



#### 4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Визначення проблеми, формулювання теми роботи, пошук джерел інформації.
2	Виокремлення основних підходів до поняття «успіх» у літературі.
3	Вивчення теорії поколінь, визначення поняття «молодь» та її характеристик.
4	Виокремлення чинників, що впливають на процес формування образу життєвого успіху у молоді.
5	Визначення поняття «соціальні мережі» та їх видів.
6	Пошук та аналіз блогерів у Instagram та TikTok, аналіз їх контенту та наративів, що вони просувають.
7	Пошук можливих шляхів подолання проблеми нереалістичного образу життєвого успіху.
8	Написання висновків та оформлення роботи.

5. Дата видачі завдання 21 вересня 2023 року

Студент



підпис

Аліса ШУБІНА

ім'я, прізвище

Керівник роботи



підпис

Вікторія БОЛОТОВА

ім'я, прізвище

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н. КАРАЗІНА  
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

**Пояснювальна записка**  
до кваліфікаційної роботи на тему  
**«ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ЖИТТЄВОГО УСПІХУ БЛОГЕРАМИ  
INSTAGRAM ТА ТІКТОК У МОЛОДІ УКРАЇНИ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи ЗСМК-42  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
спеціальності 061 Журналістика  
Шубіна Аліса Владиславівна

Керівник: кандидат соціологічних наук,  
доцент Болотова Вікторія Олександрівна

Харків – 2024

## ЗМІСТ

Вступ.....	3
1 Теоретичний аналіз процесу формування образу життєвого успіху у молоді.....	6
1.1 Основні підходи до понять «успіх» та життєвий успіх» в науковій літературі.....	6
1.2 Механізм формування образу життєвого успіху та успішної особи у молоді.....	11
Висновки до розділу 1.....	21
2 Вплив соціальних мереж на уявлення молоді про життєвий успіх.....	24
2.1 Сутність соціальних мереж та їх види.....	24
2.2 Блогери Instagram та TikTok, як агенти впливу на образ успішності особи в свідомості молодих людей.....	32
Висновки до розділу 2.....	39
3 Основні характеристики образу життєвого успіху та його трансляції блогерами Instagram та TikTok та шляхи підвищення його реалістичності.....	41
Висновки до розділу 3.....	54
Висновки.....	56
Список використаних джерел.....	60
Додаток А.....	65
Додаток Б.....	66
Додаток В.....	67
Додаток Г.....	68
Додаток Д.....	69
Додаток Е.....	70
Додаток Ж.....	71
Додаток З.....	72

## ВСТУП

Життєвий успіх виходить за межі традиційних визначень матеріального достатку чи професійних здобутків. Це неабияка сума індивідуальних досягнень, особистісного задоволення та гармонії, яку особа відчуває у різних аспектах свого існування. Життєвий успіх – це, передусім, внутрішня гармонія, яка визначається рівновагою між особистісним розвитком, власними цінностями та взаєминами в соціумі. Це не лише кількість досягнутих цілей, але й якість власного життя, задоволення від власних виборів та уміння впоратися з життєвими труднощами.

У контексті молоді, періоду, коли встановлюються основні життєві цінності та формуються особисті цілі, розгляд процесу формування уявлень про життєвий успіх є надзвичайно важливим. Саме в цей час визначаються цінності, які будуть визначати подальший розвиток особистості, і формується своєрідна карта успіху, яку молодь використовує в подальших етапах життя. Молодь - це не лише стадія біологічного розвитку, але й період, коли індивіди формують свої цінності, уявлення про світ, та, що найважливіше, визначають свій шлях до життєвого успіху.

У цьому контексті блогери перетворились на справжніх агентів впливу на уявлення молоді про успіх, вони формують уявлення молоді про те, яким має бути шлях до успіху. Насьогодні Instagram та TikTok стали платформами, де блогери відтворюють ідеалізований образ успішної особи, який часто асоціюється з матеріальним благополуччям, зовнішньою привабливістю та безтурботним життям. Їхні публікації та відеоролики створюють вигляд ідеального життя, де успіх асоціюється з матеріальним благополуччям, зовнішньою привабливістю та безтурботним життям.

Незважаючи на значну кількість досліджень впливу соціальних мереж на молодь, ще не достатньо вивчено, як саме контент блогерів на платформах Instagram та TikTok впливає на уявлення молоді про життєвий успіх. Наприклад, В. Райдот та М. Робб у роботі «Соціальні мережі, соціальне життя:

підлітки розповідають про свій досвід» досліджували як молодь використовує соціальні мережі і як це впливає на їхнє життя, а Д. Бойд у роботі «Це складно: соціальне життя мережевих підлітків» досліджувала вплив соціальних мереж на розвиток молоді та її соціальних навичок. Існуючі дослідження часто зосереджуються на загальних аспектах впливу соціальних мереж, але бракує конкретних даних про формування ідеалізованого образу успіху та його наслідки для самовизначення молоді.

Таким чином, актуальність теми полягає в тому, що зростаюча активність молоді в інтернет-середовищі, особливо в соціальних мережах, викликає необхідність глибокого розуміння того, як формується образ життєвого успіху, і як на цей образ впливає контент соціальних мереж. Дослідження процесу формування образу життєвого успіху у молоді через контент блогерів в Instagram та TikTok допоможе зрозуміти, як ці блогери впливають на уявлення про успіх у молоді, розкрити особливості цього процесу та виявити можливі шляхи для підвищення реалістичності та конструктивності цих образів.

Об'єктом бакалаврської роботи є образ життєвого успіху.

Предметом роботи є процес формування образу життєвого успіху у молоді.

Метою даної роботи є виявлення особливостей образу життєвого успіху, який формується під впливом контенту блогерів соціальних мереж, а саме Instagram та TikTok.

Досягнення мети здійснювалося через реалізацію наступних завдань:

1. Проаналізувати основні підходи до розуміння понять «успіх» та «життєвий успіх».
2. Визначити ключові чинники, які впливають на формування образу життєвого успіху та успішної особи у молоді.
3. Описати, як соціальні мережі впливають на уявлення молоді про життєвий успіх.
4. Виокремити наративи, які найчастіше просувають блогери Instagram і TikTok.

5. Запропонувати шляхи підвищення реалістичності образу успіху у молоді України.

В роботі були застосовані такі методи аналізу документів, як наративний аналіз та фрейм-аналіз.

# 1 ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ЖИТТЄВОГО УСПІХУ У МОЛОДІ

## 1.1 Основні підходи до понять «успіх» та «життєвий успіх» у науковій літературі

Словник української мови у 20 томах визначає поняття «успіх» як позитивний наслідок роботи, справи і таке інше, визначає як значні досягнення та удачу [1]. Поняття «успішний» визначається як той, що супроводжується або закінчується успіхом, дає позитивні наслідки [2]. Словникові визначення цих понять мають зв'язок з основними підходами до розуміння понять «успіх» та «життєвий успіх» у науковій літературі, що відображають багатогранність цих термінів та визначаються різними дисциплінами, такими як філософія, психологія, соціологія, та економіка. Розглянемо основні аспекти цих підходів.

Почнемо з філософських підходів до розуміння понять «успіх» та «життєвий успіх», оскільки саме філософське розуміння цих понять виникло першим.

Згідно з Арістотелевською етикою, успіх пов'язаний із досягненням «еудаймонії» або повного, гармонійного розвитку особистості. Успіх тут розглядається як результат етичних дій та гармонії з оточуючим світом. У «Нікомахова етика» (Nicomachean Ethics), Арістотель обговорює поняття еудаймонії та важливість етичного життя для досягнення щастя [3].

Наступний підхід – це філософія Джона Стюарта Мілля та категорія задоволення. За Міллем, успіх пов'язаний із задоволенням та щастям. Він визначав успіх як досягнення вищого задоволення для максимізації індивідуального щастя. У «Принципи політичної економії» (Principles of Political Economy), Мілля обговорює, як задоволення може слугувати метою та критерієм успіху [4].

Також слід розглянути філософію Віктора Франкла та пошук мети. Автор розвинув ідеї екзистенціалізму, визначаючи успіх як результат пошуку

особистої мети та внутрішньої гармонії. У «Людина в пошуках сенсу» (Man's Search for Meaning), Франкл описує свій досвід в концтаборах та висвітлює, як пошук сенсу допомагає досягти життєвого успіху [5].

Ці філософські підходи підкреслюють різноманітність перспектив на успіх, покладаючи акцент на індивідуальний вибір, духовний розвиток та етичні цінності.

Після філософських підходів варто розглянути деякі психологічні підходи до розуміння понять «успіх» та «життєвий успіх», тут є такі теорії:

Першою, яку розглянемо, є теорія самореалізації Абрахама Маслоу, яка полягає у тому, що успіх визначається як результат самореалізації, процесу, в якому людина максимально використовує свій потенціал для досягнення внутрішньої гармонії та високого ступеня самовдосконалення. У своїй роботі «Мотивація та особистість» (1954), Маслоу висловив ідею, що успіх є важливим елементом для досягнення самореалізації, і його концепція була відзначена як одна з ключових теорій психології мотивації [6].

Наступною є теорія самовизначення Річарда Декі та Едварда Раяна, яка полягає у тому, що успіх пов'язаний із задоволенням базових потреб людини: автономії, компетентності та зв'язку. Коли ці потреби задовольняються, людина відчуває внутрішню мотивацію та досягає успіху. У статті «The «What» and «Why» of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior» (2000), автори висвітлюють, як самовизначення впливає на мети та досягнення [7].

Згідно з психологією позитивного мислення Мартіна Селігмана успіх тісно пов'язаний з позитивним мисленням та психологією щастя. Згідно з теорією «цінностей та вдячності», позитивні мислення та вдячність сприяють особистісному зростанню. У своїй книзі «Authentic Happiness» (Автентичне щастя), Селігман розглядає різні аспекти психології успіху та вплив позитивного мислення. [8].

Ці психологічні підходи підкреслюють важливість внутрішнього розвитку, самоусвідомлення та задоволення основних потреб для досягнення успіху та життєвого успіху.

Наступним, що розглянемо, є соціологічні підходи до розуміння понять «успіх» та «життєвий успіх»:

Перший підхід – це теорія соціальної мобільності Макса Вебера, який визначав успіх як результат соціальної мобільності, тобто можливості індивіда піднятися або знизитися по соціальним сходам. Успіх у цьому контексті пов'язаний із здатністю особистості впливати на своє соціальне становище. У його роботі «Економіка і суспільство» (1922), Вебер вивчав вплив етики праці на розвиток капіталізму та соціальну мобільність [9].

Другим підходом, який варто розглянути, стала теорія соціальних ролей Ервінга Гоффмана. Гоффман визначав успіх як здатність індивіда ефективно виконувати соціальні ролі. Його теорія «драматургії» стверджує, що люди виступають на «сцені життя» та грають ролі, а успіх пов'язаний із здатністю гідно виконувати ці ролі. У його роботі «Аналіз фреймів: Есе про організацію досвіду» (1974), Гоффман розглядає роль фреймів у формуванні соціальної реальності [10].

Наступний підхід – це теорія соціальної взаємодії Пітера Бергера та Томаса Лакмана. Згідно з цією теорією, успіх пов'язаний із створенням соціальної реальності через взаємодію індивідів. Люди формують взаємодії та соціальні структури, що впливають на їхнє розуміння успіху. У їхній книзі «Соціальне конструювання реальності» (1966), Бергер і Лакман аналізують, як соціальні інститути визначають реальність та впливають на індивідуальні відчуття успіху [11].

Ці соціологічні підходи підсилюють уявлення про успіх як соціально обумовлений феномен, взаємодія та соціальні структури які впливають на індивіда в процесі досягнення та оцінки успіху.

Окрім усього вищеперерахованого, існують ще економічні підходи до розуміння понять «успіх» та «життєвий успіх», тут визначення успіху трохи відрзняється:

Почнемо з теорії «Людського капіталу» Герберта Саймона та Гарі Беккера. Ця теорія полягає у тому, що освіта та навички розглядаються як інвестиції в людський капітал, які призводять до успіху на ринку праці та в житті загалом. У «Моделі людського капіталу» (Human Capital Models), Гарі Беккер розглядає, як інвестиції в освіту впливають на економічний успіх [12].

Наступною йде концепція «Управління за цілями» Пітера Друкера, де автор визначав успіх як здатність до ефективного управління ресурсами та досягнення поставлених цілей. У «Практиці менеджменту» (Practice of Management), Друкер розглядає, як керівництво може визначати успіх організації та її учасників [13].

Також є економіка інновацій та концепція «Креативних класів» Річарда Флоріди, у якій Флоріда визначає успіх індивіда та міста через творчий та інноваційний потенціал, який приносить економічний розвиток. У «Підйом креативного класу» (The Rise of the Creative Class), Флоріда аналізує вплив творчих класів на економічний успіх [14].

Ці економічні підходи демонструють, як інвестиції в освіту, ефективне управління та інновації можуть впливати на економічний та особистісний успіх в сучасному світі.

Розглянуті підходи до розуміння успіху та життєвого успіху в науковій літературі вказують на необхідність міждисциплінарного підходу до розгляду цих понять. Філософія, психологія, соціологія та економіка пропонують різні ракурси для вивчення та аналізу цих явищ.

У філософському підході Арістотель, Мільє та Франкл вносять філософські аспекти до розуміння успіху. Етика, задоволення та пошук мети визначають їхні погляди на досягнення щастя та життєвого успіху, покладаючи акцент на етичні цінності та особистісний вибір.

У психологічному підході теорії Маслоу, Декі та Раяна, а також Селігмана акцентують увагу на внутрішньому розвитку, самореалізації та позитивному мисленні як ключових факторах досягнення успіху. Ці підходи підкреслюють важливість внутрішнього мотиву та задоволення основних потреб.

У соціологічному підході теорії Вебера, Гоффмана та соціальної взаємодії Бергера і Лакмана розглядають успіх як соціально обумовлений феномен. Соціальна мобільність, виконання соціальних ролей та конструювання соціальної реальності визначають індивідуальне розуміння та досягнення успіху.

У економічному підході теорії людського капіталу, управління за цілями та концепція креативних класів в економіці підкреслюють важливість освіти, ефективного управління та інновацій для досягнення економічного та особистісного успіху в сучасному світі.

Ці різноманітні підходи до розуміння понять «успіх» та «життєвий успіх» вказують на комплексний та багатогранний характер цих явищ. Вони демонструють, що успіх може бути розглядатися з різних точок зору, а інтеграція різних дисциплінарних підходів дозволяє отримати більш повне та глибоке розуміння цих аспектів життя.

З нашої точки зору визначення життєвого успіху потребує комплексного синкретичного підходу. Найбільш оптимальним є розуміння життєвого успіху, як наявності задоволення власних потреб, внутрішнього розвитку та самореалізації, вдалого виконання своїх соціальних ролей, ефективного управління наявними ресурсами та їх примноження. Отже, людину яка має ці якості, можна назвати успішною.

## **1.2 Механізм формування образу життєвого успіху та успішної особи у молоді**

У сучасному світі, наповненому різноманітністю можливостей та швидкими темпами змін, питання про життєвий успіх та формування образу успішної особи у молоді стає особливо актуальним. Молодь, перебуваючи на перехресті своєї ідентичності та особистісного розвитку, шукає відповіді на питання, як визначити власні цілі, як сягнути успіху та як сформувати образ особистості, яка відповідає її уявленням про вдалий шлях у житті. У цьому контексті вивчення механізму формування образу успішної особи стає ключем до розуміння динаміки особистісного зростання та визначення факторів, які впливають на становлення молоді у сьогоденні [15].

Молодь – група, що переживає перехідний період від дитячого статусу до дорослості та активно включається у процеси самовизначення, навчання, та формування своєї ідентичності [16]. Визначення поняття «молодь» має різноманітні аспекти та залежить від культурних, соціальних та економічних контекстів.

Молодь, як окрема соціальна група, є однією з ключових у суспільстві. Ця категорія визначається не тільки віком, але й особливими соціокультурними та економічними характеристиками, які властиві індивідам у період їхньої молодості [17]. Ось деякі основні риси молоді як соціальної групи:

**Вік:** Молодь визначається в першу чергу віком, і хоча немає чіткої універсальної межі, її зазвичай охоплює період від підліткового віку (або навіть дитинства) до середнього віку [18]. Загальноприйняті межі можуть варіюватися в різних культурах та соціальних системах.

**Трансформаційний період:** Молодь є часом інтенсивних фізичних, емоційних та інтелектуальних змін [19]. Це період, коли особистість формується, індивід навчається взаємодіяти у соціумі, розвиває свої цінності та переконання [20].

Освіта і професійний розвиток: Молодь зазвичай перебуває на стадії активного навчання або встановлення основ для майбутньої кар'єри [17]. Це час, коли формується образ освіти, інтереси у певних галузях та стратегії професійного зростання.

Активність та соціальна участь: Молодь часто визначається високим рівнем енергії, активною участю у громадському житті та соціальних подіях [18]. Це може включати студентські організації, активізм, культурні заходи та інші форми громадянської участі.

Тривалість періоду: Період молодості є обмеженим у часі, і він може варіювати в залежності від культурних та соціальних контекстів. Тривалість цього періоду визначається не тільки віком, але й певними визначальними подіями, такими як закінчення навчання чи початок кар'єри [21].

Відсутність усталених ролей: Молодь часто характеризується відсутністю усталених соціальних ролей і чіткого визначення свого місця у суспільстві [15]. Це може призводити до експериментів і пошуку власної ідентичності.

Розглядаючи молодь як соціальну групу, важливо враховувати різноманітність її представників, а також враховувати вплив культурних, економічних та соціальних чинників на їхнє сприйняття світу та участь у громадському житті.

Отже, молодь може розглядатися як активна, динамічна та перспективна частина суспільства, яка вносить свій власний внесок у формування культури, економіки та соціального прогресу. Визначення поняття «молодь» пов'язане не лише з віковим критерієм, але із соціальною роллю та активністю, що визначається в контексті сучасного світу.

Відповідно до теорії поколінь, яка виникла в соціології та маркетингу, покоління зазвичай змінюється кожні 20-25 років. Ця теорія була розроблена соціологами Нілом Хау та Вільямом Страусом, які провели великий аналіз інтерв'ю та дослідження, щоб визначити покоління та їх характеристики. У своїй книзі «The Fourth Turning» вони вперше висвітлили цю теорію, яка вказує

на те, що кожне покоління має унікальні характеристики, цінності та погляди, які визначаються соціальними, економічними та політичними умовами їхнього часу [22]. Серед поколінь, які виділяють за цією теорією, є:

1. Найвеличніше покоління (Greatest Generation): Народжені приблизно між 1901 та 1927 роками, це покоління пережило Велику депресію та Другу світову війну. Вони характеризуються патріотизмом, відданістю роботі та традиційними цінностями [23].

2. Мовчазне покоління (Silent Generation): Народжені приблизно між 1928 та 1945 роками, це покоління виростало в епоху після Другої світової війни. Вони були свідками соціальної трансформації, але часто залишалися поза увагою.

3. Покоління бумерів (Baby Boomers): Народжені приблизно між 1946 та 1964 роками, це покоління було великим «вибухом» народжень після війни. Вони виростили в часи розквіту економіки та культурної зміни.

4. Покоління X: Народжені приблизно між 1965 та 1980 роками, це покоління було першим, хто зазнав технологічних змін. Вони відомі своєю незалежністю та скептицизмом.

5. Покоління Y (Millennials): Народжені приблизно між 1981 та 1996 роками, це покоління виростало в епоху Інтернету та технологій. Вони активно впливають на ринки та культурні тенденції [24].

6. Покоління Z: Це наймолодше покоління, народжене після 1997 року. Вони виростають в епоху цифрових технологій та соціальних мереж, вже відрізняючись своєю технологічною освіченістю та бажанням змінити світ [25].

Відповідно до цієї теорії, нинішня молодь відноситься до покоління Z. Покоління Z - це соціокультурна група, яка охоплює осіб, які народилися приблизно між середини 1990-х і середини 2000-х років, тобто, це і є сьогоденна молодь. Це покоління, що виростає в епоху стрімкого технологічного розвитку та глобалізації, і його характеристики визначаються численними впливами, що відрізняють його від попередніх.

1. Технологічна освіченість: Однією з ключових рис молоді покоління Z є їхній невід'ємний зв'язок із сучасними технологіями. З великою легкістю вони адаптуються до нових гаджетів, соціальних мереж, стрімінгових платформ і миттєвого доступу до інформації. Ця технологічна освіченість формує їхній спосіб сприйняття світу та взаємодії з ним [26].

2. Глобалізований світогляд: Покоління Z виростає в епоху глобалізації, де інформація легко доступна з усього світу. Їхні цінності та переконання часто формуються під впливом різноманітних культур, роблячи їх більш толерантними та відкритими до різноманіття [27].

3. Гнучкість та прагнення до самовираження: Покоління Z відзначається вираженим бажанням знаходити себе, бути унікальними та виразними. Вони вільно переосмислюють традиційні стереотипи та відкриті до різноманітних форм самовираження [28].

4. Активізм та соціальна відповідальність: Покоління Z відзначається високим рівнем соціальної відповідальності. Вони проявляють активність у громадському житті, виступаючи за різні соціальні питання та займаючись волонтерством [29].

5. Економічна обізнаність: Зацікавленість економікою та підприємництвом також є характерною рисою покоління Z. Вони усвідомлені економічні реалії та прагнуть до фінансової незалежності [30].

6. Відмова від стереотипів: Представники покоління Z відзначаються відмовою від традиційних стереотипів, будь то у питаннях гендерної рівності, сімейних стандартів чи стереотипів про успіх [31].

7. Споживацькі звички: Покоління Z активно взаємодіє з економікою споживання. Їхні покупки та вибори в значній мірі формуються впливом соціальних мереж, онлайн-рецензій і відео-контенту. Вони віддають перевагу персоналізованим та екологічно чистим продуктам [32].

Узагальнено, покоління Z виступає як динамічна та різноманітна група, що активно формує сучасну соціокультурну картину світу. Їхні уподобання,

цінності та ставлення до соціальних питань визначають їх як важливий інноваційний елемент розвитку суспільства.

Образ життєвого успіху у молоді охоплює не лише матеріальні досягнення, але і особистісний та соціальний розвиток. Для молоді, успіх визначається рядом ключових аспектів, які формують їхню індивідуальність та визначають їхній внесок у суспільство.

Самоусвідомлення та визначення мети: успішна молодь відрізняється високим рівнем самоусвідомлення. Вони чітко розуміють свої цілі та мають чітко визначені мети, які надають напрямок їхньому особистому та професійному розвитку.

Реалізовані амбіції та професійне зростання: досягнення у власній сфері діяльності є важливим компонентом успіху. Високі результати, кар'єрні досягнення та професійне зростання є складовою образу успішної молодої людини.

Володіння гнучкістю та вмінням адаптуватись: у сучасному світі, успішна молодь є гнучкою та адаптабельною. Вони легко пристосовуються до змін у соціальному, економічному та технологічному середовищі.

Соціальна відповідальність: успішна молодь відзначається соціальною відповідальністю. Вони активно беруть участь у громадських ініціативах, добровільницьких програмах та роботі з благодійними організаціями.

Співпраця та комунікаційні навички: успішна молодь здатна ефективно співпрацювати в команді та володіє високим рівнем комунікаційних навичок. Вони будують позитивні відносини та досягають спільних цілей.

Навички самовдосконалення: успішна молодь завжди на шляху до самовдосконалення. Вони відкриті до навчання, розвитку нових навичок та вдосконалення вже наявних.

Позитивний вплив на оточуючих: молодь, яка досягає успіху, створює позитивний вплив на своє оточення. Це може бути через надання підтримки спільноті, навчання та надихання інших.

Визначення успіху у молоді — це динамічний процес, який враховує індивідуальні та колективні аспекти розвитку. Це досягнення внутрішніх та зовнішніх цілей, що формують здатність молоді впливати на своє життя та суспільство в цілому. Успішна молода особа - це той, хто визначається не лише досягненнями у кар'єрі, але і внутрішнім розвитком, впливом на суспільство та здатністю до самовдосконалення.

Формування цього образу успішної молодої особи відбувається під впливом ряду чинників. До цих чинників відносяться освіта, родина, соціокультурне середовище, економічні умови, медіа. Розглянемо деякі з цих факторів на макро-, мезо- та мікро-рівні.

На макро-рівні вплив мають економічна, політична ситуація, а також система освіти.

Стан економіки країни, рівень безробіття, доступність робочих місць та можливості заробітку можуть впливати на сприйняття успіху. Наприклад, в економічно стабільних країнах з високим рівнем зайнятості, успіх може сприйматися як досягнення стабільної кар'єри та матеріального благополуччя, тоді як у країнах з високим рівнем безробіття цінність успіху може бути пов'язана зі здійсненням особистих амбіцій та досягненням фінансової незалежності. Політичні та правові умови в країні також можуть визначати уявлення про успіх.

Так, в країнах з високим рівнем корупції та політичних потрясінь, успіх може сприйматися як здатність досягати своїх цілей за будь-яких обставин або як здатність впливати на політичний процес. З іншого боку, в демократичних країнах успіх може бути асоційований з громадянськими правами та свободами, особистим задоволенням та реалізацією потенціалу. Характер системи освіти, особливості навчальних програм та можливості отримання вищої освіти також впливають на уявлення про успіх. У країнах з розвиненою системою освіти та доступом до високоякісної освіти, успіх може бути пов'язаний з отриманням вищої освіти, розвитком професійних навичок та можливостями для кар'єрного зростання. У той же час, у країнах з

обмеженими можливостями освіти або з нерівним доступом до неї, уявлення про успіх може бути пов'язане з іншими формами самореалізації та досягненнями у соціально-економічній сфері. Ці чинники впливають на формування образу успішної особи через забезпечення можливостей для набуття знань, навичок та кваліфікації, які вважаються ключовими для успіху в сучасному суспільстві.

На мезо-рівні на формування образу успішної особи впливає родина через виховання цінностей, стимулювання особистісного розвитку та надання підтримки у досягненні цілей. Сімейне середовище формує основи самоідентифікації та соціального статусу, які впливають на уявлення про успіх та власну цінність. Також на мезо-рівні впливає соціокультурне середовище. Культурні та соціальні норми, цінності, традиції та очікування, що існують у суспільстві, визначають уявлення про успіх та його параметри. Цей чинник впливає на формування образу успішної особи через визначення соціально прийнятних шляхів досягнення успіху та визнання. На мезо-рівні медіа впливають на формування образу успішної особи через поширення ідеалізованих стандартів успіху, представлення ролей та цінностей у суспільстві. Соціальні мережі, телевізійні передачі, кіно та інші медійні формати можуть впливати на уявлення молоді про досягнення успіху та його визначення.

На мікрорівні формування образу життєвого успіху визначається особистими рисами та психологічними особливостями самої людини. Це включає в себе її внутрішні мотивації, характер, впевненість у собі, рівень самооцінки, вміння адаптуватися до змін та перспективність. Психологічні фактори впливають на спосіб уявлення про успіх та настрої особистості в процесі досягнення поставлених цілей.

Звісно, медіа відіграють не останню роль серед факторів, що впливають на уявлення про життєвий успіх молоді особи. Сучасний світ, насичений інформацією та високотехнологічними засобами зв'язку, робить медіа одним із ключових факторів впливу на формування уявлень про життєвий успіх у

молоді. Від телебачення та інтернет-платформ до соціальних мереж та онлайн-журналів, медіа визначає не лише інформаційний контекст, а й стандарти, які формують уявлення про успіх та саму ідею успішної особистості.

Медіа часто висвітлює ідеалізовані образи успіху, створюючи візуальну культуру, яка впливає на сприйняття молоддю того, що вважається успішним. Яскраві образи вдалих кар'єр та комфортного життя можуть стати взірцем, що спонукає молодь до досягнень. Телебачення та інтернет-платформи пропонують широкий спектр жанрових сюжетів, де успіх і вдача часто виступають у якості центральних тем. Це може впливати на цінності та погляди молоді, допомагаючи визначити, що вони розглядають як успішне життя. Медіа може втілювати стереотипні уявлення про успішність.

Нині, традиційні медіа поступаються впливом новітнім медіа. Традиційні медіа, такі як телебачення, радіо та газети, існують протягом довгого часу і мають значний вплив на формування уявлень про успіх. Вони часто створюють образи ідеального життя та досягнень через висвітлення успішних історій, програми про кар'єрні досягнення або реаліті-шоу, де демонструються розкіш і багатство. Однак, з появою новітніх медіа, таких як соціальні мережі, відеохостинги та блоги, динаміка впливу змінюється.

Новітні медіа відкривають нові можливості для взаємодії та спілкування з аудиторією. Вони надають можливість кожній особі стати творцем контенту і поділитися своїми думками, ідеями та досягненнями зі світом. Саме ця можливість персоналізації і взаємодії робить новітні медіа більш привабливими для молоді.

Одна з відмінностей між традиційними і новітніми медіа полягає в їхній спрямованості. Традиційні медіа, як правило, пропонують загальні програми та інформаційні блоки, що розповідають історії успіху зірок або висвітлюють певні аспекти життя. У той час, новітні медіа дають можливість кожному індивідуально створювати контент, власноруч розповідаючи свою історію успіху або власний погляд на цей поняття. Такий підхід дозволяє більш особисто зв'язатися з аудиторією та впливати на їхнє сприйняття успіху.

Візуальна культура, що розкривається у соціальних мережах, які відносяться до новітніх медіа, відіграє велику роль у формуванні уявлень про успішну молодь, створюючи ідеалізовані образи та стандарти. Цей фактор може впливати на сприйняття успіху та створювати конкретні візуальні параметри, які визначають образ успішної особи в молодіжному середовищі соціальних мереж. У світі соціальних мереж кожен може виставити лише той аспект свого життя, який він бажає показати. Ідеалізація життя стає невід'ємною частиною візуальної культури, де кожен прагне виглядати успішним, щасливим та впорядкованим. Така ідеалізація може створювати необ'єктивні стандарти успіху. Інструменти редагування фотографій у соціальних мережах дозволяють створювати ідеальні зовнішні образи. За допомогою фільтрів, корекції кольору та ретуші, користувачі можуть вирівнювати недоліки та виглядати ідеально. Це може впливати на сприйняття того, що вважається красивим чи успішним.

Соціальні мережі швидко популяризують тренди та стандарти вигляду, які визнаються успішними у даному часі. Користувачі часто віддаватимуть перевагу та наслідуватимуть ті образи, які є актуальними на платформі.

Візуальна культура та ідеалізація, що розгортаються в соціальних мережах, можуть створювати вигляд успішності, який може бути важливим для молоді. Проте важливо розуміти, що ці візуальні стандарти не завжди відображають реальність, і розвиток особистості має багато вимірів, які виходять за межі зовнішнього вигляду.

В соціальних мережах формується віртуальна кар'єра, де кожен може показати свої досягнення та професійний успіх. Це може впливати на погляди молоді на кар'єрні досягнення та визначати, якість іміджу успішної особистості. Соціальні мережі надають можливість створювати особистий бренд, вирізнятися серед інших користувачів та виділяти свої унікальні характеристики. Молоді люди можуть активно демонструвати свої професійні досягнення, навички, участь у проєктах та навіть особисті захоплення, що

сприяє формуванню образу висококваліфікованої та різнобічно розвиненої особистості.

Кількість підписників, лайків та коментарів може слугувати індикатором соціального статусу. Молоді люди можуть використовувати ці метрики для визначення свого впливу та популярності в мережі. Велика кількість фоловерів може вражати на оточуючих та створювати враження успіху.

За допомогою соціальних мереж молоді люди часто порівнюють свої досягнення з досягненнями інших. Це може бути мотиваційним чинником, але водночас призводити до виникнення нереалістичних стандартів успіху та конкуренції, що впливає на психологічний стан.

Соціальні мережі також дозволяють виражати особисті цінності та погляди. Висловлення підтримки соціальних чи професійних ініціатив може додати образу успішної особистості, яка активно взаємодіє з оточуючим світом.

Ці фактори спільно визначають, як соціальні мережі впливають на формування образу успішної молодої людини, що може впливати на її особистісний і кар'єрний розвиток.

Ці чинники взаємодіють між собою, формуючи уявлення про успіх та образ успішної особи у молоді. Наприклад, освіта на макро-рівні може створювати можливості, а родина на мезо-рівні може стимулювати особистісний розвиток, що разом визначає образ успішної особи на мікро-рівні.

Сучасна молодь, переживаючи перехід від дитинства до дорослості, стикається з питаннями визначення цілей, досягнення успіху та формування особистості. Вивчення механізму формування образу успішної особи стає ключем до розуміння особистісного зростання молоді. Важливо враховувати різноманітність представників молоді та вплив культурних, економічних та соціальних чинників на їхню участь у громадському житті.

Відповідно до теорії поколінь, нинішня молодь відноситься до покоління Z, яке відрізняється технологічною освіченістю, глобалізованим світоглядом,

гнучкістю, соціальною відповідальністю, економічною обізнаністю, відмовою від стереотипів та споживацькими звичками. Представники цього покоління вносять свій внесок у розвиток сучасного світу через свої унікальні підходи та цінності.

Успішна молодь визначається високим самоусвідомленням, чіткими цілями, адаптивністю та соціальною відповідальністю. Образ успіху також формується під впливом чинників на макро- мезо- та мікро-рівнях: політичної та економічної ситуації, освіти, сімейного виховання, соціокультурного середовища, медіа та особистих характеристик людини. Новітні медіа мають більший вплив на формування образу успіху, ніж традиційні. Сприйняття успіху часто ідеалізується у соціальних мережах, впливаючи на уявлення молоді про красу та досягнення. У цілому, образ успішної молодої особи є комплексним, залежачи від внутрішніх та зовнішніх факторів, що визначають розвиток особистості у сучасному світі.

## **Висновки до розділу 1**

Словникове визначення поняття «успіх» визначає його як позитивний наслідок роботи, справи, визначає як значні досягнення та удачу. Поняття «успішний» визначається як той, що супроводжується або закінчується успіхом, дає позитивні наслідки. Також існує широкий спектр підходів до розуміння «успіху» та «життєвого успіху» в різних наукових дисциплінах. Філософські концепції розглядають успіх як результат духовного розвитку та етичних цінностей. Психологічні теорії, такі як теорія самореалізації Маслоу, підкреслюють важливість внутрішнього розвитку. Соціологічні підходи вказують на соціальну обумовленість успіху. Економічні теорії, включаючи «Людський капітал» і управління за цілями, підкреслюють роль освіти та ефективного управління. В цілому, розуміння успіху є складним, залежить від багатьох чинників, від внутрішньої мотивації до соціального середовища і економіки. Найбільш оптимальним є розуміння життєвого успіху, як наявності

задоволення власних потреб, внутрішнього розвитку та самореалізації, вдалого виконання своїх соціальних ролей, ефективне управління наявними ресурсами та їх примноження. Отже, людину яка має ці якості, можна назвати успішною.

У сучасному світі та формування образу успішної особи у молоді набуває особливого значення. Молодь постає перед завданням визначення власних цілей, досягнення успіху та формування образу особистості, який відповідає її уявленням про вдалий шлях у житті.

Вивчення механізму формування образу успішної особи стає ключовим фактором для розуміння динаміки особистісного зростання та визначення факторів, які впливають на становлення молоді сьогодні. Молодь, як перехідна група від дитинства до дорослості, активно взаємодіє з процесами самовизначення, навчання та формування ідентичності.

Визначення молоді як соціальної групи включає в себе різноманітні аспекти та залежить від культурних, соціальних та економічних контекстів. Молодь не лише визначається віком, але й особливими характеристиками, що властиві цьому періоду життя.

Молодь, що розглядається як активна та перспективна частина суспільства, вносить свій внесок у розвиток культурних, економічних та соціальних процесів. Відповідно до теорії поколінь, нинішня молодь відноситься до покоління Z, яке включає осіб, народжених від середини 1990-х до середини 2000-х років. Це покоління виростає в умовах стрімкого технологічного розвитку та глобалізації. Покоління Z представляє собою важливий елемент сучасного суспільства, який активно впливає на соціокультурне середовище.

Основні аспекти образу успіху для молоді визначаються не лише матеріальними досягненнями, а й особистісним та соціальним розвитком. Успішна молодь відрізняється високим рівнем самоусвідомлення, чітко визначеними цілями у житті, а також умінням адаптуватися до змін у навколишньому середовищі.

Фактори, що формують образ успішної особистості, можна поділити на макро- мезо- та мікро-рівні. На макрорівні це політична та економічна ситуація, система світи. На мезорівні це сімейне, соціокультурне середовище, а також медіа. На мікро-рівні це особисті риси людини. Медіа чинить великий вплив на формування образу життєвого успіху. Ці чинники взаємодіють та впливають на уявлення молоді про життєвий успіх, створюючи ідеалізовані стандарти та образи в соціумі.

Особливу увагу слід звернути на вплив медіа, зокрема новітніх медіа - соціальних мереж, які формують ідеалізовані образи успіху та краси. Ідеалізація життя у цифровому просторі може впливати на уявлення молоді та створювати необ'єктивні стандарти успіху. Усі ці аспекти формують визначення, що собою являє успіх для молоді, де реальні досягнення та особистісний розвиток взаємодіють із соціокультурними ідеалами. Таким чином, образ успішної молодої особи стає комплексним явищем, яке враховує внутрішні та зовнішні аспекти розвитку особистості у сучасному світі.

## **2 ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА УЯВЛЕННЯ МОЛОДІ ПРО ЖИТТЄВИЙ УСПІХ**

### **2.1 Сутність соціальних мереж та їх види**

Соціальні мережі - це онлайн-платформи, які дозволяють користувачам створювати профілі, обмінюватися інформацією, спілкуватися та ділитися враженнями у віртуальному просторі. Вони стали невід'ємною частиною повсякденного життя, перетворившись на важливий інструмент для спілкування, розваг, вивчення нового та навіть роботи. Соціальні мережі різняться за своїми особливостями та призначенням.

Згідно з визначенням, наданим Lifewire, соціальні мережі - це «онлайн-платформи, які дозволяють людям зв'язуватися між собою, обмінюватися інформацією, спілкуватися та ділитися враженнями у віртуальному просторі» [33].

Соціальні мережі - це важливий аспект сучасного інтернет-середовища, який значно впливає на спосіб, яким ми спілкуємося, споживаємо інформацію, будуємо відносини та представляємо себе в цифровому світі. Ці платформи стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя, забезпечуючи місце для віртуального спілкування, обміну враженнями, вивчення нового та вираження ідей та думок.

Соціальні мережі дозволяють користувачам створювати свої власні профілі, де вони можуть розміщувати свої фотографії, відео, дописи та інші змістовні матеріали, що відображають їхні інтереси, хобі, життя та думки. Ці профілі служать віртуальним візитівками користувачів у цифровому просторі, де вони можуть представити себе такими, якими хочуть бачити інших.

Крім створення профілів, соціальні мережі також надають можливість взаємодії з іншими користувачами через лайки, коментарі, приватні повідомлення та взаємні підписки. Ця взаємодія дозволяє користувачам

спілкуватися, обмінюватися враженнями та думками на різноманітні теми — від повсякденних справ до світових подій.

Крім того, соціальні мережі є місцем для споживання контенту різних форматів - від відео та фотографій до текстових постів та аудіозаписів. Користувачі можуть переглядати та лайкати публікації інших користувачів, ділитися ними у своїх власних профілях та залишати коментарі.

Соціальні мережі також відіграють важливу роль у розвитку бізнесу та маркетингу. Багато компаній використовують ці платформи для просування своїх товарів і послуг, привертання нових клієнтів та взаємодії зі своєю аудиторією. Рекламні кампанії, спеціальні промоакції та інші маркетингові заходи роблять соціальні мережі ефективним інструментом для розвитку бізнесу.

Соціальні мережі представляють собою різноманітні платформи, які відіграють важливу роль у спілкуванні, обміні контентом та взаємодії користувачів у цифровому просторі. Вони можуть бути класифіковані за різними видами, відповідно до їх функцій та цілей:

Перший вид, який ми розглянемо – це соціальні мережі для спілкування є одним із найпоширеніших та найпопулярніших видів соціальних платформ у сучасному інтернеті. Однією з перших і найбільш відомих серед них є «Facebook». Заснований у 2004 році Марком Цукербергом та його колегами, «Facebook» відкрив нові можливості для спілкування та взаємодії користувачів через Інтернет. Цей вид соціальної мережі запропонував користувачам можливість створювати персональні міні-сайти, які пізніше стали відомі як профілі [34].

Кожен користувач «Facebook» може створити власний персональний профіль, де він може додавати свої фотографії, інформацію про себе, свої інтереси та зв'язки. Такий профіль стає цифровим відображенням особистості користувача у віртуальному просторі. Крім того, «Facebook» дозволяє знаходити друзів, взаємодіяти з ними через коментарі та повідомлення, створювати групи для спільного обговорення тем та інтересів.

Однією з головних переваг «Facebook» є його доступність для широкого кола користувачів у різних країнах світу. Ця соціальна мережа зробила світ більш зв'язаним, дозволяючи людям зберігати зв'язок навіть на великі відстані. Крім того, вона стала важливим інструментом для спілкування в особистому та професійному житті, де користувачі можуть обмінюватися ідеями, новинами та різноманітними враженнями.

Таким чином, соціальна мережа «Facebook» є не лише платформою для спілкування, а й місцем, де формується і відображається віртуальна ідентичність кожного користувача. Вона відкриває можливості для взаємодії та знайомства з новими людьми, сприяє обміну інформацією та допомагає відчувати себе частиною глобальної спільноти.

Наступний тип - соціальні мережі для обміну медіа контентом, вони є важливою складовою сучасного інтернет-простору, де користувачі можуть ділитися своїми відео та фотографіями, спілкуватися з аудиторією та отримувати відгуки. Цей вид соціальних платформ дозволяє не лише викладати власний контент, але й дає можливість для відкриття нових талантів, створення власного бренду та побудови спільноти однодумців.

Однією з найпопулярніших соціальних мереж для обміну медіа контентом є «Instagram». Заснований у 2010 році та куплений компанією Facebook у 2012 році, «Instagram» став одним із найбільш популярних місць для ділитися фотографіями та короткими відео. Користувачі можуть викладати свої знімки, додавати фільтри та описи, взаємодіяти з підписниками через коментарі та приватні повідомлення. «Instagram» також дозволяє створювати «Stories» – тимчасові публікації, які активно використовуються для спілкування та взаємодії з аудиторією [35].

Іншою популярною соціальною мережею для обміну медіа контентом є «TikTok». Заснований у 2016 році в Китаї та швидко ставши глобальним явищем, «TikTok» дозволяє користувачам створювати короткі відео, використовуючи музику, ефекти та фільтри. Платформа швидко набула популярності серед молоді, яка викладає веселі, творчі відео, які можуть стати

вірусними та отримати мільйони переглядів. «TikTok» також став платформою для виявлення нових талантів у різних сферах, від музики до комедії та мистецтва [36].

Не можна не згадати про «YouTube» – одну з найпопулярніших відео-платформ у світі. Заснований у 2005 році, «YouTube» дав можливість користувачам викладати відео різних жанрів та отримувати відгуки від глядачів. Від розважального контенту до освітніх відео та власних каналів, «YouTube» став неоціненим джерелом інформації та розваг для мільйонів людей по всьому світу [37].

Таким чином, соціальні мережі для обміну медіа контентом, такі як «Instagram», «TikTok» та «YouTube», відіграють важливу роль у сучасному інтернет-просторі. Вони дозволяють користувачам виразити себе, ділитися своїми творіннями, знаходити нових прихильників та розширювати свій вплив на аудиторію.

Третій тип, який ми розглянемо - соціальні мережі для колективних обговорень, які відіграють значну роль у сучасному цифровому світі, де потреба в обміні знань та думок стає все більш важливою. Цей вид соціальних мереж створений для того, щоб люди могли обговорювати різноманітні теми, ділитися досвідом, задавати питання та отримувати відповіді від інших учасників спільноти. В основі цих платформ лежить ідея колективного спілкування та обміну знаннями, що робить їх надзвичайно корисними для навчання, професійного розвитку та розваг.

Один з найвідоміших представників соціальних мереж для колективних обговорень - це «Quora». «Quora» створена для того, щоб люди могли задавати будь-які питання та отримувати відповіді від різних експертів та користувачів. Тут можна знайти відповіді на практично будь-яке питання - від наукових до побутових. Користувачі можуть ділитися своїм досвідом, давати поради та обговорювати різні теми в коментарях [38].

Ще одна популярна платформа для колективних обговорень - це «Reddit». «Reddit» відомий своєю великою кількістю розділів (або

«сабредітів»), кожен з яких присвячений конкретній темі. Тут користувачі можуть обговорювати новини, відео, фотографії, публікувати пости зі своїми думками та спостереженнями. «Reddit» є місцем, де люди об'єднуються за спільними інтересами та обговорюють актуальні теми дня [39].

Ці соціальні мережі стали не тільки місцями для обміну інформацією, але й платформами для вирішення проблем, вивчення нового та підтримки спільнот. Вони дозволяють людям з різних куточків світу об'єднатися в одній великій спільноті, де кожен може знайти відповідь на свої запитання або поділитися своїми знаннями з іншими.

Наступний тип – це соціальні мережі для авторських дописів - це платформи, які надають можливість користувачам створювати і публікувати власний текстовий та медійний контент. Цей вид соціальних мереж є популярним серед творчих людей, блогерів, журналістів та всіх, хто бажає ділитися своїми думками, ідеями та творчими роботами з аудиторією. До представників цього типу соціальних мереж відносяться «Blogger» та «Twitter».

«Blogger» є одним з найбільш відомих сервісів для блогінгу, який був запущений в 1999 році і придбаний компанією Google у 2003 році. Ця платформа дозволяє користувачам створювати власні блоги, де вони можуть публікувати пости, включаючи тексти, фотографії, відео та інші медійні матеріали. «Blogger» має простий інтерфейс, що дозволяє легко створювати та редагувати контент, а також взаємодіяти зі своєю аудиторією через коментарі та соціальні мережі [40].

«X» (ex. Twitter) - це соціальна мережа мікроблогів, де користувачі можуть публікувати короткі повідомлення (твіти) обмежені до 280 символів. Платформа стала популярною завдяки своїй простоті та можливості швидко ділитися думками, новинами та інформацією. Користувачі можуть підписуватися на інші акаунти, репостити та лайкати твіти, що дозволяє розповсюджувати інформацію швидко та ефективно [41].

Ці соціальні мережі для авторських дописів створюють можливість для творчих особистостей висловлювати свої думки, ділитися досвідом, публікувати творчі роботи та будувати власну аудиторію.

Також розглянемо такий вид соціальних мереж, як сервіси соціальних закладок - це платформи, які дозволяють користувачам збирати та організувати власну колекцію веб-контенту. Користувачі можуть додавати до своєї особистої бібліотеки посилання на цікаві статті, відео, зображення та інші матеріали з інтернету, а потім поділитися цією збіркою з іншими користувачами.

Один з представників цього типу соціальних мереж – «Pinterest». Це веб-платформа, де користувачі створюють власні «дошки», на які можна «закріплювати» (pin) різноманітний контент - від фотографій та ілюстрацій до рецептів, модних ідей, інтер'єрних дизайнів та багато іншого. Інші користувачі можуть підписатися на ваші дошки та переглядати та коментувати ваш контент. «Pinterest» є популярним серед тих, хто шукає натхнення, ідеї для творчості або просто бажає візуально організувати свої інтереси та проекти [42].

Ще одним представником цього типу сервісів є «Flipboard». Ця платформа дозволяє користувачам створювати персоналізовані журнали, керуючи вмістом з різних джерел вебу. Вибравши теми, які вас цікавлять, ви можете створити власний журнал, додавати в нього статті, фотографії, відео з різних джерел, таких як сайти новин, блоги, соціальні мережі тощо. Інші користувачі можуть підписатися на ваш журнал, ділитися його вмістом та коментувати матеріали. «Flipboard» дозволяє створювати особистий простір для зберігання та спільного споживання вмісту з іншими користувачами [43].

Ці сервіси соціальних закладок створюють можливість для користувачів збирати, організувати та ділитися цікавим вмістом з іншими учасниками спільноти. Вони допомагають в створенні власної колекції ресурсів, відстеженні цікавих тем та новин, а також взаємодії зі спільнотою за спільними інтересами.

Останній вид, який ми розглянемо – соціальні мережі по інтересам - це платформи, які дозволяють користувачам знаходити однодумців та людей зі схожими інтересами для обміну думками, досвідом та знаннями. Цей вид соціальних мереж сприяє побудові спільнот з фокусом на конкретних темах або інтересах.

Один з представників цього типу платформ – «Goodreads». Це соціальна мережа для любителів читання, де користувачі можуть обмінюватися враженнями від книг, ставити їм оцінки, робити рецензії та рекомендації. Кожен користувач може створити свій власний профіль, додавати книги до своєї віртуальної бібліотеки, приєднуватися до книжкових клубів та обговорювати книги з іншими учасниками спільноти. «Goodreads» надає можливість знаходити нові книги, отримувати рекомендації від інших користувачів та спілкуватися на книжкові теми [44].

Ще одним прикладом соціальної мережі по інтересам є «Friendster». Це була одна з перших соціальних мереж, яка спрямована на знаходження та спілкування зі старими та новими друзями за спільними інтересами. Користувачі могли створювати профілі, додавати друзів, обмінюватися повідомленнями та статусами. Навіть якщо «Friendster» не зберіг свою популярність, він вважається одним з перших кроків у розвитку соціальних мереж з фокусом на інтересах [45].

Соціальні мережі по інтересам дозволяють користувачам знаходити спільноту з подібними хобі та уподобаннями, обмінюватися думками та знаннями відповідно до їхніх інтересів.

Отже, сучасні соціальні мережі стали не лише платформами для спілкування, але й могутніми інструментами для взаємодії та впливу на уявлення та уміння молоді. Розглянуті різновиди соціальних мереж, від звичайних для спілкування до спеціалізованих для обміну медіа контентом та колективних переговорів, мають свої особливості і впливають на формування образу успішної особистості у молоді. На мікро-рівні, кожен з користувачів має можливість побудувати свій власний образ успіху через соціальні мережі. Їхня

активна участь у спільнотах та робота над власним профілем можуть сприяти підвищенню самооцінки та впевненості в своїх здібностях.

Зокрема, Instagram та TikTok відіграють важливу роль у створенні ідеалізованих образів успіху. Ці платформи надають користувачам можливість демонструвати свої досягнення, креативність та життєвий стиль через відео та фото контент. Instagram та TikTok вирізняються серед інших соціальних мереж деякими особливостями, які роблять їх особливо привабливими для аналізу формування образу успішної молодої особи. Вони стали ключовими платформами для аналізу процесу формування образу успішної молодої особи. Відповідно до статистичних даних за січень 2024 року, переважу кількість користувачів цих соціальних мереж становить молодь, а саме 31 % від усіх це користувачі віком від 18 до 24 років в Instagram, та 36,7 % користувачів віком від 18 до 24 років у TikTok [46], [47]. Ці соціальні мережі відіграють велику роль у сучасному світі, впливаючи на уявлення та цінності молоді через відео та фото.

Instagram – це про візуальний аспект. Відбувається відображення життєвого стилю: Instagram дозволяє користувачам показати своє життя через фотографії та короткі відео. Молодь може демонструвати свої досягнення, подорожі, спортивні досягнення та інше, що сприяє створенню ідеалізованого образу успіху. Також це блогери в Instagram, зокрема, впливові особистості, які показують своє життя та досягнення, які часто стають відомими агентами впливу, що формують уявлення молоді про успішний стиль життя. Instagram це про креативність та естетику, оскільки Instagram сприяє розвитку креативності через можливість створювати естетичний контент. Це допомагає молоді виражати свою унікальність та стиль, що впливає на формування образу успіху.

TikTok – це про короткі відео та тренди. TikTok відомий своїми короткими відео, які стають вірусними та популярними серед молоді. Це дозволяє показати успіх у короткому та забавному форматі, що привертає увагу широкої аудиторії. У TikTok популярні різноманітні танці та челенджі, які

стають трендами. Успішні виконавці та учасники челенджів отримують велику популярність, що впливає на уявлення про успіх.

Також TikTok це творчість та експерименти: молодь може виявити свою творчість через різноманітні відеоформати та експерименти. Це дозволяє створювати унікальний контент, який відображає їхню особистість та уявлення про успіх.

Обидві платформи, Instagram та TikTok, є відмінними інструментами для аналізу процесу формування образу успішної молодої особи. Вони дозволяють молоді показати свої досягнення, створити візуально привабливий контент, демонструючи свій стиль життя. Блогери та тренди стають модельними прикладами успіху, що впливають на уявлення та цінності молоді.

## **2.2 Блогери Instagram та TikTok, як агенти впливу на образ успішності особи в свідомості молодих людей.**

Почнемо з визначення такого поняття, як «блогер», яке часто плутають з такими поняттями, як «інфлюенсер» та «лідер думок». Ці поняття мають свої відмінності, хоча вони часто використовуються як синоніми. Розглянемо кожне з цих понять окремо і визначимо їх особливості:

Блогер - це особа, яка публікує свої думки, ідеї, розповіді, рецензії та інші матеріали у своєму блозі, який може бути веб-сайтом, відео-каналом, аудіо-подкастом або іншим медіа-форматом. Блогери спеціалізуються на певній тематиці, такі як мода, краса, подорожі, їжа, технології, тощо. Вони прагнуть створювати цікавий та корисний контент для своєї аудиторії.

Інфлюенсер - це особа, яка має велику аудиторію в соціальних мережах і впливає на їхні погляди, вчинки та вибори. Інфлюенсери зазвичай співпрацюють з брендами, рекламуючи їх продукти чи послуги в своїх публікаціях. Вони володіють певною авторитетністю в своїй галузі та мають здатність переконувати свою аудиторію.

Лідер думок - це особа, яка володіє великим впливом у своїй галузі або серед певної аудиторії завдяки своєму досвіду, знанням та авторитетності. Вона часто є експертом у своїй області і відзначається високою довірою від інших людей. Лідери думок не завжди активно ведуть блоги чи сторінки в соціальних мережах, але їхні думки та поради багатьом дуже важливі.

Між ними можна виділити чотири основні відмінності, такі як:

1. Специфіка контенту, оскільки блогери створюють контент для своїх каналів або платформ з певної тематики, а інфлюенсери, зазвичай, співпрацюють з брендами та роблять публікації з рекламним характером. Лідери думок, у свою чергу, надають думки та поради на певні теми, без прямої реклами.

2. Рекламна співпраця, бо інфлюенсери частіше співпрацюють з брендами для рекламних кампаній, в той час як блогери можуть бути більш незалежними у своїй діяльності. Лідери думок, хоча і мають великий вплив, рідко займаються прямою рекламою.

3. Авторитет та вплив, оскільки інфлюенсери мають широку аудиторію, але не завжди вони є експертами в певній галузі. Блогери можуть бути експертами в своїй тематиці, проте не завжди вони мають велику аудиторію. Лідери думок, зазвичай, є експертами з великим авторитетом в своїй галузі.

4. Форма самого контенту, наприклад, блогери можуть публікувати текстові пости, відео, аудіо, фотографії, тоді як інфлюенсери частіше працюють з відео та фотографіями на платформах, таких як Instagram та TikTok. Лідери думок можуть писати статті, виступати на конференціях, чи мати інші форми вираження своєї думки [48].

Отже, хоча ці терміни часто використовуються як синоніми, вони мають свої відмінності в специфіці контенту, співпраці з брендами, авторитеті та формі представлення. Інфлюенсери роблять рекламні публікації, лідери думок надають експертні думки та поради на певні теми, а блогери створюють різноманітний контент.

Українські блогери Instagram та TikTok відіграють значну роль у формуванні образу успішної молодої особи через свою активність в соціальних мережах та вплив на аудиторію, просуваючи певні наративи та цінності через свої публікації. Деякі з блогерів особливо відомі та мають значну кількість прихильників, які активно споживають їх контент та беруть до уваги їхню думку та рекомендації. Їх вплив на молодь полягає в тому, що вони створюють ідеалізовані образи життя, які можуть впливати на уявлення про успіх та значення успішної особистості.

Один із основних наративів, який часто зустрічається у контенті блогерів, - це «життя без обмежень». Вони показують свої враження від подорожей та пригод, розповідаючи про різні країни та культури, які вони відвідують. Фото та відео з екзотичних місць, розкішні вечірки та події створюють враження, що успішна особа може дозволити собі такий розкішний спосіб життя. Цей наратив підкреслює свободу, незалежність та можливість досягнення великих цілей.

Інший популярний наратив - «життя в розквіті». Блогери часто демонструють свій стильний та модний образ життя, показуючи свої враження від модних показів, вечірок та світських заходів. Вони діляться своїми образами, розповідають про останні тренди у моді та красі, створюючи враження, що успішна особа завжди виглядає на висоті. Цей наратив просуває важливість стилю, зовнішнього вигляду та здорового способу життя.

Блогери активно просувають певні цінності через свій контент, одні з основних цінностей - це самовираження та індивідуальність. Вони надихають свою аудиторію бути унікальними, висловлювати свою позицію та бути вірними собі. Також важливою цінністю є постійне самовдосконалення та розвиток. Блогери надихають своїх читачів до навчання, вдосконалення навичок та досягнення нових висот у кар'єрі та особистому житті.

Просуваючи свої наративи, блогери в Instagram та TikTok часто створюють ідеальні картинки «успішного успіху», які, на жаль, не відповідають реальності. «Успішний успіх» - це ідеалізоване уявлення про

успіх, яке часто нав'язується соціальними мережами, зокрема блогерами на таких платформах, як Instagram та TikTok. Це поняття включає в себе створення образу, де успіх представлений як досягнення високого рівня матеріального достатку, розкішного способу життя, відсутності проблем і невдач. «Успішний успіх» може включати в себе власність розкішних машин і осель, постійні подорожі по всьому світу, шикарні вечірки та ексклюзивні заходи.

Це поняття нав'язує ідею, що щастя та задоволення можливе лише завдяки матеріальним благам і статусу. Успіх представлений як щось, що можна досягти легко і швидко, часто без заздалегідь вкладеного часу і зусиль. Такий ідеальний образ успіху може бути спрощеним і перекрученим відображенням реальності, використовуючи фільтри та редагування, щоб підкреслити лише позитивні аспекти життя.

Ці ідеальні образи можуть включати молодих мільйонерів у 20 років, які живуть у розкішних оселях, мають кілька квартир і нові автомобілі. Вони показують свої розкішні подорожі по всьому світу, ексклюзивні заходи та події, а також безперервні ранкові підйоми о 6 ранку, які, здається, додають їм енергії на весь день.

Ідеальні образи успіху створюють ілюзію, що успіх легко досягається і вимірюється матеріальними благами. Вони нав'язують уявлення про те, що щастя і задоволення можна знайти лише у розкішних місцях та матеріальних речах. Блогери показують ідеальні фотографії та відео, які добре виглядають на екрані, але не відображають реальну життєву ситуацію. Навіть якщо за кадром у них є стрес, невпевненість, труднощі та невдачі, ці аспекти життя зазвичай не показуються. Замість цього, ми бачимо тільки красиві та вражаючі моменти, які надихають і захоплюють аудиторію. Такий підхід блогерів заснований на тому, що естетично привабливі та успішні пости залучають більше уваги та лайків, що в свою чергу збільшує їхню популярність та вплив.

Отже, це поняття «успішного успіху» в Instagram та TikTok може бути спрощеною та ідеалізованою версією реальності. Блогери часто

використовують ці ідеальні образи для того, щоб збільшити свій вплив та популярність, проте варто пам'ятати, що за цією ідеальною картинкою може ховатися набагато складніше та реальніше життя.

Це стає соціальною проблемою через кілька важливих аспектів:

Створення певних стандартів успіху, оскільки блогери в Instagram та TikTok часто демонструють життя, яке виглядає ідеальними і безтурботним. Це може призвести до того, що молоді люди відчують тиск бути такими самими і досягати тих же стандартів успіху, навіть якщо це не відповідає їхнім справжнім цінностям та можливостям.

Це чинить психологічний вплив, бо ідеалізовані образи успіху можуть викликати в молодих людей почуття невдоволеності власним життям, низької самооцінки та стресу від невдач та недоліків. Постійне порівняння себе з ідеалізованими образами може призвести до серйозних проблем із самопочуттям та психічним здоров'ям.

Зниження самооцінки та самоповаги, тому що багато ідеалізованих образів успіху в Instagram та TikTok зосереджені на матеріальних благах, розкішних подорожах та ідеальному зовнішньому вигляді. Для тих, хто не може відповісти цим стандартам, це може призвести до зниження самооцінки та втрати віри у власні здібності.

Не варто забувати й про відсутність контексту. Блогери часто показують лише найкращі моменти свого життя, ігноруючи складні та неприємні аспекти, тобто, ми бачимо тільки одну сторону. Це призводить до спотворення реальності і створює уявлення, що успіх повинен бути безперечним і легким, що не відповідає реальності.

Певний фінансовий тиск на аудиторію, блогери часто показують розкішні покупки та дорогі подорожі, що може створювати враження, що для досягнення успіху потрібно мати великі фінансові можливості. Це може призвести до зайвого фінансового навантаження на молоде покоління, намагаючись дотримуватися стандартів, які не є реалістичними для більшості.

Це спричиняє посилення соціальних нерівностей, бо ідеалізація образу успіху, яка часто ґрунтується на багатстві та розкоші, може підсилити соціальні нерівності. Ті, хто не мають доступу до таких матеріальних благ, можуть відчувати відчуття відсталості та відсортованості з цих успішних соціальних кіл.

Фокус уваги зміщується на матеріальні цінності, оскільки блогери, які показують своє багатство та розкіш, часто посилюють ідею, що успіх полягає в матеріальних досягненнях. Це може вплинути на молоде покоління, зміцнюючи матеріалістичні цінності та зводячи на другий план внутрішній розвиток та моральні якості.

Стимулювання негативного порівняння, бо постійне підкреслення ідеалізованих образів успіху може сприяти появі постійного порівняння з іншими. Це може призвести до розвитку комплексів, невпевненості та почуття недовіри, особливо у тих, хто не може відповісти цим стандартам.

А також відбувається віддалення від реальності. Багато ідеалізованих образів успіху у соціальних мережах не відображають реальність. Це може призвести до відчуття розчарування, коли молодь реалізує, що реальний успіх не завжди збігається з ідеалами, які вони бачать у мережах.

Таким чином, ідеалізований образ успіху, який транслують блогери в Instagram та TikTok, стає соціальною проблемою, оскільки може призводити до негативних наслідків для ментального здоров'я, самопочуття та фінансового стану молодого покоління. Підвищення усвідомленості про цей вплив та реалістичність ідеалів успіху може допомогти молодій аудиторії розвиватися та досягати успіху відповідно до своїх справжніх цінностей і можливостей.

Варто зауважити, що реальний успіх - це наявність задоволення власних потреб, внутрішнього розвитку та самореалізації, вдалого виконання своїх соціальних ролей, ефективне управління наявними ресурсами та їх примноження. Реальний успіх полягає в розвитку особистості, досягненні

внутрішньої гармонії, відчуття власної цінності та внесенні суттєвого внеску у світ навколо.

Основною проблемою, яку створює ідеалізований образ успіху в соціальних мережах, є вплив на самооцінку та самопереконавання молоді. Постійне порівняння себе з ідеалізованими образами, які показують блогери, може призвести до почуття невдачі, недостатності та низької самооцінки. Молодь може відчувати, що їхнє життя не відповідає стандартам успіху, які накладаються соціальними мережами, що в свою чергу може призвести до стресу, тривожності та невпевненості у собі.

Крім того, ідеалізований образ успіху, який підтримують соціальні мережі, може призвести до віддалення від реальних цілей та значущих цінностей. Молодь може стати залежною від зовнішніх підтримки та визнання від спільноти в соціальних мережах, замість того, щоб розвивати власні унікальні риси та відкривати власний потенціал.

Тож, важливо навчити молодь критично сприймати інформацію, яку вони споживають у соціальних мережах, і навчати їх розрізняти ідеалізований образ від реальності. Успіх - це індивідуальне поняття, яке варто визначати самому для себе, враховуючи власні цінності, потреби та можливості, а не піддаватися стандартам, які накладаються блогерами у соціальних мережах.

За статистичними даними, образ «успішного успіху», який часто просувають блогери в соціальних мережах, не відповідає дійсності. Наприклад, згідно зі статистикою порталу Work.ua, середня заробітня плата в Україні на момент лютого 2024 року становить 18 519 гривень [49]. Це значення далеке від образу, який часто показують блогери, демонструючи розкішні автомобілі, великі квартири та розкішне життя. Наприклад, багато блогерів показують свої розкішні автомобілі, які можуть коштувати мільйони гривень, або великі квартири в елітних районах. Однак, згідно з середньою заробітною платою в Україні, багато людей мають значно більш скромний дохід, що не дозволяє придбати такі розкішні речі.

Усі ці фактори можуть мати серйозний вплив на молоде покоління, формуючи їхні уявлення про успіх та самооцінку. Важливо розуміти ці наслідки та шукати способи підвищення реалістичності образу успіху, який транслюють блогери у соціальних мережах.

## **Висновки до розділу 2**

Соціальні мережі - це онлайн-платформи, які дозволяють користувачам створювати профілі, обмінюватися інформацією, спілкуватися та ділитися враженнями у віртуальному просторі. Ці платформи стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя, забезпечуючи місце для віртуального спілкування, обміну враженнями, вивчення нового та вираження ідей та думок. Вони є місцем, де користувачі можуть спілкуватися не лише з друзями та родиною, але й відкривають для себе нові інтереси та можливості. Вони дозволяють створювати зв'язки з людьми з усього світу, обмінюватися ідеями, думками та враженнями. Це також платформа для самовираження, де користувачі можуть публікувати свої фотографії, відео, думки та відчуття.

Соціальні мережі є платформами для спілкування, обміну медіа-контентом, колективних обговорень, авторських дописів, соціальних закладок та пошуку однодумців. Кожен тип мереж має свої особливості та вплив на сприйняття користувачів.

У сучасному світі соціальні мережі стали важливим чинником у формуванні уявлень молоді про життєвий успіх. Цей вплив особливо помітний завдяки платформам, таким як Instagram та TikTok, якими найчастіше користується молодь, де велика кількість блогерів створює ідеалізований образ успішної особи. Ці блогери часто пропонують ідеалізовані відображення успіху, зосереджені на матеріальних благах, зовнішньому вигляді, подорожах та розкішному способі життя. Вони створюють образ успіху, який часто не відповідає реальності.

Однак, цей ідеалізований образ не завжди є правдивим. Блогери можуть використовувати фільтри, монтаж і редагування, щоб створити ідеальне враження. Це може викликати у глядачів почуття невдоволеності своїм життям та бажанням підтримувати такий же рівень матеріальних благ.

Українські блогери в Instagram та TikTok відіграють важливу роль у формуванні уявлень про успіх серед молоді, просуваючи певні наративи та цінності через свій контент. Вони створюють ідеалізовані образи життя, які можуть впливати на уявлення про успіх та значення успішної особистості. Наративи, які часто зустрічаються у контенті блогерів, включають «життя без обмежень» та «життя в розквіті», які підкреслюють свободу, незалежність, стиль та моду. Проте ідеальні образи успіху, які створюються блогерами, часто не відповідають реальності, що може призвести до негативних наслідків. Ці ідеали можуть нав'язувати уявлення про те, що щастя та задоволення можна знайти лише у розкішних місцях та матеріальних благах, і змушувати молодь прагнути до них, навіть якщо це не відповідає їхнім справжнім цінностям.

Також можна відзначити, що критичне мислення та здатність розрізняти ідеалізований контент від реальності допомагають уникнути поглибленого впливу наративів, які можуть бути шкідливими для психічного здоров'я та самопочуття. Підтримувати здорове сприйняття себе та свого успіху, незалежно від того, як він виглядає у віртуальному світі, є важливим аспектом.

### **3 ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТРАНСЛЯЦІЇ ОБРАЗУ ЖИТТЄВОГО УСПІХУ БЛОГЕРАМИ INSTAGRAM ТА ТІКТОК ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО РЕАЛІСТИЧНОСТІ**

Розглянемо вплив на образ успішності особи в свідомості молодих людей на прикладі конкретних блогерів Instagram. Блогери були відібрані за такими критеріями, як кількість підписників більше 1 мільйона, схожий тип контенту, такий як лайфстайл, огляди і подорожі, а також одна цільова аудиторія, що складається з молоді.

Першою розглянемо таку блогерку, як Альона Венум, що відома в Instagram під ніком @alana\_venum, є цікавою особистістю, яка веде свій блог з досить різноманітними темами. У своєму інстаграм-блогі вона ділиться історіями та порадами про стосунки, материнство, здоров'я та подорожі (див. [Додаток А](#)). Однією з головних тем, яким Альона приділяє увагу, є стосунки. Вона відверто розмовляє про різні аспекти міжособистісних відносин, розкриваючи свій власний досвід та думки на цю тему. Це може бути корисним для її читачів, які шукають поради щодо побудови здорових та гармонійних відносин. Крім того, Альона також активно ділиться своїм досвідом материнства. Вона розповідає про важливість материнства, виховання дітей, а також про радощі, які вона зазнає як мама. У поєднанні з темою стосунків Альона, таким чином, просуває тему ідеальної родини. Здоров'я - ще одна тема, якій приділяє увагу Альона. Вона розповідає про свої тренування, здорове харчування, а також про загальні поради щодо збереження фізичного та психічного здоров'я. Це корисно для тих, хто прагне покращити своє здоров'я та життєвий стиль. Подорожі теж присутні в інстаграм-блогі Альони. Вона ділиться фотографіями та враженнями з подорожей, розповідає про нові місця та культури, які вона відвідує. Це може бути надихаючим для тих, хто мріє про подорожі та відкриття нових горизонтів.

Як і у багатьох блогерів, можна помітити елементи, що асоціюються зі статусом і багатством. Наприклад, на фотографіях і відео вона часто

демонструє яскравий і стильний одяг, відвідує розкішні місця та ресторани, показує елементи комфортного життя. Такі елементи можуть створювати враження про її успіх та багатство без прямого акценту на них. Зокрема, вона може ділитися зі своїми читачами враженнями від відвідування елітних закладів, зображувати розкішні відпочинки чи елегантний стиль одягу. Ці елементи допомагають створювати образ людини, яка насолоджується комфортним і вишуканим життям. Альона розповідає про те, як вибралась із бідності, коли ділила одну сосиску на два дні, а зараз має нерухомість загальною сумою на мільйон доларів, а також заробляє десятки тисяч доларів на місяць. Наратив про трансформацію з бідної дівчинки в успішну дорослу жінку відображається в її контенті на Instagram. Він став одним з ключових елементів її особистого бренду і впливає на формування образу успіху в уявленні її читачів.

Друга це блогерка-мільйонниця Тетяна Самбурська, відома в Instagram під ніком @\_\_samburska, є однією з найвідоміших особистостей українського інтернет-простору (див. [Додаток Б](#)). Походить вона з міста Івано-Франківськ, і її контент здебільшого спрямований на спілкування зі шанувальниками та відкрите відображення своєї особистості. Однак, Тетяна Самбурська відома не лише своїм Instagram-профілем, а й успішним підприємницьким шляхом. У віці 18 років вона відкрила власну студію краси, яка з часом стала популярною серед мешканців міста.

Окрім Instagram, Тетяна активно займається власним бізнесом. Вона підтримує діалог із підписниками щодо бізнесу та підприємництва, розповідаючи про свої успіхи та виклики у цій сфері

Як власниця студії краси, Тетяна активно ділиться порадами щодо догляду за собою та створенням власного іміджу. Вона показує, як через правильний підбір процедур та тренування можна досягти гарного вигляду та самовпевненості, якими має володіти успішна людина. Тобто, наратив про те, що успішна людина має гарний зовнішній вигляд.

Один з ключових наративів, який Тетяна просуває, - це її історія успіху. Вона регулярно ділиться своїми досягненнями та викликами, з якими їй довелося зіткнутися на шляху до успіху. Це включає важкі моменти, такі як боротьба зі страхами, невдачі та вивчення власних можливостей. Вона розповідає про свій початок медійної кар'єри на YouTube, розповідає, як вчилася макіяжу та працювала візажистом за 200-300 гривень, а зараз легко заробляє 20 000 гривень на годину. Також розповідає, як батьку купили їй першу машину за 5 000 доларів, а зараз сама Тетяна купляє собі новеньку BMW за 2 000 000 гривень з салону. Цей може надихати молодих людей не здаватися в складних ситуаціях та продовжувати працювати над своїми мріями, прослідковується наратив, що успішні люди ніколи не опускають руки.

Також розглянемо Юлію Вербінець, яка відома під ніком @verbaaa.verbaaa, є однією з найпопулярніших українських блогерок в Instagram (див. [Додаток В](#)). У її профілі часто зустрічаються наративи любові до себе та досягнення в матеріальному плані. Вона часто ділиться з прихильниками своїми успіхами і досягненнями, показуючи розкішні подорожі, дорогі покупки і вишуканий життєвий стиль.

Наратив любові до себе проявляється як в публікаціях, так і в stories, де Юлія розповідає про те, що з кожним днем закохується в себе ще більше. Блогерка ніколи не висвітлює негативні моменти свого життя, завжди показує себе усміхненою і радісною, навіть незважаючи на те, що на неї звалюється дуже багато хейту.

Звісно, варто сказати про наратив матеріального достатку, який Юлія просуває дуже активно. На своє 18-річчя вона влаштувала розкішне святкування, запрошуючи на нього видатних гостей, серед яких були співак Дмитро Монатик.. У липні 2023 року Юлія Вербінець купила автомобіль Mercedes-Benz S 580, вартість якого оцінюється приблизно від 7 до 10 мільйонів гривень. Ця покупка викликала суперечки та критику серед громадськості. Багато критиків вважають, що в такий час не до такої розкоші, а краще було б передати гроші на підтримку Збройних Сил України. Такі

обговорення стали неодноразовими і спонукали більш детально розглянути, як соціальні мережі впливають на уявлення про успіх та здатність молоді людини досягти його. Публічна критика покупки автомобіля може вважатися одним із аспектів того, як соціальні мережі формують певні стандарти і вимоги до образу успішної особи. Разом з популярністю приходить і критика. У Юлії дійсно багато реклами в її блозі, що стає причиною для багатьох хейтерів, які звинувачують її в комерційності та недостатній щирості.

Загалом, ці блогери в Instagram просувають наративи про любов до себе, матеріальне благополуччя та досягнення в різних сферах життя. Вони створюють ідеальні картини життя, які, на жаль, можуть бути віддалені від реальності. Їхні публікації викликають як захоплення, так і критику серед шанувальників та глядачів, що свідчить про складність образу успішної особи в соціальних мережах.

TikTok - платформа коротких відео, дозволяє блогерам створювати різноманітний контент, який може включати в себе власний стиль життя, досягнення, способи ведення бізнесу та інші аспекти, що асоціюються з успіхом. Блогери TikTok часто діляться своїми історіями успіху, які стають прикладом для молоді. Перейдемо до розгляду формування образу життєвого успіху у молоді блогерами TikTok. Блогери були відібрані за критеріями, по-перше, більше 1 мільйона підписників, по-друге, мають схожий між собою контент, такий як огляди, подорожі, лайфстайл, по-третє, блогери набрали свою популярність приблизно в один і той же час.

Почнемо з @candy.superstar, що відома також як Кенді Суперстар, є однією з найбільш відомих та популярних блогерок на платформі TikTok (див. [Додаток Г](#)). Її контент вражає своєю яскравістю, енергією та оригінальністю, завжди викликаючи захоплення у своїх шанувальників. Основні типи контенту, які вона створює, включають огляди, подорожі та власне життя. На її сторінці можна побачити яскраві відео, де вона робить огляди різноманітні продукти, косметику та модні речі. Дівчина має яскравий рожевий образ з того ж кольору довгим волоссям, такий образ вирізняє її серед інших і привертає увагу.

Кенді просуває наративи щастя за захоплення життям, вона не ділиться у своєму блозі поганими моментами. Блогерка часто ділиться відео з подорожей, де вона показує своїм шанувальникам красу та особливості різних місць, які вона відвідує. Вона здатна передати атмосферу та емоції, які вона відчуває під час подорожей, що робить її контент дуже захоплюючим для глядачів.

Крім того, у контенті @candy.superstar значною мірою присутній наратив багатства. Вона не приховує своїх дорогих покупок та розкішних речей, хизується новими квартирами, дорогими автомобілями та предметами розкоші. Дівчина є власницею Mercedes G63 amg, ціна якого сягає 7 600 000 гривень. Нещодавно Кенді також анонсувала заручини зі своїм коханим, який подарував їй каблучку з 30 діамантами та 5 000 троянд. Такі публікації значно піднімають планку образу успіху у молоді.

Другою розглянемо Elis Stone, що відома в TikTok під ніком @elis.stone - це блогерка-мільйонниця, яка активно веде свій TikTok, пропонуючи розважальні відео на різні теми (див. [Додаток Д](#)). Вона спілкується зі своєю аудиторією через комічні ситуації та власні життєві враження. Одним з головних наративів, які вона просуває, є історія успіху та просування себе як підприємця.

У своїх відео Elis часто розповідає про розвиток особистості та працю над собою. Вона відкрито ділиться своєю історією з початку, коли вона починала з бідного життя в гуртожитку невеликого містечка в Україні, а тепер є успішним блогером і підприємцем з власною розробленою програмою навчання. Цей наратив про те, як вона пройшла від скромних умов до успішної кар'єри, надихає її підписників на те, щоб не боятися мріяти і працювати над своїм успіхом. Крім того, @elis.stone демонструє свій комфортний спосіб життя, де живе та працює у Майамі, а також надає інформацію про те, скільки вона заробляє. Це робиться для того, щоб підтримати образ успішної та незалежної жінки, яка досягла великих успіхів у житті. Блогерка також активно

просуває свій курс навчання, показуючи, які результати можна отримати, використовуючи її методику.

Усі ці наративи допомагають створити образ @elis.stone як особистості, яка впевнено йде до успіху, прагне досягти своєї мети та вплинути на інших своїм прикладом.

Останньою розглянемо Дар'ю Шамаріну, що також відома як @dasha\_\_shamarina - це відома блогерка з TikTok, яка в своїх відео розповідає про догляд за собою, ідеальні стосунки, дорогі покупки та стиль життя (див. [Додаток Е](#)). Особливістю її контенту є підкреслення ідеальності у всьому, що вона показує.

У своїх відео Дар'я часто просуває наратив ідеальних відносин зі своїм партнером, показуючи якісне спілкування, взаємопідтримку та романтичні моменти. Це створює у аудиторії уявлення про ідеальний відносини та сімейне щастя. Блогерка просуває наратив догляду за собою, демонструє процеси догляду за власною зовнішністю, використання косметики та процедури краси.

Прослідковується наратив матеріального достатку, блогерка показує свої нові покупки - одяг від відомих дизайнерів, дорогі аксесуари та косметику. Вона підкреслює своє бажання мати найкраще та елітне в своєму житті. Звісно, як і у більшості, наявний наратив ідеального життя. Відео блогерки часто показують розкішні місця, подорожі та інші аспекти високого соціального статусу. Це створює образ успішної, багатой та впливової особи, яка має все для щастя і задоволення у житті.

Для аудиторії @dasha\_\_shamarina виступає як приклад «ідеального» життя, де кожен аспект - від зовнішності до стосунків і кар'єри - здається бездоганним. Проте, важливо зазначити, що цей ідеал може бути фейковим та не відповідати реальності.

Отже, формування образу успішної молодої особи за допомогою контенту блогерів на платформах Instagram і TikTok має свої особливості та нюанси. Розглянуті блогери пропонують своїм підписникам ідеалізовані відображення успіху, які часто фокусуються на матеріальних благах,

зовнішньому вигляді, подорожах і розкішному способі життя. Це може створювати враження, що успіх обов'язково пов'язаний з володінням дорогими речами, постійними відпустками і безперервним показом «ідеального» життя.

Однак важливо розуміти, що цей ідеалізований образ успіху не завжди відповідає реальності. Багато з цих блогерів створюють контент, який може бути змонтованим, редагованим та підготовленим спеціально для враження ідеальності. У свою чергу, це може викликати у глядачів почуття невдоволеності своїм життям, відсутності досягнень або бажання підтримувати такий же рівень матеріальних благ. Крім того, критичне мислення є ключовим аспектом у сприйнятті контенту цих блогерів. Розрізняти реальність від ідеалізації допомагає уникнути поглибленого впливу наративів, які можуть бути шкідливими для психічного здоров'я та самопочуття. Також важливо розуміти, що успіх для кожної особи може мати різний вигляд і не обов'язково пов'язаний з матеріальними благами або показовими підписками в інтернеті.

Хоча блогери Instagram і TikTok створюють привабливий ідеальний образ успіху, важливо розуміти, що це лише один аспект їхнього життя, а реальність може відрізнитися від показаного у соціальних мережах. Необхідність розрізняти ідеалізацію від реальності допоможе підтримувати здорове сприйняття себе та свого успіху, незалежно від того, як він виглядає у віртуальному світі.

Розглянемо можливість вирішення проблеми ідеалізованого образу успіху за допомогою громадських організацій та їхнього медійного впливу, соціальної реклами та медійних кампаній.

Соціальні проекти та громадські організації сприяють підвищенню реалістичності образу успіху. Ці організації працюють над розвитком соціальних навичок у молоді, надають підтримку та ресурси для самореалізації та досягнення успіху в різних сферах життя. Молодіжні лідерські програми є одним з напрямів, спрямованих на розвиток лідерських якостей та навичок у

молоді. Такі програми надають можливості для навчання комунікацій, управління конфліктами, прийняття рішень та співпраці в команді. Учасники отримують знання та навички, які допомагають їм бути ефективними учасниками суспільства та досягати успіху у своїх справах. Медійний вплив громадських організацій в контексті подолання нереалістичного образу успіху, що формується блогерами на платформах TikTok та Instagram, може бути вкрай ефективним та впливовим. Організації можуть використовувати свій медійний потенціал для створення позитивного та реалістичного образу успіху, який відображає різноманітність шляхів до досягнення цілей та важливість особистого задоволення. Громадські організації можуть розробляти та запускати освітні кампанії, спрямовані на підвищення усвідомленості молоді про різноманітність шляхів до успіху та важливість особистісного розвитку. Ці кампанії можуть включати в себе відеоролики, інфографіку, вебінари та інші формати, які ефективно доносять ключові повідомлення. Також громадські організації можуть встановлювати партнерства з блогерами та впливовими особистостями, які мають значні аудиторні охоплення на платформах TikTok та Instagram. Ці партнерства можуть включати спільні проекти, контент-колаборації та спонсорські програми, які допомагають поширювати позитивний та реалістичний образ успіху.

Деякі громадські організації з усього світу та України активно займаються розробкою контенту та медійних кампаній, спрямованих на подолання нереалістичного образу успіху у молоді. Розглянемо декілька прикладів таких організацій та проєктів.

Першим розглянемо The Representation Project (США), ця організація працює над тим, щоб змінити стереотипи та нереалістичні стандарти, що пропонуються у медіа. Вони створюють фільми, документальні стрічки, інфографіку та інші медійні матеріали, щоб відтворити реальний образ успіху [50].

Також розглянемо Dove Self-Esteem Project (Світовий). Dove проводить масштабні кампанії з підвищення самооцінки та впевненості у собі серед

молоді. Вони створюють відеоролики та проводять соціальні експерименти, які показують різноманітність краси та успіху [51].

В Україні є така громадська організація, як «Інша освіта», що працює над розвитком освіти в Україні. Вони можуть створювати контент, який підкреслює важливість освіти та розвитку навичок у процесі досягнення успіху, незалежно від стандартів соціальних мереж [52].

Ці організації можуть використовувати різноманітні медійні формати та інтерактивні інструменти, щоб залучати увагу молоді та підтримувати розуміння реального образу успіху.

Шляхи подолання нереалістичного образу успіху, який формується блогерами в TikTok та Instagram, можуть бути пов'язані з ефективним використанням соціальної реклами. Саме через неї можна створити та просунути зміст, який відображає реальні історії успіху, незалежно від матеріальних благ. Такі кампанії можуть підкреслити важливість власної унікальності та індивідуального успіху, спонукаючи молодь до розгляду успіху як процесу досягнення особистих цілей. Крім того, соціальна реклама може надавати інформацію про те, як розрізняти реальність від ідеалізованого контенту, стимулювати критичне мислення та підтримувати здорові стандарти успіху. Наприклад, організації можуть створювати рекламні кампанії, які закликають молодь до обдуманого сприйняття контенту, який вони споживають у соціальних мережах, та підкреслюють, що успіх полягає у задоволенні від досягнутого, а не в зовнішніх факторах, на які людина не здатна самотійно вплинути. Такий підхід може сприяти формуванню здорових уявлень про успіх та підтримує позитивне самовизначення у молоді.

Медійні кампанії можуть стати результативним інструментом у вирішенні проблеми формування реалістичного уявлення про успіх у молоді, особливо в контексті соціальних мереж. Організація вебінарів та тренінгів для молоді про вплив соціальних мереж на їхнє уявлення про успіх є одним з ключових заходів, які можуть допомогти у підвищенні медійної грамотності та критичного мислення.

Вебінари та тренінги можуть включати такі теми, як «Як розпізнати ідеалізований контент у соціальних мережах», «Стратегії збалансованого споживання медіа-інформації», «Вплив інтернет-маркетингу на нашу психологію», та інші. Учасники отримають можливість вивчити методи та стратегії розрізнення ідеалізованого контенту від реальності, розвивати навички аналізу інформації та критичного мислення.

Створення коротких інформаційних відеороликів з порадами та стратегіями також є важливим кроком у медійній кампанії. Ці відеоролики можуть містити корисні поради та рекомендації щодо того, як розпізнати маніпулятивний контент у соціальних мережах, як критично ставитися до інформації та як підтримувати реалістичне уявлення про успіх.

Серія коротких відеороликів «Реальний успіх» може стати надихаючим проєктом, що демонструє реальні історії успіху молодих людей з різних куточків України. Ці відеоролики можуть показати різноманітність шляхів досягнення успіху, відмінність визначення успіху для кожної особи та важливість розвитку власних цінностей та потенціалу. Вони можуть стати джерелом натхнення та підтримки для молодих людей, щоб вони розуміли, що успіх - це більше, ніж лише матеріальні блага та зовнішня приваблива обгортка.

Отже, усі розглянуті шляхи спрямовані на підвищення медійної грамотності та реалістичного уявлення про успіх у молоді. Вони сприяють розвитку самоусвідомлення та критичного мислення, надаючи засоби для розрізнення ідеалізованого контенту від реальності. Ці шляхи стануть важливими у підготовці молоді до сучасного світу, де соціальні мережі впливають на уявлення про успіх.

Однак, цим медійним кампаніям бракує залученості у повсякденне життя молоді, тобто, треба зробити так, щоб медійна кампанія, що спрямована на підвищення реалістичності образу життєвого успіху, була органічно інтегрована у повсякденні справи молоді. Наприклад, у стрічці Instagram TikTok, де молодь проводить багато часу.

Для вирішення цієї проблеми інтегрованості у повсякденність, варто започаткувати медійну кампанію, що скрадатиметься з посту в Instagram та соціального ролику в TikTok, оскільки таким чином серед постів «успішного успіху», аудиторія буде бачити й контент, який повертає до реальності. Почнемо зі створення посту в Instagram про реальний та ідеалізований образ успіху (див. [Додаток Ж](#)):

«Ліва половина: Ідеальний «успішний успіх»

З першого погляду це виглядає як ідеальне життя успішної людини - розкішний автомобіль, екзотичні подорожі, розкішний відпочинок... Мрії втілені у реальність!

Права половина: Реальність

А зараз давайте подивимося на іншу сторону медалі. Це не тільки красиві моменти на фоні екзотичних країн. Це також багато годин праці, відсутність вихідних, стрес та відповідальність. Успіх - це не тільки розкішні кадри в Instagram, це також наполеглива праця, самодисципліна і відданість своїм цілям.

Нехай цей пост нагадає вам, що за кожним ідеальним зображенням успіху стоїть велика праця та відданість. Іноді реальність може відрізнятись від того, що ми бачимо на фото.»

Хештеги: #ІдеальнийОбразУспіху #РеальністьУспіху #Баланс #Наполегливість

Поширення: Запрошення до коментування та відмічання друзів для обговорення.»

Цей пост намагається показати аудиторії, що за кожним ідеальним зображенням успіху стоїть багато праці, стресу та відданості. Це заохочує глядачів розглядати успіх як баланс між красивими моментами і важкою працею, яка не завжди відображається на фото. Пост спонукає до рефлексії, відчувуючи протиставлення ідеального та реального, глядачі можуть задуматися над тим, що успіх - це не лише те, що бачимо на фото, але й процес, що відбувається поза кадром. А ще він допомагає уникнути порівняння з

ідеалізованими образами, що може викликати невпевненість та стрес. Замість цього, він підтримує здорове уявлення про успіх і власні досягнення.

З метою вимірювання коефіцієнта корисної дії (KPI) посту в Instagram та відео в TikTok можна використовувати три основні показники. До них відноситься взаємодія, що включає лайки, коментарі, поділитися (Shares), які показують активність користувачів під постом, а також відвідування профілю (Profile Visits), що показує кількість переходів на профіль після перегляду посту, і перегляди історій (Story Views), які вказують на зацікавленість аудиторії. Другим показником, за допомогою якого можна виміряти ККД також відноситься залучення, яке включає кількість відображень (Impressions), що означає скільки разів пост був показаний, а також охоплення аудиторії (Reach), яке показує кількість унікальних користувачів, які побачили пост. Третім показником вимірювання є конверсія, вона включає в себе кількість переходів за посиланням.

Також можна створити ролик у TikTok, що просуватиме реалістичні уявлення про успіх (див. [Додаток 3](#)). Створімо сценарій соціальної реклами у TikTok, що покликаний продемонструвати дві сторони успіху: ідеальний образ, який часто показують у соціальних мережах, і реальність, яку можна зустріти у повсякденному житті.

Починаємо з кадру, де представлені шикарні вілли та дорогі автомобілі, підписаний як «Світ успішних». Потім робимо перехід до звичайної квартири та звичайної людини, підписуючи цей кадр як «Наш звичайний світ». Далі показуємо ідеальні подорожі, шопінг та розкішний відпочинок під текстом «Їх мрії», а потім переходимо до звичайної людини, яка теж мріє про те ж саме, але зі звичайними засобами, з підписом «Наші мрії».

У наступному кадрі показуємо успішну людину за робочим столом, з графіками та документами, підписуючи це як «Їх робота». Потім робимо перехід до звичайної людини, яка також працює наполегливо, але без відображення блиску, підписуючи «Наша робота».

Заключний кадр має великі літери на екрані: «Успіх - це не лише матеріальні блага», під чим виводимо текст «Підберіться до успіху у своєму власному ритмі. #ДваСвітиУспіху».

Ця кампанія розроблена з метою надихнути аудиторію подумати про те, що справжній успіх полягає в більш глибоких цінностях та досягненнях, а не лише в матеріальному стані. Нехай кожен знає, що у світі успіху є місце для кожного, незалежно від зовнішнього блиску.

Кампанія також має за мету залучити взаємодію та обговорення з аудиторією, тому заохочується використання хештегів #ДваСвітиУспіху та #СправжнійУспіх для спільної рефлексії про істинність успіху у різних сферах життя.

Для TikTok, важливі метрики ККД включають в себе, по-перше, лайки, коментарі, дуети, шери (Likes, Comments, Duets, Shares, які вказують на активність та взаємодію з контентом, по-друге, час перегляду відео, включаючи середній час перегляду (Watch Time) , що є показником тривалості перегляду відео та його популярності, і, по-третє, залучення аудиторії (Reach), що означає кількість унікальних користувачів, які побачили відео, і співвідношення переглядів до підписників (View-to-Follower Ratio) - це вказує на ефективність залучення аудиторії.

Шляхом порівняння ідеалізованого образу з реальним життям, пост в Instagram та сценарій соціальної реклами у TikTok підкреслюють, що успіх може мати різні вигляди та виміри. Пост в Instagram зображує контраст між ідеалізованим образом успіху та реальністю, надаючи можливість аудиторії подумати про справжні значення успіху, а сценарій соціальної реклами у TikTok, який показує дві протилежні сторони медалі - ідеальний образ та реальний життєвий контекст, викликає у глядачів роздуми про справжні значення успіху.

Загальною метою цієї кампанії є нагадування про те, що кожен може досягти успіху у своєму власному визначенні, а не підпорядковуватися

ідеалізованим стандартам. Вона спрямована на підвищення самосвідомості та підтримку здорового уявлення про успіх у молодого покоління України.

### **Висновки до розділу 3**

У суспільстві, де соціальні мережі займають важливе місце, ідеалізований образ успіху часто відіграє ключову роль у формуванні уявлень молоді про власне майбутнє. Однак, цей ідеалізований образ не завжди відповідає реальності. Він може стати джерелом стресу, невпевненості та незадоволеності власними досягненнями для тих, хто спрямовується на «успішний успіх», заснований на матеріальних благах, зовнішньому вигляді та розкішному способі життя, як показують розглянуті блогери на платформах, таких як Instagram та TikTok.

Для вирішення цієї проблеми, потрібно звернутися до реалістичного уявлення про успіх та його досягнення. Медійний вплив громадських організацій може виявитися дієвим в подоланні нереалістичного образу успіху, пропагованого блогерами на TikTok та Instagram. Вони мають можливість створювати реалістичний образ успіху, що відображає різноманітність шляхів до досягнення цілей та важливість особистого задоволення. Крім того, використання соціальної реклами може допомогти створити та просунути зміст, який відображає реальні історії успіху, а також надати інформацію про розрізнення реальності від ідеалізованого контенту.

Організація вебінарів та тренінгів для молоді про вплив соціальних мереж на уявлення про успіх може допомогти підвищити рівень свідомості та критичного мислення. Створення коротких інформаційних відеороликів з порадами та стратегіями розрізнення ідеалізованого контенту від реальності може сприяти у формуванні здорового підходу до власних цілей та досягнень.

Медійним кампаніям часто бракує тривалої підтримки, та органічної інтегрованості у повсякденне життя. Вагомий внесок можуть зробити серії коротких відеороликів «Реальний успіх», де показуються реальні історії успіху

молодих людей з різних куточків України. Ці історії відображають різноманітність шляхів до успіху, підкреслюючи труднощі, виклики та важливість власної праці та відданості.

У світлі цих зусиль, медійні кампанії можуть стати ефективним інструментом у вирішенні проблеми ідеалізації успіху у соціальних мережах. Спільна праця організацій, блогерів, та платформ спрямована на підвищення реалістичності образу успіху та надання підтримки молоді у пошуках власного шляху до досягнення цілей. Навчання критичному мисленню, сприяння здоровому сприйняттю себе та підтримка психологічного благополуччя є ключовими аспектами у цьому процесі.

Для забезпечення органічної інтегрованості у повсякденність молоді варто започаткувати медійну кампанію у соціальних мережах (пост в Instagram та соціальна реклама у TikTok), яка має на меті підвищити усвідомленість про реальний образ успіху у молоді. Шляхом порівняння ідеалізованого образу з реальним життям підкреслюється, що успіх може мати різні вигляди та виміри. Завдяки цій кампанії, аудиторія буде схильна до роздумів про своє особисте уявлення образу успіху та саморефлексії.

## ВИСНОВКИ

Успіх - поняття, що завжди викликає інтерес та зацікавленість, оскільки визначається як позитивний результат роботи, справи, вдалих досягнень та удачі.

Життєвий успіх, в свою чергу, можна визначити як поєднання задоволення власних потреб, внутрішнього розвитку та самореалізації. Це не лише матеріальні досягнення, а й здатність ефективно управляти наявними ресурсами та примножувати їх. Такий підхід до успіху відображає його комплексність та внутрішню різноманітність.

У сучасному світі, особливо серед молоді, формування образу успішної особистості набуває особливого значення. Молодь стикається з завданням визначення власних цілей, досягнення успіху та створення образу особистості, який відповідає її уявленням про вдалий шлях у житті. Основні аспекти образу успішної молоді особи включають не лише матеріальні досягнення, а й високий рівень самоусвідомлення, чітко визначені цілі та уміння адаптуватися до змін.

Вивчення механізму формування цього образу стає ключовим для розуміння процесів особистісного зростання молоді сьогодні. Фактори, що впливають на формування цього образу, можна розглядати на трьох рівнях: макро-, мезо- та мікро-рівні. На макрорівні це політична та економічна ситуація, система світу. На мезорівні - сімейне, соціокультурне середовище, а також медіа. На мікрорівні - це особисті риси самої особистості.

Провідну роль у формуванні цього образу на сучасному етапі відіграють новітні форми медіа, такі як соціальні мережі. Ці медіа створюють ідеалізовані стандарти та образи успіху та краси, що можуть впливати на уявлення молоді та створювати необ'єктивні стандарти успіху. Таким чином, образ успішної молоді особи стає складним та багатограним явищем, що враховує як внутрішні, так і зовнішні аспекти розвитку особистості у сучасному світі.

Сучасні соціальні мережі - невід'ємна частина нашого повсякденного життя, відкривають користувачам безліч можливостей для спілкування, самовираження та знайомств. Ці платформи, такі як Instagram та TikTok, стали не лише місцем віртуального спілкування з друзями та родиною, але й платформою для вивчення нового, вираження ідей та думок.

Проте часто популярні блогери на цих платформах створюють ідеалізовані образи успіху, які часто зосереджені на матеріальних благах, зовнішньому вигляді, подорожах та розкішному способі життя.

Мною було проведено аналіз сторінок блогерів у Instagram, відібраних за такими критеріями, як кількість підписників більше 1 мільйона, схожий тип контенту, такий як лайфстайл, огляди і подорожі, а також одна цільова аудиторія, що складається з молоді – це Альона Венум, Тетяна Самбурська та Юлія Вербінець. Обрані блогери просувають наративи матеріального благополуччя, досягнень успіху у різних сферах життя та любові до себе. У TikTok блогери для аналізу були відібрані за такими критеріями, як більше 1 мільйона підписників, мають схожий між собою контент, такий як огляди, подорожі, лайфстайл, а також блогери набрали свою популярність приблизно в один і той же час - Кенді Суперстар, Elis Stone, Дар'я Шамаріна. Ці блогери просувають наративи багатства, успішного та ідеального життя. Блогери публікують контент з подорожами, дорогими покупками, ідеальними стосунками та ідеальним зовнішнім виглядом, однак, створені на сторінках образи успіху не завжди відповідають реальності, адже вони можуть бути створені за допомогою фільтрів, монтажу та редагування. Це може призвести до того, що глядачі, порівнюючи своє життя з ідеалізованими образами, починають відчувати невдоволеність та бажання досягти того ж самого рівня матеріального благополуччя.

Самопочуття та психічне здоров'я можуть страждати, якщо порівнювати своє життя з ідеалізованими стандартами. Вони можуть стати джерелом стресу, невпевненості та незадоволеності власними досягненнями для тих, хто спрямовується на «успішний успіх», заснований на матеріальних благах,

зовнішньому вигляді та розкішному способі життя. Тому підтримка здорового сприйняття себе та свого успіху, незалежно від того, як він виглядає у віртуальному світі, є важливим аспектом.

З метою підвищення реалістичності образу успіху у молоді, можна задіяти громадські організації чий медійний вплив може бути дієвим в подоланні нереалістичного образу успіху, пропагованого блогерами на TikTok та Instagram, оскільки вони мають можливість створювати реалістичний образ успіху, що відображає різноманітність шляхів для досягнення цілей.

Організація вебінарів та тренінгів для молоді про вплив соціальних мереж на уявлення про успіх може допомогти підвищити рівень свідомості та критичного мислення. Навчання критичному мисленню, сприяння здоровому сприйняттю себе та підтримка психологічного благополуччя є ключовими аспектами у цьому процесі.

Крім того, варто використовувати соціальну рекламу, яка просуватиме реальні історії успіху. Створення коротких інформаційних відеороликів з порадами та стратегіями розрізнення ідеалізованого контенту від реальності може сприяти у формуванні здорового підходу до власних цілей та досягнень.

Існуючим медійним кампаніям, таким як «The Representation Project» та «Dove Self-Esteem Project» часто бракує тривалої підтримки, та органічної інтегрованості у повсякденне життя. Тому пропоную розроблені мною серії коротких відеороликів «Реальний успіх» для TikTok, де показуються реальні історії успіху молодих людей з різних куточків України. Ці історії відображають різноманітність шляхів до успіху, підкреслюючи труднощі, виклики та важливість власної праці та відданості. Для цього мною було зібрано відео, які відповідають поняттю «успішний успіх» та протиставлено ним відео з реального життя середньостатистичної молодої особи, яка працює на звичайній роботі, живе у звичайній квартирі, їздить на звичайному транспорті, без розкоші, яку ми бачимо у соціальних мережах, яку часто транслюють блогери.

Для забезпечення органічної інтегрованості у повсякденність молоді варто започаткувати медійну кампанію у соціальних мережах також пропонується серія постів в Instagram, яка має на меті підвищити усвідомленість про реальний образ успіху у молоді шляхом порівняння ідеалізованого образу з реальним життям. В цій медійній кампанії підкреслюється, що успіх може мати різні вигляди та виміри. Завдяки цій кампанії, аудиторія буде схильна до роздумів про своє особисте уявлення образу успіху та саморефлексії.

Отже, спільна дія різних інструментів та підходів може стати ключем до покращення уявлень молоді про успіх та досягнення гармонії у їхньому особистому розвитку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Словник української мови у 20 томах [Електронний ресурс]. URL: <https://slovnuk.me/dict/newsum/успіх>
2. Словник української мови у 20 томах [Електронний ресурс]. URL: <https://slovnuk.me/dict/newsum/успішний>
3. Аристотель. Nicomachean Ethics. [Електронний ресурс]. URL: <https://classics.mit.edu/Aristotle/nicomachaen.html>
4. Мілль, Дж. С. (1848). Principles of Political Economy. [Електронний ресурс]. URL: <http://digamoo.free.fr/mill1848-1.pdf>
5. Франкл, В. Е. (1946). Man's Search for Meaning. [Електронний ресурс]. URL: [https://ia801809.us.archive.org/19/items/mans-search-for-meaning\\_202104/Man%27s%20Search%20For%20Meaning.pdf](https://ia801809.us.archive.org/19/items/mans-search-for-meaning_202104/Man%27s%20Search%20For%20Meaning.pdf)
6. Маслоу, А. Г. (1954). Motivation and Personality. Нью-Йорк: Harper & Row.
7. Деці, Е. Л., та Райан, Р. М. (2000). The «What» and «Why» of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. Реферат статті у журналі «Personality and Social Psychology Bulletin», том 26, № 1, 124-135.
8. Селігман, М. Е. П. (2004). Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment. Нью-Йорк: Free Press.
9. Вебер, М. (1922). Economy and Society. Берклі: University of California Press.
10. Гоффман, Е. (1974). Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Бостон: Northeastern University Press.
11. Бергер, П., та Лакман, Т. (1966). The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. Серія «Penguin Social Sciences».
12. Беккер, Г. С. (1964). Human Capital. [Електронний ресурс]. URL: <https://izajole.springeropen.com/counter/pdf/10.1186/s40172-014-0012-2.pdf>

13. Друкер, П. Ф. (1954). *Practice of Management*. [Электронный ресурс]. URL: <https://archive.org/details/practiceofmanage00druc/page/n9/mode/2up>
14. Флорида, Р. (2002). *The Rise of the Creative Class*. Нью-Йорк: Basic Books.
15. Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480.
16. Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. Norton & Company.
17. Settersten, R. A., Furstenberg, F. F., & Rumbaut, R. G. (2005). *On the frontier of adulthood: Theory, research, and public policy*. University of Chicago Press.
18. World Health Organization. (2018). *Adolescents: health risks and solutions*. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/adolescents-health-risks-and-solutions>
19. Steinberg, L. (2005). Cognitive and affective development in adolescence. *Trends in Cognitive Sciences*, 9(2), 69–74.
20. Klimstra, T. A., Hale, W. W., Raaijmakers, Q. A., Branje, S. J., & Meeus, W. H. (2009). Identity formation in adolescence: Change or stability? *Journal of Youth and Adolescence*, 38(2), 150–162.
21. Rindfuss, R. R., & Bumpass, L. L. (1976). Changing sex roles and fertility. *American Sociological Review*, 41(4), 573–596.
22. Howe, Neil and Strauss, William. «The Fourth Turning: An American Prophecy - What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny.» Broadway Books, 1997.
23. Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Vintage.
24. Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw-Hill.
25. Pew Research Center. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

26. Twenge, J. M. (2017). «iGen: Why Today’s Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy – and Completely Unprepared for Adulthood.» Atria Books.

27. McCrindle, M. (2016). «The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations.» Wiley.

28. Seemiller, C., & Grace, M. (2016). «Generation Z Goes to College.» Jossey-Bass.

29. Stillman, D., & Stillman, J. (2017). «Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace.» HarperBusiness.

30. Witt, G. L., & Baird, D. E. (2018). «The Gen Z Frequency: How Brands Tune In and Build Credibility.» HarperCollins Leadership.

31. Rainer, T. S., & Rainer, J. (2019). «Post-Millennials and the Experiential Church: Evangelical Strategies for Reaching Generation Z.» B&H Academic.

32. Jason Dorsey and Denise Villa Zconomy: «How Gen Z Will Change the Future of Business—and What to Do About It.»

33. Lifewire. «What Is Social Media?» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lifewire.com/what-is-social-media-explaining-the-big-trend-3486616>

34. «Facebook’s Advantage Over Other Social Media» Investopedia, 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.investopedia.com/articles/company-insights/070216/what-facebooks-advantage-over-other-social-media-fb.asp>

35. «The Power of Instagram.» Forbes. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.com/sites/shephyken/2022/10/09/the-power-of-instagram/?sh=28ce9316c795>

36. «How To Use TikTok Now» [Электронный ресурс]. URL: <https://marketsplash.com/tutorials/tiktok/how-to-use-tiktok-now/>

37. «History of YouTube – How it All Began & Its Rise» 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vdocipher.com/blog/history-of-youtube/>

38. What is a short history of Quora? [Електронний ресурс]. URL: <https://www.quora.com/What-is-a-short-history-of-Quora>
39. «Reddit | Description, History, Features» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.britannica.com/topic/Reddit>
40. What Is Blogger.com’s Start Up Story – How Evan Williams Founded The Site [Електронний ресурс]. URL: <https://businessideaslabs.com/blogger-history/>
41. X | Company, History, Twitter, Elon Musk, & Uses [Електронний ресурс]. URL: <https://www.britannica.com/topic/Twitter>
42. What Is Pinterest? Its Remarkable History From A to Z [Електронний ресурс]. URL: <https://publer.io/blog/what-is-pinterest/>
43. Our Story [Електронний ресурс]. URL: <https://about.flipboard.com/ourstory/>
44. Millions of People Reading Alone, Together: The Rise of Goodreads [Електронний ресурс]. URL: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2014/02/millions-of-people-reading-alone-together-the-rise-of-goodreads/283662/>
45. The Story of Friendster [Електронний ресурс]. URL: <https://medium.com/@ashleighbredigkeit/the-story-of-friendster-c095201b7a6f>
46. Distribution of Instagram users worldwide as of January 2024, by age and gender [Електронний ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>
47. Distribution of TikTok users worldwide as of January 2024, by age and gender [Електронний ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution>
48. Thought Leader vs Influencer: A Comprehensive Guide on Influence in the Digital Age [Електронний ресурс]. URL: <https://hidayatrizvi.com/thought-leader-vs-influencer/>
49. Середня зарплата в Україні [Електронний ресурс]. URL: <https://www.work.ua/stat/>

50. The Representation Project [Електронний ресурс]. URL: <https://therepproject.org/>

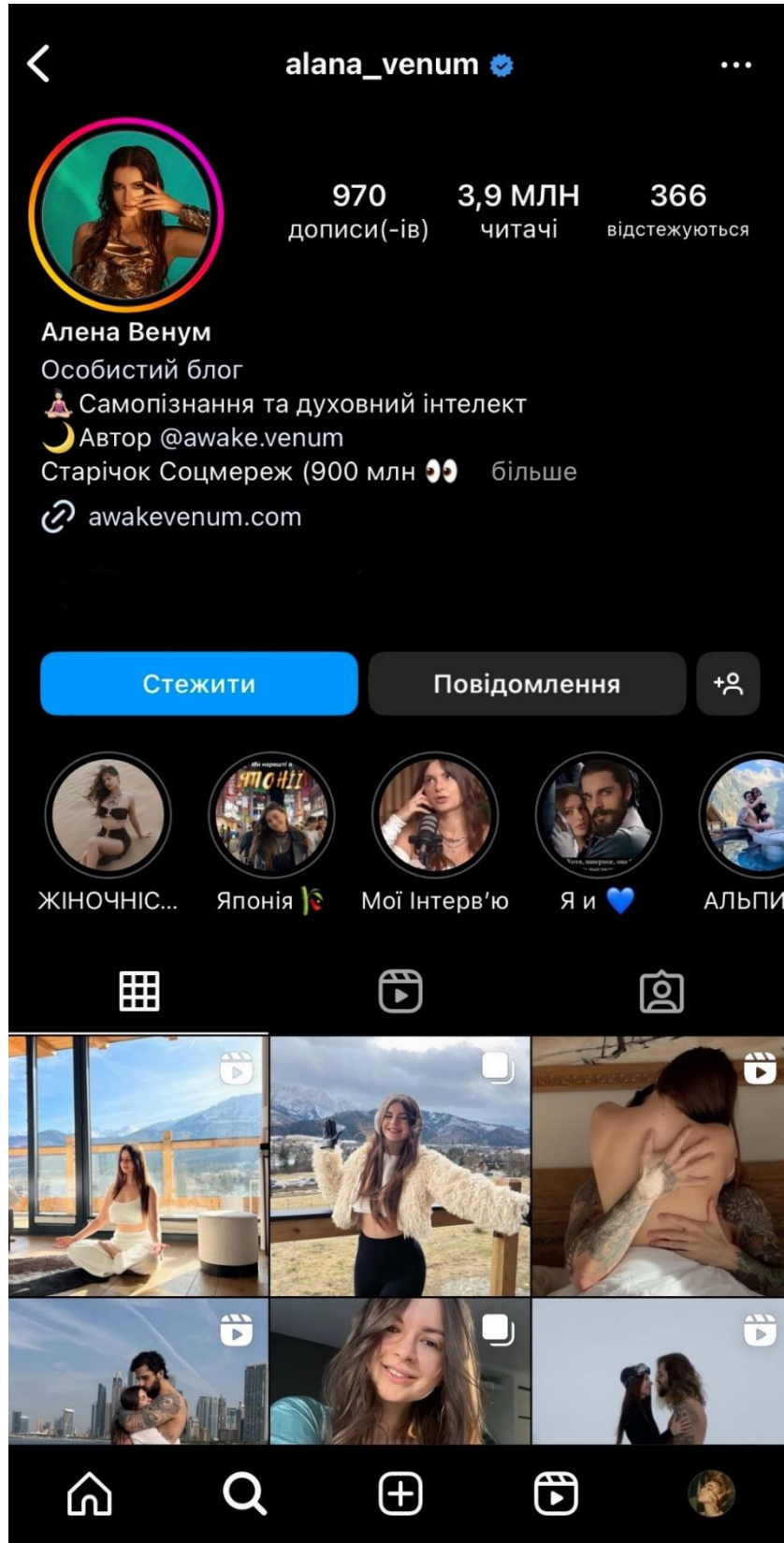
51. Dove Self-Esteem Project [Електронний ресурс]. URL: <https://www.dove.com/uk/dove-self-esteem-project.html>

52. Інша Освіта [Електронний ресурс]. URL: <https://insha-osvita.org/>

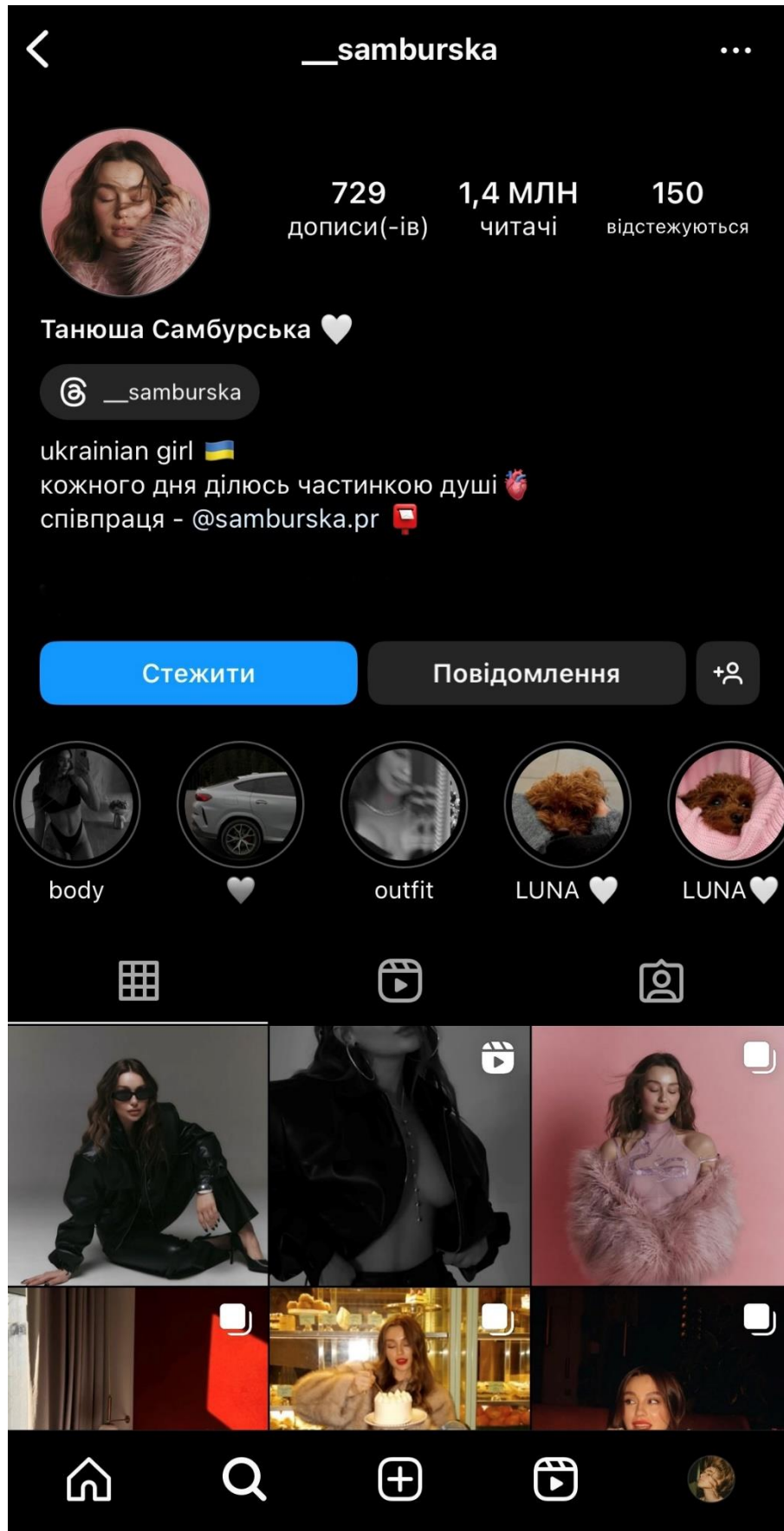
## ДОДАТКИ

## Додаток А

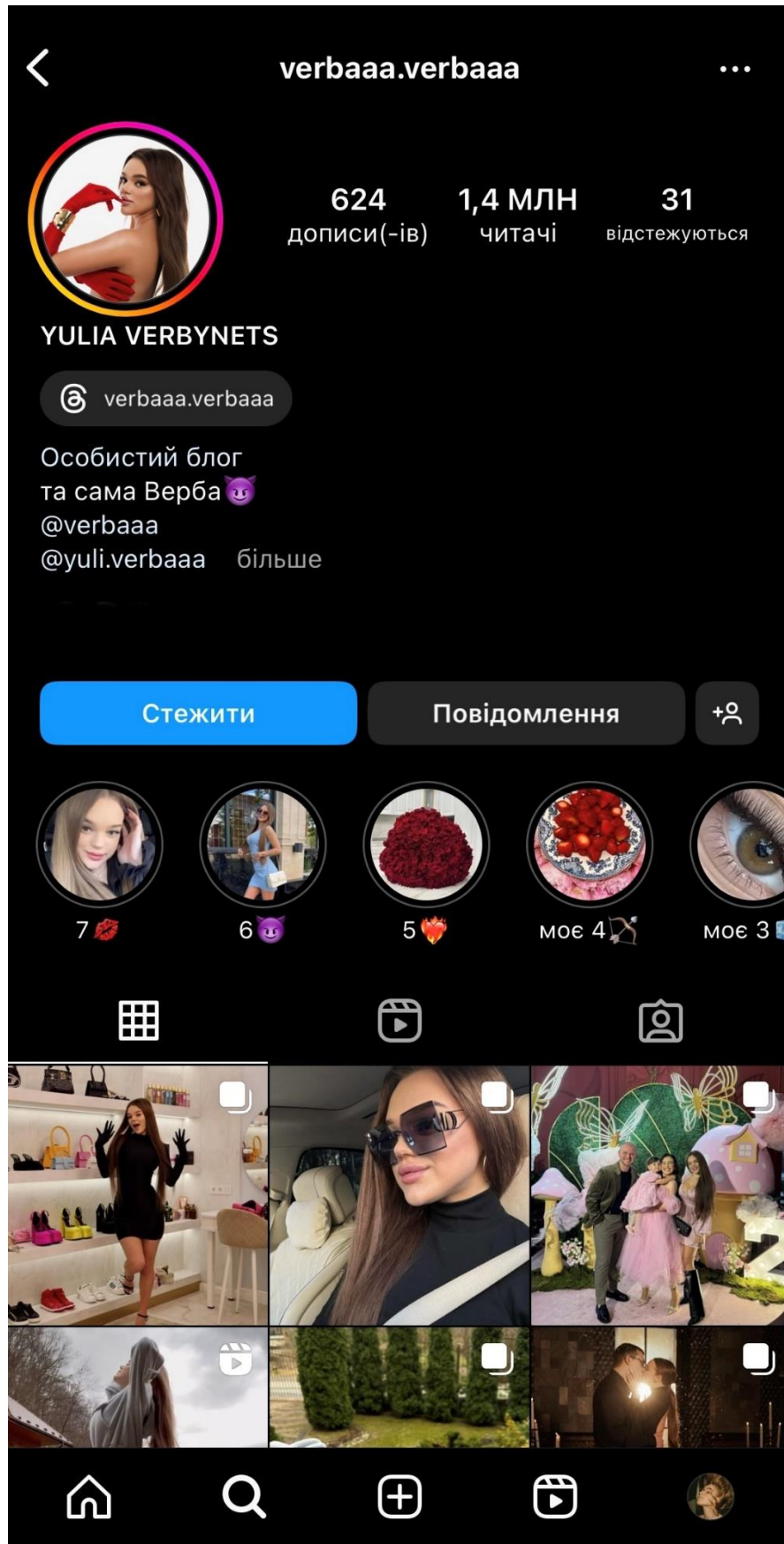
## Instagram акаунт Альони Венум



Додаток Б  
Instagram акаунт Тетяни Самбурської




Додаток В  
Instagram акаунт Юлії Вербінець



Додаток Г  
TikTok акаунт Candy Superstar

< Candy Superstar 🔔 ➦



@candy.superstar

**52** Слідкуваня **5,4 млн** Слідкувачі **105,1 млн** Уподобайки

Слідкувати Повідомлення ▼

Наводжу шум в твоїх рекомендаціях 😎  
В сторіс цікавіше candy\_\_superstar ➦

Instagram

☰ ↕ 📌

Гелік 🤩💎 Подорожі ✈️ Переїзд 😊

**Закріплено** **Закріплено**

▶ 2,5 млн ▶ 3,8 млн ▶ 146,9 тис.

▶ 495,4 тис. ▶ 961 тис. ▶ 594,5 тис.

Додадок Д  
TikTok акаунт Elis Stone

**Eli's diary**

**@elis.stone** ✓

**644** Слідкування  
**4,8 млн** Слідкувачі  
**324,6 млн** Уподобайки

Слідкувати | Повідомлення

Instagram

Mrrr:3 | Повы | Социальное | Исп

**Закріплено** **ЯК ЗАРОБЛЯТИ ВІД 2000\$**  
▶ 412,4 тис.

**Закріплено** **МОЯ ІСТОРІЯ**  
▶ 1,1 млн

**24.02.2022**  
On this day  
2/24/2022  
▶ 631,8 тис.

▶ 627,2 тис.

▶ 754,5 тис.

▶ 62,6 тис.

Додаток Е

ТікТок акаунт Дар'ї Шамаріної

**dasha** ❤️

**@dasha\_shamarina**

**99** Слідкуваня | **1,5 млн** Слідкувачі | **57,7 млн** Уподобайки

Слідкувати | Повідомлення | ▾

hair / beauty / lifestyle / fashion ❤️ 🇺🇦  
lg: dasha\_shamarina

Instagram

☰ ▾

Outfits ☁️ | Hair care ❤️ | Vlogs 🧚‍♀️

POV: ти | 428 тис.

234,4 тис.

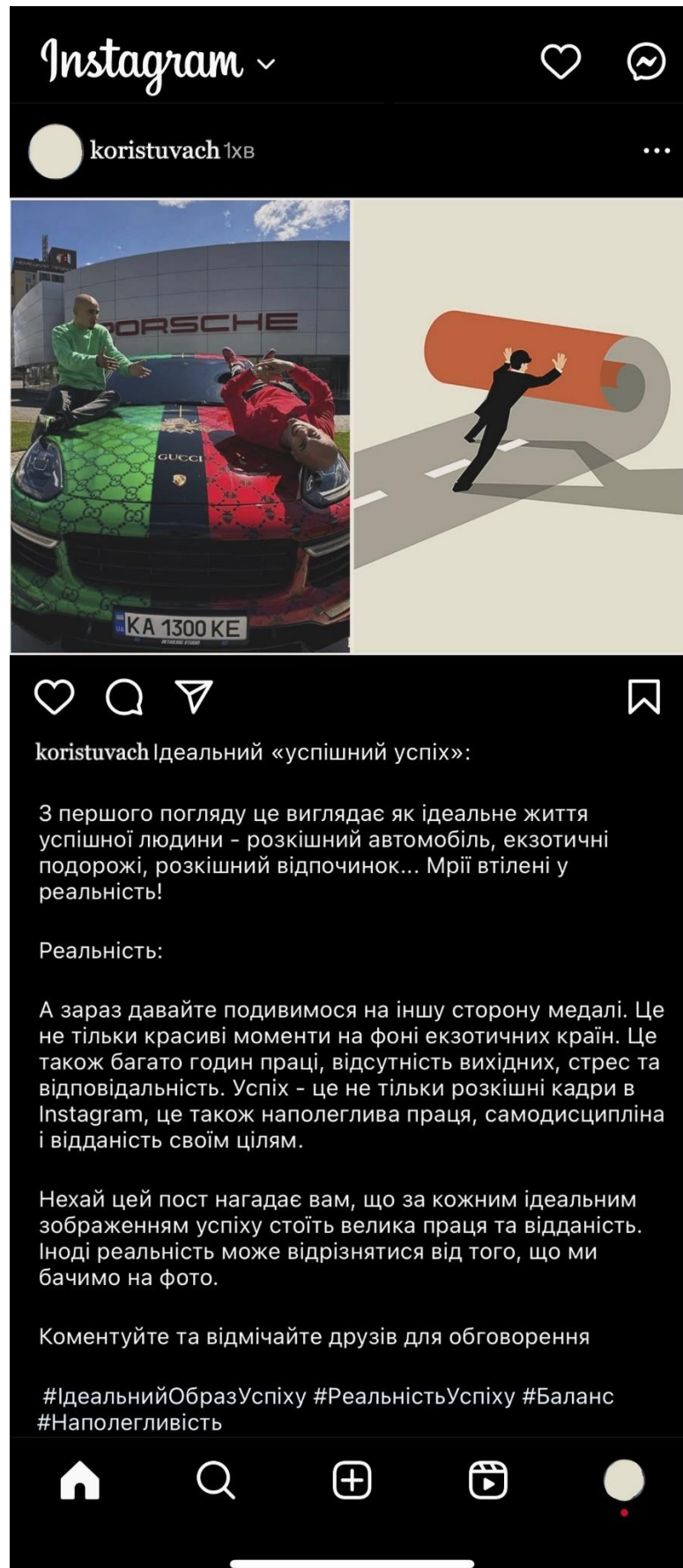
562,3 тис.

POV: home is a person  
9 years together

ЯК Я РОБЛЮ  
СВОЇ ФОТО  
в Ins bag room

im ukrainian...

Додаток Ж  
Пост в Instagram



## Додаток 3

Соціальний ролик у TikTok



Додаток 3.MP4

## АНОТАЦІЯ

Дипломна робота на тему «Формування образу життєвого успіху блогерами Instagram та TikTok у молоді України» присвячена дослідженню впливу блогерів Instagram та TikTok на уявлення молоді про життєвий успіх. У роботі визначено життєвий успіх як гармонію між особистісним розвитком, цінностями та взаєминами в соціумі, зокрема у роботі розглядаються ідеалізовані образи успіху, які створюють блогери на цих платформах, та вплив цих образів на уявлення про успіх у молоді.

Об'єктом роботи є образ життєвого успіху молодої особи. Предметом – процес формування цього образу під впливом контенту блогерів Instagram та TikTok. Мета кваліфікаційної роботи полягає у систематизації підходів до розуміння процесу формування образу життєвого успіху у молоді та виявленні шляхів підвищення реалістичності цього образу.

Аналіз джерельної бази дозволив: 1) надати опорні визначення поняттям «успіх» та «життєвий успіх», «соціальні мережі» та 2) типологізувати досліджувані явища. Результатом аналізу є визначення значення поняття «успіх» з використанням міждисциплінарних підходів, а також типологізація соціальних мереж за їхнім призначенням. Це може стати у нагоді для подальших досліджень цієї теми.

У дослідженні використовуються методи контент-аналізу, нарративного аналізу та фрейм-аналізу. На основі результатів дослідження було виявлено як блогери Instagram та TikTok впливають на образ успіху, а також було визначено шляхи підвищення реалістичності цього образу у молоді України.

**Ключові слова:** успіх, життєвий успіх, молодь, блогери, вплив, соціальні мережі, Instagram, TikTok.

## ABSTRACT

The thesis on the topic «Formation of the image of life success by Instagram and TikTok bloggers among the youth of Ukraine» is devoted to the study of the influence of Instagram and TikTok bloggers on the youth's perception of life success. The work defines success in life as harmony between personal development, values and relationships in society, in particular, the work examines the idealized images of success created by bloggers on these platforms and the influence of these images on the idea of success among young people.

The object of the work is the image of a young person's success in life. The subject is the process of forming this image under the influence of the content of Instagram and TikTok bloggers. The purpose of the qualification work is to systematize approaches to understanding the process of forming an image of success in life among young people and to identify ways to increase the realism of this image.

The analysis of the source base allowed: 1) to provide basic definitions of the concepts of «success» and «life success», «social networks» and 2) to typologize the studied phenomena. The result of the analysis is the determination of the meaning of the concept of «success» using interdisciplinary approaches, as well as the typology of social networks according to their purpose. This may be useful for further research on this topic.

The research uses the methods of content analysis, narrative analysis and frame analysis. Based on the results of the study, it was revealed how Instagram and TikTok bloggers influence the image of success, and ways to increase the realism of this image among the youth of Ukraine were also determined.

**Keywords:** success, life success, youth, bloggers, influence, social networks, Instagram, TikTok.