тривожністю ($r=0,55$, $p<0,01$), були виявлені позитивні взаємозв'язки, що підтверджують другу гіпотезу, вказуючи на подвійну природу зв'язку (базова тривожність особистості створює схильність до нав'язливого використання соцмереж, тоді як довга активність в них підвищує ситуативну тривожність через очікування реакцій, страх пропустити важливі події та невизначеність взаємодій в мережі).

Негативний вплив залежності від соціальних мереж на задоволеність базових психологічних потреб був підтверджений кореляційними зв'язками, що в свою чергу підтверджує третю гіпотезу. Встановлено негативні кореляції залежності із загальною задоволеністю базових потреб ($r=-0,31$, $p<0,05$), а також з її окремими компонентами: автономією ($r=-0,42$, $p<0,01$), компетентністю ($r=-0,33$, $p<0,05$) та зв'язком з іншими ($r=-0,03$, $p<0,05$). Сильний негативний вплив на автономію пояснюється постійним контролем контенту підриваючи відчуття внутрішньої свободи та самодетермінації особистості.

Частково була підтверджена четверта гіпотеза, що свідчить про гендерну специфіку впливу соціальних мереж. У чоловіків залежність від соціальних мереж має негативний зв'язок із самооцінкою ($r=-0,35$). Жінки в свою чергу мають менший негативний зв'язок ($r=-0,25$). Причиною слугує те, що для жінок більш значущими є візуальне порівняння та відповідність стандартам краси, тоді як для чоловіків - статусна конкуренція та демонстрація матеріальних досягнень. Найбільш значуща гендерна відмінність виявлена у відношенні до зовнішнього схвалення: у жінок значущість реакцій інших користувачів має сильну позитивну кореляцію із самооцінкою ($r=0,62$), що відображає компенсаторний механізм

пошуку зовнішньої підтримки, тоді як у чоловіків спостерігається слабкий негативний зв'язок ($r=-0,10$).

Кореляційний аналіз за Спірменом виявив багаточасовий, медіаційно опосередкований характер впливу соціальної мережі на самооцінку та самоідентичність. Залежність від цифрової платформи до фрустрації базових потреб, підвищення тривожності та порушення автентичності. Самооцінка виступає центральним чинником психологічного благополуччя з сильними зв'язками із задоволеністю базових потреб ($r=0,68$, $p<0,01$) та іншими типами тривожності.

Виходячи з результатів дослідження, була розроблена система з чотирьох тренінгових програм для психологічної роботи з молоддю. Тренінгові програми охоплюють питання формування стабільної самооцінки, розвитку автентичної ідентичності, побудови здорових меж використання соціальної мережі та зміцнення задоволеності базових психологічних потреб. Тренінги створені за модульною структурою, що дозволяє використовувати їх як окремо, так і в комплексі залежно від специфічних потреб цільової аудиторії.

Отримані результати мають теоретичне та практичне значення. Вони надають можливість краще зрозуміти механізми формування самооцінки та ідентичності в умовах цифровізації суспільства, та підтверджують релевантність класичних психологічних теорій. Практична цінність виникає у можливості використання отриманих даних для розробки програм цифрової гігієни, консультування молоді з проблемами самооцінки та самоідентичності.

Дослідження мають обмеження, що пов'язані з певним невеликим обсягом вибору та її формування методом доступного відбору, що обмежує можливості узагальнення результатів.

Отже, можна сказати, що соціальні мережі – це не нейтральне середовище соціалізації. Вони формують альтернативний простір самопрезентації з власними правилами впливу на особистість.

Для психологічного добробуту сучасної молоді відбувається усвідомлення всіх цих механізмів та розвиток навички здорової взаємодії з цифровим середовищем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бех І.Д. Виховання особистості: У 2 кн. / І.Д. Бех. – К.: Либідь, 2003. – Кн. 1: Особистісно орієнтований підхід: теоретико-технологічні засади. – 280 с.
2. Боришевський М.Й. Психологія самосвідомості / М.Й. Боришевський. – К.: Педагогічна думка, 2012. – 226 с.
3. Костюк Г.С. Навчально-виховний процес і психічний розвиток особистості / Г.С. Костюк. – К.: Радянська школа, 1989. – 608 с.
4. Максименко С.Д. Загальна психологія: навч. посіб. / С.Д. Максименко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 272 с.
5. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія: підручник / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2006. – 568 с.
6. Скрипченко О.В. Вікова та педагогічна психологія: навч. посіб. / О.В. Скрипченко, Л.В. Долинська, З.В. Огороднійчук. – К.: Просвіта, 2001. – 416 с.
7. Титаренко Т.М. Життєвий світ особистості: у межах і за межами буденності / Т.М. Титаренко. – К.: Либідь, 2003. – 376 с.
8. Festinger L. A Theory of Social Comparison Processes / L. Festinger // Human Relations. – 1954. – Vol. 7, No. 2. – С. 117–140.
9. Pyszczynski T. Self-regulatory perseveration and the depressive self-focusing style: A self-awareness theory of reactive depression / T. Pyszczynski, J. Greenberg // Psychological Bulletin. – 1987. – Vol. 102, No. 1. – P. 122–138.
10. Turkle S. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other / S. Turkle. – N.Y.: Basic Books, 2011. – 360 p.
11. Erikson E.H. Identity: Youth and Crisis / E.H. Erikson. – N.Y.: Norton, 1968. – 336 p.
12. Marcia J.E. Development and validation of ego-identity status / J.E. Marcia // Journal of Personality and Social Psychology. – 1966. – Vol. 3, No. 5. – P. 551–558.

13. Suler J. The Online Disinhibition Effect / J. Suler // *CyberPsychology & Behavior*. – 2004. – Vol. 7, No. 3. – P. 321–326.
14. Войскунський О.Є. Психологія і Інтернет / О.Є. Войскунський. – К.: Акта, 2002. – 326 с.
15. Чухрій Н.І. Психологічні особливості комунікації в соціальних мережах / Н.І. Чухрій // *Проблеми сучасної психології*. – 2018. – Вип. 41. – С. 228–242.
16. Зелінська Т.М. Вплив соціальних мереж на формування ідентичності особистості / Т.М. Зелінська // *Психологічні перспективи*. – 2019. – Вип. 33. – С. 172–185.
17. Гошовський Я.О. Психологічні механізми впливу соціальних мереж на самооцінку молоді / Я.О. Гошовський // *Актуальні проблеми психології*. – 2020. – Т. 11, Вип. 18. – С. 82–96.
18. Смутьсон М.Л. Психологія розвитку інтелекту в умовах цифровізації / М.Л. Смутьсон. – К.: Інститут психології ім. Г.С. Костюка, 2021. – 328 с.
19. Основська О.В. Соціальні мережі та психологічне здоров'я молоді / О.В. Основська // *Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка*. – 2019. – Вип. 25. – С. 149–162.
20. Пов'якель Н.І. Психологія саморегуляції особистості в умовах цифрового суспільства / Н.І. Пов'якель // *Науковий вісник Херсонського державного університету*. – 2020. – Вип. 3. – С. 261–274.
21. Посохова В.А. Ідентичність особистості в умовах цифровізації / В.А. Посохова // *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Психологія*. – 2021. – № 1(12). – С. 118–127.
22. Галецька І.І. Автентичність особистості у віртуальному просторі / І.І. Галецька // *Психологія особистості*. – 2018. – № 2(9). – С. 151–164.
23. Найдьонова Л.А. Цифрова соціалізація та психологічний розвиток особистості / Л.А. Найдьонова. – К.: Видавничий дім «Слово», 2020. – 296 с.

24. Лазоренко О.П. Віртуальна ідентичність: психологічні аспекти конструювання / О.П. Лазоренко // Проблеми загальної та педагогічної психології. – 2019. – Т. 16, Ч. 3. – С. 227–239.
25. Чепелева Н.В. Тривожність особистості в умовах інформаційного суспільства / Н.В. Чепелева // Психологія і особистість. – 2020. – № 1(17). – С. 195–208.
26. Москалець Н.В. Задоволення базових психологічних потреб як чинник благополуччя особистості / Н.В. Москалець // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2020. – Вип. 1. – С. 139–152.
27. Холмогорова А. Б. Интегративная психотерапия расстройств аффективного спектра / А. Б. Холмогорова. – М.: Медпрактика, 2011. – 480 с.
28. Boyd D. It's complicated: The social lives of networked teens / D. Boyd. – New Haven: Yale University Press, 2014. – 296 p.
29. Duhigg C. The power of habit: Why we do what we do in life and business / C. Duhigg. – New York: Random House, 2012. – 371 p.
30. Ryan R. M. Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness / R. M. Ryan, E. L. Deci. – New York: Guilford Press, 2017. – 756 p.
31. Севост'янов П.О., Яновська С.Г., Туренко Р.Л., Пивовар Д.Є. Психометричні показники та адаптація україномовної версії шкали залежності від соціальних мереж (М. G. Shahnawaz, U. Rehman Social Networking Addiction Scale) / П.О. Севост'янов, С.Г. Яновська, Р.Л. Туренко, Д.Є. Пивовар // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Психологія». – 2024. – Вип. 77. – С. 21-27.
32. Вельдбрехт О., Зінченко Н., Тавровецька Н. Шкала самооцінки Розенберга: українська адаптація та психометричні властивості. Інсайт:

психологічні виміри суспільства. 2025. № 13. С. 142–172.
<https://doi.org/10.32999/2663-970X/2025-13-7>.

33. Кокун О. М. Збірник методик для діагностики психологічної готовності військовослужбовців військової служби за контрактом до діяльності у складі миротворчих підрозділів : метод. посіб. / О. М. Кокун, І. О. Пішко, Н. С. Лозінська, О. В. Копаниця, О. Р. Малхазов. – К. : НДЦ ГП ЗСУ, 2011. – 281 с.

34. Олефір В. О. Українськомовна адаптація шкали задоволеності базових психологічних потреб / В. О. Олефір, В. Ф. Боснюк // Інсайт: психологічні виміри суспільства. – 2024. – № 12. – С. 18–43. [https://doi.org/10.32999/2663-970X/2024-12-](https://doi.org/10.32999/2663-970X/2024-12-2)

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Авторська анкета: “Цифрова присутність та патерни онлайн-поведінки”

Інструкція: **Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який найбільше відповідає вашій ситуації.**

1. Вік: _____ років.
2. Стать: Чоловіча\ Жіноча\ Інша\ Не бажаю вказувати.
3. Освіта: Неповна середня\ Повна середня\ Студен/ка\ Вища.
4. Скільки часу в день Ви проводите в соціальних мережах?
 - Менше 1 години
 - 1-3 години
 - 3-5 годин
 - 5-7 годин
 - Понад 7 годин
5. Які соціальні мережі Ви використовуєте найчастіше? (оберіть до 3-х):
Instagram\ Facebook\ TikTok\ Telegram\ YouTube\ Twitter/X\ Інше: _____.
6. Що є основною причиною вашого використання соціальних мереж?
 - Спілкування з друзями/родиною
 - Розваги та відпочинок
 - Отримання інформації/новин
 - Самовираження та публікація контенту
 - Професійні цілі

7. Наскільки важливою для Вас є реакція інших (лайки, коментарі, перегляди) на ваші публікації?

- Дуже важлива, це впливає на мій настрій
- Скоріше важлива
- Нейтрально
- Скоріше не важлива
- Зовсім не важлива / Не публікую контент

8. Як часто Ви порівнюєте своє життя, зовнішність чи досягнення з тим, що бачите в соціальних мережах?

- Постійно або дуже часто
- Досить часто
- Іноді
- Рідко
- Ніколи

9. Чи впливають соціальні мережі на те, як Ви сприймаєте себе?

- Так, значно впливають (здебільшого негативно)
- Так, помірно впливають
- Важко сказати
- Скоріше не впливають
- Ні, зовсім не впливають

10. Як Ви себе відчуваєте, коли не маєте доступу до соціальних мереж протягом кількох годин?

- Дуже некомфортно, відчуваю тривогу
- Трохи некомфортно
- Нейтрально
- Комфортно, навіть приємно
- Не помічаю відсутності доступу

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

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

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

Обробка даних:

Фактор “Значущість соціальних мереж”: сума балів за пунктами 1-4;

Фактор “Самопочуття за неможливості користування соціальними мережами”: сума балів за пунктами 5-8;

Фактор “Конфлікт через соціальні мережі”: сума балів за пунктами 9-11;

Загальний показник залежності від СМ: сума балів за пунктами 1-11.

ДОДАТОК В

Шкала самооцінки Розенберга (Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES))

Інструкція: Будь ласка, оцініть те, наскільки Ви згодні з кожним із тверджень: “повністю погоджуюсь”, “погоджуюсь”, “не погоджуюсь”, “повністю не погоджуюсь”.

1. Я почуваю себе важливою людиною, щонайменше рівною серед інших
2. Я відчуваю, що маю багато позитивних якостей
- 3*. Загалом, я схильний/-а вважати себе невдахою
4. Я здатний/-а діяти так само успішно, як більшість інших людей
- 5*. Вважаю, мені особливо немає чим пишатися
6. Я собі подобаюсь
7. В цілому, я задоволений/-а собою
- 8*. Мені б хотілося більше поважати себе.
- 9*. Часом я почуваю себе справді нічого не вартим/-ою
- 10*. Іноді я думаю, що в мені немає нічого хорошого

Обробка даних:

Твердження	Повністю погоджуюсь	Погоджуюсь	Не погоджуюсь	Повністю не погоджуюсь
Для позитивно сформульованих тверджень (п. 1, 2, 4, 6, 7)	4	3	2	1
Для негативно сформульованих тверджень (п. 3, 5, 8, 9, 10)	1	2	3	4

Примітка: * Пункти є оберненими, для них шкала відповідей при підрахунку перегортається

ДОДАТОК Г**“Шкала оцінки рівня реактивної (ситуативної) та особистісної тривожності”****А. Шкала самооцінки реактивної тривожності**

Інструкція: Прочитайте уважно кожне з приведених нижче тверджень і оберіть відповідь з тверджень залежно від того, як Ви себе відчуваєте в даний момент. Над твердженнями довго не замислюйтесь, оскільки правильних чи неправильних варіантів відповідей немає.

- 1 Я спокійний
- 2 Мені ніщо не загрожує
- 3 Я знаходжуся в стані напруги
- 4 Я відчуваю жаль
- 5 Я відчуваю себе вільно
- 6 Я засмучений
- 7 Мене хвилюють можливі невдачі
- 8 Я відчуваю себе відпочившим
- 9 Я собою не вдоволений
- 10 Я відчуваю внутрішнє задоволення
- 11 Я впевнений у собі
- 12 Я нервую
- 13 Я не знаходжу собі місця
- 14 Я напружений
- 15 Я не відчуваю скутості і напруженості
- 16 Я задоволений
- 17 Я занепокоєний
- 18 Я занадто збуджений і мені не по собі

19 Мені радісно

20 Мені приємно

Б. Шкала самооцінки особистісної тривожності

Інструкція: Прочитайте уважно кожне з приведених нижче тверджень і оберіть відповідь з тверджень залежно від того, як Ви себе відчуваєте в даний момент. Над твердженнями довго не замислюйтесь, оскільки правильних чи неправильних варіантів відповідей немає.

21 Я відчуваю задоволення

22 Я дуже швидко втомлююся

23 Я легко можу заплакати

24 Я хотів би бути таким же щасливим, як і інші

25 Я програю від того, що недостатньо швидко приймаю рішення

26 Зазвичай я відчуваю себе бадьорим

27 Я спокійний, холонокровний і зібраний

28 Очікувані труднощі звичайно дуже тривожать мене

29 Я занадто переживаю через дрібниці

30 Я цілком щасливий

31 Я приймаю все занадто близько до серця

32 Мені не вистачає впевненості в собі

33 Зазвичай я відчуваю себе в безпеці

34 Я намагаюся уникати критичних ситуацій і труднощів

35 У мене буває хандра

36 Я задоволений

37 Усякі дрібниці відволікають і хвилюють мене

38 Я так сильно переживаю свої розчарування, що потім довго не можу про них забути

39 Я врівноважена людина

40 Мене охоплює сильне занепокоєння, коли я думаю про свої справи і турботи

Обробка результатів

Показники реактивної тривожності (РТ) та особистісної тривожності (ОТ) підраховуються окремо по формулах:

1. $РТ = \Sigma 1 - \Sigma 2 + 50$, де $\Sigma 1$ – сума закреслених на бланку цифр по пунктах шкали 3, 4, 6, 7, 9, 12, 13, 14, 17, 18; $\Sigma 2$ – сума інших закреслених цифр (пункти 1, 2, 5, 8, 10, 11, 15, 16, 19, 20).

2. $ОТ = \Sigma 1 - \Sigma 2 + 35$, де $\Sigma 1$ – сума закреслених цифр на бланку по пунктах шкали 22, 23, 24, 25, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37, 38, 40; $\Sigma 2$ – сума інших цифр по пунктах 21, 26, 27, 30, 33, 36, 39.

Інтерпретація результатів

Для інтерпретації результатів використовуються такі орієнтовані оцінки: 0-30 балів – низька тривожність; 31-45 балів – помірна тривожність; вище 45 балів – висока тривожність.

ДОДАТОК Д**Шкала задоволеності базових психологічних потреб**

Інструкція: Будь ласка, уважно прочитайте кожне з наведених тверджень та вкажіть наскільки це вірно для вас, та стосується вашого життя обравши один із варіантів відповідей.

1. Я відчуваю, що маю повну свободу у виборі свого життєвого шляху.
2. Мені дійсно подобаються люди, з якими я взаємодію. 3. Мені часто здається, що я недостатньо знаю та вмію.
4. Я відчуваю тиск у своєму житті.
5. Знайомі люди кажуть, що я добре справляюся з тим, чим займаюсь.
6. Я добре ладнаю з людьми, з якими контактую.
7. Зазвичай я тримаюся відокремлено й не маю багато соціальних контактів.
8. Загалом я не соромлюся висловлювати свої ідеї та думки.
9. Останнім часом мені вдається здобувати нові цікаві знання та здібності.
10. У повсякденному житті часто доводиться робити те, що мені вказують інші.
11. Люди, які оточують мене, піклуються про мене.
12. Здебільшого я відчуваю задоволення від того чим займаюсь.
13. Здебільшого я не використовую можливості, щоб проявити себе.
14. Я відчуваю, що завжди можу бути самим (сама) собою в різноманітних ситуаціях.
15. Я часто відчуваю, що мало на що здатен (здатна).
16. Люди загалом досить доброзичливо ставляться до мене.

Буквою R позначено зворотні пункти, відповіді на які необхідно інвертувати (перевести зі шкали 1 2 3 4 5 6 7 у шкалу 7 6 5 4 3 2 1 шляхом перекодування або

віднімання від 8). Потім бал за шкалами “автономія”, “компетентність”, “зв’язність з іншими” розраховують як середнє значення за пунктами, що входять до цієї шкали. Інтегральний бал “задоволеності потреб” визначають як суму середніх значень за всіма шкалами базових психологічних потреб.

Автономія: 1, 4(R), 8, 10(R), 14

Компетентність: 3(R), 5, 9, 12, 13(R), 15(R)

Зв’язність з іншими: 2, 6, 7(R), 11, 16.

ДОДАТОК Е

Тренінгова програма "Самооцінка без порівнянь"

Загальна інформація

Тренінг спрямований на формування адекватної стабільної самооцінки та зниження залежності від зовнішнього схвалення у соціальних мережах. Тривалість заняття - 2,5 години для групи 8-12 осіб віком 18-30 років. Програма базується на принципах когнітивно-поведінкової терапії, теорії самодетермінації та концепції безумовного самоприйняття.

Хід заняття

Вступна частина (20 хвилин)

Заняття розпочинається зі створення атмосфери довіри та встановлення правил групи. Учасники представляються через вправу "Я у трьох словах", де називають три характеристики себе у реальному житті та у соціальних мережах, що одразу актуалізує проблематику розбіжності між реальним і віртуальним образом. Ведучий встановлює правила конфіденційності, безоцінності, активності та щирості, після чого проводить коротку міні-лекцію про природу самооцінки та механізми впливу соціальних мереж на самосприйняття.

Діагностика джерел самоцінності (30 хвилин)

Учасники створюють «Карту моєї самоцінності»: у центрі пишуть «Моя цінність», а навколо — джерела самооцінки, оцінюючи вплив кожного за шкалою 1–10 та позначаючи різними кольорами внутрішні й зовнішні чинники. Вправа допомагає візуалізувати структуру самооцінки та виявити залежність від зовнішнього схвалення. Після індивідуальної роботи відбувається групове обговорення з рефлексією щодо домінантних джерел, частки зовнішніх факторів та коливань самооцінки.

Аналіз впливу соціальних мереж (30 хвилин)

Учасники працюють у трьох групах, кожна з яких аналізує окремий кейс: Марія переживає через малу кількість лайків, Андрій порівнює себе з іншими й знецінює власні успіхи, Олена надмірно старається створити «ідеальний» онлайн-образ. Групи визначають психологічні механізми (соціальне порівняння, залежність від схвалення, розрив між реальним і віртуальним Я) та пропонують альтернативні підходи до мислення. Потім презентують висновки, щоб показати різні прояви проблеми й можливі рішення.

Когнітивна реструктуризація (35 хвилин)

Етап починається з короткої лекції про типові пастки мислення — катастрофізацію, персоналізацію, дихотомічне мислення та надужагальнення. Далі учасники виконують вправу «Детектив думок», де аналізують ситуацію, автоматичну думку, емоцію, докази «за» і «проти» та формують більш реалістичну альтернативу. Наприклад, замість думки «я нецікавий, бо мій пост отримав мало лайків» учасник доходить висновку, що на реакції могли вплинути зовнішні фактори і що лайки не визначають цінність людини. Після індивідуальної роботи учасники обговорюють результати в парах.

Практика самопідтримки та планування змін (30 хвилин)

Учасники виконують вправу «Лист до себе», пишучи підтримувальне послання від імені уявного найкращого друга, який приймає їх безумовно та нагадує про справжню цінність, не залежну від лайків. Це активує ресурс самоспівчуття. Після цього учасники заповнюють бланк «Мій план самоцінності», де визначають щоденні практики, нові корисні звички, дії, від яких відмовляться, та особисту мантру самопідтримки.

Завершення (5 хвилин)

Заняття завершується колом висловлювань, де кожен учасник завершує речення "Сьогодні я усвідомив(ла)...", "Найціннішим для мене було..." та "Завтра я

почну...". Ведучий дякує за участь, нагадує про важливість регулярної практики та запрошує звертатися за підтримкою у разі потреби.

Необхідні матеріали

Для проведення тренінгу потрібні аркуші А4, кольорові олівці та маркери, фліпчарт, ручки, конверти для листів. Роздаткові матеріали включають бланки "Карта моєї самоцінності", роздруковані кейси для аналізу, таблиці "Детектив думок" та бланки "Мій план самоцінності". За наявності можна використати проектор для презентації теоретичного матеріалу.

Рекомендації ведучому

Ключовим є створення безпечного простору, де учасники можуть відкрито ділитися своїми переживаннями. Ведучий має демонструвати емпатію, валідувати переживання учасників та наголошувати на нормальності їхнього досвіду. Важливо балансувати теорію та практику, уникаючи надмірної теоретизації та фокусуючись на конкретному досвіді. Ведучий може ділитися власним досвідом у межах професійної етики, що підвищує довіру групи. Слід бути гнучким та адаптувати програму під потреби конкретної групи, уважно слідкуючи за часом.

Очікувані результати

Після тренінгу учасники усвідомлюють свої джерела самооцінки, рівень залежності від зовнішнього схвалення, розуміють механізми впливу соцмереж, опановують когнітивну реструктуризацію та навички самопідтримки, а також формують особистий план зміцнення самооцінки. Короткостроково очікується зростання усвідомленості та активність у вправах. Середньостроково (через два тижні) — впровадження змін і рідше перевіряння лайків. Довгостроково (за 1–3 місяці) — підвищення самооцінки, зменшення залежності від соцмереж і стабілізація емоційного стану.

ДОДАТОК Ж

Тренінгова програма "Цифрова ідентичність: автентичність у віртуальному світі"

Загальна інформація

Тренінг спрямований на усвідомлення впливу соціальних мереж на самоідентичність та формування автентичного цілісного образу у цифровому просторі. Тривалість заняття - 2,5 години для групи 8-12 осіб віком 18-30 років. Програма базується на теорії ідентичності Еріксона, концепції автентичності Роджерса та сучасних дослідженнях цифрової соціалізації.

Хід заняття

Вступна частина та діагностика (25 хвилин)

Заняття починається з вправи «Моя онлайн та офлайн версія», де учасники представляють себе у реальному житті та у соцмережах, що одразу показує різницю між цими образами. Потім ведучий коротко пояснює поняття ідентичності та її особливості в цифровому середовищі. Далі учасники заповнюють вправу «Профіль моєї ідентичності», оцінюючи за шкалою 1–10 різні аспекти себе для реального та онлайн-образу. Це дозволяє візуалізувати розбіжності й підготувати ґрунт для подальшої роботи.

Дослідження реального та віртуального Я (40 хвилин)

Учасники створюють два колажі — «Я справжній» і «Я у соцмережах», добираючи зображення та слова, що відображають їхній реальний образ та онлайн-версію. Це дозволяє побачити, що вони підкреслюють чи приховують у віртуальному просторі. Після створення колажів учасники працюють у трійках, обговорюючи найбільші розбіжності, причини формування онлайн-образу та емоції, які викликає ця різниця. У загальному колі вони діляться інсайтами, а ведучий узагальнює спільні теми та пояснює механізми формування віртуальної ідентичності.

Аналіз факторів впливу (30 хвилин)

Учасники працюють у трьох групах, аналізуючи фактори формування онлайн-ідентичності. Перша група досліджує вплив алгоритмів соцмереж і того, який контент вони підсилюють. Друга — роль соціального оточення та очікувань інших. Третя — вплив культурних стандартів краси, успішності та стереотипів. Групи створюють презентації з прикладами, презентують результати, а ведучий доповнює їх науковими даними та підкреслює важливість критичного ставлення до цих впливів.

Шлях до автентичності (35 хвилин)

Етап присвячений формуванню стратегій автентичної онлайн-присутності. Учасники виконують вправу «Мої цінності та мій онлайн-образ»: визначають п'ять ключових цінностей, оцінюють, наскільки їхній контент їм відповідає, та наводять приклади прояву чи порушення цих цінностей у соцмережах. Далі формують власні принципи автентичної самопрезентації (наприклад, публікувати не лише «ідеальні» моменти, ділитися реальними емоціями, не використовувати надмірну обробку фото, не суперечити своїм цінностям заради лайків). Також створюють список «стоп-сигналів», що вказують на втрату автентичності. Наприкінці учасники обговорюють свої принципи й сигнали в парах, підтримуючи один одного.

Практика інтеграції ідентичності (15 хвилин)

Учасники виконують письмову вправу «Лист інтеграції», у якій ведуть діалог між реальним і віртуальним Я, щоб зрозуміти мотиви обох частин і знайти баланс. Після цього формують намір інтеграції — як поєднати реальне й онлайн-Я без втрати автентичності. Завершує етап створення «Декларації моєї цілісності» — короткого маніфесту про те, якою особистістю вони хочуть бути в цифровому просторі.

Завершення (5 хвилин)

Заняття завершується колом, де кожен учасник ділиться одним конкретним кроком, який зробить найближчим часом для більшої автентичності в соціальних мережах. Ведучий наголошує, що автентичність - це не відсутність меж чи повна відкритість, а відповідність між внутрішнім світом і зовнішнім виразом, що кожен сам визначає свій рівень комфортного самопрезентування.

Необхідні матеріали

Для проведення тренінгу потрібні ватмани або великі аркуші паперу, журнали та газети для колажів, ножиці, клей, кольорові маркери, аркуші А4, ручки, фліпчарт. Роздаткові матеріали включають бланки "Профіль моєї ідентичності", питання для рефлексії, шаблони "Мої цінності та мій онлайн-образ". Для створення атмосфери корисна спокійна фоновіа музика під час творчих вправ.

Рекомендації ведучому

Тема розбіжності між реальним і віртуальним Я потребує безпечного простору. Ведучий наголошує, що розбіжності — нормальна адаптація, а не обман, і допомагає уникнути самозасудження. Під час колажів важливо дати достатньо часу. Деяким учасникам зі значними розбіжностями може знадобитися додаткова підтримка або рекомендація індивідуальної консультації.

Очікувані результати

Після тренінгу учасники усвідомлюють розбіжності між реальною та віртуальною ідентичністю, розуміють фактори впливу на онлайн-самопрезентацію та мають інструменти для інтеграції різних аспектів ідентичності. Короткостроково очікується підвищення усвідомленості власної онлайн-поведінки. Середньостроково (два-чотири тижні) учасники змінюють контент у бік автентичності та відчують менше внутрішнього конфлікту. Довгостроково (два-три місяці) формується цілісна ідентичність, де онлайн-образ відображає справжні цінності, що підвищує психологічне благополуччя та самоприйняття.

ДОДАТОК 3

Тренінгова програма "Баланс у мережі: усвідомлене користування соціальними медіа"

Загальна інформація

Тренінг спрямований на формування навичок самоконтролю, управління часом та розвитку здорового ставлення до соціальних мереж. Тривалість заняття - 2,5 години для групи 8-12 осіб віком 18-30 років. Програма базується на теорії поведінкових звичок, принципах цифрової гігієни та концепції цифрового благополуччя.

Хід заняття

Вступна частина та самодіагностика (30 хвилин)

Вправа "Правда про мій цифровий день": учасники погодинно розписують день, позначають час у соцмережах, тригери перевірки (нудьга, тривожність, звичка) та емоції після. Багато вперше усвідомлюють масштаб користування. Типові інсайти: "не думав, що так часто перевіряю", "витрачаю 3-4 години щодня", "перевіряю Instagram після пробудження". Міні-лекція про нейробіологію залежності: дофамінову систему, змінний графік підкріплення (непередбачуваність лайків як казино) та алгоритми утримання уваги. Учасники заповнюють тест на рівень залежності.

Усвідомлення цифрових звичок (35 хвилин)

Учасники аналізують цифрові звички за моделлю: тригер → рутина → винагорода. Заповнюють таблицю з прикладами: "нудьга на парі" → "скролю Instagram 20 хвилин" → "відволікання, задоволення"; або "опублікував пост" → "перевіряю лайки кожні 5 хвилин" → "схвалення, значущість". Виявляють основні тригери (емоції, час, локація) та справжні потреби за звичками: соціальний зв'язок, уникнення завдань, компенсація самотності. У групах обговорюють здорові

альтернативи: замість скролінгу від нудьги — фізичні вправи, замість перевірки лайків — дихальні техніки, замість віртуального спілкування — дзвінок реальному другу.

Розробка стратегій самоконтролю (40 хвилин)

Учасники знайомляться зі стратегіями: "Цифрові кордони" — зони без телефону (їжа, годину до сну, 30 хвилин ранку); "Зменшення тригерів" — вимкнення сповіщень, видалення іконок, чорно-білий екран, таймери; "Заміна звичок" — альтернативи перевірці соцмереж (вода, дихання, погляд у вікно); "Усвідомлена пауза" — три питання перед відкриттям: "Навіщо?", "Що хочу?", "Чи є кращий спосіб?". У зошитах складають план на два тижні (3-5 стратегій), визначають перешкоди та знаходять партнера для підтримки.

Розвиток альтернативних джерел задоволення (30 хвилин)

Ведучий наголошує: обмеження соцмереж без альтернатив приречене на невдачу. Учасники складають список офлайн-активностей (читання, спорт, творчість, спілкування, прогулянки) та оцінюють глибину задоволення — офлайн дає довший ефект, але потребує більших зусиль. Планують конкретні дії на тиждень: "вівторок/четвер 19:00 — танці", "субота — дзвінок друзям". У парах знаходять партнерів для підтримки.

Техніки усвідомленості (10 хвилин)

Ведучий проводить медитацію "Присутність у моменті" для відчуття різниці між автоматичною поведінкою та усвідомленістю. Учасники отримують картки з щоденними практиками: техніка "5-4-3-2-1" для заземлення (5 речей, які бачу, 4 — чую, 3 — відчуваю тактильно, 2 — нюхаю, 1 — смакую), дихальна практика перед відкриттям телефону, сканування тіла для розпізнавання тригерів. Ведучий пояснює: усвідомленість — це не боротьба з імпульсами, а їх визнання та свідомий вибір.

Завершення та планування (5 хвилин)

Учасники завершують речення: "Найважливіший інсайт...", "Перша зміна сьогодні..." та "Потрібна підтримка...". Ведучий нагадує: формування звичок потребує 21-66 днів, важливі терпіння та фокус на прогресі. Учасники обмінюються контактами для підтримки та домовляються про зустріч через два тижні.

Необхідні матеріали

Для проведення тренінгу потрібні бланки "Мій цифровий день", тести на залежність від соціальних мереж, таблиці "Петля звички", робочі зошити для персонального плану, картки з практиками усвідомленості, аркуші А4, ручки, фліпчарт. Корисно мати роздруковані інфографіки про нейробіологію залежності та статистику використання соціальних мереж.

Рекомендації ведучому

Важливо створити атмосферу без осуду. Ведучий наголошує на нормальності проблеми, фокусується на рішеннях, а не самозвинуваченні. Мета — усвідомлене використання, а не повна відмова. Опір учасників — нормальний захист; краще пропонувати експерименти, а не вимоги. При ознаках серйозної залежності — рекомендувати індивідуальну консультацію.

Очікувані результати

Після тренінгу учасники усвідомлюють масштаб використання соцмереж, розуміють механізми залежності та мають план цифрової гігієни. Короткостроково (тиждень) — межі часу, вимкнення сповіщень. Середньостроково (два-чотири тижні) — здорові звички, менше автоматизму, більше усвідомленості. Довгостроково (два-три місяці) — менше часу в соцмережах, краща концентрація, вища продуктивність та благополуччя через офлайн-активності.

ДОДАТОК И

Тренінгова програма "Справжні потреби у віртуальному світі"

Загальна інформація

Тренінг спрямований на усвідомлення та задоволення базових психологічних потреб (автономія, компетентність, зв'язок) у цифровому середовищі. Тривалість: 2,5 години для групи 8-12 осіб віком 18-30 років. Базується на теорії самодетермінації Десі та Райана.

Хід заняття

Вступна частина та знайомство з теорією (25 хвилин)

Вправа "Що мене наповнює?": учасники згадують ситуації справжнього задоволення та діляться в колі. Ведучий виявляє спільні теми — зазвичай це свобода вибору (автономія), успішне подолання викликів (компетентність) або глибокий зв'язок з іншими. Міні-лекція про теорію самодетермінації: три базові потреби універсальні для всіх людей. Коли задоволені — психологічне благополуччя та внутрішня мотивація; коли фруструються — тривожність, апатія, залежність від зовнішніх стимулів.

Діагностика базових потреб (30 хвилин)

Учасники заповнюють шкалу задоволеності базових потреб окремо для реального життя та соціальних мереж. Створюють візуальну діаграму на трьох осях (синій колір — реальне життя, червоний — соцмережі). Типово виявляються розбіжності: в соцмережах — фрустрація автономії (поведінка керується алгоритмами, бажанням лайків) та зв'язку (поверхневі контакти), можливо завищене відчуття компетентності (демонстрація досягнень). У малих групах обговорюють діаграми та причини розбіжностей.

Аналіз ілюзорності задоволення потреб онлайн (40 хвилин)

Три групи досліджують по одній потребі. Автономія: алгоритмічна стрічка контролює контент; сповіщення порушують свободу вибору; бажання лайків змушує публікувати популярне, а не важливе; страх осуду. Компетентність: постійне порівняння підриває ефективність; відредаговані фото створюють нереалістичні стандарти; скролінг забирає час від реальних досягнень; лайки не дають справжнього відчуття компетентності. Зв'язок: численні онлайн-контакти не замінюють глибоких стосунків; поверхневі коментарі створюють ілюзію спілкування; соцмережі посилюють самотність. Групи презентують результати на фліпчартах.

Розробка стратегій справжнього задоволення потреб (40 хвилин)

Учасники визначають конкретні способи задоволення кожної потреби. Автономія: починати день не з телефону; вимикати сповіщення; публікувати контент за цінностями; дозволяти собі бути офлайн; висловлювати власну думку. Компетентність: визначити галузь розвитку; витратити час на навчання замість скролінгу; відзначати власні успіхи; порівнювати себе з собою вчорашнім. Зв'язок: живі зустрічі з близькими; телефонні дзвінки замість переписок; глибокі розмови; вразливість з довіреними; спільні офлайн-активності; реальні спільноти за інтересами. Заповнюють бланк "Мій план задоволення базових потреб" — три дії на місяць для кожної потреби. У трійках діляться планами та отримують зворотний зв'язок.

Практика усвідомленості потреб (10 хвилин)

Керована практика "Сканування моїх потреб": розпізнавання тілесних відчуттів, емоцій та думок, пов'язаних з кожною потребою. Учасники вчаться запитувати себе: "Чи відчуваю свободу вибору?", "Чи відчуваю ефективність?", "Чи відчуваю зв'язок?". Розпізнавання сигналів фрустрації допомагає вчасно задовольнити потреби здоровими способами.

Завершення (5 хвилин)

Учасники завершують речення: "Найважливіша потреба, яку я ігнорував(ла)...", "Одна зміна завтра..." та "Я відчуваю...". Ведучий наголошує: задоволення базових потреб — постійна практика самотурботи, що дає глибоке психологічне благополуччя. Обмін контактами для підтримки.

Необхідні матеріали

Бланки шкали задоволеності потреб, шаблони діаграм, бланки планів, кольорові олівці, аркуші А4, ручки, фліпчарт, маркери, інфографіки про теорію самодетермінації.

Рекомендації ведучому

Рекомендації ведучому

Заземлювати теорію через конкретні приклади. Допомогти побачити зв'язок між фрустрацією потреб та проблемами (самооцінка, тривожність, залежність від соцмереж). Підкреслювати: задоволення потреб — необхідна умова здоров'я, а не егоїзм. Нормалізувати та валідувати потреби. Бути готовим до сильних емоцій при виявленні фрустрації — дати простір для вираження та підтримати.

Очікувані результати

Після тренінгу учасники усвідомлюють базові потреби та ступінь їх задоволеності, розуміють механізми ілюзорного задоволення в соцмережах, володіють стратегіями справжнього задоволення. Короткостроково (тиждень) — усвідомленість сигналів фрустрації та перші кроки. Середньостроково (два-чотири тижні) — регулярні практики, менше бажання "втекти" в соцмережі. Довгостроково (два-три місяці) — вища задоволеність життям, менша залежність від соцмереж, краще психологічне благополуччя через справжнє задоволення потреб.