

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту (ФЕМ)

(повна назва факультету)

Кафедра психології

(повна назва кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня


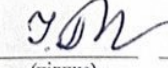
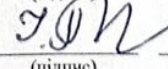
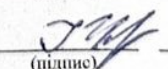

бакалавра

(назва освітнього ступеня)

на тему: "Психологічний аналіз впливу соціальних мереж на самоідентичність
сучасної молоді"

Виконав(ла): студент(ка) 4 курсу, групи БП-41
спеціальності 053 Психологія

(шифр і назва спеціальності)

	 (підпис)	Бойко Ю. Р. (прізвище та ініціали)
Керівник	 (підпис)	Періг І. М. (прізвище та ініціали)
Нормоконтроль	 (підпис)	Періг І. М. (прізвище та ініціали)
Завідувач кафедри	 (підпис)	Чорна І. М. (прізвище та ініціали)
Рецензент	 (підпис)	Луциків І. В. (прізвище та ініціали)

Тернопіль 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В УМОВАХ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА	8
1.1. Теоретичні підходи до вивчення самоідентичності особистості у вітчизняній та зарубіжній психології.....	8
1.2. Класифікація та роль соціальних мереж як середовища формування самоідентичності.....	12
1.3. Психологічні механізми впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді.....	16
Висновки до розділу I.....	19
РОЗДІЛ II. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ ВИКОРИСТАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ФОРМУВАННЯМ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ	20
2.1. Організація та методи емпіричного дослідження.....	20
2.2. Характеристика вибірки та опис психодіагностичних методик.....	21
2.3. Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження.....	23
Висновки до розділу II.....	28
РОЗДІЛ III. ПСИХОЛОГІЧНИЙ СУПРОВІД МОЛОДІ В УМОВАХ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА: ПРАКТИЧНА ПРОГРАМА	32
3.1. Розробка та обґрунтування програми психологічного супроводу молоді щодо формування здорової самоідентичності в соціальних мережах.....	32
3.2. Зміст та апробація корекційно-розвивальних занять програми психологічного супроводу.....	34
3.3. Практичні рекомендації психологам, педагогам та батькам щодо підтримки самоідентичності молоді.....	41
РОЗДІЛ IV. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ	46

	4
4.1. Організація робочого місця психолога.....	46
4.2. Профілактика емоційного вигорання фахівця.....	52
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ.....	64

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі стали невід'ємною частиною повсякденного життя молоді. Платформи Instagram, TikTok, Facebook, YouTube та інші формують не лише комунікативний простір, але й суттєво впливають на процес становлення особистості в підлітковому та юнацькому віці. Згідно зі статистичними даними, понад 90% молодих людей віком від 14 до 29 років є активними користувачами соціальних мереж, проводячи у них у середньому від 3 до 6 годин на добу [1].

Соціальні мережі пропонують молодій людині нові можливості для самопрезентації, конструювання бажаного образу «Я», однак водночас породжують такі явища, як соціальне порівняння, FOMO (fear of missing out), залежну поведінку, знецінення власної ідентичності через невідповідність медіастандартам [3]. Саме тому комплексне психологічне дослідження цього феномену є актуальним як у теоретичному, так і в практичному вимірі.

Проблема впливу цифрового середовища на особистісний розвиток молоді набуває особливої гостроти в контексті глобальних соціокультурних трансформацій. Сучасна молода людина формує своє «Я» не лише в реальному, а й у віртуальному просторі, де правила самопрезентації, норми краси та успіху диктуються алгоритмами платформ і культурою «ідеального контенту». Дослідження засвідчують, що тривале занурення в соціальні мережі корелює зі зниженням самооцінки, підвищенням соціальної тривоги та розмиванням кордонів між реальним і цифровим «Я» [2].

Особливого значення ця проблематика набуває для українського суспільства, яке переживає водночас два масштабні процеси: цифровізацію усіх сфер життя та соціально-психологічні наслідки воєнного конфлікту. Для молоді соціальні мережі стають не лише засобом розваги, а й простором психологічного захисту, пошуку ідентичності та компенсації реальних труднощів. За таких умов розуміння механізмів впливу цифрового середовища на самоідентичність є необхідним не лише з академічного, а й із прикладного

погляду - для розробки ефективних інструментів психологічного супроводу молоді.

Метою дослідження є здійснення комплексного психологічного аналізу впливу соціальних мереж на процес формування самоідентичності сучасної молоді та визначення психологічних механізмів, що опосередковують цей вплив.

Для досягнення мети були поставлені такі **завдання**:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до вивчення самоідентичності особистості у психології.
2. Розглянути психологічні особливості користування соціальними мережами сучасною молоддю.
3. Визначити основні механізми впливу соціальних мереж на структурні компоненти особистісної ідентичності.
4. Емпірично дослідити взаємозв'язок між інтенсивністю використання соціальних мереж та показниками самоідентичності у молодих людей.
5. Розробити практичні рекомендації щодо психологічного супроводу молоді в умовах цифровізації.

Об'єктом дослідження є самоідентичність сучасної молоді як психологічний феномен, що формується в умовах цифрового середовища.

Предметом дослідження є психологічні механізми та закономірності впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молодих людей віком від 15 до 25 років.

У роботі використовувався комплекс **методів**: теоретичні - аналіз, синтез, узагальнення, систематизація наукових джерел; емпіричні - психодіагностичне тестування (шкала самооцінки Розенберга, опитувальник соціальної тривоги при використанні мереж – SASAS та авторську методичку “Вплив соціальних мереж на мою особистість”) [4].

Дослідження проводилося на базі закладів загальної середньої та вищої освіти, зокрема Великобірківського ліцею імені Степана Балея та Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя. У

дослідженні взяли участь 48 осіб: 18 учнів закладу загальної середньої освіти (15–17 років) та 30 студентів університету (18–25 років). Вибірку склали респонденти, які є активними користувачами принаймні однієї соціальної мережі.

Теоретико-методологічну основу роботи становлять: концепція психосоціального розвитку та теорія ідентичності Е. Еріксона [25]; теорія соціального порівняння Л. Фестінгера [27]; концепція самопрезентації І. Гофмана [28]; сучасні психологічні дослідження у галузі цифрової психології.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що здійснено комплексний психологічний аналіз взаємозв'язку між специфікою використання конкретних соціальних мереж (TikTok, Instagram, YouTube) та структурними компонентами самоідентичності (когнітивним, афективним, поведінковим) з урахуванням гендерних та вікових відмінностей у вибірці сучасної молоді. Розширено та уточнено зміст поняття «цифрова ідентичність» у контексті сучасних соціально-психологічних трансформацій.

Теоретична значущість роботи визначається поглибленням наукових уявлень про механізми формування самоідентичності в умовах цифрової соціалізації; систематизацією зарубіжних і вітчизняних підходів до вивчення психологічного впливу соціальних мереж на особистість; розширенням наукових знань сучасної психології особистості та соціальної психології в контексті цифровізації суспільства.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їх використання у роботі практичних психологів закладів освіти, соціальних педагогів, спеціалістів у галузі медіапсихології; при розробці профілактичних програм цифрової грамотності та психогієни для молоді; у підготовці навчальних курсів із загальної та вікової психології, психології особистості, соціальної психології у закладах вищої освіти.

Апробація результатів дослідження

Результати дослідження висвітлені у тезах доповіді на IX Міжнародній студентській науково-технічній конференції ТНТУ імені Івана Пулюя

«Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання» на тему: «Вплив культури “ідеального контенту” на рівень самоприйняття сучасної молоді». Тези опубліковано у збірнику матеріалів конференції на сторінці 319.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу та чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг роботи складає 68 сторінок. Робота містить 2 таблиці та 1 діаграму. Список використаних джерел складається з 51 найменування.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В УМОВАХ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА

1.1. Теоретичні підходи до вивчення самоідентичності особистості у вітчизняній та зарубіжній психології

Поняття самоідентичності є одним із центральних у психології особистості, проте його зміст і структура трактуються по-різному залежно від теоретичної парадигми. Аналіз сучасної наукової літератури дозволяє виокремити кілька підходів до вивчення цього феномену - психоаналітичний, гуманістичний, соціально-когнітивний - кожен з яких акцентує увагу на різних аспектах становлення «Я» особистості.

Самоідентичність - це цілісна, динамічна психологічна структура, яка відображає усвідомлене та емоційно насичене уявлення людини про себе як унікальну особистість. Самоідентичність є відповіддю на питання “Хто я?” - відповіддю, що формується у взаємодії із соціальним середовищем, культурою та власним досвідом.

Змістовно самоідентичність включає: когнітивний компонент - систему уявлень, знань та переконань людини про себе: свої здібності, цінності, ролі, особистісні риси; афективний компонент - емоційне ставлення до себе, рівень самооцінки та самоприйняття, ступінь задоволеності власною особистістю; поведінковий компонент - способи самопрезентації та самоефективності, тобто те, як особистість реалізує себе у взаємодії з оточуючим світом.

До основних характеристик самоідентичності належать: безперервність - відчуття себе як тієї самої особи впродовж часу та в різних ситуаціях; цілісність - узгодженість різних аспектів “Я”; соціальна детермінованість - формування в контексті міжособистісних стосунків, культури та суспільних норм; динамічність - здатність розвиватися та трансформуватися протягом усього

життя, особливо в кризові або перехідні періоди; суб'єктивність - внутрішньо пережите, усвідомлене уявлення про себе, що не завжди збігається із зовнішнім сприйняттям особистості іншими людьми.

Сутність самоідентичності полягає у тому, що вона є не просто сумою знань про себе, а психологічним “ядром” особистості - тим стійким центром, який забезпечує відчуття власної автентичності та цілеспрямованості. Здорова самоідентичність характеризується балансом між стабільністю та гнучкістю: людина має стійке відчуття того, хто вона є, проте залишається відкритою до зростання та змін. Саме тому юнацький вік - час інтенсивного становлення самоідентичності є критичним етапом психологічного розвитку, коли зовнішні впливи, у тому числі соціальні мережі, здатні суттєво визначити напрямок і якість цього процесу.

Фундаментальний внесок у розуміння ідентичності зробив Е. Еріксон, який розглядав її як результат послідовного вирішення психосоціальних криз упродовж усього життя людини. У його концепції ідентичність постає як суб'єктивне відчуття безперервності та цілісності власного «Я», що забезпечує стабільну основу для взаємодії з навколишнім світом [25]. Особливе значення Еріксон надавав підлітковому та юнацькому вікові - саме в цей період розгортається нормативна криза ідентичності або дифузія ролей, яку молода людина повинна вирішити, щоб сформувати стабільне уявлення про себе. Теорія Еріксона залишається актуальною і в сучасному цифровому контексті: соціальні мережі стають специфічним простором для розгортання цих ідентифікаційних пошуків.

Дж. Марсія, розвиваючи ідеї Еріксона, запропонував конкретизовану модель статусів ідентичності, що описує чотири основні варіанти її стану: дифузю, зависання, заздалегідь сформовану ідентичність та досягнуту ідентичність [30]. Поняття «мораторій», уведене Марсія, набуває особливого значення в контексті цифрового середовища, де молодь отримує безпрецедентно широкі можливості для апробації різних ролевих моделей та ідентифікацій без їх остаточного закріплення.

У межах гуманістичної парадигми самоідентичність нерозривно пов'язана з поняттями самоактуалізації та самоприйняття. А. Маслоу розглядав ідентичність як умову, що уможливорює рух особистості до вищих рівнів психологічного розвитку [31]. К. Роджерс акцентував увагу на несуперечливості Я-концепції як показнику психологічного здоров'я: ідентичність є здоровою тоді, коли образ реального «Я» максимально збігається з образом ідеального «Я» [37]. Дослідження соціальних мереж засвідчують, що цифровий простір нерідко провокує розрив між реальним та ідеальним «Я», що стає джерелом психологічного дискомфорту і порушень ідентичності.

Принципово важливим для розуміння механізмів цифрової ідентичності є соціально-когнітивний підхід А. Бандури, зокрема його концепція самоефективності та соціального навчання через спостереження [17]. Відповідно до цього підходу, уявлення особистості про власну ефективність значною мірою формується під впливом соціального порівняння - порівняння себе з оточуючими. У цифровому середовищі соціальне порівняння набуває якісно нових характеристик: воно відбувається в умовах постійної доступності відфільтрованих, ідеалізованих зображень інших людей, що суттєво деформує систему еталонів для порівняння.

Теорія соціальної ідентичності Г. Теджфела та Дж. Тернера розкриває груповий вимір самоідентичності [40]. Згідно з цією концепцією, самооцінка індивіда частково ґрунтується на членстві в соціальних групах та оцінці цих груп відносно аутгруп. Соціальні мережі є платформою, де ця динаміка «своїх» і «чужих» набуває особливої інтенсивності: підписки, лайки, коментарі та хештеги конструюють складну систему групових ідентифікацій.

Постмодерністські та наративні підходи (Дж. Брунер, П. Рікер, Д. Макадамс) розглядають ідентичність як наратив – розповідь, яку людина конструює про себе, інтегруючи минулий досвід, теперішню ситуацію та очікування від майбутнього [32]. У цифровому середовищі профілі у соціальних мережах функціонують як своєрідні «цифрові автобіографії», що конструюються публічно і є відкритими для коментування. Це суттєво

ускладнює процес ідентифікації, оскільки авторство власної розповіді про себе виявляється розділеним із широкою аудиторією.

Серед вітчизняних науковців вагомий внесок у дослідження ідентичності зробили Т. Титаренко, яка розробила концепцію особистісного простору та аналізувала процеси самопроекування особистості в умовах соціальних трансформацій [13]. Роботи В. Татенка присвячені суб'єктному виміру ідентичності, тобто здатності особистості усвідомлювати себе як джерело власної активності [12]. У польській психологічній науці значний вплив на розвиток уявлень про ідентичність мали праці П. Олася, який досліджував кризи ідентичності та стратегії їх подолання впродовж різних вікових етапів [33].

Особливо найбільш значущим для цілей цього дослідження є теоретичні концепції, які безпосередньо пов'язують ідентичність із сучасним цифровим контекстом. Ш. Теркл у своїй роботі «Life on the Screen» ще у 1995 році зробила піонерські спостереження щодо того, як персонажі у рольових інтернет-іграх стають засобом дослідження та конструювання ідентичності [44]. Пізніше, у книзі «Alone Together» (2011), дослідниця висловила тривогу щодо того, що цифрове спілкування, попри зовнішню гіперзв'язаність, призводить до поверховості стосунків та послаблення автентичної ідентичності [43].

Н. Баєм запропонувала концепцію «особистих зв'язків у цифрову епоху», звертаючи увагу на те, що нові медіа не просто «доповнюють» реальне спілкування, а якісно змінюють способи підтримки ідентичності та соціальних зв'язків [19]. Д. Бойд у дослідженнях підліткової поведінки в соціальних мережах показала, що молодь не є пасивним об'єктом медіавпливу, а активно конструє власний образ і стратегічно управляє враженням, яке справляє на аудиторію [22].

Концепція «рідкої ідентичності» З. Баумана є продуктивною метафорою для опису сучасного стану самоідентичності в цифровому суспільстві [18]. За Бауманом, у сучасній соціокультурній епосі ідентичність втрачає стабільність і визначеність, перетворюючись на постійний творчий проєкт. Соціальні мережі,

з їх культурою самопрезентації є найбільш наочним втіленням цієї «рідкої» ідентичності.

Отже, аналіз теоретичних підходів засвідчує, що самоідентичність є багатовимірним психологічним конструктом, що охоплює когнітивний (уявлення про себе), афективний (ставлення до себе) та поведінковий (самопрезентація, самоефективність) компоненти. Становлення ідентичності в юнацькому віці відбувається через активне соціальне порівняння, пошук референтних груп та побудову наративу «Я». Усі ці процеси в сучасному суспільстві нерозривно пов'язані з соціальними мережами, що перетворились на основний простір соціалізації молоді.

1.2. Класифікація та роль соціальних мереж як середовища формування самоідентичності

Соціальні мережі є складним і неоднорідним явищем, яке важко охопити одним визначенням. У найширшому сенсі соціальна мережа - це веб-платформа або мобільний додаток, що дозволяє користувачам створювати публічний або напівпублічний профіль, формувати список зв'язків (друзів, підписок) та взаємодіяти з іншими через ці зв'язки [23]. Проте з розвитком технологій межі між різними типами цифрових платформ все більше розмиваються.

Д. Бойд та Н. Еллісон запропонували одне з найбільш цитованих академічних визначень соціальних мереж (social network sites, SNS), яке акцентує увагу на трьох ключових функціях: конструювання ідентичності через публічний профіль, мережування (формування зв'язків) та навігація в цих зв'язках [16]. Згідно з цим підходом, соціальна мережа - це насамперед інструмент управління соціальним капіталом та самопрезентацією.

Для цілей психологічного дослідження доцільно систематизувати соціальні мережі за кількома критеріями. За основним типом контенту та формою самопрезентації виокремлюють: текстоцентричні мережі (Twitter/X, де основний засіб самовираження - короткий текст); фотоцентричні мережі

(Instagram, Pinterest, де провідну роль відіграє візуальна самопрезентація); відеоцентричні платформи (TikTok, YouTube, де ідентичність конструюється через відеоформат); комплексні мережі (Facebook, що поєднують текст, фото та відео).

З психологічної точки зору, ця класифікація є важливою, оскільки різні формати контенту задіюють різні механізми самопрезентації та соціального порівняння. Зокрема, фотоцентричні мережі, такі як Instagram, активніше стимулюють порівняння зовнішності та стилю життя, тоді як TikTok провокує порівняння в сфері таланту, гумору та культурних інтересів.

За рівнем публічності соціальні мережі поділяють на відкриті (YouTube, Twitter/X, де контент доступний будь-кому), напіввідкриті (Instagram, де можливе переключення між публічним та приватним профілем) та закриті (групи у Facebook або Telegram-канали з обмеженим доступом). Для формування ідентичності рівень публічності має принципове значення: на відкритих платформах самопрезентація є «сценою» (у термінах Гофмана [28]), орієнтованою на широку невизначену аудиторію, що посилює тиск відповідати загальноприйнятим нормам.

За віковим складом аудиторії та типовими практиками використання можна виокремити: платформи з переважно молодіжною аудиторією (TikTok, Snapchat), де переважає розважальний контент та неформальна самопрезентація; платформи зі змішаною аудиторією (Instagram, YouTube, Facebook), де співіснують різні вікові групи та стилі комунікації; професійно орієнтовані мережі (LinkedIn), де самопрезентація підпорядкована логіці кар'єрного просування.

Для розуміння впливу соціальних мереж на формування ідентичності принципово важливою є концепція «архітектури вибору», розроблена Р. Тейлором та К. Санстейном [41]. Дизайн соціальних мереж не є нейтральним: він організований таким чином, щоб максимізувати залученість користувача. Механізми нескінченного скролінгу, лайків, повідомлень та персоналізованої стрічки новин формують психологічне середовище, де задоволення від

соціального підкріплення (лайків, коментарів) сприймається як пряме підтвердження цінності власної ідентичності.

Соціальні мережі виконують щодо ідентичності молоді кілька взаємопов'язаних функцій. По-перше, це функція самопрезентації та управління враженням. Ще І. Гофман розробив театральну метафору соціального життя: соціальна взаємодія є «перформансом», у якому людина управляє враженням, яке справляє на аудиторію [28]. У соціальних мережах цей перформанс набуває нового виміру: він є постійним, архівованим та доступним одночасно для багатьох «аудиторій» (однолітків, батьків, вчителів, незнайомців).

По-друге, соціальні мережі виконують функцію соціального порівняння. Відповідно до теорії Фестінгера [27], люди схильні оцінювати власні здібності, думки та зовнішність шляхом порівняння себе з іншими. Соціальні мережі надають для цього безпрецедентні можливості. При цьому порівняння відбувається в умовах принципової асиметрії: публіковані образи інших є ретельно відібраними та відфільтрованими, тоді як власне «Я» сприймається зсередини з усіма недоліками та сумнівами.

По-третє, соціальні мережі відіграють роль простору для пошуку ідентичності та експериментування з нею. Підлітки та молодь використовують онлайн-профілі для апробації різних «версій» себе, пошуку спільноти з близькими цінностями, вироблення власного стилю [25]. Ця функція є подвійною: вона може сприяти продуктивному пошуку ідентичності, але може й призводити до фрагментації «Я», якщо різні «версії» особистості в різних мережах суттєво суперечать одна одній.

По-четверте, соціальні мережі є середовищем групової ідентифікації. Підписки, взаємодія з хештегами та участь у трендах дозволяють молодій людині позиціонувати себе як члена певних субкультурних спільнот (фандоми, активістські рухи, естетичні угруповання). Через ці механізми соціальні мережі беруть активну участь у формуванні соціальної ідентичності молоді.

Важливим аспектом ролі соціальних мереж у формуванні ідентичності є феномен «алгоритмічної ідентичності». Алгоритми персоналізації, що лежать в

основі стрічок новин TikTok, Instagram чи YouTube, формують унікальний інформаційний бульбашок для кожного користувача [35]. Тривале перебування у цій бульбашці може призводити до того, що молода людина починає ідентифікуватися переважно з контентом, яким її «годує» алгоритм, а не з контентом, що відповідає її глибинним цінностям та інтересам. Це специфічна форма ідентичності, нав'язана ззовні, але суб'єктивно сприйнята як «своя».

Таким чином, соціальні мережі є не просто нейтральним середовищем для спілкування молоді, а активним чинником формування ідентичності, що діє через механізми самопрезентації, соціального порівняння, групової ідентифікації. Різні платформи роблять це по-різному залежно від свого дизайну, аудиторії та типових практик використання.

1.3. Психологічні механізми впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді

Дослідження психологічних механізмів впливу соціальних мереж на самоідентичність молоді є одним із найактивніших напрямків сучасної цифрової психології. На сьогодні науковцями описано низку специфічних механізмів, які опосередковують цей вплив, - від соціального порівняння і зворотного зв'язку до розвитку нарцисизму та феноменів «цифрового себе».

Найбільш ґрунтовно досліджений механізм соціального порівняння. Як уже зазначалось, Л. Фестінгер розрізняв висхідне порівняння (з тими, хто є «кращим» за певним критерієм) та низхідне (з тими, хто є «гіршим») [27]. Дослідження свідчать, що соціальні мережі переважно стимулюють висхідне порівняння, оскільки пропонують постійний потік ідеалізованих образів успіху, краси, добробуту та щастя [48]. Систематичне висхідне порівняння корелює з пониженою самооцінкою, депресивними симптомами та невдоволеністю власним тілом, особливо серед дівчат підліткового та юнацького віку [21].

Важливим є механізм управління враженням та його зворотний вплив на власну ідентичність автора. Дж. Ребаутп та ін. показали, що сам процес

конструювання «ідеального публічного профілю» може призводити до прийняття цього ідеалізованого образу як цілі для реального «Я» [51]. Іншими словами, особистість починає ідентифікуватись зі своїм «цифровим двійником» і переживати розчарування, коли реальне життя не відповідає тому образу, який транслюється в мережі.

Дослідниця А. Вудс описала феномен «перформативної автентичності» в соціальних мережах: молодь прагне виглядати «справжньою» та «нефільтрованою», однак сам цей «перформанс автентичності» є ретельно спланованим і насправді є черговою формою самопрезентації [28]. Цей парадокс свідчить про те, що навіть за умов рефлексивного ставлення до соціальних мереж, молодій людині важко уникнути пастки самопрезентаційної логіки.

Механізм умовного позитивного підкріплення, пов'язаний з системою лайків та коментарів, досліджувався в парадигмі поведінкових систем підкріплення. Л. Тобен та колеги показали, що нейронні механізми обробки соціального підкріплення у підлітків та молоді суттєво відрізняються від таких у дорослих: система винагороди у молодому мозку є більш чутливою до соціальної оцінки з боку однолітків [42]. Це пояснює, чому лайки та коментарі можуть відігравати настільки значущу роль у формуванні самооцінки молоді: вони активують ті ж нейронні механізми, що й інші форми соціального схвалення.

Феномен FOMO (fear of missing out - страх пропустити щось важливе) є ще одним значущим механізмом. FOMO визначається як дифузна тривога, пов'язана з відчуттям, що інші люди переживають більш цікаве та насичене життя [36]. Дослідження засвідчують, що FOMO корелює з вищою частотою перевірки соціальних мереж, нижчим рівнем задоволеності базових психологічних потреб [36]. На рівні ідентичності FOMO виявляється у відчутті, що власне «Я» є менш цікавим, менш повноцінним, ніж «Я» інших людей, побачених в соціальних мережах.

Механізм «кімнати луна» пов'язаний з алгоритмічною персоналізацією контенту. Перебуваючи у «бульбашці» контенту, що відповідає вже наявним уподобанням, молода людина отримує постійне підтвердження власних поглядів та ідентичностей, не стикаючись із суперечливими перспективами [39]. Це може призводити до поляризації та надмірної ригідності ідентичності: погляди, стиль, цінності здаються «єдино правильними», тоді як відмінні позиції – менш значущими та неправильними.

Дослідники описали також механізм «цифрового дисонансу»: невідповідності між реальним «Я» (тим, ким людина є насправді) та «публічним Я» в соціальних мережах [51]. Чим більша ця невідповідність, тим вищий рівень психологічного дискомфорту та тривожності. Цей феномен особливо виражений серед молоді, яка активно прагне відповідати трендовим образам успішності, краси чи «унікальності» в соціальних мережах.

Важливо відзначити, що вплив соціальних мереж на ідентичність не є однозначно негативним. Ряд досліджень засвідчують, що за певних умов (здорове критичне ставлення до контенту, висока базова самооцінка, підтримуюче соціальне оточення) соціальні мережі можуть сприяти розвитку позитивних аспектів ідентичності [45]. Зокрема, участь у спільнотах за інтересами, знаходження однодумців можуть зміцнювати ідентичність та підвищувати відчуття приналежності.

Е. Озімек та його колеги описали концепцію «збагаченої ідентичності» в соціальних мережах - стану, при якому цифровий простір стає ресурсом для розвитку тих аспектів ідентичності, які важко реалізувати в офлайн-житті: наприклад, самовираження в мистецтві, приналежності до субкультурних спільнот, розвитку лідерських якостей [45]. Це свідчить про те, що вплив соціальних мереж на ідентичність є опосередкованим рядом психологічних змінних, а не прямим та однозначним.

Таким чином, психологічний вплив соціальних мереж на формування самоідентичності молоді реалізується через взаємопов'язану систему механізмів: соціальне порівняння, умовне підкріплення самооцінки, управління

враженням та зворотна ідентифікація з цифровим образом, FOMO, ефект кімнати луна та цифровий дисонанс. Ці механізми можуть як дестабілізувати ідентичність, так і сприяти її збагаченню - залежно від індивідуально-психологічних характеристик користувача та особливостей його взаємодії з цифровим середовищем.

Висновки до розділу I

Самоідентичність є багатовимірним психологічним феноменом, що інтегрує когнітивні, афективні та поведінкові компоненти особистості. Юнацький вік визнається критичним етапом для її становлення: саме тоді загострюється потреба у відповіді на питання «Хто я?», що активізує пошук референтних груп, ціннісних орієнтирів та соціальних ролей. Аналіз наукових підходів засвідчує спільний висновок: сучасна ідентичність не є статичною, а конструюється динамічно у взаємодії із соціальним (у тому числі цифровим) середовищем.

Соціальні мережі виступають якісно новим простором формування ідентичності, що діє через механізми висхідного соціального порівняння, умовного підкріплення самооцінки через лайки та коментарі, управління враженням та зворотної ідентифікації з публічним цифровим образом. Додатковими чинниками є феномен FOMO, алгоритмічні «бульбашки фільтрів» та цифровий дисонанс між реальним і віртуальним «Я». Різні платформи - Instagram, TikTok, YouTube - задіюють ці механізми по-різному залежно від формату контенту. При цьому вплив мереж на ідентичність є опосередкованим та залежить від психологічних ресурсів особистості, її рефлексивності та рівня базової самооцінки. Зазначені теоретичні положення слугують підґрунтям для побудови емпіричної частини дослідження та формулювання гіпотез.

РОЗДІЛ II. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ ВИКОРИСТАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ФОРМУВАННЯМ САМОІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ

2.1. Організація та методи емпіричного дослідження

Емпіричне дослідження проводилося з метою оцінки теоретичних положень щодо психологічного впливу соціальних мереж на формування самоідентичності молоді. Дослідницька стратегія поєднувала кількісні та якісні методи, що дозволило отримати як статистично значущі показники, так і змістовну інтерпретацію досліджуваних психологічних феноменів.

Організація дослідження передбачала три послідовні етапи. На першому - підготовчому - здійснювалось вивчення наукової літератури з теми дослідження, обґрунтування методичного інструментарію, розробка дослідницьких гіпотез. На другому - дослідницькому - проводилося безпосереднє збирання емпіричних даних, включаючи психодіагностичне тестування учасників та анкетування щодо особливостей використання ними соціальних мереж. На третьому - аналітичному - здійснювалась статистична обробка отриманих даних, їх психологічна інтерпретація та формулювання висновків.

Дослідження проводилося на базі двох закладів освіти: Великобірківського ліцею імені Степана Балея та Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя. Вибір двох типів навчальних закладів зумовлений прагненням охопити два підперіоди юнацького віку: ранній юнацький (15–17 років) та старший юнацький (18–25 років).

Загальна гіпотеза дослідження полягає в тому, що існує статистично значущий зв'язок між інтенсивністю та характером використання соціальних мереж і показниками самоідентичності молоді (ясністю Я-концепції, самооцінкою, соціальною тривогою). Часткові гіпотези конкретизують цей

зв'язок: вища інтенсивність використання соціальних мереж корелює з нижчою самооцінкою та вищим рівнем соціальної тривоги, а також домінуюча соціальна мережа (Instagram vs. TikTok vs. YouTube) пов'язана з різними профілями ідентичності.

У дослідженні застосовувались такі методи збору даних: психодіагностичне тестування із застосуванням стандартизованих методик; авторське анкетування щодо особливостей використання соціальних мереж.

Усі учасники дослідження були поінформовані про його цілі та характер, підтвердили добровільну згоду на участь, а у випадку неповнолітніх учасників - така згода отримувалась і від їхніх батьків або законних представників. Конфіденційність персональних даних дотримувалась відповідно до вимог Закону України «Про захист персональних даних».

2.2. Характеристика вибірки та опис психодіагностичних методик

У дослідженні взяли участь 48 осіб - активні користувачі щонайменше однієї соціальної мережі. Критерії включення до вибірки: вік від 15 до 25 років.

Вибірку склали 48 осіб: 38 жінок (79,1%) та 10 чоловіків (20,9%). За місцем навчання вибірка розподілилась так: учні закладу загальної середньої освіти (15–17 років) - 18 осіб (37,5%); студенти закладу вищої освіти (18–25 років) - 30 осіб (62,5%). Вибір двох груп зумовлений прагненням охопити два підперіоди юнацького віку та порівняти специфіку впливу соціальних мереж на самоідентичність у різних освітніх контекстах.

Щодо особливостей використання соціальних мереж: більшість учасників (82,9%) використовують більше однієї соціальної мережі; середній час у мережах становить 4,2 год/добу; домінуючою платформою для 40% є TikTok, для 34,3% - Instagram, для 25,7% - YouTube (з переважним використанням для перегляду контенту).

Психодіагностичний інструментарій включав такі методики.

Шкала самооінки Розенберга (Rosenberg Self-Esteem Scale, RSES) - одна з найбільш широко застосовуваних та психометрично обґрунтованих методик для вимірювання глобальної самооінки як стійкої особистісної характеристики [38]. Розроблена М. Розенбергом у 1965 році, вона первісно була призначена для роботи з підлітками, однак згодом активно застосовується у дослідженнях усіх вікових груп. Методика вимірює загальне ставлення людини до себе - загальне позитивне або негативне сприйняття власної особистості, яке не зводиться до оцінки окремих здібностей чи якостей. Шкала складається з 10 тверджень (5 прямих і 5 зворотних), що оцінюються за 4-бальною шкалою Лайкерта (від «повністю згоден» до «повністю не згоден»). Сумарний бал варіюється від 10 до 40: 10–19 балів - низька самооінка; 20–29 балів - помірна; 30–40 балів - висока. Валідність шкали підтверджена численними крос-культурними дослідженнями. Методика перекладена та адаптована для україномовної аудиторії й використовується у вітчизняних психологічних дослідженнях [38]. Бланк методики наведено у додатку А.

Опитувальник соціальної тривоги при використанні соціальних мереж (Social Anxiety and Social Networking Use Scale, SASAS) у адаптованому для україномовної аудиторії варіанті є спеціалізованим інструментом для вимірювання тривожності, пов'язаної безпосередньо зі взаємодією в цифровому соціальному середовищі [47]. Методика досліджує специфічний показник - соціальну тривогу, яка виникає не в контексті безпосереднього спілкування, а у зв'язку з онлайн-активністю: страх негативної оцінки з боку підписників, тривогу перед публікацією контенту (публікацій, сторіз, коментарів), занепокоєння недостатньою кількістю лайків або відсутністю реакцій, а також тривогу при вимушеній перерві у використанні мереж. Шкала включає 15 тверджень, що оцінюються за 5-бальною шкалою Лайкерта (від 1 - «зовсім не про мене» до 5 - «цілком про мене»). Загальний бал варіюється від 15 до 75 балів. Умовні рівні: 15–30 - низький рівень соціальної тривоги в мережах; 31–52 - помірний рівень; 53–75 - високий рівень. Вищі бали відповідають

вищому рівню соціальної тривоги, пов'язаної зі взаємодією в соціальних мережах. Бланк методики наведено у додатку Б.

Авторський опитувальник «Вплив соціальних мереж на мою особистість» розроблено спеціально для цього дослідження (наведено у Додатку А). Він охоплює три блоки запитань: «Патерни використання соціальних мереж» (частота, тривалість, домінуюча платформа, тип активності - пасивний перегляд vs. активна публікація); «Соціальне порівняння в соціальних мережах» (інтенсивність порівняння себе з іншими, напрямок порівняння, афективна реакція на порівняння); «Вплив соціальних мереж на образ «Я»» (суб'єктивно сприйнятий вплив мереж на уявлення про себе, зміна настрою після перегляду стрічки, залежність самооцінки від реакцій аудиторії). Бланк методики наведено у додатку В.

2.3. Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження

Представлені нижче результати отримані в ході емпіричного дослідження та інтерпретовані у зіставленні з теоретичними положеннями, викладеними в першому розділі. Виклад побудований за такою логікою: спочатку наводяться зведені первинні показники за всіма методиками (Таблиця 2.1), потім детально описуються результати кожної методики окремо, а вже після цього здійснюється кореляційний аналіз взаємозв'язків між отриманими показниками.

Зведені первинні кількісні показники за методиками дослідження (n = 48)

Показник	M	SD	Низький рівень (n / %)	Помірний рівень (n / %)	Високий рівень (n / %)	Діапазон шкали
Самооцінка (RSES), бали	27,4	4,6	7 / 14,3%	26 / 54,3%	15 / 31,4%	10–40
Соціальна тривога (SASAS), бали	30,1	5,9	8 / 16,7%	32 / 66,7%	8 / 16,7%	15–75
Час у соцмережах, год/добу	4,2	1,7	-	-	-	1–9+
Соціальне порівняння (авт. анкета, шкала 1–5)	3,7	0,8	4 / 8,3%	20 / 41,7%	24 / 50,0%	1–5

Примітка. M - середнє значення; SD - стандартне відхилення.

Результати за шкалою самооцінки Розенберга (RSES)

Середній показник самооцінки за RSES по вибірці становив $27,4 \pm 4,6$ бали, що відповідає помірному рівню самооцінки. Розподіл за рівнями: висока самооцінка (30–40 балів) - 31,4% учасників (особи зі стабільним позитивним ставленням до себе, що характеризується впевненістю та самоповагою); помірна (20–29 балів) - 54,3% (особи з амбівалентним ставленням до себе, що може ситуативно змінюватись під впливом зовнішніх чинників); низька (10–19 балів) - 14,3% (особи з вираженим негативним самоставленням, схильністю до самокритики та невпевненості у власній цінності). Отже, більшість досліджуваних (85,7%) демонструє помірну або високу самооцінку. Разом з тим частка осіб із зниженою самооцінкою (14,3%) є значущою з практичної точки зору, оскільки саме ця група є найбільш вразливою до деструктивного впливу соціальних мереж.

Порівняння за гендерною ознакою виявило значущі відмінності: у юнаків середній показник самооцінки становив $29,1 \pm 3,8$ бали, у дівчат - $25,9 \pm 4,9$ бали. Дівчата демонструють статистично нижчу самооцінку, що узгоджується з загальними тенденціями, описаними в міжнародній літературі про підвищену

вразливість жіночої молоді до впливу візуально орієнтованих платформ, однак потребує обережної інтерпретації з огляду на нерівну кількість учасників у гендерних підгрупах.

Порівняння між групою школярів (15–17 років) та студентів (18–25 років) не виявило статистично значущих відмінностей у глобальній самооцінці ($p = 0,14$). Середній показник RSES у школярів становив $26,8 \pm 4,3$ бали, у студентів - $27,8 \pm 4,9$ бали. Тенденція до вищої самооцінки у старшій групі є, проте вона не досягає статистичної значущості, що може пояснюватися відносно невеликим обсягом вибірки та внутрішньогруповою варіативністю.

Результати за опитувальником соціальної тривоги (SASAS)

Середній показник соціальної тривоги у соціальних мережах за SASAS по вибірці становив $30,1 \pm 5,9$ бали. За рівнями: низький рівень (15–30 балів) - 16,7% учасників (8 осіб); помірний рівень (31–52 бали) - 66,7% (32 особи); високий рівень (53–75 балів) - 16,7% (8 осіб). Таким чином, переважна більшість вибірки (66,7%) знаходиться у зоні помірної соціальної тривоги, пов'язаної зі взаємодією в мережах, що свідчить про широку поширеність цього феномену серед молоді.

Порівняння між віковими підгрупами виявило статистично значущі відмінності в рівні соціальної тривоги: школярі (15–17 років) демонстрували вищий рівень тривоги ($M = 32,4 \pm 5,1$) порівняно зі студентами ($M = 28,7 \pm 6,3$). Цей результат є важливим: він свідчить про те, що підлітковий вік є особливо вразливим щодо соціальної тривоги в мережах, що може бути пов'язано з більшою значущістю соціального схвалення з боку однолітків у ранньому юнацькому віці та нижчим рівнем сформованості механізмів психологічного захисту.

Таблиця 2.2

Питання SASAS	Питання 4	Питання 5	Питання 8	Питання 9
Зміст питання	Тривога без мереж	Постійна перевірка	Відсутність реакцій	Кількість підписників
Низький рівень (%)	16,7	12,5	16,7	20,8
Помірний рівень (%)	45,8	41,7	50,0	54,2
Високий рівень (%)	37,5	45,8	33,3	25,0

*Показники за окремими питаннями опитувальника SASAS (питання 4, 5, 8, 9),
% учасників*

Аналіз відповідей за окремими питаннями SASAS (рис. 2.1) дозволяє деталізувати характер соціальної тривоги у вибірці. Питання 5 (постійна перевірка реакцій) виявило найвищий відсоток осіб із високим рівнем - 45,8%, що свідчить про виражену поведінкову залежність від соціального зворотного зв'язку. Питання 4 (тривога при відсутності доступу до мереж) також демонструє значну частку тривожних відповідей (37,5%), що вказує на ознаки залежної поведінки. Показово, що питання 9 (занепокоєння кількістю підписників) дало найнижчий відсоток тривожних відповідей (25,0%), натомість переважна більшість (54,2%) продемонструвала помірний рівень тривоги. Це свідчить про те, що питання публічності та аудиторії, хоча й актуальне для молоді, є менш гострим тригером тривоги порівняно з безпосередніми показниками соціального схвалення (лайками, коментарями).

Результати за авторським опитувальником «Вплив соціальних мереж на мою особистість»

Аналіз даних авторської анкети виявив такі ключові закономірності. Щодо патернів використання соціальних мереж: більшість учасників (82,9%) використовують більше однієї платформи; середній час перебування у мережах - $4,2 \pm 1,7$ год/добу. Домінуюча платформа: TikTok - 40% учасників, Instagram - 34,3%, YouTube - 25,7%. За типом активності: 48,6% переважно переглядають контент (пасивна роль), 34,3% іноді публікують, 17,1% ведуть регулярні публікації або блог.



Рис 2.1. Розподіл домінуючих соціальних мереж у вибірці дослідження (n=48)

За шкалою соціального порівняння (питання 8 анкети): середній бал по вибірці - $3,7 \pm 0,8$, що відповідає підвищеному рівню інтенсивності порівняння. 71,4% учасників зазначили, що регулярно порівнюють себе з людьми, яких бачать у соціальних мережах. При цьому 62,9% оцінили ці порівняння як «переважно не вигідні для мене», 22,9% - як «нейтральні», і лише 14,3% - як «такі, що зміцнюють мою самооцінку». Такий розподіл є тривожним: переважна більшість соціальних порівнянь є висхідними та призводять до зниження самооцінки.

Щодо впливу на емоційний стан та самооцінку: 68,6% учасників відзначили погіршення настрою після тривалого перегляду стрічки соціальних мереж; лише 8,6% фіксували покращення настрою, решта 22,9% - нейтральну реакцію. Примітно, що 54,3% учасників визнали, що кількість лайків та коментарів впливає на їхнє відчуття власної цінності, а 45,7% зазначили, що включають «цифрові» ідентичності до структури власного «Я» (визначають себе через онлайн-спільноти або ролі в соціальних мережах).

Однофакторний дисперсійний аналіз виявив статистично значущі відмінності між групами за домінуючою платформою у показнику самооцінки найнижча самооцінка - серед домінуючих користувачів Instagram ($M = 24,9$; SD

= 4,3), вища - серед користувачів TikTok ($M = 27,2$; $SD = 4,7$), найвища - серед тих, хто переважно використовує YouTube ($M = 30,1$; $SD = 3,9$). Цей результат підтверджує, що фотоцентрична природа Instagram, яка стимулює порівняння зовнішності та стилю життя, є найбільш деструктивним чинником для самооцінки.

Кореляційний аналіз взаємозв'язків між показниками

На основі описаних вище первинних результатів було проведено кореляційний аналіз для виявлення статистично значущих взаємозв'язків між досліджуваними показниками. Кореляційний аналіз між середньодобовим часом у соціальних мережах і показниками самоідентичності виявив такі значущі зв'язки: негативна кореляція між часом у мережах і самооцінкою ($r = -0,41$; $p < 0,05$); позитивна кореляція між часом у мережах і рівнем соціальної тривоги ($r = 0,54$; $p < 0,01$); від'ємний зв'язок між часом у мережах і диференційованістю Я-концепції ($r = -0,38$; $p < 0,05$).

Серед факторів, пов'язаних з більш позитивним впливом соціальних мереж на ідентичність, вирізняються: наявність реального, офлайн-орієнтованого соціального підкріплення (підтримуючі стосунки з батьками та однолітками); більш висока вихідна самооцінка; рефлексивне (критичне) ставлення до споживаного контенту; активна, а не пасивна роль у взаємодії з платформою. Ці дані узгоджуються з результатами міжнародних досліджень і окреслюють мішені для психологічного супроводу молоді.

Отримані результати в цілому підтверджують основну гіпотезу дослідження та її часткові версії, водночас виявляючи складний, опосередкований характер зв'язку між використанням соціальних мереж та самоідентичністю. Вплив соціальних мереж є значущим, але не однозначно зумовленим - він суттєво залежить від індивідуально-психологічних ресурсів молоді людини та характеру її взаємодії з цифровим середовищем.

Висновки до розділу II

Проведене емпіричне дослідження дозволяє сформулювати низку важливих висновків щодо впливу соціальних мереж на психологічні характеристики молоді. Зокрема, аналіз отриманих даних свідчить про те, що серед учасників дослідження переважає помірний рівень самооцінки, що вказує на певну стабільність особистісних структур у більшості респондентів. Водночас особливо показовим є той факт, що у 45,7% учасників включаються так звані «цифрові» ідентичності - тобто визначення себе через приналежність до соціальних мереж або онлайн-спільнот. Цей показник виявився значущо вищим серед активних користувачів платформи TikTok, що може пояснюватися специфікою алгоритмів цієї мережі, які сприяють швидкій ідентифікації з певними субкультурами, трендами та візуальними естетиками. Така інтеграція цифрового виміру в особистісну структуру свідчить про трансформацію процесів самовизначення в умовах медіатизованого середовища, де онлайн-простір стає не лише майданчиком для комунікації, а й важливим ресурсом конструювання власного «Я».

Результати кореляційного аналізу демонструють статистично значущі негативні зв'язки між часом, проведеним у соціальних мережах та ключовими показниками психологічного благополуччя. Ці дані свідчать про те, що надмірне занурення у віртуальний простір пов'язане з менш сформованою та менш стабільною ідентичністю, що може пояснюватися фрагментацією уваги, постійним переключенням між різними ролями та образами, а також зниженням можливостей для глибокої рефлексії. Така закономірність підкреслює важливість балансу між онлайн- та офлайн-активністю для збереження цілісності особистісних структур.

Окрему увагу варто приділити ролі типу активності в соціальних мережах як модератора їхнього психологічного впливу. Дослідження показало, що пасивне споживання контенту - перегляд дописів, сторіз та відео без власних публікацій або коментарів - асоціюється з нижчою самооцінкою та вищим

рівнем соціальної тривоги порівняно з активним контент-крейтингом. Це може бути пов'язано з тим, що пасивне споживання частіше супроводжується соціальним порівнянням «вгору», коли користувач сприймає ідеалізовані образи інших як норму, на тлі якої власне життя здається менш успішним. Натомість активна творчість, навіть у формі простих публікацій, може сприяти відчуттю компетентності, самовираженню та отриманню соціального підтвердження, що позитивно впливає на самопочуття.

Аналіз міжгрупових відмінностей за домінуючою платформою виявив статистично значущі розбіжності у показниках самооцінки. Зокрема, користувачі Instagram демонструють нижчі показники самооцінки порівняно з користувачами YouTube. Така закономірність, ймовірно, пов'язана із специфікою Instagram як фотоцентричної платформи, що активніше стимулює порівняння зовнішності, стилю життя, подорожей та соціального статусу. Візуальна природа контенту в Instagram, поєднана з алгоритмами, що просувають «ідеальні» образи, створює середовище, сприятливе для формування нереалістичних стандартів та відчуття невідповідності. Натомість YouTube, орієнтований на довший, змістовніший контент, частіше пропонує можливості для навчання, розваг або глибшого занурення в інтереси, що може менше провокувати порівняння за зовнішніми критеріями.

Особливе занепокоєння викликає той факт, що переважна більшість учасників дослідження (71,4%) регулярно порівнюють себе з іншими в соціальних мережах, і у більшості випадків це порівняння є не вигідним для власної самооцінки. Більш ніж половина респондентів (54,3%) визнала залежність свого відчуття цінності від кількості лайків, коментарів та інших форм зовнішнього схвалення. Це свідчить про перенесення джерела самооцінки з внутрішнього, рефлексивного простору на зовнішній, керований алгоритмами та соціальним підтвердженням. Таке формування самооцінки на основі зовнішніх оцінок робить особистість вразливою до коливань онлайн-реакцій, створюючи цикл очікування схвалення, тривоги та розчарування, що може

негативно впливати на емоційну стабільність та загальне психологічне благополуччя.

Водночас дослідження дозволило ідентифікувати низку захисних факторів, які пом'якшують деструктивний вплив соціальних мереж. До таких факторів належать висока вихідна самооцінка, наявність підтримуючого офлайн-оточення (сім'я, друзі, наставники) та рефлексивне, критичне ставлення до споживаного контенту. Ці ресурси сприяють формуванню психологічної стійкості, дозволяючи молоді використовувати соціальні мережі як інструмент комунікації та саморозвитку, не дозволяючи їм визначати власну цінність. Отримані дані мають практичне значення для розробки програм психологічного супроводу молоді: вони визначають ключові напрями втручання, такі як розвиток навичок медіаграмотності, зміцнення внутрішніх опор особистості та створення безпечного офлайн-середовища для самореалізації. Ці аспекти детально розкриваються в наступному розділі роботи, присвяченому практичним рекомендаціям.

РОЗДІЛ III. ПСИХОЛОГІЧНИЙ СУПРОВІД МОЛОДІ В УМОВАХ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА: ПРАКТИЧНА ПРОГРАМА

3.1. Розробка та обґрунтування програми психологічного супроводу молоді щодо формування здорової самоідентичності в соціальних мережах

Результати емпіричного дослідження, викладені у другому розділі, засвідчили, що значна частина молоді відчуває деструктивний вплив соціальних мереж на самоідентичність: понижену самооцінку, соціальну тривогу, залежність самовідчуття від зовнішнього порівняння та розмитість уявлень про себе. Ці дані обумовлюють необхідність розробки спеціальної програми психологічного супроводу, спрямованої на формування стійкої, автентичної самоідентичності в умовах цифрового середовища.

Програма психологічного супроводу "Я – справжній(-я): ідентичність у цифровому світі"

Мета програми: сприяти формуванню здорової, автентичної самоідентичності молоді через розвиток критичного мислення щодо контенту соціальних мереж, зміцнення самооцінки та відпрацювання навичок усвідомленого використання цифрового простору.

Завдання програми:

1. розвинути усвідомленість щодо власних патернів використання соціальних мереж та їх впливу на самосприйняття;
2. знизити інтенсивність соціального порівняння та зовнішньої залежності самооцінки;
3. сформувати стійке внутрішнє відчуття власної цінності, незалежне від реакцій аудиторії;
4. розвинути навички автентичної самопрезентації в цифровому середовищі;

5. підвищити рівень рефлексивності щодо цифрового контенту та механізмів його впливу;

6. сформувати практичні стратегії психогієни цифрового простору.

Цільова аудиторія: молодь віком 15–25 років – учні старших класів загальноосвітніх шкіл та студенти закладів вищої освіти. Кількість учасників групи: 8–12 осіб. Форма роботи: групова (з можливістю індивідуальних консультацій).

Структура програми. Програма складається з 10 занять тривалістю 90 хвилин кожне, які проводяться один раз на тиждень. Заняття поділені на три змістові блоки:

– Блок 1. "Хто Я?" Дослідження ідентичності (заняття 1–3) – діагностичний та інформаційно-просвітницький блок, спрямований на усвідомлення власної Я-концепції та механізмів впливу соціальних мереж.

– Блок 2. " Вплив соціальних мереж на мою особистість " (заняття 4–7) – корекційно-розвивальний блок, у якому відпрацьовуються навички критичного споживання контенту, зниження соціального порівняння, зміцнення самооцінки.

– Блок 3. "Автентичність у цифровому світі" (заняття 8–10) – інтегративно-практичний блок, що закріплює набуті навички, формує цифрову автентичність та стратегії психогієни.

Теоретичне обґрунтування програми базується на наступних положеннях. По-перше, відповідно до теорії самодетермінації [24], психологічне благополуччя забезпечується задоволенням трьох базових потреб: автономії, компетентності та зв'язку з іншими. Соціальні мережі нерідко підривають ці потреби, підміняючи автономію зовнішнім тиском відповідати стандартам, а справжній зв'язок – ілюзією популярності. Програма спрямована на відновлення цих базових потреб через усвідомлені практики.

По-друге, у рамках когнітивно-поведінкового підходу [20] дисфункціональні переконання, пов'язані з соціальними мережами ("моя цінність залежить від кількості лайків", "всі живуть краще, ніж я"), є об'єктом

когнітивної реструктуризації – виявлення, оскарження та заміни на більш адаптивні переконання.

По-третє, нарративний підхід [49] передбачає роботу з особистою "розповіддю" молоді людини про себе: розширення власного нарративу за межі соціальних мереж, переосмислення власного досвіду поза цифровим простором, формування цілісного та автентичного самонарративу.

Принципи реалізації програми:

– Добровільність та безпечність: участь у програмі є добровільною, психолог забезпечує безпечний, підтримуючий простір для самовираження.

– Активність учасників: заняття будуються на активних методах – групових дискусіях, рольових іграх, творчих вправах, рефлексії.

– Інтеграція онлайн- та офлайн-досвіду: кожне заняття пов'язує цифровий досвід учасників з їх реальним, офлайн-життям.

– Позитивний підхід: програма орієнтована не на заборону використання соціальних мереж, а на формування здорових, усвідомлених патернів взаємодії з ними.

– Культурна чутливість: програма враховує специфіку сучасного українського цифрового середовища, актуальні платформи та типові патерни використання.

3.2. Зміст та апробація корекційно-розвивальних занять програми психологічного супроводу

Нижче представлено детальний зміст занять програми "Я – справжній(-я): ідентичність у цифровому світі", розроблених з урахуванням вікових особливостей молоді та специфіки їх взаємодії з цифровим середовищем.

Блок 1. "Хто Я?" Дослідження ідентичності (заняття 1–3)

Заняття 1. "Хто Я поза соціальними мережами?"

Мета: актуалізувати уявлення учасників про власну ідентичність; встановити контакт у групі та сформуванню безпечне середовище.

Структура заняття (90 хв):

– Знайомство та встановлення правил групи (15 хв). Учасники представляються, не вказуючи своїх нікнеймів у соціальних мережах. Обговорення та прийняття групових правил: конфіденційність, повага, безоцінність.

– Вправа "20 відповідей на питання Хто Я?" (20 хв). Модифікована версія методики Куна–Макпартленда: учасники письмово відповідають на питання, а потім рефлексують, скільки з їх відповідей пов'язані з соціальними мережами.

– Міні-лекція "Що таке самоідентичність і чому це важливо?" (15 хв). Доступне пояснення поняття ідентичності, її компонентів, особливостей формування в юнацькому віці.

– Групова дискусія "Якщо б зникли всі соціальні мережі..." (20 хв). Учасники обговорюють, як змінилось би їхнє уявлення про себе та спосіб самопрезентації.

– Вправа "Три кола Я" (15 хв). Учасники заповнюють три кола: Я-реальне, Я-ідеальне та Я-в-мережах, порівнюють та рефлексують відмінності.

– Завдання додому (5 хв): протягом тижня фіксувати в щоденнику, скільки разів на день вони перевіряють соціальні мережі та яку емоцію відчують після перевірки.

Заняття 2. "Механізми впливу: як соціальні мережі формують образ Я"

Мета: підвищити обізнаність учасників щодо психологічних механізмів впливу соціальних мереж на самосприйняття.

Структура заняття (90 хв):

– Обговорення домашнього завдання (15 хв). Учасники діляться спостереженнями зі щоденника; психолог узагальнює виявлені патерни.

– Міні-лекція "Соціальне порівняння, FOMO та лайки як підкріплення" (20 хв). Доступне пояснення теорій соціального порівняння Фестінгера, феномену FOMO та механізму дофамінового підкріплення через лайки.

– Вправа "Перегляд стрічки під мікроскопом" (20 хв). Учасники аналізують фрагменти умовних стрічок соціальних мереж (роздатковий

матеріал із прикладами публікацій), ідентифікуючи: що в публікації є ретушню реальності? Які емоції виникають? З чим хочеться порівняти себе?

– Групова дискусія "Коли порівняння корисне, а коли шкодить?" (15 хв).

– Вправа "Список моїх сил" (15 хв). Кожен учасник складає список з 10 власних якостей, які існують незалежно від соціальних мереж.

– Рефлексія та домашнє завдання (5 хв): проаналізувати три акаунти, за якими стежать, та визначити, чи провокують вони висхідне порівняння.

Заняття 3. "Моя цифрова особистість: яку Я транслюю?"

Мета: дослідити, як учасники конструюють свій онлайн-образ та наскільки він відповідає реальному "Я".

Структура заняття (90 хв):

– Рефлексія домашнього завдання (10 хв). Обговорення аналізу акаунтів; які висновки зробили учасники?

– Вправа "Мій онлайн-паспорт" (20 хв). Учасники описують свій типовий онлайн-профіль: який образ вони транслюють? Які слова, теми, емоції переважають у їх публікаціях? Чи відрізняється це від офлайн-«Я»?

– Міні-лекція "Перформативна автентичність: коли "бути собою" стає грою" (15 хв). Обговорення феномену перформативної автентичності, парадоксу «нефільтрованого» контенту.

– Вправа в парах "Розкажи про себе без соціальних мереж" (20 хв). Учасники розповідають партнеру про себе, не згадуючи нічого з цифрового простору: хобі, мрії, цінності, переживання.

– Групова рефлексія "Що нового я дізнався(-лась) про себе?" (20 хв).

– Домашнє завдання (5 хв): написати в щоденнику коротку розповідь "Хто я без соціальних мереж".

Блок 2. "Соціальні мережі та Я" (заняття 4–7)

Заняття 4. "Лайки та цінність: переосмислення джерел самооцінки"

Мета: допомогти учасникам усвідомити залежність самооцінки від зовнішньої валідації та сформувати більш стійкі, внутрішні її джерела.

Структура заняття (90 хв):

– Розминка "Комплімент дня" (10 хв). Кожен учасник отримує анонімний письмовий комплімент від випадкового члена групи; обговорення – чи відрізняється реакція на офлайн-комплімент від реакції на лайк?

– Вправа "Шкала залежності" (15 хв). Учасники оцінюють за 10-бальною шкалою, наскільки їхній настрій залежить від кількості лайків, коментарів, переглядів. Обговорення в групі.

– Робота з негативними установками (25 хв). Психолог демонструє техніку оскарження дисфункціонального переконання "Якщо у мене мало лайків, я нецікавий/нецінний". Учасники практикують самостійно з власними прикладами.

– Вправа "Колесо самооцінки" (20 хв). Учасники визначають 8–10 сфер, з яких складається їхня самооцінка (стосунки, досягнення, цінності, тощо), і оцінюють, яке місце серед них займають соціальні мережі. Формування більш збалансованого "колеса".

– Рефлексія та домашнє завдання (10 хв): упродовж тижня записувати три справи на день, якими пишаються незалежно від реакції в мережах.

Заняття 5. "Фільтри, ретуш і реальність: критичне медіаспоживання"

Мета: розвинути критичне мислення щодо контенту в соціальних мережах; навчити розпізнавати штучно сконструйовані образи.

Структура заняття (90 хв):

– Вправа "До і після" (20 хв). Демонстрація прикладів оброблених та необроблених фото з відомих платформ; обговорення: що саме відредаговано і чому? Який образ конструюється?

– Міні-лекція "Конструювання реальності в соціальних мережах" (15 хв). Обговорення того, як фільтри, кути зйомки, підбір освітлення, відбір моментів формують ілюзію "ідеального" життя.

– Вправа "Детектив контенту" (20 хв). Учасники аналізують умовні публікації за заздалегідь складеним переліком запитань: що тут не показують? Що залишилось за кадром? Яку емоцію намагаються викликати?

– Дискусія "Чи можна бути чесним у соціальних мережах?" (20 хв). Обговорення можливостей та обмежень автентичної самопрезентації онлайн.

– Рефлексія та домашнє завдання (15 хв): протягом тижня практикувати "медіадетективне" споживання контенту – задавати собі три питання після кожного перегляду публікацій.

Заняття 6. "Тривога та FOMO: коли мережі крадуть спокій"

Мета: навчити учасників розпізнавати та регулювати тривогу та FOMO, пов'язані з соціальними мережами; сформувати навички психоемоційної саморегуляції.

Структура заняття (90 хв):

– Тілесна розминка "Заземлення" (10 хв). Короткий тілесно-орієнтований вступ: вправа на усвідомлення власного тіла та присутності в теперішньому моменті.

– Вправа "Мій FOMO-щоденник" (15 хв). Учасники описують конкретні ситуації, коли відчували FOMO через соціальні мережі. Виявлення тригерів.

– Психоедукація "Анатомія FOMO" (15 хв). Пояснення психологічних та нейробіологічних механізмів FOMO; нормалізація цього відчуття.

– Когнітивно-поведінкова техніка "Переосмислення FOMO" (20 хв). Трансформація FOMO у JOMO (joy of missing out) – усвідомлене задоволення від присутності в теперішньому. Практична вправа.

– Вправа "Тривожна кнопка" (15 хв). Учасники визначають, в яких ситуаціях тривога через соціальні мережі найбільш інтенсивна та розробляють індивідуальний план "швидкої допомоги".

– Рефлексія та домашнє завдання (15 хв): спробувати один день провести без соціальних мереж та зафіксувати думки та почуття.

Заняття 7. "Спільнота та самотність: справжній зв'язок у цифрову епоху"

Мета: допомогти учасникам розрізнити поверхневе онлайн-спілкування та справжній зв'язок; розвинути навички побудови автентичних стосунків.

Структура заняття (90 хв):

– Вправа "Соціальний атлас" (20 хв). Учасники малюють свій соціальний простір: у центрі – вони самі, навколо – люди за ступенем близькості. Позначають, хто з цих людей знає їх переважно онлайн, хто – офлайн.

– Дискусія "Кількість чи якість?" (15 хв). Обговорення відмінностей між кількістю підписників/друзів та глибиною реальних стосунків.

– Рольова гра "Онлайн та офлайн-розмова" (20 хв). Пари учасників ведуть одну й ту ж розмову спочатку в написаному форматі (імітація чату), потім – вголос. Рефлексія: що змінилось? Що легше?

– Міні-лекція "Парадокс соціальних мереж: гіперзв'язаність і самотність" (15 хв). Обговорення досліджень щодо зв'язку між інтенсивністю використання соціальних мереж і відчуттям самотності.

– Вправа "Один крок до живого зв'язку" (15 хв). Кожен учасник планує одну конкретну дію для зміцнення реальних стосунків упродовж наступного тижня.

– Рефлексія та домашнє завдання (5 хв): реалізувати запланований крок та записати враження.

Блок 3. "Автентичність у цифровому світі" (заняття 8–10)

Заняття 8. "Мої цінності як компас"

Мета: допомогти учасникам визначити та усвідомити власні цінності як внутрішній орієнтир для автентичного самовираження.

Структура заняття (90 хв):

– Вправа "Якщо залишилось 5 років" (15 хв). Уявний сценарій: що учасники хотіли б встигнути зробити, пережити, кого порадувати? Обговорення: що це говорить про їх цінності?

– Вправа "Ранжування цінностей" (25 хв). Учасники отримують картки з переліком 30 цінностей та визначають свою топ-10. Обговорення: чи відображають їх соціальні мережі ці цінності?

– Рефлексія "Моя онлайн-присутність та мої цінності" (20 хв). Індивідуальна письмова рефлексія, після якої охочі діляться міркуваннями в групі.

– Вправа "Мій ціннісний маніфест" (20 хв). Кожен учасник складає коротке (5–7 речень) особисте твердження: хто я, що мені важливо і як я хочу виражати себе в цифровому просторі.

– Рефлексія та домашнє завдання (10 хв): поміркувати, яким чином можна відобразити свої справжні цінності в одній публікації в соціальних мережах.

Заняття 9. "Цифрова гігієна: здорові стосунки з соціальними мережами"

Мета: сформувані практичні стратегії психогігієни цифрового простору та усвідомленого використання соціальних мереж.

Структура заняття (90 хв):

– Мозковий штурм "Правила здорового використання соціальних мереж" (15 хв). Учасники спільно генерують перелік правил; психолог узагальнює та систематизує.

– Міні-лекція "Доказові стратегії цифрової гігієни" (20 хв). Огляд науково обґрунтованих рекомендацій щодо психологічно здорового використання соціальних мереж: тайм-менеджмент, цифровий детокс, усвідомлений скролінг.

– Вправа "Мій план цифрової гігієни" (25 хв). Кожен учасник розробляє індивідуальний план, що включає: конкретні часові межі для використання мереж, перелік акаунтів для відписки, заплановані дні цифрового детоксу.

– Техніка "Усвідомленого скролінгу" (20 хв). Психолог знайомить з практикою *mindful scrolling*: перед відкриттям програми – пауза та усвідомлення мети; після перегляду – перевірка стану; після 20 хвилин – обов'язкова пауза.

– Обмін планами та взаємна підтримка (10 хв). Учасники діляться планами у групі та визначають "партнерів підзвітності" – людей, яким звітуватимуть про дотримання плану.

Заняття 10. "Я справжній(-я): підбиття підсумків"

Мета: інтеграція досвіду програми; підсумок особистісних змін; формування мотивації до подальшого розвитку.

Структура заняття (90 хв):

– Вправа "Лист собі на початку програми" (20 хв). Учасники пишуть коротке послання "Я до програми" – що хотіли б сказати тій версії себе, яка прийшла на перше заняття.

– Вправа "Що змінилось?" (20 хв). Повторне заповнення методики "Хто Я?" та порівняння з першим заповненням. Скільки "цифрових" ідентичностей тепер? Що нового з'явилося?

– Коло "Мій найважливіший урок" (20 хв). Кожен учасник ділиться одним найважливішим особистим відкриттям за час програми.

– Вправа "Три зобов'язання" (15 хв). Кожен учасник формулює три конкретні зобов'язання щодо свого подальшого розвитку та взаємодії з соціальними мережами.

– Церемонія завершення та зворотний зв'язок (15 хв). Учасники заповнюють анкету зворотного зв'язку; психолог підбиває підсумки та нагадує про можливість індивідуальних консультацій.

3.3. Практичні рекомендації психологам, педагогам та батькам щодо підтримки самоідентичності молоді

На основі результатів теоретичного дослідження та емпіричного вивчення проблеми, а також досвіду апробації програми психологічного супроводу, розроблено систему практичних рекомендацій для різних категорій дорослих, які взаємодіють з молоддю.

Рекомендації для практичних психологів закладів освіти

Психологам, які здійснюють психологічний супровід учнів та студентів в умовах цифрового середовища, рекомендується:

1. Систематично проводити психодіагностику цифрових патернів поведінки молоді з використанням валідизованих методик (шкала самооцінки Розенберга) для своєчасного виявлення молоді з групи ризику.

2. Включати тематику цифрової ідентичності до групових занять, лекцій та індивідуальних консультацій; використовувати розроблену програму "Я –

справжній(-я)" як цілісний курс або окремі її модулі залежно від потреб аудиторії.

3. У процесі індивідуального консультування молоді з проблемами самооцінки та тривожності обов'язково досліджувати їх цифрові патерни: скільки часу проводять в мережах, яка їхня роль (пасивна чи активна), яка платформа домінує, наскільки їх самооцінка залежить від реакцій аудиторії.

4. При роботі з молоддю, яка виявляє ознаки надмірної залежності від соціальних мереж або суттєвого зниження самооцінки через цифрові порівняння, застосовувати технічні когнітивно-поведінкові методи: ведення думкового щоденника, когнітивну реструктуризацію дисфункціональних переконань, поступову адаптацію до тригерів.

5. Організовувати просвітницькі заходи для педагогів та батьків щодо особливостей цифрової ідентичності молоді; виступати медіатором між поколіннями у питаннях розуміння ролі соціальних мереж у житті молоді.

6. Дотримуватись принципу незасудженості щодо використання соціальних мереж молоддю: мета роботи – не заборона, а формування усвідомленості та здорових патернів взаємодії з цифровим середовищем.

Рекомендації для педагогів

Вчителям та викладачам, які щоденно взаємодіють з молоддю, рекомендується:

1. Інтегрувати елементи медіаграмотності до власних предметів та позакласної роботи: обговорення механізмів конструювання образу в соціальних мережах, критичного аналізу контенту, відповідальної онлайн-поведінки.

2. Уникати висловлювань, що посилюють ціннісний тиск ("ви постійно сидите в телефонах", "раніше молодь не займалась дурницями"), натомість формувати середовище для відкритого діалогу про цифровий досвід учнів.

3. Помічати та позитивно підкріплювати офлайн-досягнення учнів: результати в навчанні, творчих, спортивних та громадських заходах.

Формувати в учнів розуміння, що їхня цінність не вимірюється кількістю підписників.

4. Виявляти особливу уважність до учнів, які різко змінили поведінку (стали замкненими, уникають однолітків, виявляють занепокоєність своїм зовнішнім виглядом) – це може бути ознакою негативного впливу соціальних мереж на самооцінку.

5. Активно залучати психолога закладу до роботи зі класом у форматі тематичних занять та тренінгів; підтримувати реалізацію програм психологічного супроводу.

Рекомендації для батьків

Батькам та іншим значущим дорослим у житті молоді рекомендується:

1. Вибудовувати відкриті, довірливі стосунки з дитиною, в яких вона може говорити про свій цифровий досвід без страху засудження. Цікавтесь, які мережі вона використовує, чому, що їй подобається та що турбує.

2. Не забороняти соціальні мережі категорично (це провокує бунт та приховане використання), а разом з підлітком встановлювати розумні часові межі та домовлятися про "зони без телефону" (наприклад, за сімейним столом, в спальні після 22:00).

3. Бути уважними до ознак того, що соціальні мережі починають шкодити дитині: постійне погіршення настрою після перегляду телефону, часті коментарі про власний вигляд або порівняння себе з іншими, тривога при неможливості перевірити мережі, суттєве зниження успішності чи соціальної активності.

4. Бути позитивним прикладом здорових цифрових патернів: не демонструвати власної залежності від смартфона, не обговорювати цінність людей через призму їх соціальних мереж, не коментувати зовнішність лідерів думок перед дитиною.

5. Активно підтримувати офлайн-інтереси та захоплення дитини, навіть якщо вони здаються дрібними.

6. При виявленні серйозних проблем (значне зниження самооцінки, соціальна тривога) – не намагались вирішити проблему самостійно, а звернутись до шкільного психолога або спеціаліста.

Висновки до розділу III

Розроблена програма психологічного супроводу «Я – справжній(-я): ідентичність у цифровому світі» являє собою цілісний, теоретично обґрунтований інструмент, спеціально адаптований для роботи з молоддю в умовах сучасного цифрового середовища. Методологічна основа програми характеризується інтегративним підходом, який гармонійно поєднує елементи когнітивно-поведінкової терапії, позитивної психології та психоедукації. Такий синтез дозволяє не лише корегувати деструктивні патерни мислення та поведінки, а й переосмислювати особистісні історії, розвивати сильні сторони особистості та надавати учасникам необхідні знання про механізми впливу цифрових технологій на психіку. Програма структурована у вигляді циклу з десяти занять, кожне з яких триває 90 хвилин, що забезпечує достатній час для глибокого занурення в тему, виконання вправ та групової рефлексії. Заняття логічно розподілені на три тематичні блоки: перший блок присвячений дослідженню власної ідентичності та усвідомленню її компонентів, другий фокусується на корекції патернів взаємодії з соціальними мережами та подоланні залежності від зовнішнього схвалення, а третій спрямований на формування цифрової автентичності та інтеграцію онлайн- і офлайн-досвіду в єдину цілісну Я-концепцію.

На основі структури програми було розроблено комплекс рекомендацій для ключових суб'єктів освітнього процесу - практичних психологів, педагогів та батьків, які утворюють єдину систему психопрофілактичних та психокорекційних заходів. Ці рекомендації охоплюють різні рівні взаємодії з молоддю: від індивідуального консультування та групової роботи до створення сприятливого психологічного клімату в сім'ї та навчальному закладі. Для

психологів запропоновано методичні матеріали та алгоритми впровадження програми, для педагогів - стратегії інтеграції елементів медіаграмотності та психологічної безпеки в освітній процес, а для батьків - щодо побудови довірливих стосунків з дітьми та моделювання здорового цифрового балансу в родині. Реалізація цих рекомендацій у комплексі, за умови співпраці всіх учасників освітнього середовища, здатна суттєво підвищити стійкість самоідентичності молоді в умовах цифрового середовища, мінімізувати ризики емоційного вигорання та соціальної тривожності, а також сприяти формуванню покоління, здатного критично мислити, зберігати автентичність та ефективно використовувати цифрові технології для особистісного розвитку, а не для втечі від реальності.

РОЗДІЛ IV. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ

4.1. Організація робочого місця психолога

Ефективна та безпечна діяльність практичного психолога закладу освіти значною мірою детермінована правильною організацією його робочого простору, який виступає не лише функціональним середовищем для професійної діяльності, а й важливим терапевтичним інструментом, що безпосередньо впливає на якість взаємодії з клієнтами, рівень їхньої відкритості та готовність до глибокої рефлексії. Згідно з чинними державними стандартами, санітарно-гігієнічними нормами та рекомендаціями професійних спільнот, кабінет психолога повинен відповідати комплексу вимог, що забезпечують як психологічну безпеку відвідувачів, так і дотримання принципів охорони праці для самого фахівця. Такий підхід ґрунтується на сучасному розумінні психології середовища, яке підтверджує, що фізичний простір активізує певні нейрофізіологічні реакції, регулює емоційний фон, формує відчуття контролю або беспорядності та визначає динаміку терапевтичного альянсу. Тому організація кабінету має бути не випадковим адміністративним рішенням, а науково обґрунтованим, методично виваженим проєктом, інтегрованим у загальну стратегію психологічного супроводу освітнього процесу. Простір, у якому відбувається консультування, діагностика чи корекційна робота, стає першим невербальним повідомленням для клієнта: він сигналізує про професійність фахівця, повагу до особистих кордонів та наявність безпечного контейнера для опрацювання складних емоційних станів. Саме тому нормативне регулювання цього питання виходить далеко за межі суто технічних вимог і набуває статусу етичного та професійного імперативу.

Щодо вимог до самого приміщення, кабінет практичного психолога має бути окремою, функціонально ізольованою кімнатою, захищеною від зовнішнього шуму, сторонніх звуків та візуальних перешкод, що могли б

порушити концентрацію або конфіденційність процесу. Площа приміщення має становити не менше 18-20 квадратних метрів для проведення індивідуальних консультацій, що забезпечує достатній простір для розміщення меблів та збереження особистої дистанції, згідно з принципами проксемики, які визначають комфортну зону міжособистісної взаємодії в межах 1,2–3,5 метра. Для групової роботи рекомендована площа збільшується до 25-30 квадратних метрів, що дозволяє організувати комфортне розміщення учасників без відчуття тісноти, уникнути сенсорного перевантаження та забезпечити вільне переміщення під час активних тренінгових вправ. Візуальне оформлення кабінету відіграє важливу психокорекційну роль: стіни та меблі доцільно виконувати в спокійній, нейтральній кольоровій гамі – бежевих, блідо-зелених, м'яких сірих або приглушених блакитних відтінках, які, згідно з дослідженнями кольоротерапії, сприяють психологічному розслабленню, зниженню тривожності та формуванню відчуття безпеки. Яскраві, контрастні або насичені кольори доцільно використовувати лише дозовано, як акцентні елементи в ігровій або арт-терапевтичній зоні. Кліматичні параметри приміщення також підлягають суворому регулюванню: кімната повинна мати достатнє природне освітлення, доповнене якісним штучним світлом без ефекту мерехтіння. Температурний режим має підтримуватися в межах 20-22 градусів Цельсія, вологість повітря – на рівні сорока–шістдесяти відсотків, а концентрація вуглекислого газу не повинна перевищувати 800 ppm, оскільки його накопичення суттєво знижує когнітивну продуктивність та підвищує дратівливість. Регулярне провітрювання або функціонування в системі примусової вентиляції з фільтрацією є обов'язковою умовою для підтримки оптимального повітряного балансу та мінімізації ризиків респіраторних захворювань.

Особливу увагу слід приділити ергономічній організації робочого місця психолога, який у своїй професійній діяльності активно використовує комп'ютерну техніку для ведення документації, статистичної обробки даних, підготовки методичних матеріалів, складання індивідуальних програм

супроводу та проведення онлайн-консультацій. Монітор комп'ютера має бути розташований на відстані 50-70 сантиметрів від очей користувача, при цьому верхня межа екрана повинна знаходитися на рівні очей або трохи нижче, що дозволяє уникнути надмірного напруження шийного відділу хребта та формування хронічних м'язових затисків. Робоче крісло обов'язково має мати регульовану висоту сидіння, анатомічну спинку з підтримкою поперекового відділу, механізм синхронного відхилення та регульовані підлокітники для зменшення навантаження на плечовий пояс та ліктьові суглоби. Клавіатура та маніпулятор «миша» розташовуються на такій висоті, щоб передпліччя користувача залишалися паралельним до поверхні підлоги, а зап'ястя не перегиналися, що запобігає розвитку м'язової втоми. Важливим елементом організації праці є дотримання режиму роботи: безперервна робота з комп'ютером не повинна перевищувати 45-50 хвилин, після чого обов'язково є перерва тривалістю десять–п'ятнадцять хвилин для відпочинку очей, фізичної розминки та відновлення когнітивних ресурсів. Рекомендується впроваджувати мікропаузи кожні 20-25 хвилин для виконання вправ на розслаблення очних м'язів, зміни пози тіла та глибокого дихання, що знижує рівень емоційного виснаження, характерного для професії психолога.

Принципи конфіденційності та приватності становлять етичний фундамент психологічної практики, тому кабінет має бути обладнаний таким чином, щоб гарантувати повну захищеність консультаційного процесу від зовнішнього втручання, як фізичного, так і цифрового. Це передбачає наявність якісної звукоізоляції стін та дверей, що унеможливорює прослуховування розмов, з використанням матеріалів із високим коефіцієнтом поглинання звуку, герметичних ущільнювачів по периметру дверного полотна та відсутності вентиляційних решіток, що пропускають акустичні хвилі. Вікна, за наявності, не повинні бути орієнтовані безпосередньо на інші приміщення або коридори, де можуть перебувати сторонні особи, а за потреби слід використовувати тоноване скло або жалюзі, що регулюють візуальну доступність. Технічна можливість тимчасово заблокувати вхідні дзвінки, сповіщення на смартфоні та

електронну пошту під час проведення сесії є обов'язковим елементом професійної дисципліни, оскільки переривання процесу руйнує терапевтичну присутність та підриває довіру клієнта. Документація, що містить конфіденційну інформацію про клієнтів, психодіагностичні бланки, протоколи обстежень, індивідуальні плани розвитку та особисті нотатки психолога, мають зберігатися у спеціально обладнаних замкнених металевих шафах або сейфах з надійними механічними або електронними замками, доступ до яких має виключно уповноважена особа. У цифровому середовищі це вимагає використання зашифрованих жорстких дисків, захищених хмарних сховищ із двофакторною автентифікацією, регулярного оновлення паролів та чіткого протоколу видалення даних після завершення терміну зберігання. Така організація простору не лише відповідає вимогам професійної етики, Етичного кодексу психолога України та законодавства про захист персональних даних, а й формує у клієнта відчуття довіри, контрольованості та безпеки, що є необхідною умовою для ефективної психологічної роботи, особливо при роботі з травмою, тривожними розладами або підлітковими кризами.

Організація внутрішнього простору кабінету має бути гнучкою та адаптивною, щоб забезпечити можливість проведення різних форматів професійної діяльності без втрати комфорту, функціональності та терапевтичної цілісності. Зона для індивідуальних консультацій має включати два комфортних крісла або стільці, розташовані під кутом 90-120 градусів одне до одного – така конфігурація забезпечує оптимальний візуальний контакт, дозволяє підтримувати природну дистанцію та уникати відчуття прямого протистояння, яке може викликати напругу, захисні реакції або сприйняття психолога як контрольованої інстанції. Між кріслами доцільно розмістити невеликий журнальний столик для розміщення методичних матеріалів, води або арт-терапевтичного інвентарю, що створює ефект спільного простору без порушення особистих кордонів. Зона для групових занять має бути оснащена мобільними стільцями, пуфами або м'якими модулями, які легко переставляти для реалізації різних форматів роботи: організації кола для дискусій та

шерингу, розташування рядами для лекційних форм або парної роботи для тренінгових вправ, рольових ігор або психодрами. Робочий стіл психолога з комп'ютером, принтером та необхідним обладнанням доцільно розміщувати окремо, бажано в зоні, що візуально відокремлена від консультативного кута за допомогою стелажів або різниці рівнів освітлення, щоб документальна та аналітична робота не перетиналася з простором безпосередньої взаємодії з клієнтами. Додатково рекомендується передбачити сенсорно-дружні елементи для роботи з дітьми або підлітками з особливими освітніми потребами: тактильні панелі, килимки з різними текстурами, приглушене локальне освітлення та зону для регуляції емоційного стану, що підвищує інклюзивність середовища.

Технічне оснащення сучасного кабінету психолога, який реалізує професійні програми в умовах цифрового середовища та гібридного формату освіти, має включати комплекс необхідних пристроїв для забезпечення якісної, різноформатної та відповідальної діяльності. Обов'язковим елементом є комп'ютер або ноутбук із стабільним доступом до мережі Інтернет, що дозволяє проводити онлайн-консультації, використовувати цифрові психодіагностичні інструменти, працювати з електронними базами даних та опрацьовувати емпіричні дані в спеціалізованих статистичних пакетах. Для проведення групових занять, презентацій, вебінарів або супервізій доцільно передбачити мультимедійний проектор або інтерактивну дошку, які візуалізують навчальний матеріал, підвищують залученість учасників та полегшують роботу з графічними стимулами. Принтер необхідний для оперативного виготовлення роздаткових матеріалів, бланків методик, інформованих згод та іншої документації, а сканер – для цифровізації архівних записів. Для забезпечення якості звуку під час онлайн-консультацій рекомендовано використовувати звукозаглушувальні навушники з вбудованим шумозаглушувальним мікрофоном, що мінімізує фоновий шум та забезпечує чітку комунікацію, особливо важливу при роботі з невербальними сигналами та емоційними нюансами. При цьому все технічне оснащення повинно суворо відповідати

вимогам електробезпеки: регулярна перевірка справності кабелів та розеток, наявність надійного заземлення обладнання, використання джерел безперервного живлення (UPS) для захисту від раптових відключень електромережі, а також застосування захисних мереж для фільтрації перепадів напруги та запобігання коротким замиканням. Важливим аспектом є інтеграція програмного забезпечення, що відповідає вимогам захисту даних: захищені хмарні сховища з автоматичним резервним копіюванням, системи електронного документообігу з аудиторським журналом дій. Такий комплексний підхід до технічного забезпечення не лише підвищує ефективність професійної діяльності, а й гарантує безпеку як для психолога, так і для відвідувачів кабінету, мінімізуючи ризики втрати даних, технічних аварій або несанкціонованого доступу.

Інтеграція всіх зазначених компонентів – просторових, ергономічних, конфіденційних, технічних та емоційно-психологічних – формує цілісне середовище, що сприяє професійній реалізації практичного психолога та забезпечує психологічний комфорт для всіх учасників освітнього процесу. Правильно організований кабінет стає не merely робочим місцем, а простором для відновлення, рефлексії, експериментування з новими поведінковими патернами та особистісного зростання, що повністю відповідає гуманістичній, системній та ресурсно-орієнтованій парадигмі сучасної психологічної практики. Дотримання нормативних вимог при організації такого простору є обов'язковою умовою для отримання ліцензії на провадження психологічної діяльності, проходження акредитації освітнього закладу та підтвердженням професійної відповідальності фахівця перед суспільством, батьками та учнівською громадою. Водночас, організація кабінету не має бути статичною: вона потребує періодичного аудиту, адаптації до нових освітніх викликів, інтеграції інноваційних методів та врахування відгуків клієнтів. У майбутньому розвиток цього напрямку пов'язаний із впровадженням «розумних» кабінетів із адаптивним освітленням, розробкою стандартів інклюзивного психологічного простору та створенням національних рекомендацій щодо ергономіки та

конфіденційності в умовах гібридної освіти. Лише за умови системного, науково обґрунтованого та етично відповідального підходу до організації робочого простору практичний психолог зможе реалізувати свій професійний потенціал, забезпечити сталий розвиток особистості учнів та внести вагомий внесок у формування психологічно здорового освітнього середовища.

4.2. Профілактика емоційного вигорання фахівця

Практична діяльність психолога, особливо в контексті роботи з молоддю, яка переживає кризи ідентичності, тривожні стани та проблеми самооцінки, є професійно складною та емоційно навантаженою сферою, що вимагає високого рівня особистісної зрілості, емоційної стійкості та методичної компетентності. Робота з підлітками та молодими дорослими, які формують свою ідентичність у цифровому середовищі, передбачає не лише володіння класичними психодіагностичними та корекційними інструментами, а й глибоке розуміння специфіки онлайн-комунікації, впливу соціальних мереж на самопочуття та механізмів цифрової соціалізації. Така багатовимірною професійною активністю, поєднана з високою емпатійною залученістю та відповідальністю за психологічний добробут клієнтів, створює передумови для розвитку синдрому емоційного вигорання - феномену, який є значущою проблемою для фахівців допоміжних професій і потребує системної, багаторівневої профілактики.

Синдром емоційного вигорання, за класифікацією К. Масlach та С. Джексона, є багатовимірним конструктом, що включає три взаємопов'язані компоненти, кожен з яких відображає певний аспект професійної дезадаптації. Емоційне виснаження проявляється у відчутті спустошеності, вичерпаності емоційних ресурсів, фізичної та психічної втоми, яка не зникає навіть після відпочинку. Деперсоналізація характеризується дистанціюванням від клієнтів, формуванням цинічного або байдужого ставлення до їхніх проблем, емоційною відстороненістю та знеособленням у комунікації. Редукція особистих досягнень виявляється у зниженні відчуття власної компетентності, сумнівах у професійній ефективності, відчутті безглуздості власної праці. Для психологів,

які спеціалізуються на роботі з молоддю з питань цифрової ідентичності, додатковим чинником ризику є необхідність постійно відстежувати актуальні тренди цифрового середовища, освоювати нові платформи та формати комунікації, що саме по собі може бути когнітивно та емоційно виснажливим, оскільки вимагає постійної адаптації до швидкозмінного технологічного ландшафту.

На організаційному рівні профілактика емоційного вигорання передбачає створення сприятливих умов праці та інституційної підтримки фахівця. Заклад освіти має забезпечити чітке розмежування посадових обов'язків психолога, уникаючи перевантаження адміністративними завданнями, які не входять до професійної компетенції, та встановлюючи реалістичне індивідуальне навантаження, що враховує специфіку психологічної роботи. Важливим елементом є планування регулярних методичних нарад та просторів для обміну досвідом з колегами, де фахівці можуть обговорювати складні випадки, ділитися ефективними стратегіями втручання та отримувати емоційну підтримку в професійному середовищі. Доступ до супервізії - регулярних зустрічей з більш досвідченим фахівцем для аналізу професійної діяльності, обговорення складних випадків та рефлексії власного емоційного стану - є критично важливим інструментом підтримки психологічного здоров'я практикуючого спеціаліста. Крім того, має надаватись можливість для системного підвищення кваліфікації, участі у конференціях, тренінгах та фахових спільнотах, що сприяє професійному зростанню, оновленню методичного арсеналу та запобіганню стагнації.

На індивідуальному рівні практичному психологу рекомендується інтегрувати в повсякденну практику низку стратегій, спрямованих на збереження психоемоційного ресурсу та професійної ефективності. Одним із фундаментальних принципів є дотримання чітких кордонів у роботі: важливо відмежовувати робочий та особистий час, не брати на себе відповідальність за аспекти, що знаходяться поза межами фахової компетентності та уникати відповідей на запити клієнтів у позаробочий час, що сприяє відновленню та

запобігає хронічному перевтомленню. Регулярна самосупервізія передбачає звичку після завершення складних сесій фіксувати власний емоційний стан, аналізувати реакції на поведінку клієнта, виявляти ранні ознаки перевантаження та своєчасно звертатись за зовнішньою супервізійною підтримкою, не чекаючи критичного виснаження. Важливим ресурсом є власна психотерапія: міжнародна фахова практика визнає, що психологам рекомендується проходити особисту терапію або консультації як інструмент підтримки власного психологічного здоров'я, опрацювання контрперенесення та зміцнення особистісної стійкості.

Фізичне та емоційне відновлення ресурсів є базовою умовою професійної довговічності психолога. Регулярні фізичні навантаження, повноцінний сон, збалансоване харчування, наявність хобі та підтримуючих соціальних зв'язків поза роботою формують фундамент психологічної стійкості, що дозволяє фахівцю ефективно протистояти професійному стресу. Особливого значення для психолога, який займається проблематикою цифрового середовища, набуває практика свідомого цифрового детоксу: усвідомлене обмеження часу в соціальних мережах, фільтрація інформаційних потоків, регулярні перерви від екранів та культивування офлайн-активностей допомагають запобігти вторинній травматизації та зберегти когнітивну свіжість. Такий підхід до власної цифрової гігієни не лише захищає особистий ресурс фахівця, а й слугує позитивним прикладом для клієнтів, які навчаються балансувати між онлайн-та офлайн-життям.

Раннє виявлення ознак емоційного вигорання є критично важливим для своєчасного втручання та запобігання професійній дезадаптації. Психолог повинен розвивати навичку самоспостереження та бути уважним до таких сигналів: зростання дратівливості або байдужості до клієнтів, відчуття безглуздості власної роботи, труднощі з концентрацією уваги та прийняттям рішень, соматичні симптоми, такі як хронічна втома, головні болі або порушення сну, а також зниження задоволення від діяльності, яка раніше приносила радість та професійне натхнення. При виявленні цих ознак

рекомендується негайно звернутись за фаховою супервізією, переглянути індивідуальний графік навантаження та, за потреби, тимчасово зменшити кількість консультацій або взяти відпустку для відновлення ресурсів. Проактивне ставлення до власного стану є проявом професійної відповідальності, оскільки виснажений фахівець не може ефективно підтримувати інших.

Ключовим принципом профілактики вигорання у психолога, який працює з проблемами ідентичності молоді, є підтримання балансу між емпатійною залученістю та професійною дистанцією. Щира зацікавленість у добробуті клієнтів, здатність до співпереживання та емоційної присутності є необхідними умовами ефективної психологічної допомоги, однак надмірна ідентифікація з проблемами клієнта, емоційне «злиття» з його досвідом призводить до швидкого виснаження та втрати об'єктивності. Техніка «емпатичного свідчення» - здатності бути присутнім у досвіді іншої людини, глибоко розуміти її почуття та перспективи, зберігаючи при цьому власну психологічну стабільність та професійну позицію - є навичкою, яка потребує постійного тренування, рефлексії та супервізійної підтримки. Розвиток цієї компетенції дозволяє психологу надавати якісну допомогу, не втрачаючи власного емоційного ресурсу та професійної ідентичності.

Таким чином, профілактика емоційного вигорання у практичного психолога є комплексним процесом, що поєднує організаційні умови, індивідуальні стратегії саморегуляції та професійну рефлексію. Системний підхід до цього питання не лише зберігає психологічне здоров'я фахівця, а й забезпечує якість та етичність надання психологічної допомоги молоді, яка переживає складні етапи становлення ідентичності в цифрову епоху. Інвестиції у профілактику вигорання є інвестиціями у професійну довговічність, особистісне благополуччя та соціальну відповідальність психолога.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Виконана кваліфікаційна робота присвячена комплексному психологічному дослідженню впливу соціальних мереж на формування самоідентичності сучасної молоді та розробці на цій основі практичної програми психологічного супроводу. Теоретичний аналіз засвідчив, що самоідентичність є багатовимірним психологічним конструктом, який інтегрує когнітивні уявлення про себе, афективну самооцінку та ставлення до власної особистості, а також поведінкові аспекти самопрезентації й самоефективності. Провідну роль у становленні цього конструкту відіграє юнацький вік, зокрема період від 15-25 років, коли інтенсифікується потреба у відповіді на запитання «Хто я?» та активізується пошук референтних груп і ціннісних орієнтирів. Класичні теоретичні підходи Еріксона, Марсія, Роджерса, Фестінгера та Гофмана, поєднані з сучасними концепціями цифрової психології, зокрема працями Теркл, Баєм та Д. Бойд, сформували міцну теоретичну базу для вивчення феномену цифрової ідентичності та її трансформації в умовах віртуального середовища.

Встановлено, що соціальні мережі виступають якісно новим середовищем формування ідентичності молоді, дія якого опосередкована низкою специфічних психологічних механізмів. До ключових факторів належать висхідне соціальне порівняння з ідеалізованими цифровими образами, умовне позитивне підкріплення через систему лайків та коментарів. Хронічне відчуття дефіциту власного життя, відоме як FOMO, алгоритмічне формування інформаційних «бульбашок» та постійний цифровий дисонанс між реальним та ідеальним «Я» створюють додаткове навантаження на психіку. Важливо підкреслити, що зазначені механізми не мають однозначного впливу: залежно від наявних психологічних ресурсів особистості та рівня рефлексії вони можуть як дестабілізувати самооцінку, так і сприяти збагаченню ідентичності через нові соціальні ролі та можливості самовираження.

Емпірична частина дослідження, у якій взяли участь 48 молодих людей (18 учнів закладу загальної середньої освіти віком 15–17 років та 30 студентів

університету віком 18–25 років), продемонструвала переважно помірний рівень самооцінки у вибірці, з середнім показником 27,4 балів та стандартним відхиленням $\pm 4,6$ за шкалою Розенберга. Водночас майже половина учасників, а саме 45,7%, інтегрували «цифрові» ідентичності у структуру власної Я-концепції. Статистичний аналіз виявив значущі негативні кореляційні зв'язки між тривалістю перебування в соціальних мережах і рівнем самооцінки, а також між екранним часом і диференційованістю Я-концепції. Окремо було зафіксовано платформенну специфіку впливу: користувачі Instagram демонстрували статистично нижчі показники самооцінки порівняно з активними споживачами YouTube контенту. Тип використання мереж виступав вагомим модератором ефектів, оскільки пасивні споживачі контенту характеризувалися нижчою самооцінкою та вищими рівнями соціальної тривоги на відміну від тих, хто створював власні матеріали або активно комунікував.

Результати дослідження підтвердили, що гендерна приналежність та віковий період є статистично значущими змінними у контексті впливу цифрового середовища. Дівчата продемонстрували нижчі середні показники самооцінки порівняно з юнаками, що повністю узгоджується з міжнародними даними про підвищену вразливість жіночої молоді до впливу фотоцентричних та візуально орієнтованих платформ. Віковий аналіз засвідчив, що підліткова група віком від п'ятнадцяти до сімнадцяти років характеризується вищим рівнем соціальної тривоги в мережах порівняно зі студентською вибіркою, що вказує на поступове формування захисних психологічних механізмів і більшої стійкості в міру дорослішання та набуття життєвого досвіду.

На основі отриманих емпіричних даних та психологічної методології було розроблено авторську програму психологічного супроводу під назвою «Я – справжній(-а): ідентичність у цифровому світі». Програма структурована як цикл із десяти групових занять тривалістю по дев'яносто хвилин кожне. Її зміст спрямований на послідовну роботу з усвідомленням власних цифрових патернів поведінки, зниженням інтенсивності автоматичного соціального

порівняння, формуванням стійкої внутрішньої самооцінки, що не залежить від зовнішньої валідації, а також на розвиток навичок критичного медіаспоживання та дотримання принципів цифрової гігієни. Заняття поєднують когнітивно-поведінкові техніки та інтерактивні рефлексивні вправи, що забезпечує комплексний вплив на усі компоненти самоідентичності.

Узагальнення результатів дослідження лягло в основу системи практичних рекомендацій, адресованих психологам, педагогам та батькам. Цей документ охоплює три взаємопов'язані рівні психологічної роботи: профілактичний, що передбачає раннє виявлення ризиків цифрової дезадаптації та формування безпечного середовища спілкування; корекційний, орієнтований на індивідуальну чи групову роботу з підлітками, які демонструють ознаки зниженої самооцінки або залежної поведінки; та просвітницький, який включає організацію лекційно-тренінгових заходів щодо особливостей цифрової соціалізації молоді та ефективних стратегій батьківського супроводу в онлайн-просторі.

Перспективи подальших наукових розвідок у цьому напрямі пов'язані з розширенням репрезентативності вибірки, що дозволить відстежити динаміку трансформації ідентичності в реальному часі. Окремою дослідницькою задачею є вивчення специфічного впливу нових короткоформатних та гібридних платформ, таких як Reels, Shorts або BeReal, на різні компоненти самоідентичності та механізми соціального порівняння. Не менш актуальним напрямом залишається розробка, адаптація та валідація сучасних україномовних психодіагностичних інструментів, спеціалізованих для вимірювання цифрової ідентичності, що забезпечить методичну основу для подальших емпіричних досліджень у вітчизняному науковому контексті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова О. А. Соціальні мережі як чинник формування ідентичності підлітків у сучасному інформаційному суспільстві. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2021. С. 12–21.
2. Бондаренко О. Ф. Психологія особистості: підручник. К.: Либідь, 2016. 520 с.
3. Булах С. М. Тенденції цифрової соціалізації української молоді: психологічний аналіз. Соціальна психологія в освіті. 2022. С. 24–35.
4. Гороховська Д. С. Самоцінка та психологічне благополуччя молоді в умовах цифровізації освіти. Практична психологія та соціальна робота. 2023. № 5. С. 33–42.
5. Дементьева О. В., Лавренко К. В. Соціальна тривожність у підлітків: зв'язок із цифровою поведінкою. Психологія і суспільство. 2024. С. 8–19.
6. Засекіна Л. В. Психолінгвістичні аспекти цифрової комунікації особистості. Психологія і суспільство. 2022. № 2. С. 15–30.
7. Максименко С. Д. Основи загальної психології. К.: Центр учбової літератури, 2014. 360 с.
8. Омельченко В. Ю. Уплив технологій віртуальної реальності на самосприйняття та тілесний образ молоді. Психологічні науки. 2023. № 11. С. 55–68.
9. Примак О. А. Цифрова ідентичність молоді в умовах трансформацій соціальних мереж. Актуальні проблеми психології. 2023. Т. XV. С. 42–58.
10. Світла К. Ж. Я-концепція в підлітків в контексті використання соціальних мереж. Педагогічна психологія і психопедагогіка. 2023. № 2. С. 44–53.
11. Серeda О. В. Медіаграмотність як засіб профілактики цифрової залежності підлітків. Ювілейний збірник Національного педагогічного університету. 2024. С. 112–120.
12. Татенко В. О. Суб'єктно-вчинкова парадигма у психологічних

дослідженнях. Психологія і суспільство. 2017. С. 23–41.

13. Титаренко Т. М. Життєвий світ особистості: глибинні виміри. К.: Міленіум, 2003. 268 с.

14. Титаренко Т. М. Психологічне здоров'я особистості: засоби самопомоги в умовах тривалої травматизації. Кропивницький: Імекс-ЛТД, 2018. 160 с.

15. Тінькова З. О. Юнацька ідентичність в цифровому середовищі: особливості та ризики. Актуальні проблеми психології. 2022. Т. XV. С. 78–91.

16. Цимбалюк О. М. Психологія вікового розвитку: підручник. К.: Академвидав, 2014. 432 с.

17. Bandura A. Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1986. 544 p.

18. Bauman Z. Liquid Modernity. Cambridge: Polity Press, 2000. 228 p.

19. Baym N. K. Personal Connections in the Digital Age. Cambridge: Polity Press, 2010. 198 p.

20. Beck J. S. Cognitive Behavior Therapy: Basics and Beyond. New York: Guilford Press, 2011. 391 p.

21. Beyens I., Fardouly J., Valkenburg P. M. Social Media, Body Image, and the Question of Causation. Body Image. 2022. Vol. 41. P. 355–364.

22. Boyd D. It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. New Haven: Yale University Press, 2014. 281 p.

23. Boyd D. M., Ellison N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication. 2007. Vol. 13, No. 1. P. 210–230.

24. Deci E. L., Ryan R. M. Self-Determination and Intrinsic Motivation in Human Behavior. New York: Plenum Press, 1985. 371 p.

25. Erikson E. H. Identity: Youth and Crisis. New York: Norton, 1968. 336 p.

26. Fardouly J., Vartanian L. R. Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. Current Opinion in Psychology. 2015. Vol. 9. P. 1–5.

27. Festinger L. A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*. 1954. Vol. 7. P. 117–140.
28. Goffman E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books, 1959. 259 p.
29. Jia H., Xu H. Measuring Individuals' Concerns over Collective Privacy on Social Networking Sites. *Internet Research*. 2016. Vol. 26, No. 2. P. 384–406.
30. Marcia J. E. Development and Validation of Ego-Identity Status. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1966. Vol. 3, No. 5. P. 551–558.
31. Maslow A. H. *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row, 1954. 411 p.
32. McAdams D. P. *The Stories We Live By: Personal Myths and the Making of the Self*. New York: Guilford Press, 1993. 336 p.
33. Oleś P. K. *Wprowadzenie do psychologii osobowości*. Warszawa: Scholar, 2003. 460 s.
34. Ozimek P., Bierhoff H.-W. Do Age and Sex Moderate the Link between Facebook Use and Social Comparison, Self-Assessment, and Social Feedback Seeking? *Computers in Human Behavior*. 2020. Vol. 107. P. 106–131.
35. Pariser E. *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: Penguin Press, 2011. 294 p.
36. Przybylski A. K., Murayama K., DeHaan C. R., Gladwell V. Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*. 2013. Vol. 29, No. 4. P. 1841–1848.
37. Rogers C. R. A Theory of Therapy, Personality, and Interpersonal Relationships as Developed in the Client-Centered Framework. *Psychology: A Study of a Science*. 1959. Vol. 3. P. 184–256.
38. Rosenberg M. *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton: Princeton University Press, 1965. 326 p.
39. Sunstein C. R. *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press, 2017. 328 p.
40. Tajfel H., Turner J. C. *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior*.

Psychology of Intergroup Relations. Chicago: Nelson-Hall, 1986. P. 7–24.

41. Thaler R. H., Sunstein C. R. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New Haven: Yale University Press, 2008. 293 p.

42. Tobin L. A., Hendriks-Jansen M., Chein J. Peers Increase Adolescent Risk Taking by Enhancing Activity in the Brain's Reward Circuitry. *Developmental Science*. 2010. Vol. 14, No. 2. P. 1–10.

43. Turkle S. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books, 2011. 360 p.

44. Turkle S. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster, 1995. 347 p.

45. Valkenburg P. M. Social Media and Well-Being: Pitfalls, Progress, and Next Steps. *Trends in Cognitive Sciences*. 2022. Vol. 26, No. 1. P. 66–77.

46. Valkenburg P. M., Patti M. J. Social Media Use and Adolescent Well-Being: A Review. *Current Opinion in Psychology*. 2021. Vol. 44. P. 67–71.

47. Vannucci A., Flannery K. M., Ohannessian C. M. Social Media Use and Anxiety in Emerging Adults. *Journal of Affective Disorders*. 2017. Vol. 207. P. 163–166.

48. Vogel E. A., Rose J. P., Roberts L. R., Eckles K. Social Comparison, Social Media, and Self-Evaluation. *Psychology of Popular Media Culture*. 2014. Vol. 3, No. 4. P. 206–222.

49. White M., Epston D. *Narrative Means to Therapeutic Ends*. New York: Norton, 1990. 240 p.

50. Woods H. C., Scott H. #Sleepyteens: Social Media Use in Adolescence is Associated with Poor Sleep Quality, Anxiety, Depression and Low Self-Esteem. *Journal of Adolescence*. 2016. Vol. 51. P. 41–49.

51. Zhao S., Grasmuck S., Martin J. Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computers in Human Behavior*. 2008. Vol. 24, No. 5. P. 1816–1836.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Шкала самооцінки Розенберга (RSES)

Інструкція: Будь ласка, оцініть, наскільки Ви погоджуєтесь із кожним твердженням. Відповідайте щиро – тут немає правильних чи неправильних відповідей.

№	Твердження	Повністю згоден(-на)	Скоріше згоден(-на)	Скоріше не згоден(-на)	Повністю не згоден(-на)
1.	Загалом, я задоволений(-а) собою.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Час від часу я думаю, що я ні на що не здатний(-а).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Я відчуваю, що у мене є багато хороших якостей.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Я можу робити різні речі, як і більшість інших людей.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Я відчуваю, що особливо не маю чим пишатися.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Іноді я почуваюся ні на що не здатним(-ою).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Я відчуваю, що я цінний(-а), принаймні не менш ніж інші.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Я хотів(-ла) би мати більше поваги до себе.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Загалом, я схильний(-а) думати, що я невдаха.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Я позитивно ставлюся до себе.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Підрахунок балів: прями твердження (1, 3, 4, 7, 10) оцінюються: Повністю згоден = 4, Скоріше згоден = 3, Скоріше не згоден = 2, Повністю не згоден = 1. Зворотні твердження (2, 5, 6, 8, 9) оцінюються навпаки. Загальна сума: 10–40 балів. 10–19: низька самооцінка; 20–29: помірна самооцінка; 30–40: висока самооцінка.

ДОДАТОК Б

Опитувальник соціальної тривоги при використанні соціальних мереж (SASAS)

Інструкція: Будь ласка, прочитайте кожне твердження та оцініть, наскільки воно описує Ваш типовий стан при використанні соціальних мереж. Використовуйте шкалу від 1 до 5, де: 1 - зовсім не про мене; 2 - скоріше не про мене; 3 - важко сказати; 4 - скоріше про мене; 5 - цілком про мене.

1. Перед тим як опублікувати фото або пост, я турбуюся про те, що подумують інші.
2. Я відчуваю занепокоєння, коли моя публікація отримує мало лайків або реакцій.
3. Я боюся, що мої підписники можуть негативно оцінити мій контент.
4. Я відчуваю тривогу, коли змушений(-а) не заходити в соціальні мережі.
5. Я постійно перевіряю, чи не з'явилися нові коментарі або реакції під моїми публікаціями.
6. Мені важко публікувати щось без попереднього ретельного обмірковування того, як це сприймуть інші.
7. Я відчуваю дискомфорт, коли моя онлайн-активність помітно менша, ніж в інших.
8. Відсутність реакцій на мої публікації викликає у мене неприємні переживання.
9. Я хвилююся через те, що кількість моїх підписників недостатня.
10. Я почуваюся тривожно, коли пропускаю важливі події або обговорення в соціальних мережах.
11. Думка підписників про мій контент впливає на моє самопочуття.
12. Я відчуваю полегшення, коли публікація отримує багато позитивних реакцій.
13. Критичні коментарі в соціальних мережах значно псуєть мій настрій.
14. Я уникаю публікувати певний контент через страх негативної реакції аудиторії.

15. Соціальні мережі займають значну частину моїх думок навіть у ситуаціях поза екраном.

Підрахунок балів: сума відповідей за всіма 15 твердженнями. Загальний бал варіюється від 15 до 75. Рівні: 15–30 балів - низький рівень соціальної тривоги в мережах; 31–52 бали - помірний рівень; 53–75 балів - високий рівень.

ДОДАТОК В

Опитувальник "Вплив соціальних мереж на мою особистість"

(авторська розробка)

Інструкція: Будь ласка, уважно прочитайте кожне запитання та оберіть або напишіть відповідь, яка найкраще відображає Вашу реальну поведінку та думки. Тут немає правильних або неправильних відповідей. Ваші відповіді є конфіденційними та будуть використані виключно в наукових цілях.

Питання	Варіанти відповідей
1. Вік	_____ років
2. Стать	<input type="checkbox"/> Жіноча <input type="checkbox"/> Чоловіча
3. Навчальний заклад	<input type="checkbox"/> Школа <input type="checkbox"/> Університет <input type="checkbox"/> Інше: _____
4. Які соціальні мережі Ви використовуєте регулярно?	<input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> TikTok <input type="checkbox"/> YouTube <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Telegram <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Snapchat <input type="checkbox"/> Інше: _____
5. Скільки часу на добу Ви проводите в соцмережах?	<input type="checkbox"/> менше 1 год <input type="checkbox"/> 1-2 год <input type="checkbox"/> 2-3 год <input type="checkbox"/> 3-5 год <input type="checkbox"/> більше 5 год
6. Ваша основна роль у соцмережах	<input type="checkbox"/> переважно переглядаю <input type="checkbox"/> іноді публікую <input type="checkbox"/> регулярно публікую <input type="checkbox"/> веду блог
7. Для чого найчастіше використовуєте (до 3 варіантів)?	<input type="checkbox"/> спілкування <input type="checkbox"/> розваги <input type="checkbox"/> пошук інформації <input type="checkbox"/> тренди <input type="checkbox"/> самовираження <input type="checkbox"/> заробіток

Шкала соціального порівняння (питання 8). Оцініть від 1 (зовсім не про мене) до 5 (цілком про мене):

Твердження	1	2	3	4	5
Переглядаючи стрічку, я мимоволі порівнюю себе з іншими	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Після порівняння я відчуваюсь гіршим(-ою) за інших	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Я хочу виглядати так само, як люди в соцмережах	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Публікації про успіхи інших викликають відчуття, що я відстаю	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Я слідкую за акаунтами, на яких хочу бути схожим(-ою)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ідеальні фото/відео змушують думати про власні недоліки	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Я порівнюю свої успіхи з тим, що бачу в соцмережах	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Як змінюється Ваш настрій після тривалого перегляду стрічки соцмереж?

помітно погіршується трохи погіршується без змін трохи покращується помітно покращується

10. Чи впливає на Вашу самооцінку кількість лайків та коментарів?

так, дуже сильно так, певною мірою важко сказати майже не впливає
 зовсім не впливає

11. Чи публікуєте Ви образ, що суттєво відрізняється від реального?

так, регулярно іноді рідко майже ніколи ніколи

12. "Соціальні мережі допомагають мені краще розуміти, хто я є":

повністю згоден(-на) радше згоден(-на) важко сказати радше не згоден(-на) повністю не згоден(-на)

13. Чи відчуваєте тривогу, коли не перевіряєте соцмережі?

так, дуже сильно так, певною мірою іноді майже ніколи зовсім ні

Відкриті запитання:

14. Як би Ви описали себе людині, яка ніколи не бачила Ваших соцмереж? (2–3 речення)

15. Чи є щось у Вашій онлайн-присутності, що Вас турбує або хотілось би змінити?

16. Що соціальні мережі дають Вам особисто? Що забирають?

Дають:

Забирають:

ДОДАТОК Д

Тематичний план програми психологічного супроводу

"Я – справжній(-я): ідентичність у цифровому світі"

№	Тема заняття	Мета	Методи
1	Хто Я поза соціальними мережами?	Актуалізація уявлень про власну ідентичність	Методика "Хто Я?", вправа "Три кола Я"
2	Механізми впливу соцмереж	Підвищення обізнаності про психологічні механізми впливу	Психоедукація, аналіз контенту, "Список моїх сил"
3	Моя цифрова особистість	Дослідження онлайн-образу та його відповідності реальному Я	Вправа "Онлайн-паспорт", робота в парах
4	Лайки та цінність	Переосмислення джерел самооцінки	Когнітивна реструктуризація, "Колесо самооцінки"
5	Фільтри, ретуш і реальність	Розвиток критичного медіаспоживання	Аналіз "до і після", "Детектив контенту"
6	Тривога та FOMO	Навчання саморегуляції тривоги	Психоедукація, техніка ЖОМО, план самопомоги
7	Спільнота та самотність	Розрізнення онлайн та справжнього зв'язку	"Соціальний атлас", рольова гра
8	Мої цінності як компас	Визначення власних цінностей як орієнтира	Ранжування цінностей, "Ціннісний маніфест"
9	Цифрова гігієна	Формування стратегій здорового використання мереж	Мозковий штурм, план цифрової гігієни
10	Я справжній(-я)	Інтеграція досвіду програми	Повторна методика "Хто Я?", коло завершення

