

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
В.Н.КАРАЗІНА**

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему

**«ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ НА ФОРМУВАННЯ
ЦИФРОВОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ»**

Виконала: студентка 4 курсу, групи СМК-46

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

спеціальності 061 Журналістика

Шишацька І. Е.

Керівниця: д.соц.н., професор Скориніна-Погребна О.В.

Харків - 2025

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Теоретичні засади дослідження цифрової ідентичності та ролі соціальних мереж	7
1.1 Концептуалізація поняття "цифрова ідентичність" у сучасних наукових дослідженнях	7
1.2 Соціальні мережі як платформа для формування та репрезентації цифрової ідентичності	16
1.3 Психологічні та соціологічні аспекти впливу соціальних мереж на молодь	30
2 Емпіричне дослідження впливу соціальної мережі Instagram на формування цифрової ідентичності молоді	36
2.1 Організація та методи проведення емпіричного дослідження.....	36
2.2 Аналіз особливостей використання Instagram серед молоді.....	39
2.3 Вплив візуального контенту Instagram на самооцінку та соціальне порівняння молоді.....	43
2.4 Вплив Instagram на формування ціннісних орієнтирів та поглядів молодого покоління	45
2.5 Ризики та можливості використання Instagram у контексті формування цифрової ідентичності молоді	49
2.6 Співвідношення цифрової та особистісної ідентичності молодих користувачів Instagram	51
3 Узагальнення основних результатів дослідження та практичні рекомендації	55
3.1 Узагальнення основних результатів дослідження	55

3.2 Практичні рекомендації для користувачів Instagram	56
Висновки	58
Список використаних джерел	61
Додатки	64
Додаток А Гайд для глибинної бесіди	64
Додаток Б Візуальна схема - Комплексний вплив Instagram на формування поглядів молоді	67

ВСТУП

Актуальність цієї теми випливає з того факту, що у сучасному світі молодь активно інтегрована у соціальні мережі, які корінним чином змінюють їхні методи спілкування, отримання знань та самовираження. Серед численних онлайн-платформ особливе місце відводиться Instagram, соціальній мережі, що базується на візуальному контенті, і яка суттєво впливає на формування поглядів на себе та навколишній світ. Феномен цифрової ідентичності, що формується в онлайн-середовищі, зокрема, в Instagram, набуває все більшого значення через збільшення часу, який молоді люди проводять в соціальних мережах, і їхнє бажання до самопрезентації та соціальної взаємодії.

Зважаючи на велику кількість наукових робіт, присвячених впливу соціальних медіа, особливості формування цифрової ідентичності української молоді під впливом візуального контенту Instagram потребують додаткового дослідження.

Дослідження впливу Instagram на формування цифрової ідентичності молоді є важливим з огляду на можливі наслідки цього процесу для самооцінки, соціальних порівнянь, формування цінностей і загального психологічного стану молодого покоління. Розуміння механізмів цього впливу дасть змогу створити стратегії для зменшення негативних наслідків та максимізації позитивних аспектів, пов'язаних з використанням Instagram.

Мета дослідження полягає в тому, щоб виявити й проаналізувати специфіку впливу соціальної мережі Instagram на формування цифрової ідентичності молодіжного середовища.

Завдання, поставлені для досягнення визначеної мети дослідження:

- розкрити теоретичні основи вивчення цифрової ідентичності та роль соціальних мереж у її становленні;
- визначити особливості використання Instagram молоддю;

- дослідити вплив візуального контенту Instagram на самооцінку та процеси порівняння себе з іншими серед молоді;
- проаналізувати, як Instagram впливає на формування ціннісних орієнтирів та поглядів молодого покоління;
- виявити потенційні ризики (кібербулінг, залежність, формування нереалістичних сподівань) та перспективи (самореалізація, соціальна активність) використання Instagram у контексті формування цифрової ідентичності молоді;
- визначити взаємозв'язок між цифровою та особистою ідентичністю серед молодих користувачів Instagram.

Об'єктом вивчення є процес становлення цифрової ідентичності молоді.

Предмет дослідження - вплив соціальної мережі Instagram на складові цифрової ідентичності молоді (самооцінка, порівняння себе з іншими у соціумі, ціннісні орієнтації, погляди на світ, співвідношення з особистісною ідентичністю).

Методи дослідження для досягнення поставленої мети та розв'язання визначених завдань у роботі:

1) Теоретичні: аналіз наукової літератури з проблем цифрової ідентичності, психології соціальних мереж, соціології молоді для розкриття теоретичних засад дослідження.

2) Емпіричні:

- опитування (анкетування): для збору первинних даних про особливості використання Instagram молоддю, їхню самооцінку, сприйняття контенту та вплив соціальної мережі на їхні цінності та погляди;
- контент-аналіз: для дослідження типового контенту, що транслюється молоддю в Instagram, та виявлення домінуючих тем, образів та цінностей;

- глибинні інтерв'ю: для видобування поглиблених відомостей щодо індивідуального досвіду молоді у творенні їхньої цифрової особистості в Instagram та кореляції останньої з їхньою особистісною ідентичністю;
- статистичні методи: задля обробки та аналізу кількісних даних, здобутих шляхом опитування.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦИФРОВОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА РОЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1.1 Концептуалізація поняття "цифрова ідентичність" у сучасних наукових дослідженнях

Поняття "цифрової ідентичності" - явище відносно молоде, проте вже здобуло значну вагу у сучасному науковому світі. Це особливо помітно у розрізі розвитку інформаційних технологій та масштабного поширення соціальних мереж. Цифрова ідентичність - це сукупність даних про людину, які існують у цифровому форматі та слугують для її впізнавання та представлення в онлайн-просторі.

У сучасному суспільстві, де велика частина нашого існування перемістилася в онлайн, питання формування та функціонування цифрової ідентичності стає надзвичайно важливим. Дослідники з різних наукових сфер, таких як соціологія, психологія, комунікаційні науки, інформатика, зосереджують свою увагу на вивченні цього явища. Це пояснюється тим, що цифрова ідентичність впливає на різні аспекти нашого життя, включаючи комунікацію, соціальну взаємодію, самовираження, процес навчання, професійну діяльність та навіть участь у політичному житті.

Мережа Інтернет дозволяє конструювати образ дещо відмінний чи взагалі далекий від реального, і сьогодні це не обов'язково зміщення до позитивних якостей, все поширенішою стає практика епатажу: "Самовизначення означає пошук того, що є важливим у моїй відмінності від інших" [30, с. 35].

У наукових працях зустрічаються різні тлумачення та способи розуміння цифрової ідентичності. Один з найпопулярніших підходів полягає в розгляді цифрової ідентичності як певного конструкту, який формується в процесі

взаємодії людини з цифровими технологіями та іншими користувачами в онлайн-просторі [1]. Відповідно до цієї точки зору, цифрова ідентичність не є чимось усталеним, а, навпаки, постійно трансформується та еволюціонує під впливом суспільних та технологічних чинників.

Цей спосіб розглядає людину як активного творця своєї цифрової особистості. Користувачі онлайн-світу не лише "показують" себе в цифровому світі, але й активно створюють її, визначаючи, яку інформацію про себе розкривати, як себе демонструвати іншим та з ким взаємодіяти. Цей процес є рухливим та безперервним, адже цифрова ідентичність формується та коригується з кожною онлайн-дією.

Інший підхід вказує на те, що цифрова ідентичність – це розширення або копія особистої ідентичності в цифровому світі. Відповідно до цієї точки зору, особи намагаються репрезентувати себе в цифровому середовищі так, щоб це відповідало їхньому розумінню себе в реальному житті. Але, зважаючи на специфіку онлайн-спілкування, цифрова ідентичність може відрізнятися від особистої ідентичності за ступенем правдивості та повноти зображення.

Цей підхід акцентує взаємозв'язок між онлайн- та офлайн-ідентичністю, розглядаючи цифрову ідентичність як спосіб вираження та утвердження власної особистості в онлайн-середовищі. Разом з тим, слід зважати на те, що цифрове середовище має власну специфіку, яка впливає на процес самопрезентації. Скажімо, можливість анонімності, вибіркова презентація інформації, використання візуальних матеріалів (фото, відео) - все це може зумовити ситуацію, коли цифрова ідентичність не повністю співпадає з особистісною.

Проблему ідентичності було досліджено і рядом вітчизняних науковців, серед яких слід виділити Л. Нагорну, В. Ляха, В. Андрущенко, П. Гнатенка. В їх роботах було акцентовано увагу на проблематиці індивідуальної самопрезентації як актуальної проблеми сучасного розвитку суспільства [29].

Деякі дослідники виокремлюють різні грані цифрової ідентичності, з метою глибшого аналізу цього комплексного явища. Серед найважливіших аспектів виділяють:

- Репрезентативний аспект: як індивід презентує себе в цифровому світі (скажімо, через профіль у соцмережі, аватар, дописи). Цей аспект включає в себе всі ті інструменти та підходи, котрі використовує людина для конструювання власного онлайн-образу.

Профіль у соціальній мережі – це один із найпоширеніших способів показати себе в інтернеті. Соціальні мережі виступають тими платформами, які надають користувачу можливість особистісної реалізації і породжують оманливе відчуття причетності до включення в масово значимі процеси [29]. Користувачі вносять дані про себе, додають фото, діляться своїми захопленнями та смаками. Ця інформація формує перше враження про людину в онлайн-просторі. Приміром, студентка університету може створити профіль у LinkedIn, де позиціонує себе як амбіційну та цілеспрямовану особу, вказуючи свій досвід роботи, вміння та здобутки. Вона також може приєднуватися до професійних груп та брати участь в обговореннях, щоб показати свою експертизу та розширити професійну мережу.

Інший приклад, студентка факультету дизайну може створити тематичний профіль в Instagram, де позиціонує себе як креативну та талановиту дизайнерку. Вона публікує портфоліо своїх робіт - ескізи, графіку, оформлення брендів, а також ділиться процесом створення дизайнів через Reels або Stories. В описі профілю вона зазначає свої професійні навички, рівень володіння програмами (наприклад, Adobe Illustrator, Figma) та вказує email для співпраці. Студентка активно використовує хештеги, позначає відомі дизайн-акаунти, бере участь у творчих челенджах і коментує публікації інших митців, таким чином

розширюючи своє коло контактів і формуючи професійний образ в онлайн-середовищі.

Аватари також відіграють важливу роль у презентації. Вони можуть бути фотографіями користувача, малюнками або символічними зображеннями, які відображають його особистість чи інтереси. Вибір аватара може багато розказати про те, як людина хоче, щоб її бачили в інтернеті. Наприклад, геймер може обрати аватаром персонажа з улюбленої гри, щоб підкреслити свою приналежність до геймерської спільноти та виразити свою ігрову ідентичність.

Публікації, зокрема тексти, фотографії, відео та інший вміст, відіграють ключову роль у формуванні образу особистості в мережі. Кожен пост можна розглядати як висловлювання, що впливає на візуальне сприйняття користувача та його імідж онлайн. Наприклад, блогер, який спеціалізується на подорожах, може ділитися фотографіями з різних країн, супроводжуючи їх описами, враженнями та порадами для інших мандрівників. Ці дописи складають його образ як досвідченого та цікавого мандрівника, за яким хочеться спостерігати та в якого варто вчитися.

- Інтерактивний аспект: як особа контактує з рештою юзерів в онлайн-просторі (наприклад, через коментарі, лайки, репости). Цей компонент відображає соціальну активність особи в онлайн-середовищі та його здатність будувати й утримувати соціальні контакти.

Коментарі – один з найбільш розповсюджених видів взаємодії в мережі. Вони дають змогу людям озвучувати власні погляди щодо матеріалу, ділитися переживаннями та долучатися до обговорень з іншими. Коментарі можуть мати вплив на імідж особи та її сприйняття в онлайн-спільноті. Приміром, активне коментування новин може створити імідж людини як обізнаного та активного члена суспільства, що оцікавиться суспільним та політичним життям.

Лайки та репости – ще один значущий вид взаємодії в мережі. Вони дозволяють користувачам виражати свою підтримку або схвалення контенту, а також поширювати його серед своїх підписників. Лайки та репости здатні впливати на популярність особи та її впливовість в онлайн-просторі. Наприклад, значна кількість лайків під фото може підвищити самооцінку людини та її впевненість у собі, а поширення суспільно-важливої інформації може збільшити її вплив на онлайн-спільноту.

Приватні повідомлення – це наближена до інтимної форма онлайн-спілкування, котра дає змогу юзерам взаємодіяти безпосередньо один з одним. Вони використовуються задля створення та підтримання особистих відносин, обміну інформацією та вирішення різних справ. Наприклад, приватні повідомлення можуть застосовуватися для спілкування з друзями та родиною, котрі знаходяться на відстані, для обговорення особистих питань або для узгодження спільних дій.

- Технічний бік: як людину розпізнають технічні системи (наприклад, через логін, пароль, IP-адресу). Цей аспект охоплює технічні методи ідентифікації особистості в цифровому середовищі, що гарантують їй можливість доступу до різноманітних онлайн-сервісів та платформ.

Технічний бік цифрової ідентичності описує те, як особу розпізнають технічні системи. Він включає всі методи та процеси, що використовуються для ідентифікації та автентифікації особи в цифровому світі.

Логін і пароль – це фундамент для ідентифікації користувачів у більшості онлайн-сервісів та на платформах. Вони дають змогу системі перевірити, чи є користувач тією особою, за яку себе видає, та забезпечити доступ до особистого профілю та даних. Скажімо, при вході в поштову скриньку користувач вводить логін і пароль, що підтверджують його право доступу до своїх повідомлень.

IP-адреси можуть бути інструментом ідентифікації особи, адже вони є унікальними для кожного пристрою, підключеного до мережі. За допомогою IP можна встановити місце знаходження користувача, аналізувати його онлайн активність та забезпечувати захист фінансових операцій. Скажімо, онлайн-крамниця може скористатися IP-адресою, щоб визначити країну покупця, пропонуючи йому відповідну валюту та способи доставки.

Файли cookie також відіграють важливу роль в ідентифікації користувача, дозволяючи веб-сайтам зберігати дані про попередні сесії та налаштування. Це сприяє спрощенню авторизації та покращенню персоналізації досвіду взаємодії з веб-сайтом. Наприклад, новинний портал може застосовувати cookie-файли для відстеження прочитаних статей, аби надавати користувачеві рекомендації на основі його інтересів.

- Соціальний аспект (Суспільний вимір): як особистість оцінюється іншими учасниками онлайн-простору (скажімо, репутація, популярність). Цей фактор показує суспільну вагу індивіда в цифровому світі, його положення та впливовість щодо інших користувачів.

Соціальний вимір цифрової ідентичності показує, як певну особу сприймають інші користувачі онлайн. Він охоплює всі ті оцінки, погляди та уявлення, які формуються в інших користувачів на підставі даних, що індивід представляє про себе в мережі, а також його поведінки онлайн.

Репутація - ключовий компонент соціального аспекту цифрової ідентичності. Вона будується на думках та оцінках інших користувачів стосовно надійності, порядності, кваліфікації та інших характеристик особистості. “Репутація - річ ефемерна, але вона є потужним чинником людської поведінки”, - Майкл Фертік [31]. Спостереження Фертика про владу репутації над поведінкою підкреслює вплив онлайн-репутації на споживчі рішення та взаємодію. Репутація може впливати на можливості індивіда в

онлайн-середовищі, доступ до певних ресурсів та його здатність впливати на інших. Скажімо, користувач із позитивною репутацією на платформі онлайн-освіти матиме більше шансів на участь у цікавих проєктах та позитивні відгуки від інших користувачів.

Популярність - ще один ключовий складник соціального виміру цифрової ідентичності. Вона показує, наскільки людина впізнавана та має вагу в онлайн-просторі. Виміряти популярність можна за кількістю фоловерів, вподобайок, коментарів та інших проявів соціальної активності. Скажімо, блогер з чималою аудиторією в Instagram має відчутний вплив на своїх читачів, здатний впливати на їхні погляди та вчинки.

Статус - також вагомий елемент соціального виміру цифрової ідентичності. Він віддзеркалює місце особи в соціальній ієрархії онлайн-спільноти. Визначати статус можуть різні чинники, зокрема, кількість підписників, рівень активності, внесок у розвиток спільноти та інші здобутки. Приміром, активний учасник онлайн-форуму, що робить помітний внесок в обговорення та допомагає іншим користувачам, може мати високий статус у цій спільноті й заслуговувати на повагу інших її членів.

Як висновок, розуміння цифрової ідентичності набуває ключового значення при аналізі впливу соціальних мереж на сучасне суспільство, особливо з огляду на процеси соціалізації, комунікації, самовираження та розбудови між особистісних взаємин. Враховуючи дослідження впливу Instagram на формування цифрової ідентичності молоді, необхідним є облік всіх перерахованих аспектів та підходів до концептуалізації цього феномену. Це сприятиме отриманню більш вичерпного та всебічного уявлення проте, як молодь конструює свою цифрову ідентичність в Instagram та як ця діяльність відбивається на їхньому житті.

Взаємозв'язок цифрової та особистісної ідентичності.

Роздуми про взаємозв'язок цифрової та особистої ідентичності стоять в основі дослідження цифрової ідентичності. Існують різні погляди на це, які можна згрупувати в кілька підходів.

За підходом віддзеркалення, цифрова ідентичність сприймається як пряме відбиття особистої ідентичності в онлайн-просторі. Прихильники цього підходу впевнені, що особистості прагнуть зображати себе в цифровому світі так, щоб це відповідало їх розумінню себе у реальному житті. Скажімо, особа, яка вважає себе відкритою та товариською в реальності, буде активно взаємодіяти в соціальних мережах, брати участь в дискусіях та ділитися своїми думками та враженнями. Її цифрова ідентичність буде будуватися на основі цих дій та показувати її особистісні характеристики. Проте, навіть тут цифрова ідентичність не тотожна особистій, оскільки процес представлення завжди включає певний рівень вибірконості та конструювання. Людина може обирати, які аспекти своєї особистості висвітлювати в онлайн-середовищі, а які залишити прихованими. Вона також може вдаватися до різних стратегій самопрезентації, аби створити бажане враження на інших користувачів.

Відповідно до конструктивістського підходу, цифрову ідентичність сприймають як явище, що постає внаслідок взаємодії особистості з цифровими технологіями та іншими користувачами онлайн-простору [1]. Сторонники цього підходу підкреслюють, що цифрова ідентичність – не усталене поняття, а динамічне, що постійно змінюється й розвивається під впливом соціальних і технологічних змінних. У такій перспективі цифрова ідентичність може істотно відрізнитися від особистісної, а іноді навіть вступати з нею в конфлікт. Скажімо, людина, котра в реальному житті відчуває сором'язливість та замкнутість, може сконструювати в онлайн-середовищі образ впевненої та харизматичної особистості, щоб здолати власні комплекси й отримати більше соціальної уваги. Її цифрова ідентичність формуватиметься на основі її бажань та уяви, а не на основі її реальних особистісних рис. З плином часу ця розбіжність між онлайн- та офлайн-ідентичностями може призвести до

внутрішнього конфлікту та психологічних ускладнень. “Ваша онлайн-ідентичність визначається не тільки тим, що ви публікуєте, але й тим, що інші публікують про вас”, - Кріс Дакер [31].

Ще один напрямок акцентує увагу на концепції розширеної ідентичності, де цифрову ідентичність сприймають не як щось автономне, а як надбудову, доповнення до особистісної ідентичності [2]. В цьому підході онлайн-простір постає як платформа, де індивіди мають змогу досліджувати різноманітні грані своєї особистості, випробовувати різні ролі та ідентичності, а також поширювати свої соціальні контакти та можливості для самовираження. Скажімо, людина може застосовувати різні онлайн-майданчики для відображення різних складових своєї особистості: LinkedIn для презентації своєї професійної ідентичності, Instagram для демонстрації творчості, Facebook для підтримки контактів з друзями та близькими, а Twitter для озвучення своїх політичних поглядів. Отже, її цифрова ідентичність буде формуватися з різних складових, кожна з яких показуватиме певний аспект її особистості.

Насправді, взаємодія між цифровим та персональним "Я" є багатогранним та змінливим явищем, котре може трансформуватися з урахуванням індивідуальних рис, обставин та мотивів застосування онлайн-простору. Варто пам'ятати, що цифрова ідентичність здатна чинити вплив на персональну, формуючи уявлення особистості про себе, її самооцінку та стосунки з суспільством. Скажімо, людина, чії пости в Instagram збирають велику кількість позитивних відгуків, може почати почуватися впевненіше та привабливіше не тільки в онлайн-світі, але й у повсякденному житті. З іншого боку, індивід, який переживає кібербулінг або негативні висловлювання в соціальних мережах, може відчувати тривогу, депресію та падіння самооцінки, що також може відбитися на його поведінці та емоційному стані у реальності.

1.2. Соціальні мережі як платформа для формування та репрезентації цифрової ідентичності

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного життя, трансформуючи способи спілкування, взаємодії та самовираження. Вони відіграють значну роль у формуванні та репрезентації цифрової ідентичності, надаючи користувачам широкий спектр можливостей для створення та управління своїм онлайн-образом.

Професор Бостонського університету Ерік Куалман у книзі "Що відбувається у Вегасі - залишається на YouTube" дає такі поради щодо цифрової репутації [28].

Правило 1. Сім разів подумай — один раз запости

За статистикою, кожен третій користувач писав пости або викладав фото, про які потім довелося шкодувати. Тому завжди думайте двічі, перш ніж зробити черговий пост, твіт або оновити статус.

Також перевіряйте текст на помилки, які можуть звести нанівець чарівність навіть найцікавішого повідомлення [28].

Правило 2. Мама спостерігає за вами

Додайте маму у друзі і не викладайте нічого такого, що могло б її засмутити, або просто уявіть, що вона є у вас в друзях.

Пам'ятайте, що колись вам доведеться влаштовуватися на роботу, а хороші HR-спеціалісти перевіряють соцмережі аплікантів [28].

Правило 3. Приберіть зайве

Промоніторте свої мережі від дня їх створення і видаліть провокативну чи застарілу інформацію. Старі фото, які дорогі як пам'ять, можна перемістити у прихований альбом [28].

Правило 4. Не будьте надто відвертими

Якщо ви не можете сказати про щось у повен голос в реальному житті — не публікуйте це у мережі [28].

Правило 5. Ваша конфіденційність — ваша проблема

Публікуючи дописи, переконайтеся, що налаштування приватності встановлені правильно: публічно, лише для друзів, для друзів, крім певних осіб, для конкретних друзів або лише для себе [28].

Процес соціальної комунікації складається з наступних елементів:

- джерело — це людина або група людей, яка ініціює комунікацію та надсилає повідомлення;
- повідомлення - це інформація, яку джерело хоче передати реципієнту;
- канал - це засіб, через який передається повідомлення. Це може бути мова, текст, зображення, звук, відео тощо;
- реципієнт - це людина або група людей, яка отримує повідомлення.

Соціальні мережі - це онлайн-платформи, які дозволяють користувачам створювати профілі, встановлювати зв'язки з іншими користувачами, обмінюватися інформацією, контентом та спілкуватися між собою. Вони стали потужним інструментом для формування та вираження цифрової ідентичності, оскільки надають користувачам безліч можливостей для представлення себе в онлайн-просторі.

Ключові аспекти, що підкреслюють роль соціальних мереж у цьому процесі:

а) Створення профілів: соціальні медіа відкривають двері для користувачів створювати власні сторінки, де вони можуть розміщувати інформацію про себе — ім'я, вік, адресу, хобі, а також фото та відео матеріали. Ці профілі виступають онлайн-представництвом кожного, і формують перше враження

про людину. Користувачі мають повний контроль над тим, що вони хочуть опублікувати, а що залишити закритим, що дає змогу конструювати свій імідж згідно з власними потребами та планами.

Профілі в соціальних мережах – це не просто сховище даних, а засіб самовираження та формування власної ідентичності. Користувачі можуть обирати, які риси характеру підкреслити, які захоплення продемонструвати та який образ створити. Скажімо, творча особистість може наповнити профіль своїми роботами, посиланнями на творчі проекти та інформацією про улюблені хобі. А активна людина поділиться світлинами зі спортивних змагань, подорожей та інших захоплюючих подій. Отож, профіль стає своєрідним майданчиком, де користувач створює свій онлайн-портрет.

Важливо зазначити, що інформація в профілі не завжди є повним і точним відображенням реальної особистості. Користувачі можуть прикрашати свої досягнення, приховувати недоліки або навіть створювати вигадані образи, щоб справити певне враження на інших. Це явище відоме як "презентація себе" (self-presentation) і є важливою частиною динаміки соціальних мереж. Користувачі постійно працюють над тим, щоб створити та підтримувати бажаний онлайн-образ, і це може мати значний вплив на їхню самооцінку, соціальні взаємодії та загальне самопочуття.

б) Встановлення зв'язків: соціальні мережі дозволяють користувачам встановлювати та підтримувати зв'язки з іншими користувачами, такими як друзі, родина, колеги та люди зі спільними інтересами. Ці зв'язки формують соціальну мережу користувача, яка впливає на його сприйняття себе та інших, а також на його можливості для самовираження та взаємодії. Чим більша та різноманітніша соціальна мережа користувача, тим більше можливостей він має для отримання інформації, підтримки та визнання.

Соціальні взаємини в соціальних мережах мають відмінності від звичних між особистісних стосунків у плані розмаху, швидкості виникнення та

підтримки, плюс надають можливість підтримувати контакти з особами, які мешкають на значній відстані. Соцмережі дають нам змогу без труднощів знаходити осіб зі спільними зацікавленнями, професійними цілями чи культурними орієнтирами та вступати з ними в контакт. Ці взаємозв'язки можуть бути корисними для обміну відомостями, пошуку роботи, збільшення професійних можливостей, а також для отримання соціальної підтримки й емоційного задоволення.

Однак, важливо зазначити, що якість онлайн-зв'язків може відрізнятися від якості офлайн-зв'язків. У деяких випадках, онлайн-зв'язки можуть бути більш поверхневими, менш емоційними та менш значущими, ніж стосунки, які формуються в реальному житті. Крім того, велика кількість онлайн-зв'язків може призвести до відчуття перевантаження, розсіяності та зменшення часу, який ми приділяємо кожному окремому стосунку. Тому важливо критично підходити до формування та підтримання онлайн-зв'язків, і прагнути до того, щоб вони були змістовними та корисними.

в) Обмін інформацією та контентом: соціальні мережі надають користувачам можливість обмінюватися різноманітною інформацією та контентом, включаючи тексти, фотографії, відео, посилання та інші матеріали. Цей обмін інформацією є важливою частиною формування та вираження цифрової ідентичності, оскільки він дозволяє користувачам ділитися своїми думками, інтересами, досвідом та творчістю з іншими. Користувачі можуть вибирати, який контент вони хочуть поширювати, і як вони хочуть його представляти, що дозволяє їм формувати свій онлайн-образ відповідно до своїх цілей.

Обмін відомостями та матеріалами у соціальних мережах – це не просто спосіб спілкування, а й впливовий засіб для творення та демонстрації цифрової самобутності. Кожен допис, кожне повідомлення, кожне фото чи відео – це своєрідне "мовлення" користувача, яке формує його віртуальний образ та впливає на те, як його бачать інші. Користувачі можуть застосовувати різноманітні види контенту для відображення різних граней своєї особистості.

Скажімо, той, хто цікавиться політикою, може розповсюджувати лінки на новини та озвучувати власні погляди на актуальні події. Той, хто захоплюється музикою, може ділитися улюбленими піснями та кліпами. Той, хто має добре почуття гумору, може поширювати смішні меми та анекдоти.

Важливо зазначити, що контент, яким ділиться користувач, не завжди є відображенням його реальних думок та поглядів. Користувачі можуть вибирати, який контент поширювати, щоб справити певне враження на інших, або щоб відповідати очікуванням певної онлайн-спільноти. Крім того, контент може бути відредагованим, прикрашеним або навіть сфабрикованим, щоб створити бажаний ефект. Тому важливо критично підходити до інформації, яку ми отримуємо в соціальних мережах, і пам'ятати, що вона не завжди є об'єктивною та достовірною.

г) Спілкування та взаємодія: соціальні мережі забезпечують різноманітні інструменти для спілкування та взаємодії між користувачами, такі як коментарі, лайки, репости, повідомлення та відеодзвінки. Ці інструменти дозволяють користувачам виражати свою думку, реагувати на контент інших користувачів, обговорювати різні теми та підтримувати соціальні зв'язки. Спілкування та взаємодія є важливою частиною формування цифрової ідентичності, оскільки вони дозволяють користувачам отримувати зворотний зв'язок щодо свого онлайн-образу, формувати свою репутацію та впливати на інших користувачів.

Інструменти комунікації та взаємодії в соціальних мережах не просто роблять спілкування легшим; вони також формують те, як ми створюємо та демонструємо свою цифрову ідентичність. Наприклад, "лайки" та репости дозволяють швидко висловити підтримку чи схвалення, впливаючи на самооцінку користувачів та відчуття приналежності до групи. Коментарі спонукають користувачів ділитися своїми поглядами та брати участь в обговореннях, що, у свою чергу, впливає на їхню репутацію та вплив онлайн. Особисті повідомлення та відеодзвінки дають змогу підтримувати більш

близькі та приватні зв'язки, що також є ключовим елементом соціальної ідентичності.

Слід підкреслити, що спілкування та взаємодія в соціальних медіа здатні чинити вплив на формування цифрової ідентичності, котрий може бути як позитивним, так і негативним. З одного боку, це може сприяти розвитку соціальних умінь, розширенню світогляду та виникненню відчуття спільності. З іншого, може провокувати такі проблеми, як кібербулінг, поширення дезінформації, формування завищених очікувань та залежність від соцмереж. Тому надзвичайно важливо застосовувати засоби спілкування та взаємодії в соціальних медіа обдуманно та відповідально.

Соціальні платформи перетворилися на потужний інструмент для формування та демонстрації цифрової ідентичності, відкриваючи перед користувачами безліч можливостей самовираження в онлайн-просторі. Водночас, потрібно пам'ятати, що цифрова ідентичність – не сталий феномен, а динамічно змінюється та еволюціонує під впливом взаємодії користувача з іншими учасниками та контентом в соціальних мережах. “Інформація, яка розміщена на сайтах соцмереж, доволі часто нагадує досє на користувача і тому, природно, викликає інтерес у сторонніх людей” [32].

Особливості соціальних мереж та їх вплив на соціальну комунікацію. Соціальні мережі мають ряд особливостей, які відрізняють їх від традиційних форм спілкування та мають значний вплив на соціальну комунікацію. Ось деякі з найважливіших:

- Глобальний вимір: соціальні мережі відкривають перед користувачами можливості спілкування з людьми з усіх куточків світу, ігноруючи географічні обмеження. Це значно розширює простір для спілкування, обміну відомостями та культурного взаємозбагачення. Користувачі отримують змогу знаходити однодумців, досліджувати різноманітні

культури та погляди, а також долучатися до міжнародних обговорень та проєктів.

Глобальний розмах соціальних мереж відчутно впливає на формування цифрової особистості. Користувачі мають змогу репрезентувати себе не тільки для найближчого кола, а й для глобальної аудиторії. Це, у свою чергу, може спонукати користувачів ретельніше працювати над своїм онлайн-іміджем, враховуючи культурні відмінності та очікування різноманітних груп людей. Більше того, глобальний масштаб соцмереж здатний сприяти формуванню відчуття глобальної громадянськості та солідарності, адже користувачі мають можливість спілкуватися з людьми з різних країн та культур, об'єднуватися навколо спільних цінностей та цілей, а також долучатися до міжнародних рухів та ініціатив.

- Постійна доступність: соціальні мережі доступні 24/7 з будь-якого пристрою, підключеного до Інтернету. Це забезпечує постійну можливість для спілкування, отримання інформації та взаємодії. Користувачі можуть залишатися на зв'язку зі своїми друзями та родиною, бути в курсі останніх новин та подій, а також брати участь в онлайн-діяльності в будь-який час та з будь-якого місця.

Постійна доступність соціальних мереж має значний вплив на соціальну комунікацію. Вона робить спілкування більш інтенсивним та безперервним, але також може призводити до відчуття перевантаження та залежності від онлайн-діяльності. Користувачі можуть відчувати тиск постійно бути на зв'язку, відповідати на повідомлення та оновлювати свій статус. Крім того, постійна доступність соціальних мереж може розмивати межі між роботою та особистим життям, а також між онлайн- та офлайн-взаємодією. Тому важливо встановлювати здорові межі використання соціальних мереж та знаходити баланс між онлайн- та офлайн-активністю.

- Візуальний характер: багато соціальних мереж, особливо такі як Instagram, роблять акцент на візуальному контенті, такому як фотографії та відео. Це змінює спосіб спілкування, роблячи його більш емоційним, виразним та привабливим. Користувачі можуть виражати свої думки та почуття не лише за допомогою тексту, але й за допомогою візуальних образів, які можуть бути більш зрозумілими та універсальними.

Візуальна складова соцмереж відчутно впливає на формування цифрової ідентичності. Користувачі мають змогу вдаватися до світлин та відео, щоб продемонструвати власну особистість, захоплення та світогляд. Вони можуть творити візуальні оповіді, ділитись емоціями та переживаннями, а також реагувати на відгуки інших користувачів у вигляді лайків та коментарів. Разом з тим, візуальність соцмереж здатна викликати певні труднощі. Користувачі можуть відчувати тиск бути візуально привабливими, вдаватися до порівнянь з іншими користувачами, а також зіштовхуватися з такими проявами, як фотошоп та нереалістичні стандарти краси.

- Інтерактивність: соціальні мережі забезпечують високий рівень інтерактивності, дозволяючи користувачам активно взаємодіяти один з одним. Користувачі можуть коментувати, лайкати, поширювати та обговорювати контент, а також брати участь в онлайн-дискусіях та опитуваннях. Це робить спілкування більш динамічним, залучаючим та цікавим.

Інтерактивність соціальних мереж має значний вплив на соціальну комунікацію. Вона сприяє формуванню почуття спільноти, розвитку соціальних навичок та розширенню можливостей для співпраці та колективної дії. Користувачі можуть об'єднуватися в онлайн-спільноти за інтересами, брати участь у соціальних рухах та ініціативах, а також спільно створювати та поширювати контент. Однак, інтерактивність соціальних мереж також може призводити до таких проблем, як кібербулінг, поширення негативної інформації та маніпулювання громадською думкою. Тому важливо розвивати

критичне мислення та медіаграмотність, щоб ефективно та відповідально використовувати можливості інтерактивного спілкування.

Ці особливості соціальних мереж мають глибокий вплив на соціальну комунікацію, змінюючи способи спілкування, взаємодії та самовираження. Вони також відіграють важливу роль у формуванні та репрезентації цифрової ідентичності, надаючи користувачам нові можливості для створення та управління своїм онлайн-образом.

Візуальний контент, такий як фотографії, відео, графіки та інфографіки, відіграє все більш важливу роль у комунікаціях.

Це пов'язано з тим, що:

1. візуальний контент привертає увагу. Люди швидше звертають увагу на візуальний контент, ніж на текст;
2. візуальний контент легше запам'ятати. Люди краще запам'ятовують інформацію, яку вони бачили, ніж ту, яку вони читали;
3. візуальний контент може викликати емоції, такі як радість, смуток, гнів або страх;
4. візуальний контент може долати мовні бар'єри, бути зрозумілим людям, які не говорять однією мовою.

Текстовий контент, такий як статті, публікації в блогах, електронні листи та повідомлення, також відіграє важливу роль у комунікаціях.

Через те, що:

1. текстовий контент може бути більш детальним і нюансованим, ніж візуальний контент;
2. текстовий контент є більш переконливим, ніж візуальний контент, якщо він написаний добре та чітко. Але бувають і винятки;
3. текстовим контентом можна легко ділитися в соціальних мережах та інших онлайн-платформах.

На нашу думку, найкращий спосіб використовувати візуальний та текстовий контент - це використовувати їх разом. Це дозволить створити більш ефективні та цікаві комунікації.

Візуальний контент здатний проілюструвати ваші задуми та зробити текст цікавішим для читача. Текст теж може бути використаний для роз'яснення вашого візуального наповнення. Оскільки сприйняття візуального матеріалу може відрізнятися, дуже важливо супроводжувати його текстом, який роз'яснює суть вашого повідомлення. Ключове значення має грамотне поєднання візуальних елементів та тексту. Не варто перенасичувати матеріал візуалізаціями, щоб не перевантажувати текст. Так само, надмірна кількість тексту може нівелювати цінність візуального контенту.

Як наприклад, Організація "ЕКОenergy" використовує комбінацію візуального та текстового контенту на своєму веб-сайті та в соціальних мережах, щоб інформувати людей про зміни клімату. Вони публікують фотографії, відео та інфографіку, а також пишуть статті та блоги про останні наукові дослідження та політичні дії.

Завдяки своїм ефективним комунікаційним стратегіям ЕКОenergy здобула значну аудиторію в соціальних мережах і стала надійним джерелом інформації про зміни клімату для людей у всьому світі. "Слідкуйте за нами в соціальних мережах: Facebook, Twitter, Instagram, або LinkedIn щоб отримати оновлення щодо зміни клімату та екологічних проблем, над якими ми працюємо. Відвідайте нашу сторінку Кліматичний фонд щоб дізнатися про проекти з відновлюваної енергії, які фінансує ЕКОенергія", - пишуть на сайті ЕКОenergy [3, в кінці сайту].

Це лише один приклад того, як візуальний та текстовий контент можуть використовуватися для підвищення обізнаності про зміни клімату. Існує багато інших організацій та активістів, які використовують подібні методи для досягнення своїх цілей. Використання візуального та текстового контенту

разом може бути потужним інструментом для зміни думок та поведінки людей.

Instagram як візуально орієнтована соціальна мережа: специфіка та аудиторія. Instagram - це соціальна мережа, яка займає особливе місце серед інших платформ завдяки своїй сильній орієнтації на візуальний контент. На відміну від Facebook або Twitter, де текстові повідомлення відіграють значну роль, Instagram робить акцент на фотографіях та відео, що робить його унікальним інструментом для формування та вираження цифрової ідентичності.

Ось деякі ключові аспекти, які визначають специфіку Instagram як візуально орієнтованої соціальної мережі:

1. Візуальний контент як основа: Instagram був створений як платформа для обміну фотографіями, і з часом ця функція лише посилилася. Фотографії та відео є основним типом контенту в Instagram, і вони відіграють вирішальну роль у формуванні цифрової ідентичності користувачів. Користувачі використовують Instagram для документування свого життя, вираження своїх інтересів та творчості, а також для спілкування з іншими за допомогою візуальних образів.

Дослідження підтверджують важливість візуального контенту в Instagram. Наприклад, дослідження, проведене Ольгою Пуховською в 2016 році, підкреслює, що Instagram є провідною платформою для обміну візуальним контентом, і що значна частина маркетологів використовує саме візуальний контент у своїх кампаніях [4, с. 47-54]. Це підкреслює важливість візуальної комунікації в Instagram та її вплив на формування цифрової ідентичності користувачів.

2. Естетика та візуальна привабливість: в Instagram велика увага приділяється естетичній якості контенту. Користувачі прагнуть публікувати фотографії та відео, які є не лише інформативними, але й візуально

привабливими. Це призводить до формування певних стандартів краси, трендів та естетики, яких користувачі намагаються дотримуватися у своїх публікаціях. Фільтри, редагування та композиція відіграють важливу роль у створенні візуально привабливого контенту.

Такий акцент на візуальній привабливості має значний вплив на формування цифрової ідентичності. Користувачі можуть відчувати тиск бути візуально привабливими, порівнювати себе з іншими користувачами, а також стикатися з нереалістичними стандартами краси. З іншого боку, Instagram також може бути платформою для творчого самовираження, де користувачі можуть розвивати свої навички фотографії та візуального дизайну, а також знаходити натхнення в роботах інших користувачів.

3. Короткі формати контенту: окрім фотографій, Instagram також активно розвиває короткі формати відео, такі як Stories та Reels. Ці формати дозволяють користувачам ділитися моментами свого життя в динамічний та захоплюючий спосіб. Stories та Reels є більш неформальними та спонтанними, ніж звичайні публікації, що дозволяє користувачам виражати свою індивідуальність та емоції більш безпосередньо.

Короткі формати контенту стали важливою частиною Instagram, особливо серед молодшої аудиторії. Проте дослідження показують, що Instagram найбільше користується серед покоління Z та мілленіалів. Нещодавні звіти показують, що понад 60% користувачів платформи віком від 18 до 34 років (Рис. 1.1). Фактично, це головна соціальна мережа покоління Z, причому аж 91% з них мають профіль на платформі.

Незважаючи на свою популярність серед покоління Z та мілленіалів, Instagram має широкую популярність серед усіх вікових груп. Значна частина (понад 32%) користувачів платформи віком від 35 років користуються цією платформою [5, пункт 9]. Ці формати дозволяють їм швидко та легко ділитися

своїми думками, враженнями та досвідом, а також отримувати миттєвий зворотний зв'язок від своїх підписників.

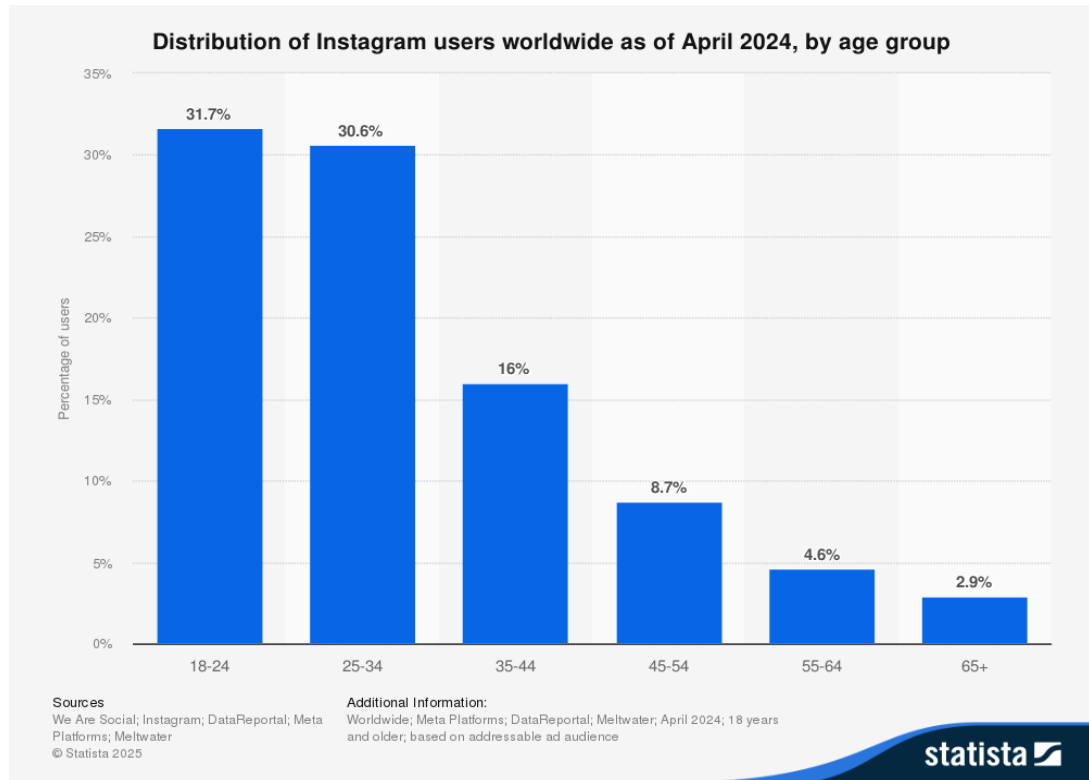


Рис. 1.1 Розподіл користувачів Instagram у всьому світі станом на квітень 2024 року, за віковими групами

4. Інфлюенсери та візуальний маркетинг: Instagram став важливою платформою для інфлюенсерів, які використовують свій візуальний контент для впливу на свою аудиторію. Інфлюенсери часто співпрацюють з брендами для просування продуктів та послуг, використовуючи свою популярність та візуальну привабливість для залучення уваги користувачів. Візуальний маркетинг в Instagram став потужним інструментом для брендів, дозволяючи їм ефективно комунікувати зі своєю цільовою аудиторією.

Роль інфлюенсерів у формуванні цифрової ідентичності в Instagram є значною. Вони часто виступають в якості рольових моделей для своїх

підписників, впливаючи на їхні смаки, стиль життя та споживчі звички. Користувачі можуть прагнути наслідувати своїх улюблених інфлюенсерів, формуючи свою цифрову ідентичність на основі їхнього онлайн-образу.

Розуміння демографічних показників аудиторії допомагає брендам узгоджувати партнерські відносини з інфлюенсерами та їхніми цільовими клієнтами. Згідно з нашими даними Sprout Social Influencer Marketing (Рис. 1.2):

- 43,74% аудиторії інфлюенсерів Instagram мають вік від 25 до 34 років , що робить цей сегмент найбільшим.
- 28,67% належать до вікової групи 18-24 роки, що свідчить про популярність інфлюенсерів Instagram серед молодших користувачів.
- Лише 6,86% аудиторії інфлюенсерів в Instagram мають вік 45+. Це показує, що платформа загалом менш ефективна для таргетування старшої демографічної групи для інфлюенсер-маркетингу.

Instagram Influencer Audience Breakdown
by Age Group (2024)

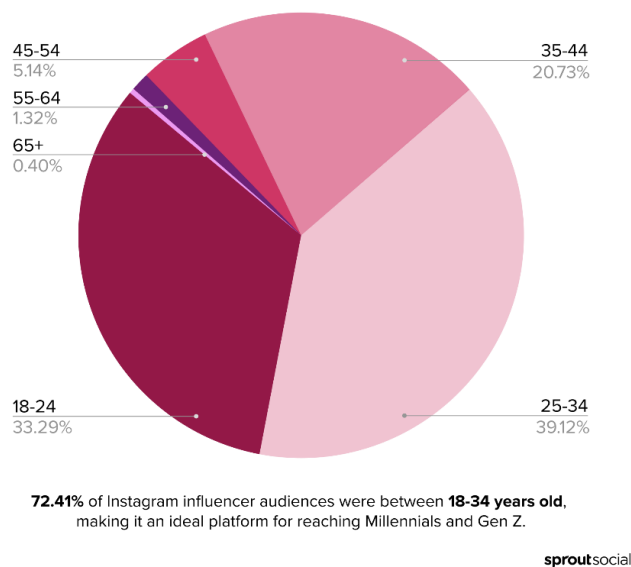


Рис. 1.2 Розподіл аудиторії інфлюенсерів в Instagram за віковими групами
(2024) [11]

Підсумовуючи, Instagram є унікальною соціальною мережею, яка базується на візуальному контенті та має значний вплив на формування цифрової ідентичності. Її специфіка та аудиторія визначають особливості спілкування, самовираження та взаємодії на цій платформі.

1.3 Психологічні та соціологічні аспекти впливу соціальних мереж на молодь

Соціальні мережі, зокрема Instagram, значно впливають на психологічний та соціологічний вимір життя молодих людей. Щоб глибше зрозуміти цей вплив, необхідно звернутися до відповідних психологічних та соціологічних теорій і концепцій.

Теорія соціального порівняння, розроблена Леоном Фестінгером (Festinger, 1954), стверджує, що люди мають вроджену потребу оцінювати свої думки, почуття та здібності шляхом порівняння себе з іншими. В онлайн-середовищі, соціальні мережі надають широкі можливості для соціального порівняння, оскільки користувачі мають доступ до великої кількості інформації про життя та досягнення інших людей.

В онлайн-середовищі, соціальне порівняння може бути спрямоване як вгору (порівняння з тими, хто, на думку людини, є кращим за неї), так і вниз (порівняння з тими, хто, на думку людини, є гіршим за неї). Порівняння вгору може призводити до почуття заздрості, незадоволеності собою та зниження самооцінки, особливо якщо людина вважає, що не може досягти такого ж рівня успіху, як і ті, з ким вона себе порівнює. Порівняння вниз, навпаки, може підвищувати самооцінку та покращувати настрій, оскільки людина відчуває себе краще на фоні інших.

Застосування теорії соціального порівняння до Instagram є особливо актуальним, оскільки ця соціальна мережа робить акцент на візуальному контенті, який часто є ідеалізованим та відредагованим. Перегляд фотографій та відео "ідеальних" тіл, розкішного життя та неймовірних подорожей може призводити до того, що молоді люди починають порівнювати себе з цими нереалістичними образами, що може мати негативні наслідки для їхньої самооцінки та психологічного благополуччя.

Дослідження показують, що соціальне порівняння в Instagram може мати серйозний вплив на психологічне здоров'я підлітків. Скажімо, у роботі Vogel та співавторів (2014) було з'ясовано, що активне використання Instagram корелює з інтенсифікацією соціального порівняння та погіршенням самосприйняття серед молоді. Вони з'ясували, що користувачі, які часто переглядають Instagram, схильні частіше порівнювати себе з іншими, зокрема з тими, хто, на їхню думку, виглядає краще або досягнув більшого. Це порівняння може провокувати негативні почуття, такі як заздрість, невдоволення та незадоволеність собою, а також знижувати загальну самооцінку.

Інше дослідження, здійснене Шерлоком і Вагстафф (2019), виявило кореляцію між застосуванням соцмереж, зокрема Instagram, та виникненням депресивних станів і тривоги у молоді. Дослідники припускають, що однією з передумов цього є соціальне порівняння, що має місце в онлайн-просторі. Регулярний перегляд відфотошоплених образів в Instagram може формувати у молодого покоління відчуття недостатності власного життя, його "недосконалості", що й провокує негативні емоції та ментальні порушення.

Варто підкреслити, що соціальне порівняння не завжди чинить згубний вплив. У окремих випадках, порівняння себе з іншими може бути джерелом мотивації й натхнення. Наприклад, спостерігаючи в Instagram за успіхами однолітків у якійсь царині, підліток може відчути стимул докласти більше зусиль для досягнення власних цілей. Однак, принципово важливо, аби ці

порівняння були реалістичними та не викликали надмірної самокритики чи негативних переживань.

Візуальний контент, який домінує в Instagram, має особливий вплив на самосприйняття та самооцінку молоді. Дослідження показують, що перегляд фотографій та відео інших людей впливає на те, як молоді люди сприймають свою зовнішність, своє життя та свої досягнення.

З одного боку, перегляд позитивного та надихаючого візуального контенту може позитивно впливати на настрій та самооцінку, мотивувати до самовдосконалення та досягнення власних цілей. З іншого боку, перегляд ідеалізованих образів може призводити до негативних наслідків, особливо для тих, хто має низьку самооцінку або схильний до соціальних порівнянь.

Постійне порівнювання себе з "ідеальними" образами, представленими в Instagram, може призводити до:

1. Невдоволення своїм тілом. Молодь може відчувати невідповідність своєї зовнішності ідеальним образам, які рясніють в Instagram, що здатне провокувати негативне ставлення до власного тіла та сприяти розладам харчової поведінки. Наукові праці засвідчують взаємозв'язок між користуванням Instagram та незадоволеністю власним тілом, особливо серед дівчат та молодих жінок. Наприклад, дослідження, яке провели Holland & Tiggemann 2016 році, показало, що жінки, які активно користуються Instagram, частіше відчують негативні емоції стосовно власного тіла та мають більш зневажливе ставлення до нього. Вони пов'язують це з тим, що Instagram часто демонструє неправдиві стандарти краси, яким складно відповідати у повсякденному житті.
2. Відчуття неповноцінності. Перегляд фотографій розкішного життя та неймовірних досягнень інших людей викликає у молоді почуття, що вони недостатньо успішні або щасливі. Молоді люди можуть відчувати, що їхнє життя не є таким цікавим або насиченим, як життя людей, яких

- вони бачать в Instagram. Це призводить до почуття заздрості, розчарування та незадоволеності своїм власним життям. Крім того, постійний перегляд досягнень інших людей викликає у молоді сумніви у власних здібностях та можливостях, що може негативно впливати на їхню самооцінку.
3. Зниження самооцінки. Постійне зіставлення себе з іншими, з відчуттям не співмірності з нав'язаними "ідеалами", здатне зумовлювати падіння загальної самооцінки та впевненості. Коли юнак чи дівчина систематично відчуває свою невідповідність стандартам, побаченим, приміром, в Instagram, це здатне призвести до зменшення самоповаги та віри у власні сили. Він або вона може почати сумніватися у власній привабливості, здібностях та особистісній цінності. Це може мати згубний вплив на психічне здоров'я та соціальні контакти.
 4. Тривога та депресія. Дослідження пов'язують надмірне використання Instagram з підвищеним ризиком розвитку тривожних розладів та депресії. Постійне перебування в онлайн-середовищі, де панують ідеалізовані образи та нереалістичні стандарти, може створювати значний тиск на психіку молоді людини. Вона може відчувати постійну тривогу щодо того, як вона виглядає, що вона робить, як живе та чи відповідає вона очікуванням інших людей. Це може призводити до розвитку тривожних розладів та депресії, які можуть мати серйозні наслідки для її життя.

Втім, загалом, можна припустити, що візуальний контент в Instagram здатен суттєво впливати на формування негативного сприйняття власної особистості серед вразливих груп молоді.

Соціальні платформи, особливо Instagram, мають значний вплив на формування світогляду та життєвих орієнтирів молоді. Вони стали майданчиками, де молоді люди дізнаються інформацію, комунікують з однолітками та виступають генераторами ідей, висловлюють власні погляди

та переконання, і, в кінцевому підсумку, конструюють свою особистість. На формування цінностей та поглядів молодого покоління в соціальних мережах впливає кілька ключових моментів.

По-перше, контент, який поширюється в Instagram, часто представляє певні цінності, такі як матеріальне благополуччя, зовнішня привабливість, успіх, індивідуалізм та гедонізм. Молодь, споживаючи цей контент, може приймати ці цінності та включати їх у свою систему переконань. Наприклад, коли інфлюенсери демонструють розкішний стиль життя, це може створити в молодих людей уявлення, що матеріальний достаток є найважливішою цінністю.

По-друге, молодь часто переймає цінності та погляди від тих, з ким вони контактують в онлайн-просторі, особливо від своїх друзів, однолітків або лідерів думок, яких вони поважають. Якщо молода людина бачить, що її коло спілкування поділяє певні переконання, вона може відчувати тиск адаптуватися до них. Окрім цього, молоді люди нерідко копіюють інфлюенсерів, і якщо той, на кого вони підписані, популяризує певні цінності, підписники можуть почати вважати їх важливими.

По-третє, соціальні платформи дають змогу знайти підтвердження та схвалення власних переконань від інших юзерів у вигляді вподобайок, коментарів та поширень. Це може укріплювати віру в ці переконання та робити їх менш вразливими до змін. Скажімо, якщо дівчина збирає купу позитивних реакцій на світлину у модному вбранні, це може підкреслити її віру, що зовнішній вигляд має значення.

І наостанок, соціальні мережі є джерелом інформації про різні соціальні явища, події та проблеми. Те, яку інформацію отримує молодь, здатне формувати її погляди на ці речі та її систему цінностей. Наприклад, якщо молода людина постійно стикається з інформацією про насилля, це може позначитися на її ставленні до цієї проблеми. У підсумку, дослідження

демонструють, що соцмережі можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на формування цінностей та поглядів молодих людей. З одного боку, вони можуть сприяти поширенню позитивних цінностей, таких як толерантність та соціальна відповідальність. З іншого боку, вони можуть також сприяти поширенню негативних цінностей, таких як матеріалізм та консюмеризм.

2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ INSTAGRAM НА ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ

2.1 Організація та методи проведення емпіричного дослідження

Для досягнення мети дослідження та розв'язання поставлених задач, було розроблено комплекс емпіричних методів. Цей комплекс включає опитування (анкетування), контент-аналіз та глибинні інтерв'ю. Вибір цих конкретних методів базується на потребі в отриманні інформації різного характеру: як кількісних показників, так і якісних даних. Це необхідно для всебічного аналізу впливу соціальної мережі Instagram на формування цифрової ідентичності сучасної молоді.

У дослідженні братимуть участь двадцять учасників віком від шістнадцяти до тридцяти років, які активно користуються соціальною мережею Instagram. Відбір респондентів проводитиметься шляхом випадкової вибірки. Для забезпечення репрезентативності дослідження передбачається залучення учасників з різних соціальних груп та з різним рівнем взаємодії в Instagram [6, с. 210-230].

Опитування, як метод збору первинної інформації, дає можливість охопити значну кількість респондентів і отримати стандартизовані дані щодо їхньої взаємодії з Instagram, самооцінки, сприйняття контенту та впливу соціальної мережі на їхні ціннісні орієнтири. За Й.А. Захаровою, опитування – це дієвий метод для вивчення соціальних явищ, особливо коли необхідно з'ясувати поширеність певних думок, установок чи поведінкових патернів у великій групі людей [13, с. 45]. У нашому випадку, цей метод дозволить виявити загальні тенденції впливу Instagram на молодь.

Контент-аналіз, у свою чергу, забезпечить можливість дослідження змістових характеристик контенту, який створюється та поширюється молоддю в Instagram. Цей метод дозволяє виявити домінуючі теми, образи, цінності та способи самопрезентації, що можуть впливати на формування цифрової ідентичності. Р. Вебстер зазначає, що контент-аналіз є цінним інструментом для дослідження комунікаційних процесів та виявлення прихованих значень у текстах та візуальних матеріалах [14, с. 123]. У межах нашого дослідження, контент-аналіз допоможе зрозуміти, які саме повідомлення транслює Instagram-контент і як вони можуть впливати на самосприйняття молоді.

Глибинні інтерв'ю, на відміну від стандартизованого опитування, нададуть можливість отримати розгорнуті та деталізовані дані про індивідуальний досвід молодих людей у формуванні своєї цифрової ідентичності в Instagram. Цей метод дозволяє з'ясувати складні та неоднозначні аспекти впливу соціальної мережі на їхню самооцінку, процеси соціального порівняння, формування цінностей та поглядів, а також зрозуміти їхнє розуміння співвідношення між цифровою та особистісною ідентичністю. Як наголошує К. Шарп, глибокі інтерв'ю є незамінним методом для вивчення суб'єктивних переживань та інтерпретацій соціальних явищ [15, с. 78]. У нашому дослідженні, цей метод дозволить отримати глибоке розуміння того, як саме молоді люди конструюють свою цифрову ідентичність в Instagram та як це впливає на їхнє життя.

Основними інструментами емпіричного дослідження слугуватимуть:

1. Анкета: структуроване опитування, яке міститиме питання з чітко визначеними варіантами відповідей та відкриті запитання. Ці питання будуть сфокусовані на виявленні специфіки використання Instagram молодими людьми, на їх самооцінці, сприйнятті контенту. Також, досліджуватиметься вплив соцмережі на їх цінності та погляди, а ще – взаємозв'язок між цифровою та особистісною ідентичністю. Розробка

анкети спиралася на теоретичні засади цифрової ідентичності [7] та впливу візуальних соцмереж [8, с. 460-475].

2. Гайд для глибинної бесіди: напівструктурований план інтерв'ю, зосереджений на обговоренні особистого досвіду респондентів з Instagram, як-от: формування цифрового іміджу, відчуття, пов'язані з соціальними порівняннями, вплив контенту на самосприйняття та розуміння взаємозв'язку онлайн- та офлайн- ідентичності (див. Додаток А). Гайд розроблений у відповідності до засад якісного дослідження [9]. Особлива увага буде приділена створенню атмосфери довіри та відкритості, що сприятиме отриманню максимально щирих та розгорнутих відповідей [16, с. 102].
3. Критерії контент-аналізу: система категорій та індикаторів для аналізу візуального та текстового контенту, який створюють і поширюють молоді люди в Instagram. Контент-аналіз має на меті виявити ключові теми, образи, цінності та способи самопрезентації. Критерії базуються на дослідженнях візуальної культури в соціальних мережах, зокрема, на методології Дж. Роуз щодо аналізу візуальних матеріалів [10], а також з урахуванням специфіки візуального контенту Instagram [17, с. 47-61].

Збір інформації триватиме два тижні. Опитування відбуватиметься в інтернеті, використовуючи платформу Google. Глибинні інтерв'ю проводитимуться віч-на-віч, у зручний для учасників час, онлайн, за попередньою згодою. Контент-аналізу підлягатимуть приватні профілі, популярні сторінки, хештеги та інші елементи, що стосуються молодих користувачів Instagram.

Кількісні дані, які буде зібрано, буде опрацьовано методами описової та вивідної статистики. Якісні дані, отримані з глибинних інтерв'ю та аналізу контенту, буде піддано тематичному аналізу [12, с. 77-101] з метою виявлення основних тем та трендів.

2.2 Аналіз особливостей використання Instagram серед молоді

Цей підрозділ присвячений аналізу особливостей використання соціальної мережі Instagram молоддю, які були виявлені в ході проведеного емпіричного дослідження. Зібрані дані дають можливість не тільки відтворити загальні моделі поведінки молодих користувачів, а й розібратися у контексті, де формується їхня цифрова ідентичність в цій соціальній мережі.

Дослідження продемонструвало, що Instagram став ключовим компонентом щоденного існування для переважної більшості молоді. Згідно з результатами проведеного опитування, 85% опитаних використовують Instagram щоденно, а 60% - кілька разів на день. Середній час, витрачений в Instagram, сягає 2 години на день, що підкреслює суттєве залучення молоді до цієї соціальної мережі. Ці факти узгоджуються з результатами досліджень інших науковців, які також наголошують на високому рівні проникнення Instagram у молодіжну аудиторію. Приміром, за інформацією Statista (2023) [18], середній час, який користувачі віком 18-24 роки витрачають на Instagram у світі, складає 29,2 хвилини щодня. А у 2022 році Instagram був провідним у світі додатком соціальних мереж із 547 мільйонами завантажень [19, Statista, 2022].

Окрім того, отримані результати свідчать про наявність певних відмінностей у частоті та тривалості використання Instagram, залежно від вікової категорії. Зокрема, виявлено, що молодші респонденти (16-20 років) проводять більше часу в Instagram, порівняно зі старшими (21-30 років). Ця різниця може пояснюватись різними мотивами використання Instagram, які будуть розглянуті далі.

Аналіз відповідей, отриманих від учасників опитування, продемонстрував різноманітність контенту, який споживає молодь в Instagram. Найбільш популярні формати контенту (Рис. 2.1):

- фото та відео від друзів і знайомих (90% опитаних);

- публікації інфлюенсерів та блогерів (75% відповідей);
- розважальний контент (меми, кумедні відео) (70% респондентів);
- новини та актуальні події (50% учасників);
- освітній та інформаційний контент (40% респондентів).

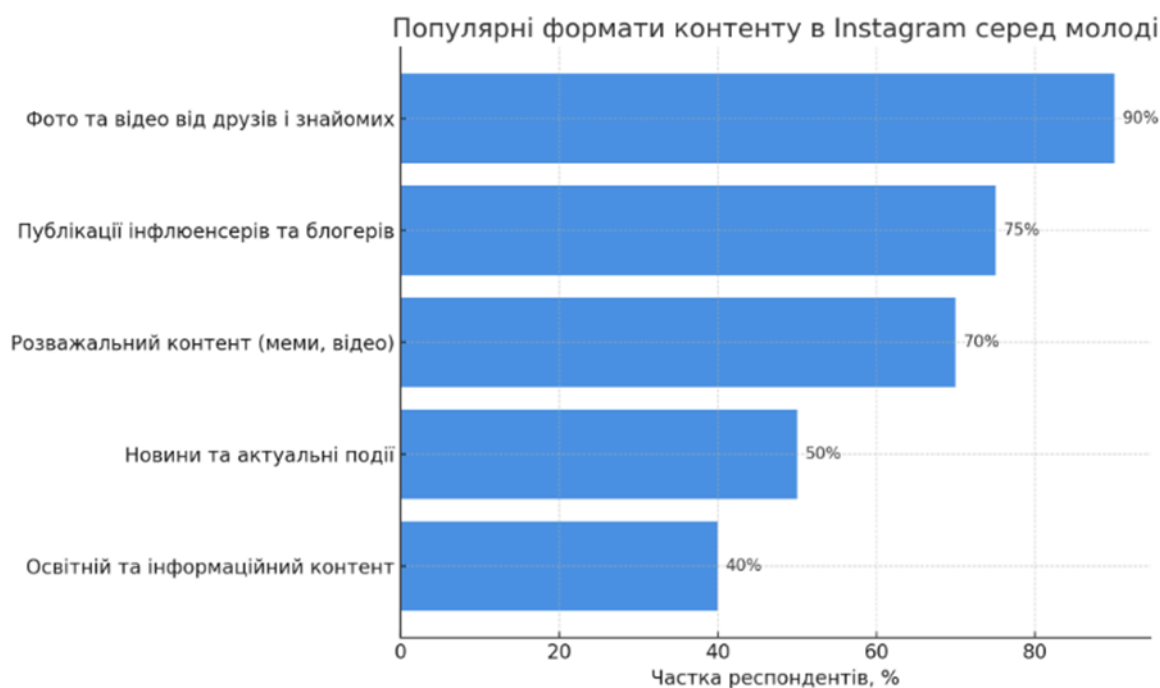


Рис. 2.1 Діаграма - Популярні формати контенту в Instagram серед молоді

Ці показники говорять про те, що Instagram для молодих користувачів не просто платформа для спілкування та розваг, а також інструмент для отримання інформації та слідкування за новинами. Схожі висновки можна знайти в Statista. Згідно з глобальним онлайн-опитуванням, проведеним у 2023 році, 50 відсотків щотижневих користувачів Instagram сказали, що хотіли б бачити кумедний контент на платформі соціальних мереж. Крім того, 46 відсотків усіх респондентів сказали, що хочуть бачити креативний контент, тоді як 41 відсоток сказали, що хочуть бачити інформативний контент в Instagram. Понад третина користувачів хотіли б бачити захопливий контент у

додатку для обміну фото та відео [20, Statista, April 2023]. Стовпчаста діаграма (Рис. 2.2).

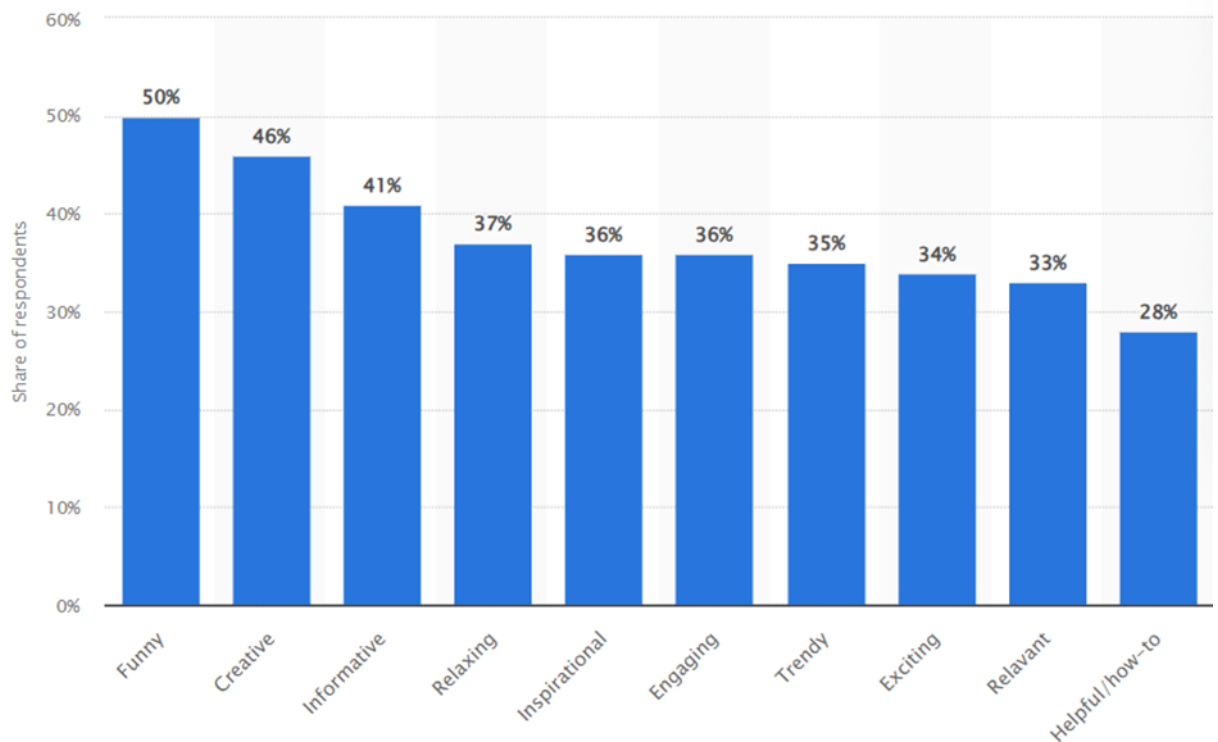


Рис. 2.2 Стовпчаста діаграма - Улюблені типи контенту в Instagram за версією користувачів з усього світу станом на квітень 2023 року

Стосовно створення контенту: 60% респондентів активно викладають власні фотографії та відео, 80% діляться сторіз, а 95% коментують та оцінюють дописи інших. Розбір контенту, створеного молоддю, вказує на його зосередженість на самопрезентації, показі щоденного життя, демонстрації захоплень та інтересів. Ці дані відповідають концепції самопрезентації в соцмережах, відповідно до якої користувачі прагнуть сформуванати позитивне враження про себе в онлайн-просторі.

Дослідження виявило багатогранний спектр причин, що змушують молодь користуватися Instagram. Найбільш поширеними мотивами є (див. табл. 2.1):

- підтримка соціальних контактів. Instagram дозволяє молодим людям підтримувати зв'язок з друзями та знайомими, ділитися своїми переживаннями та бути в курсі подій у житті інших (80% опитаних);
- самовираження та прояв творчості. Instagram слугує платформою для демонстрації індивідуальності, реалізації творчого потенціалу та прояву талантів (70% респондентів);
- пошук інформації та натхнення. Instagram використовується для знаходження новин, ознайомлення з трендами, ідеями та джерелами натхнення (65% опитаних);
- розваги та відпочинок. Instagram виступає джерелом розваг, гумору та способом відволіктися від щоденних турбот (90% респондентів);
- підвищення самооцінки та отримання соціального визнання. Отримання "лайків" та позитивних коментарів може сприяти підвищенню самооцінки та відчуттю власної значущості (50% респондентів).

Таблиця 2.1 Мотиви використання Instagram серед молоді

№ з/п	Мотив використання Instagram	Частка респондентів, %
1	Підтримка соціальних контактів (зв'язок з друзями, спілкування, обмін подіями)	80
2	Самовираження та прояв творчості	70
3	Пошук інформації та натхнення (новини, тренди, ідеї)	65
4	Розваги та відпочинок (гумор, відволікання від повсякденних справ)	90
5	Підвищення самооцінки та отримання соціального визнання (лайки, коментарі, увага)	50

Ці мотиви є комплексними та взаємопов'язаними. Наприклад, прагнення самовираження може бути пов'язане з потребою у соціальному схваленні. Важливо пам'ятати, що мотиви використання Instagram змінюються з часом та залежать від індивідуальних характеристик користувачів.

Отримані результати підкреслюють важливу роль Instagram в житті молоді як засобу соціальної взаємодії, самовираження та задоволення різноманітних потреб. Розуміння цих мотивів є ключем до розуміння впливу Instagram на формування цифрової ідентичності молодого покоління.

2.3 Вплив візуального контенту Instagram на самооцінку та соціальне порівняння молоді

Цей підрозділ присвячений дослідженню впливу візуального наповнення Instagram на самосприйняття юних юзерів та процеси соціального зіставлення, що розгортаються в цій соцмережі. Візуальна спрямованість Instagram, з акцентом на фото та відео матеріалах, робить ці питання в край нагальними, оскільки візуальні зображення мають потужний вплив на формування уявлень про себе та інших.

Опитування виявило, що перегляд контенту в Instagram має неоднозначний вплив на самопочуття молоді. Тридцять відсотків респондентів відзначили, що перегляд контенту позитивно впливає на їх настрій та самооцінку, наприклад, коли вони спостерігають надихаючі історії успіху або чарівні світлини. З іншого боку, сорок п'ять відсотків респондентів відчують негативний вплив, як-от відчуття заздрощів, неповноцінності або тривожності, особливо при перегляді контенту, який представляє ідеалізовані образи життя чи зовнішності. Двадцять п'ять відсотків респондентів не зазнають значного впливу від перегляду контенту на власне самопочуття. Ці результати підкреслюють амбівалентність впливу Instagram, що узгоджується з

попередніми дослідженнями, які виявили як позитивні, так і негативні наслідки використання соцмереж [21, с. 56(1), 69-85].

Особливо вразливими до негативного впливу є молоді люди з низькою самооцінкою або ті, хто приділяє багато часу Instagram. Ці дані підтверджують припущення про те, що інтенсивне використання Instagram здатне посилити негативні почуття та знизити самооцінку у деяких категорій користувачів [22, 7(2), с. 117-140].

Контент-аналіз Instagram виявив, що значний масив публікацій, зокрема, у популярних блогах та серед впливових осіб, презентує ідеалізовані візуалізації зовнішнього вигляду, життєвого укладу та успіхів. Наприклад, відфотошоплені зображення з акцентом на худорлявість або рельєфність м'язів, демонстрація елітних турів до екзотичних локацій, показ розкішного гардеробу, транспортних засобів та інших ознак матеріального процвітання. Ці відібрані образи часто не відповідають дійсності та можуть провокувати у молоді нереалістичні сподівання та відчуття власної недосконалості, коли вони себе порівнюють з побаченим.

Підсумки опитування теж підтверджують, що молоді люди критично ставляться до ідеалізованих візуалів в Instagram, але це не виключає їх впливу на їх сприйняття. Шістдесят чотири відсотка учасників опитування переконані, що більшість зображень в Instagram зазнають обробки або є постановочними, проте тридцять шість відсотків відчують певний тиск щодо відповідності цим стандартам. Цей феномен можливо пояснити концепцією соціального порівняння, яке описує схильність людей порівнювати себе з іншими, особливо з тими, кого вони вважають схожими на себе або більш успішними [23, 472].

Глибинні інтерв'ю показали, що соціальне порівняння - звична справа для молодих користувачів Instagram. Респонденти часто зіставляють свою зовнішність, здобутки, спосіб життя та популярність з іншими учасниками

платформи, особливо з інфлюенсерами та однолітками. Наведемо приклади: "Коли бачу світлина ідеальних тіл, починаю відчувати себе якось гірше", "Завжди порівнюю кількість своїх лайків з кількістю лайків у друзів", "Бісять постійні фото з подорожей, ніби не своє життя проживаю", "Іноді складається враження, що всі навколо успішніші за мене".

Більшість респондентів віддають собі звіт у тому, що Instagram-контент здебільшого відредагований, проте це не завжди зупиняє виникнення негативних емоцій та відчуття заздрості. Дехто з опитаних зазначили, що намагаються активно чинити опір соціальним порівнянням, обмежуючи час, проведений в Instagram, або відписуючись від профілів, що викликають у них негативні почуття. Ці стратегії подолання можуть свідчити про те, що молодь активно шукає шляхи управління впливом Instagram на власну самооцінку.

Отримані дані вказують на те, що візуальний контент Instagram справляє значний вплив на самооцінку молодих людей та їхні процеси соціального порівняння. Хоча молодь критично ставиться до ідеалізованих образів, вони все одно можуть викликати негативні емоції та знижувати самооцінку. Соціальне порівняння є розповсюдженим явищем в Instagram і може мати як позитивні, так і негативні наслідки для психологічного благополуччя молоді.

2.4 Вплив Instagram на формування ціннісних орієнтирів та поглядів молодого покоління

Підрозділ, що розглядається, зосереджено на дослідженні впливу Instagram, як соціальної платформи, на формування системи цінностей та переконань сучасного молодого покоління. Соціальні мережі, особливо Instagram, відіграють ключову роль у поширенні інформації, визначенні культурних тенденцій та розповсюдженні ідей, здатних впливати на ціннісні орієнтації та світогляд молоді (гіпотеза культивування).

Опитування показало, що, на думку молоді, в Instagram активно просуваються певні цінності. Найчастіше згадувалися такі, як (див. табл. 2.2):

- матеріальне благополуччя та споживацтво (70% опитаних);
- зовнішня привабливість та культ тіла (62% респондентів);
- успіх та досягнення (68% учасників);
- гедонізм та розваги (55% тих, хто взяв участь);
- індивідуалізм та самовираження (51% відповідей).

Таблиця 2.2 Цінності, що просуваються в Instagram на думку молоді

№ з/п	Цінність, що просувається	Частка респондентів, %
1	Матеріальне благополуччя та споживацтво	70
2	Зовнішня привабливість та культ тіла	62
3	Успіх та досягнення	68
4	Гедонізм та розваги	55
5	Індивідуалізм та самовираження	51

Разом з тим, ставлення молоді до цих цінностей є неоднозначним. 20% респондентів переконані, що ці цінності важливі та позитивно впливають на їхнє життя, спонукаючи до самовдосконалення та досягнення успіху. З іншого боку, 42% респондентів ставляться до нав'язуваних цінностей критично, вважаючи їх поверховими, нереалістичними або такими, що сприяють формуванню споживацького ставлення до життя. 38% респондентів займають нейтральну позицію, вважаючи, що Instagram відображає різноманітність цінностей, і кожен користувач самостійно вирішує, які з них приймати (Рис. 2.3).

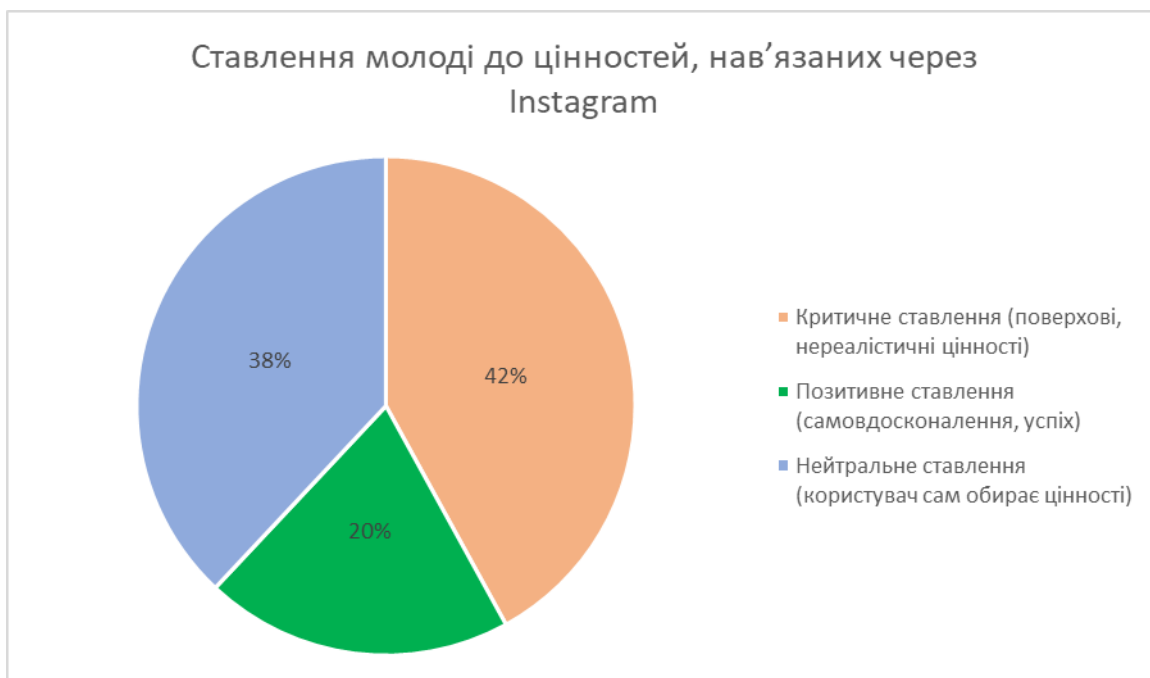


Рис. 2.3 Секторна діаграма – Ставлення молоді до цінностей, нав'язаних через Instagram

Отримані результати свідчать про те, що Instagram є складним та суперечливим простором з погляду впливу на цінності. З одного боку, він може сприяти поширенню позитивних цінностей, таких як самовираження та індивідуальність. З іншого боку, він також може пропагувати матеріалізм, консюмеризм та нереалістичні стандарти краси, що негативно впливає на психологічне благополуччя молоді.

Контент-аналіз Instagram підтвердив, що згадані раніше цінності активно поширюються через візуальні матеріали та текстові дописи. Скажімо, чимало світлин розкішного способу життя, реклама преміум-товарів, публікації про досягнення у кар'єрі або спорті з акцентом на матеріальному процвітанні. Окрім того, аналіз засвідчив, що в Instagram поширені певні ідеї та переконання, здатні впливати на погляди молоді:

- ідея перманентного самовдосконалення та здобуття успіху (80% контенту);

- ідея пріоритетності зовнішньої привабливості та молодості (70% контенту);
- ідея індивідуалізму та самодостатності (60% контенту);
- ідея гедонізму та розваг (50% контенту).

Ці ідеї часто подаються у формі привабливих візуальних образів та історій успіху, що може збільшувати їхній вплив на молодь. Проте необхідно підкреслити, що молодь не є пасивним споживачем контенту. Вони критично оцінюють інформацію, отриману в Instagram, і формують власні погляди, спираючись на різні джерела.

Результати інтерв'ю стосовно формування поглядів під впливом Instagram (див. Додаток Б).

Грунтовні інтерв'ю засвідчили, що Instagram справді впливає на погляди молоді, проте цей вплив є комплексним та опосередкованим. З одного боку, опитані відзначили, що Instagram розширює їхній світогляд, знайомить з новими концепціями та культурами, а також надає платформу для висловлення власної позиції та пошуку однодумців. З іншого боку, деякі респонденти висловили занепокоєння щодо розповсюдження в Instagram нереалістичних стандартів, маніпулятивної реклами та дезінформації, що може негативно впливати на їхні погляди.

Більшість учасників підкреслили, що вони намагаються критично оцінювати інформацію, отриману в Instagram, та співставляти її з іншими джерелами. Вони також відмітили, що їхні погляди формуються під впливом численних факторів, зокрема сім'ї, друзів, освіти та особистого досвіду. Відтак, Instagram виступає лише одним з багатьох чинників, які впливають на формування ціннісних орієнтирів та поглядів молоді.

Отримані результати демонструють, що Instagram відіграє певну роль у формуванні ціннісних орієнтирів та поглядів молоді, але цей вплив є багатограним, неоднозначним та опосередкованим. Молодь активно

використовує Instagram для самовираження, здобуття інформації та комунікації, але водночас вони критично ставляться до контенту та формують власні погляди, опираючись на різноманітні джерела. Розуміння цього складного процесу має ключове значення для розробки стратегій позитивного впливу на формування цифрової ідентичності молоді.

2.5 Ризики та можливості використання Instagram у контексті формування цифрової ідентичності молоді

Цей підрозділ присвячений аналізу як потенційних ризиків, так і можливостей, які пов'язані з використанням Instagram у процесі формування цифрової ідентичності молоді. Важливо збалансовано розглянути обидва аспекти, щоб отримати повне уявлення про вплив цієї соціальної мережі на молоде покоління.

Дослідження показали, що чимало молодих юзерів Instagram зазнають різних проявів кібербулінгу. Відповідно доданих опитування, 54% опитаних заявили про власну жертву кіберцькування в Instagram, а 75% були свідками таких інцидентів. Найчастіше зустрічаються образливі коментарі, розповсюдження пліток та оприлюднення особистої інформації без дозволу. Ці результати підтверджують висновки попередніх досліджень, які підкреслюють актуальність проблеми кібербулінгу в соціальних мережах [24, 367-375].

Глибинні інтерв'ю також довели, що кібербулінг є значущою проблемою для молоді в Instagram. Респонденти поділилися своїм негативним досвідом зіткнення з онлайн-агресією, який включав отримання образливих повідомлень, створення фейкових профілів для розповсюдження пліток, публікацію провокаційних фото чи відео. Такі випадки часто викликають емоційний стрес, зниження самооцінки та соціальну ізоляцію.

Дослідження також показало, що Instagram може стимулювати формування залежності у певних молодих осіб. Чотири з десяти опитаних підкреслили, що відчувають гостру потребу регулярно моніторити свій Instagram-профіль, навіть якщо задіяні в інших завданнях. Тридцять відсотків респондентів відчувають занепокоєння чи роздратування, коли не мають доступу до Instagram. Ці прояви здатні сигналізувати про існування інтернет-залежності, що потенційно може мати негативні наслідки для ментального самопочуття та соціальної взаємодії молоді [25, с.237-244].

Як вже згадувалось в попередніх підрозділах, Instagram нерідко показує ідеалізовані зображення зовнішності, стилю життя та здобутків. Це може викликати у молоді нереалістичні очікування стосовно власного існування та зовнішності. 50% опитаних визнали, що відчувають тиск відповідності цим ідеалізованим нормам, і це негативно відбивається на їхній самооцінці.

Аналіз контенту в Instagram підтвердив, що ідеалізовані образи – доволі поширене явище у цій соцмережі. Наприклад, нескінченні фотографії "ідеальних" тіл, екзотичних подорожей і тому подібне. Перегляд такого контенту стимулює соціальні порівняння та відчуття незадоволення власним життям [26].

Не зважаючи на потенційні загрози, Instagram також відкриває перед молоддю двері до самовираження та соціальної взаємодії. 60% опитаних застосовують Instagram як платформу для розкриття своїх талантів, показуючи свої уміння у фотографії, відео, музиці та інших мистецьких напрямках. 55% респондентів використовують Instagram для підтримки соціальних та екологічних кампаній, розповсюдження інформації про нагальні питання та залучення людей до активних дій.

Глибинні інтерв'ю висвітлили безліч прикладів позитивного впливу Instagram на молодь. Учасники опитування поділилися досвідом організації онлайн-магазинчиків, власних робіт, проведення благодійних зборів,

підписання петицій, розповсюдження інформації про права людини. Ці приклади демонструють, що Instagram здатний виступати ефективним інструментом самовираження, творчості та соціальної активності.

Отримані результати підкреслюють двозначність ролі Instagram у формуванні цифрової ідентичності молодого покоління. З одного боку, платформа може призводити до негативних явищ, таких як кібербулінг, залежність та створення нереалістичних уявлень. З іншого боку, Instagram відкриває можливості для самореалізації, творчості та соціальної активності.

2.6 Співвідношення цифрової та особистісної ідентичності молодих користувачів Instagram

Підрозділ цей має на меті дослідити взаємозв'язок цифрової та особистісної ідентичності у молодіжній аудиторії Instagram. Головне завдання – з'ясувати, наскільки цифрове "я", яке формується в межах соцмережі, відповідає справжній ідентичності, і які можливі наслідки у разі їх розбіжності.

Опитування виявило неоднозначне ставлення молоді до автентичності власної самопрезентації в Instagram. 40% опитаних заявили, що вони постають в Instagram автентично, тобто їх онлайн-образ відповідає реальному "я". 30% респондентів визнали, що певною мірою конструюють свій онлайн-імідж, виділяючи конкретні аспекти особистості та приховуючи інші. Ще 30% опитаних вважають, що їхня самопрезентація в Instagram суттєво відрізняється від їхньої особистості в реальному житті (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3 Автентичність самопрезентації в Instagram

Ступінь автентичності самопрезентації	Відсоток респондентів, %
Автентична самопрезентація	40
Конструювання іміджу	30
Відмінність від реальної особистості	30

Результати показують, що самопрезентація в Instagram для значної частини молоді не є простим відображенням особистості, а являє собою складний процес створення іміджу, який може бути різною мірою автентичним. Це узгоджується з концепцією Е. Гоффмана "управління враженням", згідно з якою люди прагнуть створити позитивне враження про себе в соціальних взаємодіях, зокрема онлайн.

Е. Гоффман, який любив підсилювати свої теоретичні постулати практичним аналізом повсякденних ситуацій, склав серію прикладів з життя шотландців. Ось приклад перевірки достовірності словесної експресії: "На Шетландському острові дружина фермера, частуючи національними стравами гостя з Англії, з посмішкою вислуховуватиме його ввічливі слова про те, як йому подобається те, що він їсть. Водночас вона звертатиме увагу на швидкість, з якою гість підносить до рота виделку чи ложку, і задоволення, яке виявлятиме він під час жування їжі, використовуючи ці ознаки для перевірки вірогідності тверджень про те, що він відчуває" [27, 10 абзац]. Індивід знає, що у повсякденній інформаційній грі глядачі вдаються до такої валідної перевірки, тому він може свідомо використовувати обидва види комунікації. Він намагатиметься контролювати свою невимушену поведінку, поєднуючи її з цілеспрямованими діями і словами [27, 11 абзац].

Глибинні інтерв'ю показали, що невідповідності між ідентичністю в мережі та поза нею здатні породжувати різні емоційні стани у молодих людей.

Частина опитаних відчувають незручність чи тривогу, коли їхній онлайн-імідж не корелює з тим, як вони почуваються насправді. Як то кажуть: "Мені здається, що я живу двома життями", "Важко бути собою в Instagram", "Страшно, що люди побачать мою справжню сутність".

Натомість, інша група респондентів переконана, що створення певного образу в інтернеті є нормальним явищем, ба навіть корисним для самовираження та спілкування. Наприклад: "В Instagram я можу бути таким, яким мріяв стати", "Це моя творча втіха", "Важливо вміти себе подати в онлайн-світі".

Такі розбіжності в поглядах демонструють, що молодь по-різному ставиться до питання автентичності в інтернеті. Для одних чесність перед собою є визначальною, інші ж розглядають конструювання образу як невід'ємну складову онлайн-спілкування.

Дослідження показало, що розбіжності між онлайн- та офлайн- ідентичністю можуть мати як позитивні, так і негативні наслідки для самооцінки та психологічного благополуччя молоді. З одного боку, конструювання позитивного онлайн-образу може сприяти підвищенню самооцінки та впевненості в собі, особливо для тих, хто має труднощі з самовираженням в реальному житті. З іншого боку, значні розбіжності між онлайн- та офлайн- ідентичністю можуть призводити до почуття провини, тривоги, соціальної ізоляції та зниження загального психологічного благополуччя.

Особливо вразливими до негативних наслідків є молоді люди з низькою самооцінкою, ті, хто сильно залежить від соціального схвалення, або ті, хто використовує Instagram для компенсації невдач у реальному житті. Ці дані підкреслюють важливість сприяння розвитку автентичної самопрезентації та критичного ставлення до конструювання онлайн-образів у молоді.

Отримані дані свідчать про те, що співвідношення між цифровою та особистісною ідентичністю є складним та динамічним процесом. Для деяких

молодих людей Instagram є платформою для самовираження та розширення своєї особистості, тоді як для інших він може стати джерелом тривоги та розгубленості. Важливо сприяти розвитку у молоді навичок критичного мислення та самосвідомості, щоб вони могли формувати свою цифрову ідентичність здоровим та збалансованим чином.

3 УЗАГАЛЬНЕННЯ ОСНОВНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

3.1 Узагальнення основних результатів дослідження

Проведене дослідження розкрило багатошаровий та комплексний вплив Instagram на становлення цифрової ідентичності молодих людей. Нижче представлено стислий виклад основних результатів, здобутих у ході дослідження:

- Instagram став невід'ємною складовою щоденного життя молоді, зі значною часткою респондентів, які використовують його щодня протягом тривалого періоду. Найбільш поширеним контентом є фотографії та відео від друзів, контент від інфлюенсерів, розважальний контент, новини та освітні матеріали;
- основними стимулами для користування Instagram є підтримка соціальних контактів, самовираження, пошук інформації, розваги та покращення самооцінки. Мотивації до використання можуть змінюватися з часом та залежати від особистих характеристик користувачів;
- перегляд контенту в Instagram справляє неоднозначний вплив на самопочуття молоді. З одного боку, він може позитивно впливати на настрій та самооцінку, з іншого - викликати почуття заздрощів, неповноцінності та тривожності. Особливо вразливими до негативного впливу є молоді люди з низькою самооцінкою;
- Instagram трансліує ідеалізовані образи зовнішності, способу життя та досягнень, що може сприяти формуванню у молоді нереалістичних очікувань та відчуття власної неповноцінності при порівнянні себе з

іншими. Соціальне порівняння є розповсюдженим явищем серед молодих користувачів Instagram;

- в Instagram активно популяризуються певні цінності, такі як матеріальний добробут, зовнішня привабливість, успіх, гедонізм та індивідуалізм. Молодь неоднозначно ставиться до цих цінностей, розрізняючи як позитивні, так і негативні аспекти;
- використання Instagram пов'язане з певними ризиками, зокрема кібербулінгом та інтернет-залежністю. В той самий час, Instagram надає молоді можливості для самореалізації, творчості та соціальної активності;
- взаємозв'язок між цифровою та особистісною ідентичністю являє собою складний та динамічний процес. Для частини молоді Instagram є платформою для самовираження, тоді як для інших він може стати джерелом тривожності та замішання. Важливо розвивати автентичну самопрезентацію та критичний підхід до створення онлайн-образів.

3.2 Практичні рекомендації для користувачів Instagram

На основі отриманих результатів дослідження розроблено практичні рекомендації:

1. Для молодих користувачів Instagram:
 - підвищувати критичне ставлення до контенту, особливо до ідеалізованих образів та пропагованих цінностей;
 - усвідомлено підходити до формування своєї цифрової ідентичності, прагнучи до автентичності та самовираження, що відповідає їхній особистості;
 - обмежувати час перебування в Instagram, щоб уникнути розвитку інтернет-залежності та негативного впливу на самооцінку;

- використовувати Instagram для позитивних цілей, таких як самореалізація, творчість та соціальна активність;
- у випадку зіткнення з кібербулінгом звертатися за допомогою до батьків, друзів або спеціалізованих служб підтримки.

2. Для батьків та педагогів:

- підвищувати обізнаність молоді щодо позитивних та негативних аспектів використання Instagram;
- сприяти розвитку у молоді навичок критичного мислення, медіаграмотності та самосвідомості;
- заохочувати молодь до активної участі в реальному житті, розвитку різноманітних інтересів та захоплень;
- забезпечувати підтримку та допомогу молоді у випадку виникнення проблем, пов'язаних з використанням Instagram.

3. Для розробників соціальної мережі Instagram:

- впроваджувати механізми для боротьби з кібербулінгом та поширенням шкідливого контенту;
- сприяти просуванню позитивного контенту, що відображає реалістичні образи та цінності;
- розробляти інструменти для моніторингу та управління часом перебування користувачів у соціальній мережі;
- підвищувати прозорість алгоритмів формування контенту та реклами.

Запропоновані поради стануть у нагоді як юним користувачам Instagram, так і їхнім батькам та вчителям. Розробники самої соцмережі, які вивчають вплив онлайн-платформ на формування цифрової ідентичності підлітків, теж зможуть почерпнути з них цінну інформацію.

ВИСНОВКИ

У ході проведеного дослідження було досягнуто мети та виконано поставлені завдання, що дозволило виявити й проаналізувати специфіку впливу соціальної мережі Instagram на формування цифрової ідентичності молоді.

Підсумовуючи основні результати дослідження, можна зробити наступні висновки:

1. Теоретичні засади цифрової ідентичності розкрито, що цифрова ідентичність є складним та динамічним конструктом, що формується в процесі взаємодії особистості з цифровим середовищем. Соціальні мережі, зокрема Instagram, відіграють значну роль у цьому процесі, надаючи платформу для самопрезентації, соціальної взаємодії та конструювання онлайн-образу.
2. По особливостям використання Instagram молоддю встановлено, що Instagram є надзвичайно популярною платформою серед молоді, яка використовується не лише для розваг та спілкування, але й для самовираження, пошуку інформації та формування соціальних зв'язків. Візуальна орієнтованість Instagram визначає специфіку контенту, яким ділиться молодь, та особливості їхньої взаємодії на платформі.
3. Вплив на самооцінку та соціальне порівняння. Досліджено, що візуальний контент Instagram може мати значний вплив на самооцінку молоді, сприяючи соціальним порівнянням. Постійний перегляд ідеалізованих образів може призводити до негативних наслідків, таких як невдоволення своїм тілом, відчуття неповноцінності та зниження самооцінки.
4. Вплив на ціннісні орієнтири та погляди. Проаналізовано, що Instagram є важливим фактором у формуванні ціннісних орієнтирів та поглядів

молоді. Контент, яким діляться користувачі, відображає певні цінності, такі як матеріальний добробут, зовнішня привабливість та успіх, які можуть впливати на систему переконань молодих людей.

5. Потенційні ризики та перспективи. Виявлено, що використання Instagram у контексті формування цифрової ідентичності молоді пов'язане з певними ризиками, такими як кібербулінг, залежність та формування нереалістичних сподівань. Водночас, Instagram також відкриває перспективи для самореалізації, творчого самовираження та соціальної активності.
6. Взаємозв'язок між цифровою та особистою ідентичністю встановлено, що цифрова та особиста ідентичності є взаємопов'язаними, але не тотожними. Молоді люди можуть конструювати в Instagram певний онлайн-образ, який не завжди повністю відповідає їхній реальній особистості. Однак, з часом цифрова ідентичність може все більше впливати на особистісну, формуючи нові звички, цінності та погляди.

Отримані результати підтверджують гіпотезу про те, що Instagram є потужним фактором впливу на формування цифрової ідентичності молоді. Ця соціальна мережа не лише надає можливості для самовираження та спілкування, але й активно формує уявлення молодих людей про себе та навколишній світ.

Проведене дослідження має практичне значення для розробки рекомендацій для батьків, педагогів та психологів щодо сприяння позитивному формуванню цифрової ідентичності молоді. Підвищення медіаграмотності, критичного мислення та свідомого ставлення до використання соціальних мереж може допомогти молодим людям зменшити негативні наслідки та максимізувати позитивні аспекти використання Instagram.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку можуть бути пов'язані з вивченням впливу інших соціальних мереж на формування

цифрової ідентичності молоді, а також з розробкою програм профілактики інтернет-залежності та кібербулінгу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Zhao, S., Grasmuck, S., & Smoreda, Z. (2008). Integrating the online and offline social lives: Internet use and social engagement. *Media and society*, 30(8), 8-23.
2. Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of consumer research*, 40(3), 477-504.
3. ЕКОenergy, в кінці сайту. URL: <https://www.ekoenergy.org/uk/extras/climate-change/#:~:text=> (дата звернення: 05.05.2025)
4. Púchovská, O. Instagram as a source of new reality: Analysis of digital instamarketing content used by McDonald's //Index Copernicus. - 2016. - Т. 13. - С. 47-54.
5. Стаття, пункт 9 - Gen Z audiences love Instagram, but they're not the only one. URL: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/> (дата звернення: 14.05.2025)
6. Бойд, Д., & Еллісон, Н. Б. (2007). Соціальні мережі: визначення, історія та науковість. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
7. Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
8. Manovich, L. (2011). Trending: The promise and the problems of digital humanities. *Debates in the Digital Humanities*, 1, 460-475.
9. Seidman, I. (2013). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*. Teachers College Press. URL: [https://es.wikipedia.org/wiki/Entrevista_\(investigaci%C3%B3n\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Entrevista_(investigaci%C3%B3n)) (дата звернення: 07.04.2025)
10. Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*. Sage.

11. Стаття, пункт 22 - Instagram influencers' audience tends to be younger, majority falling between 18-34 years old. URL: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/> (дата звернення: 14.05.2025)
12. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative research in psychology, 3(2), 77-101. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706qp063oa> (дата звернення: 12.03.2025)
13. Захарова, Й. А., Соціологічні дослідження в соціальній роботі. Видавничий дім "Києво-Могилянська академія". – 2015 – с. 45
14. Webster, R. Analyzing communication: Strategic organizational communication. Routledge. – 2016 – с. 123
15. Sharp, K. Qualitative research methods in social work. Routledge. – 2018 – с.78
16. Rubin, H. J., & Rubin, I. S. Qualitative interviewing: The art of hearing data. Sage publications. – 2012 - с. 102
17. Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media. Communication Research and Practice, 2(1), 47-61.
18. Statista. (2023). Instagram: Daily time spent worldwide 2023. Statista.
19. Statista. (2022). URL: <https://www.statista.com/statistics/1284900/top-social-media-apps-worldwide-by-downloads/> (дата звернення: 17.04.2025)
20. Statista. (2023). Preferred types of content on Instagram according to users worldwide as of April 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/1310997/instagram-most-liked-type-of-content-worldwide/> (дата звернення: 17.04.2025)
21. Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (2006). Online communication and adolescent self-esteem. Journal of communication, 56(1), 69-85.

22. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. Human relations, 7(2), 117-140. URL: <https://www2.psych.ubc.ca/~schaller/528Readings/Festinger1954.pdf> (дата звернення: 17.04.2025)
23. Mussweiler, T. (2003). Comparison processes in social judgment: Mechanisms and consequences. Psychological review, 110(3), 472. URL: https://www.researchgate.net/figure/fig1_10641208 (дата звернення: 13.05.2025)
24. Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. International journal of adolescent medicine and health, 20(4), 367-375.
25. Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. Cyberpsychology & behavior, 1(3), 237-244. URL: <https://psycnet.apa.org/record/2000-16534-005> (дата звернення: 13.05.2025)
26. Aboujaoude, E. (2011). Virtual selves: The psychology of creating a life online. WW Norton & Company.
27. Гоффман, 10-11 абзац. URL: <http://politics.ellib.org.ua/pages-12018.html> (дата звернення: 16.05.2025)
28. Сайт Економічна правда. Стаття - Facebook та інші: що вони про вас знають та як це виправити. URL: <https://epravda.com.ua/publications/2018/04/6/635755/> (дата звернення: 18.05.2025)
29. Усанова Л. А., Супрун Г. Г. «Цифрова ідентичність як відображення інформаційного суспільства». 2021.
30. Тейлор Ч. Етика автентичності. 2-ге вид. Київ: Дух і літера, 2002. 128 с.
31. Стаття, 2024. URL: <https://nondetected.com/tsytaty-pro-reputatsiiu/> (дата звернення: 18.05.2025)
32. Мережеве суспільство: кіберпсихологічний путівник / М. М. Махній. – Київ: Academia.edu, 2018. – 176 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Гайд для глибинної бесіди

Мета бесіди - отримати глибоке розуміння особистого досвіду молодих людей у формуванні своєї цифрової ідентичності в Instagram, їхніх відчуттів, пов'язаних із соціальними порівняннями, сприйняття впливу контенту на самооцінку та розуміння взаємозв'язку між онлайн- та офлайн-ідентичністю.

Інструкція для інтерв'юера:

1. створіть атмосферу довіри та відкритості, щоб респондент почувався комфортно та вільно висловлював свої думки та почуття;
2. уважно слухайте відповіді респондента, ставте уточнюючі запитання для отримання більш детальної інформації;
3. дотримуйтесь напівструктурованого плану, але будьте гнучкими та дозволяйте розмові розвиватися природним чином;
4. заохочуйте респондента наводити конкретні приклади зі свого досвіду;
5. дякуйте респонденту за його час та відвертість.

План інтерв'ю:

1) Вступ (5-10 хвилин)

- вітання, представлення інтерв'юера та предмету дослідження;
- роз'яснення мети та форми розмови, гарантія анонімності та нерозголошення інформації.

2) Запитання для розігріву:

- Як давно ви користуєтеся Instagram?
- З якою частотою ви заходите в Instagram протягом дня/тижня?
- Які основні цілі вашого використання Instagram? (наприклад, спілкування, перегляд контенту, самовираження)

3) Формування цифрового іміджу (15-20 хвилин)

- Як би ви описали свій профіль в Instagram? Яким ви намагаєтеся себе показати іншим користувачам?
- Чи є відмінності між тим, яким ви є в Instagram, та тим, яким ви є в реальному житті? Якщо так, то які? Чим це зумовлено?
- Як ви обираєте, який контент публікувати? Що для вас важливо при публікації фотографій чи відео?
- Чи відчуваєте ви тиск щодо створення певного іміджу в Instagram? Звідки, на вашу думку, походить цей тиск?

4) Відчуття, що виникають у зв'язку з соціальними зіставленнями (15-20 хвилин)

- Ви себе порівнюєте з іншими юзерами Instagram? З ким переважно це робите? (скажімо, з приятелями, блогерами, селебриті)
- Які емоції у вас народжуються, коли ви переглядаєте профілі інших людей? (наприклад, захоплення, заздрість, зневіра, натхнення)
- Чи впливає перегляд контенту інших осіб на вашу самооцінку? Яким чином? Наведіть приклади з власного досвіду.
- Чи доводилося вам відчувати дискомфорт після перегляду Instagram? Що конкретно стало причиною таких емоцій?

5) Вплив контенту на самосприйняття (15-20 хвилин)

- Як ви вважаєте, який контент в Instagram найсильніше впливає на ваше уявлення про власну особистість? (наприклад, зображення зовнішності, історії про досягнення, демонстрація щоденного життя)
- Чи змінювалося ваше ставлення до себе під впливом побаченого в Instagram? Якщо відповідь позитивна, то яким чином це виражалось?
- Чи відчуваєте ви потребу відповідати певним стандартам краси або успіху, які популяризуються в Instagram?
- На вашу думку, наскільки реалістичним є контент, який ви спостерігаєте в Instagram? Чи враховуєте ви це, переглядаючи стрічку?

6) Усвідомлення взаємозв'язку онлайн та офлайн (10-15 хвилин)

- На вашу думку, наскільки істотно пов'язані ваша присутність в мережі та реальне "Я"?
- Чи помічали ви, що ваші дії в Instagram віддзеркалюються у повсякденному житті, або ж навпаки? Розкажіть детальніше.
- Чи відчували ви коли-небудь розбіжність між тим, як вас бачать в Instagram, і тим, як ви себе сприймаєте? Що ви робили в таких випадках?
- Як ви гадаєте, чи здатна цифрова ідентичність повністю замінити особистість? Поясніть свою позицію.

7) Завершення (5 хвилин)

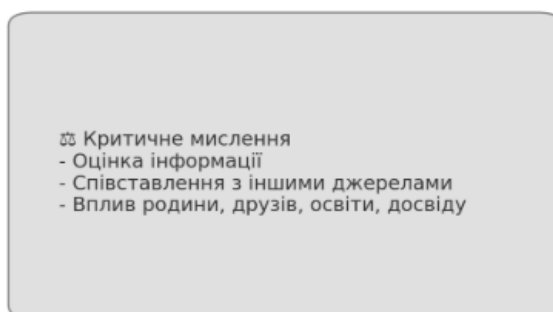
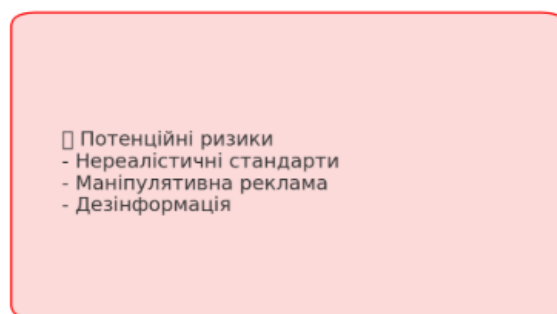
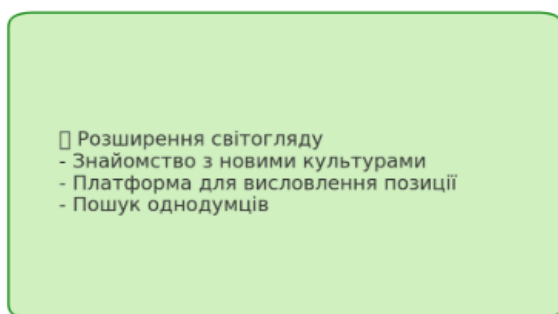
- Щиро дякую за вашу відвертість та участь у дослідженні.
- Можливо, ви бажаєте щось додати до нашої бесіди?
- Чи маєте ви якісь запитання до мене?

Додаток Б

Візуальна схема - Комплексний вплив Instagram на формування поглядів молоді

Основні аспекти впливу Instagram	
Позитивний вплив	Розширення світогляду: - Знайомство з новими культурами - Платформа для висловлення позиції - Пошук однодумців
Негативний вплив	Потенційні ризики: - Нереалістичні стандарти - Маніпулятивна реклама - Дезінформація
Критичне сприйняття	Критичне мислення: - Оцінка інформації - Співставлення з іншими джерелами - Вплив родини, друзів, освіти, досвіду

Комплексний вплив Instagram на формування поглядів молоді



АНОТАЦІЯ

У дипломній роботі на тему “Вплив соціальної мережі Інстаграм на формування цифрової ідентичності молоді” досліджено вплив соціальної мережі Instagram на формування цифрової ідентичності молоді. Актуальність теми зумовлена зростанням ролі соціальних мереж у житті сучасного покоління, для якого онлайн-простір стає важливим середовищем соціалізації, самопрезентації та конструювання ідентичності. Instagram, як платформа, що орієнтована на візуальний контент, активно формує у молоді уявлення про соціально прийнятну поведінку, зовнішність, стиль життя, успіх та інші аспекти самовизначення.

Об'єктом дослідження виступає процес становлення цифрової ідентичності молоді, а предметом - особливості впливу соціальної мережі Instagram на ключові складові цифрової ідентичності молоді: самооцінку, порівняння себе з іншими, систему цінностей, погляди на світ, а також взаємозв'язок з особистісною ідентичністю.

Метою дослідження є виявлення та аналіз специфіки впливу Instagram на процес формування цифрової ідентичності молодіжної аудиторії. У роботі розкрито теоретичні засади поняття цифрової ідентичності, визначено роль соціальних мереж у її становленні, охарактеризовано особливості використання Instagram молодими користувачами, проаналізовано механізми впливу візуального контенту на самооцінку, соціальне порівняння та формування ціннісних орієнтацій. Також було вивчено, яким чином Instagram може як посилювати самореалізацію та соціальну активність, так і сприяти формуванню залежності, нереалістичних очікувань чи зниженню психологічного добробуту.

Методологічна база дослідження включає як теоретичні (аналіз наукової літератури), так і емпіричні методи (анкетування, контент-аналіз, глибинні

інтерв'ю), що дозволяють всебічно охопити досліджувану проблему. Застосування статистичних методів обробки даних дало змогу підтвердити отримані результати емпірично.

У результаті емпіричного дослідження (анкетування, контент-аналіз, глибинні інтерв'ю) було встановлено, що Instagram істотно впливає на уявлення молоді про самих себе та інших. Зокрема:

- 80% опитаних використовують платформу для підтримки соціальних зв'язків;
- 70% - для самовираження та демонстрації творчості;
- 90% споживають розважальний контент, що впливає на їхнє сприйняття реальності;
- 42% критично ставляться до нав'язуваних у соцмережі цінностей, вважаючи їх поверховими чи штучними;
- більшість респондентів визнають, що Instagram є лише одним з чинників формування ідентичності, однак його вплив є відчутним.

Таким чином, було підтверджено існування взаємозв'язку між цифровою та особистісною ідентичністю, а також окреслено можливі напрями оптимізації впливу Instagram шляхом розвитку критичного мислення та медіаграмотності серед молоді.

Отримані результати можуть бути використані для розробки інформаційно-просвітницьких програм щодо критичного споживання цифрового контенту та формування здорової цифрової ідентичності у молодіжному середовищі.

Ключові слова: цифрова ідентичність, Instagram, соціальні мережі, молодь, самооцінка, візуальний контент, ціннісні орієнтації, самопрезентація, соціальне порівняння.

ABSTRACT

The thesis entitled “The Influence of the Instagram Social Network on the Formation of Digital Identity among Youth” explores the impact of Instagram on the formation of young people's digital identity. The relevance of this topic stems from the growing role of social networks in the lives of the modern generation, for whom the online space has become a crucial environment for socialization, self-presentation, and identity construction. As a platform based on visual content, Instagram significantly shapes youth perceptions of socially acceptable behavior, appearance, lifestyle, success, and other aspects of self-determination.

The object of the study is the process of digital identity formation among youth, while the subject is the peculiarities of Instagram's influence on key components of digital identity such as self-esteem, social comparison, value systems, worldview, and its relationship with personal identity.

The aim of the study is to identify and analyze the specific influence of Instagram on the formation of digital identity among young users. The thesis reveals the theoretical foundations of the concept of digital identity, outlines the role of social networks in its development, describes how young people use Instagram, and analyzes the mechanisms through which visual content affects self-esteem, social comparison, and value orientation. It also examines how Instagram can both promote self-realization and social engagement, as well as contribute to the development of dependency, unrealistic expectations, or a decline in psychological well-being.

The methodological framework of the study includes both theoretical (analysis of scientific literature) and empirical methods (surveys, content analysis, in-depth interviews), which allow for a comprehensive approach to the research problem. The application of statistical data processing methods made it possible to empirically validate the obtained results.

As a result of the empirical research (surveys, content analysis, in-depth interviews), it was found that Instagram significantly influences young people's perceptions of themselves and others. In particular:

- 80% of respondents use the platform to maintain social connections;
- 70% - for self-expression and showcasing creativity;
- 90% consume entertainment content, which affects their perception of reality;
- 42% are critical of the values promoted on the platform, considering them superficial or artificial;
- The majority of respondents recognize Instagram as one of many factors influencing identity, yet its impact is noticeable.

Thus, the study confirmed the existence of a link between digital and personal identity and outlined possible directions for optimizing Instagram's influence through the development of critical thinking and media literacy among youth.

The results can be used to develop informational and educational programs focused on critical digital content consumption and the formation of a healthy digital identity in youth environments.

Keywords: digital identity, Instagram, social networks, youth, self-esteem, visual content, value orientations, self-presentation, social comparison.