

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»
ФАКУЛЬТЕТ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я, СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ І ПСИХОЛОГІЇ
Кафедра психології та педагогіки

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Освітньо-кваліфікаційний рівень – бакалавр на тему:

**«ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ
ТА САМОСПРИЙНЯТТЯ СТУДЕНТСТВА»**

Виконала студентка 4-го року навчання,

Спеціальності

053 Психологія

Різун Ксенія Валеріївна

Науковий керівник: Брик О. М.,

магістр психологічних наук, ст. викладач

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою

«_____»

Секретар ЕК _____

«___» _____ 2026р.

АНОТАЦІЯ

Різун К.В. Вплив соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентства

Кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра за спеціальністю 6.030102 – Психологія – Національний університет «Києво-Могилянська Академія», 2026.

У дипломній роботі здійснено теоретичний аналіз і емпіричне дослідження впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентства. Проведено огляд різних теоретичних підходів до вивчення формування ідентичності та самосприйняття. У дослідженні акцент зроблено на тому, як внутрішні та зовнішні чинники цифрового середовища формують ідентичність студентів, а також на тому, яким чином активна та пасивна присутність у соціальних мережах впливає на їхнє самосприйняття.

Проведено емпіричне дослідження, яке включало використання опитувальників для вивчення впливу соціальних мереж на процес формування ідентичності та самосприйняття студентства. Для збору даних використано низку психодіагностичних опитувальників, що дозволили проаналізувати особливості самооцінки, чіткість образу «Я», стилі конструювання ідентичності та характер взаємодії студентів із соціальними платформами. Отримані результати виявили взаємозв'язок між інтенсивністю використання соціальних мереж, схильністю до соціального порівняння та рівнем самосприйняття. З'ясовано що активна участь у цифровому середовищі може як підтримувати позитивну ідентичність, так і спричиняти її фрагментацію за умов надмірної залежності від зовнішніх соціальних оцінок. На основі результатів сформульовано практичні рекомендації щодо розвитку критичного та усвідомленого використання соціальних мереж студентами.

Ключові слова: ідентичність, самосприйняття, соціальні мережі, самоконцепція, медіатизація, самооцінка, соціальне порівняння, студентство, валідація.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА САМОСПРИЙНЯТТЯ СТУДЕНТСТВА В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	7
1.1. Аналіз теоретичних підходів до вивчення ідентичності та самосприйняття особистості.....	7
1.2. Особливості становлення ідентичності та самосприйняття студентської молоді в умовах цифрової соціалізації.....	11
1.3. Психосоціальні механізми та медіа-впливи соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентства	15
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	19
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА САМОСПРИЙНЯТТЯ СТУДЕНТСТВА ПІД ВПЛИВОМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	21
2.1. Загальна характеристика методів та організації дослідження.....	21
2.2. Аналіз та інтерпретація даних, отриманих в результаті дослідження.....	26
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	39
РОЗДІЛ 3. РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА САМОСПРИЙНЯТТЯ СТУДЕНТСТВА.....	41
3.1. Рекомендації щодо формування здорового самосприйняття та ідентичності студентів в умовах активного використання соціальних мереж.....	41
3.2. Рекомендації щодо розробки програми оптимізації впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентства.....	48
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	53
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57
ДОДАТКИ.....	62

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі стали невід'ємною частиною повсякденного життя студентської молоді та одним із головних середовищ, у яких формується уявлення про себе і вибудовується особистісна, гендерна, соціальна, національна та професійна ідентичність. Швидкий розвиток цифрових технологій і постійна медіатизація соціальних взаємодій сприяють тому, що значна частина самопрезентації, соціального порівняння та пошуку визнання переміщується у віртуальний простір. Це актуалізує необхідність глибшого вивчення того, як інтенсивність онлайн-взаємодій, публічність особистого контенту та залежність від зворотного зв'язку впливають на самосприйняття студентів.

Попри значну кількість досліджень, присвячених психологічним особливостям молоді, питання того, яким чином соціальні мережі впливають на напрямок та особливості формування ідентичності, самосприйняття та рівень самооцінки, все ще залишається недостатньо розглянутим. Особливо актуальним є розуміння ризиків, пов'язаних із соціальним порівнянням, інтенсивністю використання соціальних мереж, формуванням ідеалізованих образів «Я» та залежністю від онлайн-схвалення, а також визначення можливих ресурсних аспектів використання соціальних мереж для самовираження, соціальної підтримки, професійного та творчого розвитку.

Дослідження психологічних механізмів впливу соціальних мереж на ідентичність студентів є важливим як для теорії, так і для практики сучасної психології. Знання про особливості цифрової соціалізації дозволяють розробляти ефективні стратегії підтримки молоді, профілактики негативних наслідків медійного впливу та формування здорового самосприйняття в умовах інформаційного перенасичення.

Мета дослідження: з'ясувати особливості впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентів.

Об'єкт дослідження: чинники, що впливають на процес формування ідентичності та самосприйняття студентів у контексті взаємодії з соціальними мережами.

Предмет дослідження: вплив психологічних чинників та механізмів, через які використання соціальних мереж впливає на формування ідентичності та самосприйняття студентства.

Гіпотеза дослідження полягає в припущенні про те, що активне залучення студентів до соціальних мереж, зокрема взаємодія через соціальне порівняння та пошук схвалення, пов'язані зі змінами у самосприйнятті та особливостями формування ідентичності. Студенти, які орієнтуються на внутрішні критерії самооцінки демонструватимуть більш стабільну ідентичність і вищий рівень

позитивного самосприйняття, ніж ті, самооцінка яких формується переважно під впливом зовнішньої цифрової валідації.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати наукові джерела та сучасні теоретичні підходи до вивчення впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентів.
2. Емпірично дослідити особливості самосприйняття студентів і характер їхньої взаємодії з соціальними мережами і визначити взаємозв'язок між інтенсивністю використання соціальних мереж, рівнем самооцінки, соціальним порівнянням та структурою ідентичності.
3. Розробити практичні рекомендації щодо формування здорового цифрового середовища та підтримки позитивного самосприйняття студентів.

Теоретичну основу дослідження складають фундаментальні психологічні положення про формування ідентичності та кризи юнацького віку (Е. Еріксон), концепції самосприйняття та розвитку самооцінки особистості (Р. Ерол, У. Орт, Д. Ісройлова). Проблема трансформації ідентичності в цифровому просторі та феномен «розширеного Я» у віртуальному світі висвітлені у праці Р. Белк. Психологічний аналіз функціонування соціальних мереж у сучасному суспільстві та їхній загальний вплив на соціалізацію молоді представлено у дослідженнях О. Немеш, А. Рубана, О. Терешкуна та О. Ілюшкіна. Особливості впливу соціальних медіа, зокрема Facebook та Instagram на самооцінку, рівень самооб'єктивації та емоційну сферу студентства розглядаються у роботах В. Гладченко, Д. Сінгела, М. Картера, А. Берроу, Н. Райнон та Р. Гарсії. Вплив соціального порівняння в мережах на сприйняття власного життя досліджували Х. Чоу та Н. Едж. Ризики виникнення психологічного дистресу, тривожності, депресивних станів та адиктивної поведінки внаслідок використання соціальних мереж аналізуються у працях Дж. Беттманн, В. Чена, К. Лі, В. Бенсон, С. Ченг та П. Бест. Питання взаємозв'язку між активністю в мережах, медіаграмотністю та розвитком критичного мислення у студентів відображено у дослідженнях Е. Арк та Л. Ченг.

Методи дослідження:

Теоретичні: аналіз наукових джерел, узагальнення сучасних концепцій цифрової ідентичності, порівняння моделей формування самосприйняття в онлайн-середовищі.

Емпіричні: Методика «Чіткість Я-концепції» (Self-Concept Clarity Scale), розроблена Кемпбеллом та ін. (1996); Методика «Виміри розвитку ідентичності» (DIDS); Адаптований опитувальник «Вимірювання активного та пасивного використання Facebook» (PAUM).

База проведення дослідницько-експериментальної роботи: вибірка дослідження складала 50 осіб, (25 осіб жіночої статі та 25 осіб чоловічої статі) у віці 16-25 років.

Структура та обсяг роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел (62 найменувань) та додатків (4). Повний обсяг роботи становить 68 сторінок.

Наукова новизна полягає у доповненні відомостей та системному аналізі психологічних факторів, які найбільше впливають на формування ідентичності та самосприйняття студентів у контексті взаємодії із соціальними мережами.

Практична значущість одержаних результатів полягає в можливості використання їх для розробки на основі даного дослідження рекомендацій та заходів до програми психологічної профілактики та медіаграмотності, що дозволяють студентам створити оптимальні умови для розвитку критичного ставлення до онлайн-контенту та підтримки здорової цифрової ідентичності студентів.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА САМОСПРИЙНЯТТЯ СТУДЕНТСТВА В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1.1. Аналіз теоретичних підходів до вивчення ідентичності та самосприйняття особистості

Проблематика ідентичності та самосприйняття є однією з найбільш значущих у сучасній психології, оскільки саме через ці категорії особистість осмислює власне місце у світі, формує життєві орієнтири, соціальні ролі та способи взаємодії з іншими людьми. У класичних теоретичних підходах, представлених Р. Баумайстером, Л. Седрун, С. Цибіла та Е. Еріксоном, ідентичність розглядається як динамічне утворення, що розвивається у процесі соціалізації й відображає інтеграцію індивідуального досвіду, цінностей та соціальних очікувань. Водночас у цих моделях наголошується, що юність і рання дорослість - критичні періоди пошуку себе та становлення особистісної цілісності, що робить студентську молодь чутливою до зовнішніх впливів. Згідно з теоріями розвитку, саме в цьому віці відбувається інтенсивний пошук відповідей на питання «Хто я?» та «Ким я хочу бути?», що робить індивіда більш сприйнятливим до соціальних впливів і нових форм взаємодії [13; 22; 27].

У ХХІ столітті стрімкий розвиток цифрового простору істотно змінив контексти формування ідентичності. У науковому дискурсі дедалі частіше підкреслюється, що перехід до інформаційного суспільства сприяє появі нових форматів соціальної взаємодії, у яких класичні механізми соціалізації доповнюються або навіть заміщуються цифровими. Сучасні українські дослідники, зокрема Н. Токарева, О. Паламарчук, А. Коломієць та Н. Лазаренко, підкреслюють, що сучасна людина дедалі частіше входить у соціальні зв'язки через віртуальний простір, а отже формує уявлення про себе не лише через безпосередню комунікацію, а й через цифрові платформи [1; 6]. У цих умовах соціальні мережі виступають не лише джерелом інформації, а й середовищем, у якому молодь конструює уявлення про себе, визначає власну значущість та отримує соціальне підтвердження. Віртуальний простір, в свою чергу, створює можливість експериментувати з образом «Я», підбирати бажані характеристики, моделювати соціальні ролі та керувати тим, як інші сприймають особу. Ці технологічно опосередковані практики формують особливий тип взаємодії між індивідом і соціальним середовищем, коли самооцінювання, уявлення про свою цінність і відчуття приналежності значною мірою пов'язані з реакціями в онлайн-просторі [20].

Саме цей феномен у літературі дедалі більше описується як «цифрова ідентичність» [39]. Під цим терміном розуміють багатовимірну конструкцію, що поєднує внутрішні уявлення про себе та зовнішні прояви, які індивід формує у цифровому середовищі. Цифрова ідентичність включає як свідомі елементи

самопрезентації (вибір контенту, стиль комунікації, візуальні образи), так і несвідомі елементи, пов'язані з інтерпретацією відгуків інших користувачів, механізмами алгоритмічної селекції інформації та структурою соціальних взаємодій у мережі. Таким чином, цифрові платформи стають не лише інструментом комунікації, а й повноцінним середовищем формування уявлень про себе, у межах якого студенти вибудовують власну ідентичність, співвідносять її з очікуваннями значущих груп та адаптуються до постійно змінюваних соціальних контекстів [35].

Вплив соціальних мереж на образ «Я» простежується у контексті кількох теоретичних напрямів. Один із них - концепція самопрезентації Е. Гофмана, яку сучасні автори адаптують до цифрової комунікації [51]. У віртуальному просторі особистість конструює публічний образ за допомогою візуальних матеріалів, текстів та цифрових символів підтримки взаємодії. Як зазначає А. Рубан, у студентському середовищі онлайн-самопрезентація є ключовим механізмом соціального визнання: лайки, коментарі й перегляди стають маркерами прийняття, що безпосередньо впливає на самооцінку та емоційний стан [8].

Зарубіжні дослідження Е. Берроу, Н. Рейнон та С. Валкебург також доводять, що цифрові показники схвалення здатні викликати значні коливання самооцінки студентів, особливо коли вона залежить від зовнішньої оцінки [20]. Теорія ясності «Я-концепції» Дж. Кемпбелла стверджує, що стабільність уявлень про себе визначає емоційну рівновагу та психологічне благополуччя [21]. Соціальні мережі, в свою чергу, можуть цю чіткість як посилювати - через можливість творчого самовираження та професійного розвитку, так і послаблювати - через постійні порівняння, зміну ролей та фрагментарність самопрезентації. Молодь є дуже вразливою до цих процесів, оскільки перебуває у стадії активного пошуку себе, своєї ролі та переоцінки цінностей.

Важливим є і те, що цифрові платформи створюють середовище множинних ідентичностей. К. Люйкс і С. Шварц підкреслюють, що сучасна людина може мати декілька різних «Я» залежно від контексту, в якому вони перебувають [43]. Наприклад, одне «Я» проявляється у реальній взаємодії, інше - в освітньому середовищі, де студент виконує роль майбутнього фахівця, а третє у віртуальному просторі, де особа може експериментувати з образом, підкреслювати бажані риси або створювати ідеалізовану версію себе. У студентів цифрова ідентичність та офлайн-ідентичність можуть як взаємно підсилювати одна одну, так і вступати у внутрішній конфлікт, породжуючи відчуття неавтентичності. Прагнення відповідати естетичним і поведінковим нормам соціальних мереж часто призводить до емоційних коливань та зниження задоволеності собою.

Разом із тим наукова література акцентує не лише на ризиках, а й на позитивних ефектах використання соціальних мереж. Дослідження Е. Бейлі, С. Матц, Ву

Юйю та А. Шин показало, що можливість автентично презентувати себе у цифровому просторі та отримувати підтримку від однолітків сприяє підвищенню суб'єктивного благополуччя та формуванню цілісної ідентичності [14]. У роботі С. Со, С. Талайфар та Г. Харарі зазначається, що соціальні мережі стають майданчиком для розвитку рефлексії та пошуку особистісної унікальності, а не лише платформою для порівнянь [53]. Це особливо проявляється у студентів, які використовують цифровий простір як ресурс для професійної самореалізації, навчання, пошуку спільнот за інтересами.

Водночас значне місце у сучасних дослідженнях займає тема залежної поведінки. Праці С. Андреассен, Л. Фурньє, А. Шімменті, А. Музетті, В. Бурзьє, М. Флаель, І. Кательдо, В. Старчевич, Ж. Більє вказують, що надмірне занурення у соціальні мережі може спричинити формування паталогічних патернів поведінки, зниження концентрації уваги, підвищення тривожності, а також порушення процесів самодетермінації [12; 31]. Студенти в цьому контексті належать до групи ризику, оскільки соціальні мережі для них виступають одночасно і засобом комунікації, і джерелом емоційної підтримки, і формою соціального порівняння.

Особливу увагу приділено феномену «соціального дзеркала», який описується в роботі Ф. Нізам Х. Саххарон [48]. Суть явища полягає в тому, що студенти часто сприймають реакції оточення у соціальних мережах як відображення власної цінності, що може призводити до надмірної залежності від зовнішніх оцінок. Це впливає на структуру «Я-концепції», сприяючи переорієнтації з внутрішніх критеріїв самоцінності на зовнішні та соціально-схвалювані.

Таким чином аналіз теоретичних підходів демонструє, що формування ідентичності й самосприйняття студентської молоді у цифрову добу стає значно складнішим, ніж у традиційних моделях соціалізації. У сучасних умовах ці процеси відбуваються не тільки в реальних соціальних контекстах – родині, університеті, професійному середовищі, - а й у багатовимірному просторі цифрових платформ, де взаємодія регулюється іншими правилами, а соціальні очікування часто набувають гіпертрофованої форми. Студенти вимушені поєднувати різні ролі, постійно перемикаючись між офлайн-комунікацією та віртуальною активністю, що створює додаткове когнітивне навантаження. Виникає феномен «розширеного Я», у якому цифрова присутність стає невід'ємною частиною загальної структури ідентичності [15].

З огляду на це, важливим аспектом наукового аналізу є розмежування понять «ідентичність», «самосприйняття» та «цифрова ідентичність». У психологічній літературі підкреслюється, що самосприйняття включає уявлення особистості про власні здібності, риси, зовнішність і соціальну цінність. Воно формується на перетині когнітивних, емоційних та соціальних компонентів. У свою чергу цифрова ідентичність – це репрезентація цих уявлень у мережі, яка часто

проходить через процеси селекції, корекції та ідеалізації [38]. Як зазначає О. Терешкун та О. Ілюшкін, молодь прагне створити у віртуальному просторі більш бажану або соціально прийнятну версію себе, що з часом може впливати й на реальну самооцінку та поведінкові патерни [10].

У контексті студентства варто враховувати також особливості вікової психології. Під час навчання у закладі вищої освіти молоді люди активно формують професійну ідентичність, визначають життєві цілі та соціальні орієнтири. Соціальні мережі в цьому процесі відіграють роль потужного середовища соціального навчання, у якому студент не лише отримує інформацію, але й постійно оцінює себе через призму успіхів та демонстративних досягнень інших. У роботі української психологині О. Немеш підкреслюється, що саме на етапі ранньої дорослості людина найбільше схильна до соціальних порівнянь, що впливає на відчуття компетентності, самоцінності та цілісності «Я» [7].

Важливим аспектом стійкості ідентичності є формування внутрішніх критеріїв самооцінювання - автономної системи оцінки особистістю власної цінності та ідентичності, яка базується на внутрішніх переконаннях і цінностях, а не на зовнішній цифровій валідації (лайках, коментарях) чи соціальному порівнянню з ідеалізованими образами в мережі. Наявність таких критеріїв забезпечує психологічну стійкість та цілісність «Я-концепції».

Значущим теоретичним підґрунтям концептуалізації досліджуваного явища також є модель соціального порівняння Л. Фестінгера, яка активно використовується в сучасних дослідженнях цифрової поведінки [11]. Алгоритми соціальних мереж, що підсилюють демонстративний контент, провокують студентів порівнювати власні результати, зовнішність чи спосіб життя з ідеалізованими образами однолітків та інфлюенсерів [42]. Під алгоритмічними механізмами ми розуміємо програмні системи фільтрації, добору та просування контенту, які через механізми валідації (лайки, охоплення) створюють ілюзію соціальної схвалюваності та створюють специфічне середовище, що диктує норми соціальної поведінки та стандартів вигляду, виступаючи потужним екстернальним чинником впливу на самосприйняття молоді. Це може мати як конструктивний ефект (мотиваційний поштовх), так і деструктивний, який проявляється у зниженні самооцінки, формуванні відчуття дефіциту чи неуспішності [41]. Саме тому С. Мехдізаде наголошує, що цифрове середовище впливає на ідентичність не тільки як на конструкт самопрезентації, а й на динаміку процесу самооцінювання [45].

Ще одним важливим теоретичним аспектом є вплив соціальних мереж на емоційне забарвлення самосприйняття. У психології існує поняття «емоційної валентності Я-образу», що відображає домінантні емоції, пов'язані з оцінкою себе [34]. Використання соціальних мереж здатне змінювати цю валентність: позитивні реакції аудиторії підвищують відчуття значущості, тоді як критика,

ігнорування або негативні коментарі знижують суб'єктивне благополуччя. Це підтверджується емпіричним дослідженням В. Гладченка, яке засвідчує, що емоційне самосприйняття студентів особливо залежить від частоти взаємодій та типу отримуваного зворотного зв'язку мережі [4].

Не менш важливою є роль соціальних мереж у формуванні групової та міжособистісної ідентичності. Студентська молодь активно долучається до онлайн-спільнот, бере участь у тематичних форумах, професійних групах, освітніх чатах, що створює умови для розвитку відчуття приналежності та спільності. Дослідження В. Чен та Ке-Хен Лі свідчать про те, що залученість у цифрові спільноти позитивно впливає на почуття соціальної включеності та підтримки, але може також формувати й залежність від соціальних оцінок та схвалення, що іноді викривляє індивідуальне самосприйняття [24].

1.2. Особливості становлення ідентичності та самосприйняття студентської молоді в умовах цифрової соціалізації

Цифрове середовище посідає провідне місце у житті сучасної студентської молоді, створюючи особливу конфігурацію соціальної взаємодії, у межах якої відбуваються процеси самоусвідомлення та побудова ідентичності. На відміну від традиційних соціальних контекстів, цифрові платформи характеризуються високим темпом комунікації, багатоканальністю впливів, можливістю анонімною взаємодії та множинності соціальних ролей, що створює нові умови для формування образу «Я». У науковій літературі такі платформи розглядаються не тільки як технічні інструменти, а як повноцінні простори соціалізації, у яких переплітаються індивідуальні прагнення, групові норми та алгоритмічні механізми [18].

Однією з ключових особливостей цифрового середовища є те, що воно надає молоді безпрецедентні можливості для моделювання та регулювання власної презентації перед іншими [60]. Студенти щодня здійснюють вибір того, що вони бажають публікувати, які сенси відтворювати, які позиції підтримувати і які образи транслювати в онлайн-просторі. Цей процес самопрезентації відбувається у режимі постійної взаємодії з аудиторією, оскільки кожен образ, кожен елемент цифрового профілю неминуче потрапляє у поле соціального оцінювання. Така форма взаємодії стимулює рефлексію щодо власного «Я», але водночас може робити молодь вразливою до зовнішніх стандартів, норм і реакцій [56].

Помітним аспектом є те, що цифрове середовище значною мірою підсилює суб'єктивне відчуття контролю над образом «Я». Студенти можуть редагувати фотографії, обирати оптимальні ракурси, обробляти фото, редагувати тексти, структурувати профіль відповідно до бажаних асоціацій. Це створює ефект «керованої самопрезентації», коли публічна версія особистості стає ретельно сконструйованою. У психологічному плані це стимулює формування бажаних

ідентичностей – професійної, естетичної, ціннісної та соціальної [55]. Однак разом із тим така керованість формує і новий тип соціального тиску, оскільки студенти часто намагаються відповідати домінуючим стандартам візуальної привабливості, компетентності та активності, що поширюються в мережі.

Особливу роль у цьому процесі відіграють алгоритми соціальних платформ. Цифрове середовище не є нейтральним: воно активно формує траєкторії того, яку інформацію молодь споживає і який соціальний контекст постійно відтворюється перед нею. Алгоритмічні системи добору контенту підсилюють найбільш емоційно насичені, яскраві або успішні образи, створюючи для студента викривлене уявлення про норми соціального життя. Це призводить до того, що формування ідентичності відбувається в умовах підвищеної порівняльної напруги: студенти зіставляють себе не з реальними однолітками, а з їх ідеалізованими цифровими версіями [51]. Під впливом таких зіставлень змінюється емоційне ставлення до себе, актуалізуються сумніви щодо власних досягнень і зростає прагнення до відповідності «успішним» стандартам.

Не менш важливим є феномен фрагментарності цифрового досвіду. Соціальні мережі дозволяють існувати в різних соціальних контекстах одночасно: студент може бути членом академічних груп, професійних спільнот, тематичних форумів, неформальних чатів, фандомів, волонтерських онлайн-ініціатив та інших цифрових осередків. Кожен із цих контекстів задає власні норми, стилі комунікації та очікування щодо поведінки учасників. У результаті студенти часто змінюють свій образ залежно від середовища в якому перебувають, що формує множинність ідентичностей [37]. Це не означає, що цілісність відсутня, навпаки такий підхід дозволяє адаптуватися, вибудовувати соціальні стратегії та шукати форми самовираження. Проте надмірна фрагментарність інколи ускладнює інтеграцію цих ролей у єдину, стійку ідентичність.

Цифрове середовище також створює умови для розширення діапазону соціального навчання. Студенти мають можливість взаємодіяти з розширеним колом рольових та ціннісних орієнтирів, включаючи блогерів, експертів, публічних інтелектуалів, професійні спільноти, студентських лідерів та активістів. Завдяки цьому вони отримують змогу порівнювати, наслідувати, переймати стратегії самопрезентації та способи вираження ідентичності, що впливає на структуру «Я-концепції» та уявлення про власні можливості [50]. У цьому проявляється соціокогнітивний механізм формування ідентичності, коли особистість засвоює норми і зразки через спостереження, а не лише через прямий досвід [32].

Окремої уваги потребує феномен емоційної взаємодії в мережі. Соціальні платформи створюють специфічну емоційну архітектуру комунікації, де реакції

на повідомлення, візуальні образи, «лайки» чи коментарі виконують роль символічних маркерів підтримки та цифрового схвалення, а їхня кількість може впливати на емоційне самосприйняття студентів [33]. Що частіше молодь отримує позитивний зв'язок, тим більше зміцнюється відчуття соціальної значущості, навпаки нестача реакцій або негативні коментарі можуть сприяти розвитку тривожності чи зниженню самоцінності. Ця залежність підсилюється тим, що студенти перебувають у віковому періоді, коли самооцінка та особистісна впевненість лише стабілізуються, тому емоційні коливання можуть бути особливо вираженими [28].

Ще однією характеристикою формування ідентичності в цифровому середовищі є можливість побудови унікальних, персоналізованих траєкторій самовираження. Соціальні мережі дозволяють студентам публікувати творчі роботи, презентувати академічні досягнення, вести блоги, розвивати особисті бренди, а також адаптувати свій образ під різні соціальні аудиторії. Це створює умови для активного самопроекткування – планування того, ким особистість прагне стати в майбутньому. Цифрові платформи надають інструменти для демонстрації професійних інтересів, участі у волонтерстві, розвитку навичок та формуванню мережі соціального капіталу, що є важливим елементом професійної й особистісної ідентичності студентів.

Однак варто зазначити, що цифрове середовище формує також новий рівень нормативного тиску. Воно задає стандарти продуктивності, активності, емоційної виразності та соціальної взаємодії. У студентів формується уявлення, що успішна особистість повинна бути постійно онлайн, демонструвати соціальну активність, брати участь у дискусіях та ділитися досягненнями. Такі стандарти нерідко стають джерелом тривоги та напруження, а сам процес представлення себе перетворюється на форму контролю за відповідністю очікуванням цифрового соціуму [19].

Не менш важливою є специфіка формування тілесного й естетичного самосприйняття. Цифрові платформи насичені ідеалізованими зображеннями, фільтрами, стилізованими образами, що формують у молоді викривлені орієнтири щодо зовнішності. Відповідність цим ідеалам стає частиною особистісного проєкту студента, впливаючи на самооцінку, почуття власної привабливості та емоційне ставлення до себе. Це особливо проявляється у молодих жінок, хоча сучасні дослідження засвідчують, що й чоловіки дедалі більше стикаються з подібними формами тиску з боку цифрової культури [58].

Важливим, хоча часто імпліцитно представленим чинником у контексті аналізу медіавпливів соціальних мереж є рівень сформованості критичного мислення особистості. Критичне мислення розглядається у психології як здатність суб'єкта

усвідомлено аналізувати інформацію, оцінювати її достовірність, виявляти маніпулятивні впливи та співвідносити зовнішні повідомлення з власними цінностями й досвідом. Саме цей когнітивно-рефлексивний компонент виступає психологічним «фільтром», що опосередковує вплив соціального середовища на самосприйняття та ідентичність [13].

У студентському віці критичне мислення, як правило, ще перебуває в процесі активного формування. Дослідження Л. Ченг, Г. Фанг, Х. Чжан, Ю. Лв та Л. Лю (2024 р.) свідчить, що здатність до системного аналізу інформації, усвідомлення прихованих соціальних і медійних впливів, а також стійкість до соціального тиску з боку значущих референтних груп не є повністю сформованими у період пізньої юності та ранньої дорослості. Це зумовлює підвищену вразливість студентської молоді до норм, стандартів та цінностей, що транслуються у соціальних мережах [26].

Недостатній рівень критичного осмислення цифрового контенту посилює вплив механізмів соціального порівняння, ідеалізації образів та пошуку зовнішньої валідації, що у свою чергу може призводити до викривлення самосприйняття та фрагментації ідентичності. Водночас сформовані елементи критичного мислення здатні виконувати захисну функцію, знижуючи інтенсивність негативних медіавпливів і сприяючи більш усвідомленому та рефлексивному використанню соціальних мереж.

Окремий пласт цифрового досвіду становлять практики саморефлексії. Студенти активно використовують мережеві блоги, сторіс, творчі платформи чи тематичні спільноти як майданчики для осмислення власних переживань, фіксації життєвих змін та пошуку підтримки. У цьому контексті цифрове середовище сприяє не тільки соціальному порівнянню, а й розвитку рефлексивних навичок – здатності аналізувати власні переживання, усвідомлювати свої ролі, світоглядні позиції та внутрішні конфлікти. Важливим є те, що така рефлексія відбувається публічно або напівпублічно, що посилює її ефективність, але водночас робить студента залежним від реакцій аудиторії [60].

У контексті студентства цифрове середовище також формує специфічний вимір професійної ідентичності. Майбутні спеціалісти прагнуть презентувати себе як активних, компетентних та цілеспрямованих, що стимулює їх публікувати академічні успіхи, брати участь у професійних дискусіях, формувати мережу контактів. Це сприяє становленню професійної суб'єктності, але водночас може створювати тиск відповідності образу «молодого професіонала», що ускладнює проживання власних невдач та помилок.

Цифрове середовище формує унікальні умови для становлення ідентичності та самосприйняття студентської молоді. Воно забезпечує широкий простір для

творчого самовираження, соціального навчання, професійного розвитку та пошуку спільнот, але одночасно створює ризики фрагментації «Я», залежності від зовнішніх оцінок, нормативного тиску й викривлених соціальних порівнянь. Сукупність цих характеристик визначає складну багатовимірну структуру цифрового досвіду, який стає ключовим контекстом формування ідентичності сучасного студента.

1.3. Психосоціальні механізми та медіа-впливи соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентства

У сучасному інформаційному суспільстві формування ідентичності та самосприйняття студентської молоді відбувається не лише через традиційні соціальні взаємодії, а й через значний вплив соціальних мереж, які стають невід’ємним середовищем психологічного розвитку. Соціальні мережі створюють унікальні контексти, в яких особистість одночасно сприймає себе, конструює соціальні ролі та адаптується до постійно змінюваних зовнішніх стимулів. На відміну від класичних процесів соціалізації, тут ключовим є поєднання когнітивних, емоційних та соціальних механізмів взаємодії, які опосередковуються цифровим простором.

Одним із основних психосоціальних механізмів є соціальне порівняння. В онлайн-середовищі воно набуває особливої інтенсивності, оскільки студент постійно аналізує діяльність та контент однолітків, професійних спільнот, а також інфлюенсерів – впливових медіаперсон [47]. Цифровий простір, у цьому випадку, часто виступає як арена, де представлені результати, досягнення та зовнішність інших людей слугують фоном для оцінювання власних характеристик. За таких умов студенти можуть відчувати потребу постійно співвідносити себе з онлайн-ідеалами. З одного боку результати соціального порівняння можуть стимулювати розвиток цілісного образу себе, підвищувати мотивацію та самооцінку, зміцнювати відчуття компетентності, посилювати віру у власні можливості. З іншого боку, інтерпретація себе як менш успішного чи менш компетентного порівняно з іншими може активізувати механізми негативної самооцінки, підвищувати рівень самокритичності, сприяти формуванню переживань, фрустрації та емоційного дискомфорту [41]. Цей процес демонструє, що зовнішнє схвалення та реакції цифрового оточення стають потужними чинниками регуляції самосприйняття.

Не менш важливим механізмом є групова ідентифікація, яка активується через участь у цифрових спільнотах. Студенти долучаються до професійних, освітніх, розважальних чи тематичних онлайн-груп, де отримують соціальне визнання та почуття приналежності. Формування колективної ідентичності у цьому контексті дозволяє студенту інтегрувати власні цінності та уявлення про себе із груповими нормами та стандартами. Психосоціально це сприяє розвитку

здатності до соціальної взаємодії, встановленню соціальних зв'язків та визначенню ролі у спільноті.

Ще одним важливим психосоціальним процесом є медіа-опосередковане конструювання «Я», що включає інтеграцію отриманої інформації з алгоритмів соціальних мереж у власні уявлення про себе. Алгоритми рекомендацій створюють своєрідне цифрове середовище, де студенти стикаються з вибіркоким контентом, що формує уявлення про соціальні стандарти, норми поведінки та еталони успіху. В результаті формується медіа-опосередковане самосприйняття, де внутрішні цінності взаємодіють із зовнішніми сигналами від цифрового простору, що безпосередньо впливає на формування ідентичності. Важливою є і роль підсиленої видимості та публічної експозиції особистості. Соціальні мережі стимулюють постійне представлення себе перед аудиторією, що активує психічні процеси самоконтролю та саморегуляції. Адаптивно це сприяє розвитку саморефлексії, усвідомленого вибору ролей та формуванню стратегій поведінки. Дезадаптивно – може призводити до підвищеної тривожності, емоційної вразливості та залежності від зовнішньої оцінки, особливо коли студент ідентифікує власну цінність через реакції цифрової аудиторії [25].

Окремо слід зазначити феномен FOMO (Fear Of Missing Out) – синдром втрачених можливостей, який у сучасній психології описують як стійкий страх залишитись поза значущими подіями, взаємодіями або можливостями, що відбуваються у соціальному просторі. Він формується під впливом інформаційного потоку, який соціальні мережі транслують у режимі реального часу, демонструючи постійну активність інших користувачів. Саме це створює відчуття, що «іншим доступно більше» або що вони беруть участь у важливому тісно пов'язаний із психосоціальними механізмами уваги, порівняння та очікування, адже молодь, зокрема студенти постійно зіставляють власну соціальну включеність із видимою активністю інших [27]. У результаті виникає тенденція до перманентного моніторингу медіапростору, яка стає не лише поведінковою звичкою, а й елементом підтримки суб'єктивного відчуття контролю над своїм життям [30]. Така поведінкова установка підсилює потребу бути «в курсі», швидко реагувати на нові пости, події та запити, навіть якщо вони не мають реальної особистісної значущості. Під впливом цього феномену формуються специфічні когнітивні стратегії, серед яких – перебільшене уявлення про значущість зовнішніх подій, підвищена чутливість до пропущеного досвіду, селективність уваги до соціально-порівнюваної інформації та схильність інтерпретувати власну неактивність, як потенційно проблемну. Ці механізми відображаються на самосприйнятті: студент починає відчувати потребу підтримувати соціальну «видимість», демонструвати власну залученість і публічно підтверджувати свою активність. З погляду поведінкових проявів FOMO спричиняє імпульсивну взаємодію з цифровим середовищем: часте оновлення стрічки соціальних мереж, швидке реагування на повідомлення,

прагнення бути залученим у більшій кількості онлайн-груп [31]. Соціальні мережі стають не лише засобом комунікації, а й простором, де підтримується уявлення про власний соціальний статус через участь у подіях чи залученість до відповідних спільнот. У структурі «Я-концепції» FOMO посилює орієнтацію на те, як індивід відповідає зовнішнім очікуванням, наскільки він синхронізований із соціальними потоками й чи здатен підтримувати образ активного, соціально-включеного учасника. Це створює додаткове напруження, оскільки студенти починають несвідоме пов'язувати власну цінність із інтенсивністю онлайн-присутності. У результаті синдром втрачених можливостей стає не лише емоційною реакцією, а й фактором, що впливає на способи регуляції, формує переживання відповідальності за публічний імідж і підсилює залежність від оцінок соціального оточення [30].

Не менш суттєвим є вплив цифрового контенту на формування ціннісних орієнтацій і соціальних ідеалів «Я», які визначають напрям особистісного та професійного розвитку студента. У віртуальному середовищі молодь стикається з великою варіативністю моделей успіху, стилів життя та поведінкових стандартів, що створюють потужний символічний простір для створення критеріїв самооцінювання. Через регулярний контакт із медіапростором – освітнім, розважальним, професійним та ідеологічним – студенти активно засвоюють соціальні, професійні та естетичні стандарти, представлені в мережі, інтегруючи їх у власні цілі та плани. З позиції психосоціальних механізмів цей процес охоплює інтеріоризацію зовнішніх норм та їх перетворення на складові внутрішньої мотиваційної системи. Формування ціннісних орієнтацій у цифровому середовищі тісно пов'язане з розвитком рефлексивності, оскільки молодь постійно співвідносить зовнішні моделі з власними можливостями, інтересами та моральними цінностями. Таким чином, соціальні мережі можуть підтримувати розвиток соціальної компетентності, сприяти усвідомленню професійних перспектив, розширювати уявлення про шляхи самореалізації та стимулювати творче мислення. Водночас засвоєння таких моделей нерідко має і зворотній бік. Занадто високі або ідеалізовані стандарти, поширені в соціальних мережах, здатні викликати внутрішні конфлікти та потребу в постійному контролі власної відповідності очікуванням. Це може підсилювати самокритичність, сприяти формуванню негативних установок до себе та сумніви у власній компетентності. У ситуаціях, коли рівень домагань не співпадає з реальними ресурсами, студенти можуть переживати невпевненість, фрустрацію й відчуття невідповідності, що впливають на стабільність самосприйняття.

Важливою особливістю цифрового впливу є динаміка інтеграції різних ідентичностей, коли студент поєднує реальні соціальні ролі з образами, представленими в мережі. Це породжує складну систему багатовимірної «Я-концепції», яка включає офлайн-ролі, академічні ролі та цифрові образи.

Психосоціальні механізми регуляції при цьому включають рефлексію, адаптацію до групових очікувань та вибіркоче прийняття зовнішніх стандартів.

Таким чином, соціальні мережі стають потужним фактором формування ідентичності та самосприйняття студентства через поєднання когнітивних, емоційних і соціальних механізмів, що опосередковуються цифровим середовищем. Основні психосоціальні механізми включають соціальне порівняння, групову ідентифікацію, медіа-опосередковане самосприйняття, підсилену видимість, синдром втрачених можливостей та інтеграцію медійних ідеалів у «Я-концепцію». Ця комплексна взаємодія створює умови для розвитку як адаптивних, та і дезадаптивних рис, що робить цифрове середовище важливим, але неоднорідним чинником розвитку особистості студента.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У цьому розділі розглянуто теоретичні підходи до вивчення формування ідентичності та самосприйняття студентства під впливом соціальних мереж. Аналіз теоретичних підходів засвідчує, що формування ідентичності та самосприйняття студентства в умовах цифрової соціалізації є складним, багаторівневим і динамічним процесом, який потребує нового наукового осмислення. На відміну від традиційних моделей соціалізації, де провідну роль відіграють сім'я, навчальні інституції та безпосередні міжособистісні контакти, сучасне студентство формує уявлення про себе в умовах постійної взаємодії з цифровими платформами, які стають повноцінним середовищем розвитку, рефлексії та соціального порівняння. У цьому контексті ідентичність перестає бути лише внутрішнім конструктом – вона розгортається в цифровому просторі, набуваючи рис публічності, керованості та залежності від зовнішніх реакцій.

Важливим результатом теоретичного аналізу є усвідомлення того, що соціальні мережі створюють якісно нові умови для самопрезентації, які підсилюють можливості молоді конструювати бажані версії себе. Однак одночасно із розширенням свободи самовираження виникають і нові психологічні ризики: посилення соціальних порівнянь, залежність від схвалення аудиторії, загострення чутливості до оцінок та складність підтримувати автентичну самооцінку. Алгоритмічні механізми соціальних мереж, що відбирають максимально емоційно-насичений та привабливий контент, стають непрямыми учасниками процесу ідентифікації, часто формуючи викривлене уявлення про норми успішності та соціальної значущості.

Студентська молодь, яка перебуває у віковому періоді активного пошуку себе, виявляється особливо вразливою до цих впливів. Їхнє самосприйняття формується у перехресті різних середовищ – сімейного, академічного, професійного та цифрового – і кожне з них задає свої очікування та поведінкові моделі. У результаті виникає множинність ідентичностей: офлайн, академічна, професійна, віртуальна, групова. Вміння інтегрувати ці втілення себе у стійку, узгоджену структуру стає ключовим завданням особистісного розвитку сучасного студента.

У контексті аналізу впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентів доцільно враховувати рівень розвитку критичного мислення як важливу умову, що може як підсилювати, так і послаблювати дію цифрових впливів. Зазначений аспект не виступає самостійним предметом даного дослідження, однак є значущим фоновим чинником, без урахування якого повноцінний аналіз механізмів медіавпливу є методологічно обмеженим.

Разом із тим, проведений аналіз показує, що цифрове середовище не є однозначно деструктивним. Соціальні мережі виступають важливим ресурсом підтримки, розвитку компетентностей, творчості та професійного

самоствердження. Для багатьох студентів саме мережеві спільноти стають простором, де вони можуть знайти однодумців, отримати зворотний зв'язок, розвивати рефлексію і випробовувати нові ролі у відносно безпечних умовах. Таким чином, цифрова ідентичність, попри свою фрагментарність, може сприяти підвищенню психологічного благополуччя за умови усвідомленого використання та розвиненої здатності до саморегуляції.

Загалом теоретичний огляд доводить, що ідентичність і самосприйняття студентської молоді в епоху цифрової соціалізації набувають нових змістових характеристик. Вони формуються на перетині внутрішніх особистісних процесів і зовнішніх цифрових впливів, що робить цю тему особливо актуальною для сучасної психологічної науки. Виникає потреба у комплексному вивченні того, яким чином цифрові платформи посилюють або послаблюють емоційну сферу молоді, як впливають на їхні уявлення про себе, а також як сприяють або перешкоджають становленню цілісної, автентичної та стабільної ідентичності.

Отже, підсумовуючи викладене, можна стверджувати, що сучасний студент живе у подвійній реальності – фізичній та цифровій, а формування його ідентичності відбувається у безперервному русі між цими двома площинами. Саме тому подальше дослідження взаємозв'язку соціальних мереж, самосприйняття та ідентичності є важливим кроком для розуміння нового покоління молоді й створення ефективних стратегій підтримки їхнього особистісного становлення.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА САМОСПРИЙНЯТТЯ СТУДЕНТСТВА У КОНТЕКСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

2.1. Загальна характеристика методів та організації дослідження

Для дослідження особливостей формування ідентичності та самосприйняття студентства у контексті використання соціальних мереж було обрано декілька методик, які дозволили отримати та проаналізувати дані, що б мали комплексний підхід до розкриття теми. Критеріями вибору методик були їх відповідність завданню дослідження, а саме:

- 1) дослідити особливості самосприйняття студентів та структуру їхньої ідентичності в умовах активного використання соціальних мереж;
- 2) оцінити рівень самооцінки та вираженість тенденції до соціального порівняння у студентської молоді;
- 3) визначити інтенсивність та характер використання соціальних мереж;
- 4) оцінити відмінності у показниках самосприйняття та ідентичності залежно від рівня залученості до соціальних мереж;
- 5) визначити рівень кореляційного зв'язку між інтенсивністю використання соціальних мереж, самооцінкою, соціальними порівняннями та структурними компонентами ідентичності.

Для проведення опитування було використано Google Forms, що спростило поширення опитування серед досліджуваних. Проведене опитування було анонімним, що дозволило респондентам висловлювати свої думки відкрито та сприяло отриманню більш об'єктивних та чесних відповідей. Опитування складалося з декількох блоків питань, які дозволяли зібрати необхідну інформацію для аналізу особливостей самосприйняття, структури ідентичності та характеру взаємодії студентів із соціальними мережами. Зокрема, окремі блоки були спрямовані на оцінювання рівня самооцінки, вираженості соціального порівняння та інтенсивності використання соціальних мереж. Варто зазначити, що опитування було представлено у двомовному форматі – українською та англійською мовами, що дало можливість розширити вибірку, залучити респондентів з різних освітніх середовищ та підвищити об'єктивність і репрезентативність емпіричного дослідження.

В дослідженні були використанні такі методики як:

- 1) Методика «Чіткість Я-концепції» (Self-Concept Clarity Scale), розроблена Дж. Кемпбеллом та ін. (1996) (див. дод. А) [21];
- 2) Методика «Виміри розвитку ідентичності» (DIDS) (див. дод. Б) [45];
- 3) Адаптований опитувальник «Вимірювання активного та пасивного використання Facebook» (PAUM) (див. дод. В) [36].

Перший блок питань був зосереджений на зборі соціально-демографічних даних від респондентів, включаючи їхні ініціали, стать, вік, інформацію про курс та спеціальність, на якій вони навчаються. Ці дані необхідні для того, щоб сформулювати загальну характеристику вибірки та врахувати можливі соціально-демографічні відмінності під час інтерпретації результатів.

Наступний блок питань спрямований на вимірювання потреби у соціальному схваленні в онлайн-середовищі як індивідуально-психологічної характеристики, що може виступати механізмом пояснення впливу соціальних мереж на самосприйняття та розвиток ідентичності. Конструкт потреби у схваленні ґрунтується на дослідженнях соціальної бажаності, зовнішньої регуляції самооцінки та страху негативної оцінки, зокрема у працях Д. Вотсона. У цифровому контексті дана потреба проявляється через чутливість до лайків, коментарів, репостів та інших форм символічного схвалення. Адже соціальні мережі створюють унікальне середовище постійної кількісної оцінки, що посилює значущість зовнішнього зворотного зв'язку для формування самоставлення. Таким чином, потреба у схваленні може виконувати роль психологічного механізму, який пояснює, чому одні користувачі більш уразливі до впливу соціального порівняння та онлайн-реакцій, ніж інші. Цей блок спрямований на оцінювання значущості позитивної оцінки з боку інших, емоційної залежності від онлайн-реакцій, чутливості до критики або відсутності схвалення, орієнтації на очікування аудиторії під час публікацій. Таким чином, вимірюється не загальна соціальна бажаність, а саме онлайн-специфічна форма потреби у схваленні, релевантна предмету дослідження. Блок складається з 6 тверджень, які оцінюються за п'ятибальною шкалою Лайкерта: від 1 - «повністю не згоден(на)» до 5 - «повністю згоден(на)». Обробка результатів здійснюється шляхом обчислення середнього балу за всіма пунктами. Отриманий показник відображає рівень вираженості потреби у соціальному схваленні в цифровому середовищі. Низький рівень свідчить про автономність самосприйняття та відносну незалежність від реакцій аудиторії. Середній рівень відображає помірну значущість соціального схвалення без критичної залежності від нього. Високий рівень вказує на зовнішню регуляцію самооцінки та підвищену емоційну чутливість до онлайн-зворотного зв'язку. Включення цього блоку дозволяє концептуально завершити модель дослідження, оскільки він може виконувати функцію модератора зв'язку між використанням соціальних мереж і самосприйняттям, а також предиктора залежності від лайків та соціального порівняння та чинника, пов'язаного з румінативним дослідженням ідентичності у межах DIDS. Зокрема, цей блок дозволяє нам перевірити гіпотезу, що респонденти з високою потребою у схваленні демонструють більшу залежність самооцінки від реакцій інших, частіше переживають внутрішні суперечності щодо сприйняття себе та мають вищі показники румінативного дослідження ідентичності, а також характеризуються менш стабільним самосприйняттям. Використання даного блоку підвищує пояснювальний потенціал дослідження.

Без вимірювання потреби у схваленні вплив соціальних мереж може інтерпретуватися як універсальний, тоді як наявність цієї змінної дозволяє продемонструвати індивідуальні відмінності у психологічній чутливості до цифрового середовища.

Також у межах дослідження було розроблено авторський опитувальник, теоретичною основою якого стала концепція диференціації активного та пасивного використання соціальних мереж, запропонована в межах підходу PAUM (Passive and Active Use Measure), розробленого М. Берк та колегами. Концепція PAUM розмежовує активне використання (створення контенту, коментування, публікації, самопрезентація) та пасивне використання (перегляд стрічки, спостереження за іншими без взаємодії). У даному дослідженні ця модель була розширена з метою аналізу психологічних механізмів впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентської молоді. Авторський інструмент орієнтований не лише на фіксацію поведінкової активності, а й на виявлення її особистісного змісту. Опитувальник спрямований на дослідження ролі соціальних мереж у конструюванні образу Я, впливу соціального порівняння на самооцінку, залежності самосприйняття від онлайн-зворотного зв'язку, використання соціальних мереж як простору ідентифікаційного пошуку. Респонденти оцінювали твердження за п'ятибальною шкалою Лайкерта, де 1 - повністю не згоден(на), а 5 - повністю згоден(на). Обробка результатів здійснювалася шляхом підрахунку середніх балів за кожною шкалою. Опитувальник складається з чотирьох концептуальних шкал. Перша шкала "Самопрезентація та ідентичність у соціальних мережах" базується на активному використанні. Її конструктом є використання соціальних мереж як простору конструювання та трансляції образу Я. Шкала вимірює, наскільки респондент свідомо формує онлайн-образ, співвідносить публікації з бажаною ідентичністю, інтегрує цифрову самопрезентацію у структуру власного Я. Високі показники, в свою чергу, свідчать про значущість онлайн-самопрезентації як складової ідентичності та про використання соціальних мереж як інструменту символічного самоконструювання. Друга шкала "Соціальне порівняння та самосприйняття" базується навпаки на пасивному використанні. Її конструктом є вплив перегляду контенту інших користувачів на самооцінку та Я-образ. Шкала оцінює частоту й інтенсивність порівняння себе з іншими, зміну ставлення до себе після перегляду стрічки та вплив ідеалізованого контенту на впевненість у собі. Високі значення можуть свідчити про підвищену чутливість до соціального порівняння та потенційний ризик зниження самооцінки. Третя шкала "Залежність самосприйняття від реакцій інших" поєднує дослідження активного та пасивного використання. Її конструктом є соціальне схвалення як регулятор самооцінки. Шкала фіксує вплив кількості отриманих лайків і коментарів на самосприйняття, емоційну реакцію на позитивний і негативний онлайн-зворотний зв'язок, залежність впевненості у собі від цифрового схвалення. Високі показники відображають зовнішньо-

орієнтовану регуляцію самооцінки та підвищену значущість соціального підкріплення. Четверта шкала "Рефлексія та ідентичнісний пошук у соціальних мережах" концептуально пов'язана з показниками DIDS. Її конструктом є соціальні мережі як середовище ідентифікаційного пошуку. Шкала вимірює стимуляцію рефлексії під впливом онлайн-контенту, зміну уявлень про себе, переживання внутрішніх суперечностей щодо власного Я, відкриття нових аспектів особистості через цифровий досвід. Високі показники можуть корелювати з процесами Exploration in Breadth та Ruminative Exploration за методикою DIDS. Для інтерпретації використовується середній бал (М) за кожною шкалою. Отримані показники дозволяють здійснювати кореляційний аналіз з показниками розвитку ідентичності за методикою DIDS, з рівнем чіткості Я-концепції, з показниками самооцінки, між окремими шкалами опитувальника. Це дає можливість встановити, чи пов'язана інтенсивна самопрезентація з вищою або нижчою чіткістю Я-концепції; визначити, чи корелює соціальне порівняння з румінативним дослідженням ідентичності; проаналізувати, чи залежність від онлайн-схвалення пов'язана зі зниженням стабільності самосприйняття.

Авторський опитувальник дозволяє перейти від поверхневого вимірювання частоти використання соціальних мереж до аналізу їхнього психологічного змісту. Його застосування забезпечує комплексне вивчення механізмів впливу цифрового середовища на структуру ідентичності та самосприйняття студентської молоді, що відповідає меті та завданням даного емпіричного дослідження.

Для глибшого аналізу було обрано дві спеціалізовані методики: Методику «Чіткість Я-концепції» (Self-Concept Clarity Scale), розроблена Дж. Кемпбеллом та ін. (1996) та Методику «Виміри розвитку ідентичності» (DIDS). Перша використана методика Дж. Кемпбелла та ін. (1996) «Чіткість Я-концепції», спрямована на вимірювання чіткості Я-концепції як показника структурованості та узгодженості уявлень особистості про себе. Використання цієї шкали дозволило оцінити рівень стабільності та внутрішньої послідовності самосприйняття студентів. Чіткість Я-концепції розглядається як інтегративний показник самосприйняття, що відображає наскільки переконання людини про себе є чітко сформованими, стабільними в часі та наскільки вони є внутрішньо-узгодженими. Методика містить серію тверджень, за якими респонденти оцінюють ступінь згоди за шкалою Лайкерта, де 1 - «абсолютно не погоджуюся», 2 - «не погоджуюся», 3 - «важко відповісти», 4 - «погоджуюся», 5 - «абсолютно погоджуюся». Приклади питань: “ My beliefs about myself often conflict with one another. / Мої думки часто протирічать одна одній”, “On one day I might have one opinion of myself and on another day I might have a different opinion. / Одного дня я можу мати одну думку про себе, а наступного - іншу” та “I spend a lot of time wondering about what kind of person I really am. / Я витрачаю багато

часу, переймаючись тим, якою людиною я є насправді". Частина тверджень цієї методики має зворотне кодування. Високі показники свідчать про сформовану, стабільну та когнітивно-інтегровану Я-концепцію; а низькі - про дифузність і суперечливість самосприйняття. Вибір цієї методики обґрунтований тим, що чіткість Я-концепції є центральним компонентом самосприйняття та безпосередньо пов'язана з процесами соціального порівняння й впливом зовнішнього зворотного зв'язку, що є особливо актуальним у контексті використання соціальних мереж.

Другою була методика «Виміру розвитку ідентичності» (DIDS), розроблена К. Луйкс та співавторами, яка дає змогу дослідити структурно-процесуальні характеристики ідентичності. Інструмент ґрунтується на сучасній процесуальній моделі розвитку ідентичності, що розглядає її як динамічну систему взаємодії процесів дослідження альтернатив та прийняття зобов'язань. Методика DIDS розвиває класичні ідеї статусної моделі ідентичності Дж. Марсія, доповнюючи їх більш диференційованим аналізом процесів дослідження та зобов'язань. У межах цієї моделі ідентичність трактується не як статичний результат, а як безперервний процес вибору, перевірки та переосмислення життєвих цілей, цінностей і напрямів самореалізації. DIDS дозволяє оцінити п'ять взаємопов'язаних вимірів розвитку ідентичності. Методика містить 25 тверджень, які респонденти оцінюють за п'ятибальною шкалою Лайкерта, де 1 - "повністю не згоден(на)"; 2 - "радіше не згоден(на)"; 3 - "важко відповісти"; 4 - "радіше згоден(на)"; 5 - "повністю згоден(на)".

Твердження, в свою чергу, згруповані у п'ять субшкал. Перша субшкала "Формування зобов'язань" відображає ступінь прийняття конкретних життєвих рішень і визначеності майбутнього напрямку. Високі показники свідчать про наявність чітких життєвих планів, професійних орієнтирів та стратегічного бачення майбутнього. Низькі - про невизначеність і відсутність сформованих зобов'язань. Друга субшкала "Ідентифікація із зобов'язаннями" показує, наскільки особистість внутрішньо приймає та ототожнює себе з обраними життєвими планами. Ця шкала відображає не лише наявність вибору, а й його інтеграцію у структуру Я. Високі значення пов'язані з внутрішньою впевненістю, відчуттям автентичності та психологічною стабільністю. Третя субшкала "Дослідження в ширину" вимірює активний пошук альтернативних можливостей, розгляд різних життєвих сценаріїв та стилів життя. Помірно високі показники є нормативними для юнацького та раннього дорослого віку. А надмірно високі показники можуть свідчити про затяжну невизначеність. Четверта субшкала "Переосмислення зобов'язань" відображає аналітичне осмислення вже прийнятих рішень, їх перевірку, обговорення з іншими, співвіднесення з власними цінностями. Цей вимір є показником рефлексивності та здатності до корекції життєвого курсу. П'ята субшкала "Румінативне дослідження" фіксує тривожне, нав'язливе та зациклене обмірковування

життєвого напрямку без переходу до рішень. Високі показники пов'язані з невпевненістю, внутрішнім напруженням і ризиком дифузії ідентичності.

Методика DIDS продемонструвала високу внутрішню узгодженість субшкал та підтверджену факторну структуру у численних емпіричних дослідженнях. Вона широко застосовується у дослідженнях юнацького та раннього дорослого віку, зокрема серед студентської молоді, що робить її релевантною для даної вибірки. Методика DIDS дозволяє визначити рівень сформованості ідентичності студентів, диференціювати адаптивні та проблемні процеси розвитку ідентичності, встановити зв'язок між типом ідентифікаційних процесів і характером використання соціальних мереж, проаналізувати, чи пов'язана інтенсивність онлайн-активності із посиленням румінативного дослідження або зниженням ідентифікації із зобов'язаннями.

Отримані кількісні показники за кожною субшкалою використовувалися для подальшого кореляційного аналізу з показниками чіткості Я-концепції та шкалами авторського опитувальника щодо використання соціальних мереж. Статистична обробка даних із застосуванням коефіцієнта лінійної кореляції Пірсона дозволила виявити специфіку взаємозв'язків між процесами розвитку ідентичності та особливостями онлайн-самопрезентації студентської молоді.

2.2. Аналіз та інтерпретація даних, отриманих в результаті дослідження

Емпіричну базу дослідження склали результати опитування респондентів, спрямованого на виявлення кореляції між інтенсивністю використання соціальних мереж та особливостями формування ідентичності й самосприйняття в студентському віці. Загальна кількість опитаних становила 50 осіб. Серед респондентів були наявні представники обох статей: жіноча (50%) та чоловіча (50%). Віковий діапазон опитаних варіювався від 18 до 25 років, при цьому середній вік становив 21 рік.

Проаналізувавши професійний склад вибірки, було встановлено, що найбільшу групу респондентів складають представники спеціальності «Психологія» (21.3%). Значну частку опитаних також становлять студенти зі спеціальності «Економіка» (8.5%) та ІТ-сектору разом із студентами спеціальності «Кібербезпека» (12.8%). Решта вибірки представлена студентами з маркетингу, педагогіки, журналістики, медицини та інженерії, що забезпечує різноміснє охоплення навчально-професійних середовищ для дослідження впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентства. Найбільшу групу респондентів становлять студенти 4 курсу - 56% (28 осіб), що робить результати дослідження особливо репрезентативними щодо осіб, які перебувають на етапі завершення першого ступеня вищої освіти та активного

формування професійної ідентичності. Частка студентів 3 курсу склала 14% (7 осіб), 2 курсу - 10% (5 осіб), а 1 курсу - 1% (6 осіб). Крім того, до дослідження було залучено студентів магістратури - 8 % (4 особи). Така перевага студентів старших курсів дозволяє проаналізувати, як тривалий вплив соціальних мереж та накопичений соціальний досвід корелюють із рівнем самосприйняття. Зокрема, для студентів 4 курсу питання самопрезентації в цифровій мережі часто стає інструментом пошуку роботи та вибудовування власного бренду, що безпосередньо впливає на формування їх ідентичності. Враховуючи, що опитані студенти є представниками «цифрового покоління», формування їхньої ідентичності та самосприйняття значною мірою опосередковані контентом, який вони споживають у соціальних медіа. Також важливим показником нашого дослідження став час, який респонденти щодня витрачають на соціальні мережі. Аналіз отриманих відповідей показав, що переважна більшість опитаних - 51.1% - проводять у соціальних мережах від 2 до 4 годин на день. Це свідчить про те, що для більшої частини вибірки соцмережі є невід'ємною частиною щоденної рутини. 19.1% респондентів проводять онлайн від 4 до 6 годин, а 6.4% - більше 6 годин на добу. Таким чином, загалом близько 25.5% опитаних демонструють високу інтенсивність використання медіа-ресурсів. Натомість помірне використання мереж характерне для 21.3% респондентів (1-2 години на день), і лише незначна частка - 2.1% - проводить у соцмережах менше однієї години (Див.Діагр. №1).

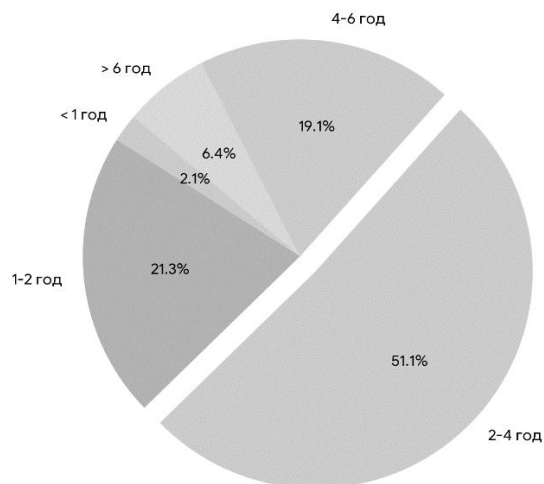


Рис.1. Діаграма 1. Розподіл респондентів за часом перебування в соціальних мережах протягом дня

Наступним етапом нашого дослідження став аналіз переваг респондентів щодо вибору конкретних платформ соціальних мереж. Оскільки кожна мережа має свій тип контенту та специфіку взаємодії, це безпосередньо впливає на те, які аспекти ідентичності транслуються та підкріплюються у користувача. За результатами опитування найпопулярнішою платформою серед студентської молоді став Instagram, яким користуються 65% респондентів. Це має важливе значення для нашої теми, оскільки Instagram базується на візуальному,

естетичному контенті та культурі «ідеальних образів». Друге місце за популярністю посідає TikTok (20%), який характеризується високою динамікою споживання коротких відео та алгоритмами, що швидко формують певні тренди поведінки та самовираження. Telegram (15%) замикає трійку лідерів, виконуючи роль не лише месенджера, а й основного джерела інформаційного контенту, що впливає на когнітивну складову ідентичності та формування світогляду.

Окрім вибору платформ, важливим аспектом формування самосприйняття та ідентичності є характер активності користувачів у мережі. Аналіз отриманих даних продемонстрував, що переважна більшість студентів - 68% - займають позицію пасивного споживача, тобто переважно переглядають чужий контент (Див. Діагр. №2). Водночас 30% опитаних поєднують перегляд стрічки з активною взаємодією (лайки, коментарі, репости), що свідчить про їхню залученість у соціальний діалог та прагнення до цифрової афіліації. Лише 2% респондентів зазначили, що часто публікують власний контент. Ця незначна частка активних користувачів підкреслює, що для більшості студентів соціальні мережі є передусім джерелом зовнішніх візуальних стандартів та інформації, а не інструментом для активного конструювання власної публічної ідентичності.

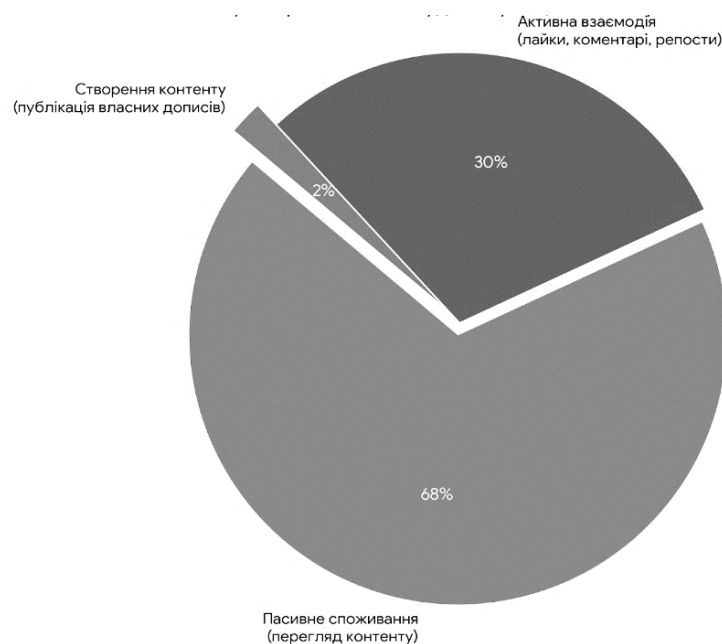


Рис. 2. Діаграма 2. Характер активності студентів у соціальних мережах

Для глибшого розуміння впливу соціальних мереж на формування ідентичності респондентів нами було проведено анкетування, спрямоване на виявлення рівнів залежності від соціального схвалення та особливостей самопрезентації онлайн. Аналіз результатів продемонстрував виразну тенденцію до екстерналізації самосприйняття серед студентської молоді. Аналіз результатів щодо потреби респондентів у соціальному схваленні (Див. Діагр. №3) виявив виражену екстернальну орієнтацію студентської молоді у цифровому

середовищі. Переважна більшість опитаних - 59,2% - обрали варіант «радше згоден(на)», що свідчить про високу чутливість до зовнішньої оцінки та потребу в отриманні соціального підкріплення онлайн. Разом із 6,1% респондентів, які повністю погодилися з твердженням, сумарний показник осіб, для яких цифрова валідація є значущою, становить 65,3%. Така тенденція вказує на те, що для більшості студентів соціальні мережі виступають не лише майданчиком для комунікації, а й важливим інструментом підтримання самооцінності. Опозиційну позицію, що характеризується вищим рівнем автономності самосприйняття, продемонструвала значно менша частина вибірки: 16,3% («повністю не згоден(на)») та 10,2% («радше не згоден(на)»). Таким чином, лише 26,5% респондентів декларують незалежність власної ідентичності від зовнішнього схвалення в онлайн-просторі. Частка осіб, які продемонстрували амбівалентність або не змогли чітко визначити власну позицію, є незначною (8,2%), що підкреслює високу усвідомленість студентами своєї потреби у соціальному фідбеку.

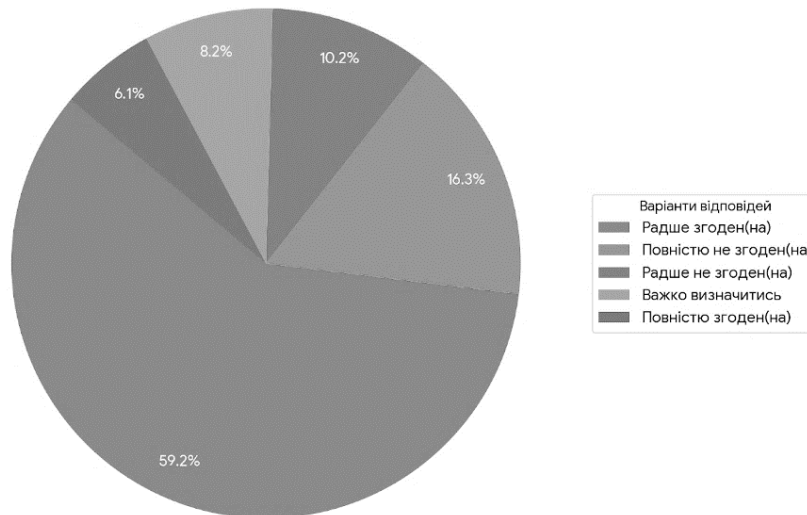


Рис 3. Діаграма 3. Розподіл відповідей щодо потреби респондентів у соціальному схваленні в мережі

Аналіз відповідей на запитання щодо впливу критичних коментарів на емоційний стан респондентів виявив високий рівень психологічної вразливості студентів до негативного фідбеку в соціальних мережах. Згідно з отриманими даними, переважна більшість опитаних - 40,8% - обрали варіант «радше згоден(на)», а ще 30,6% респондентів висловили повну згоду з твердженням про суттєвий вплив критики на їхній настрій (Див. Діагр. №4). Таким чином, сумарний показник емоційної детермінованості зовнішніми оцінками становить 71,4%. Це свідчить про низький рівень емоційної резильєнтності стійкості більшості студентів перед негативними чинниками цифрової комунікації. Група респондентів, які демонструють емоційну автономію та стійкість до зовнішньої критики, перебуває у меншості. Лише 10,2% опитаних повністю заперечують вплив негативних коментарів на свій настрій, а 14,3% обрали варіант «радше не

згоден(на)». Сумарна частка емоційно-стійких респондентів складає 24,5%, що майже втричі менше за кількість вразливих користувачів. Мінімальний показник відповідей «важко визначитись» (4,1%) підтверджує, що для переважної більшості студентів проблема реакції на критику є чітко усвідомленою та особистісно значущою.

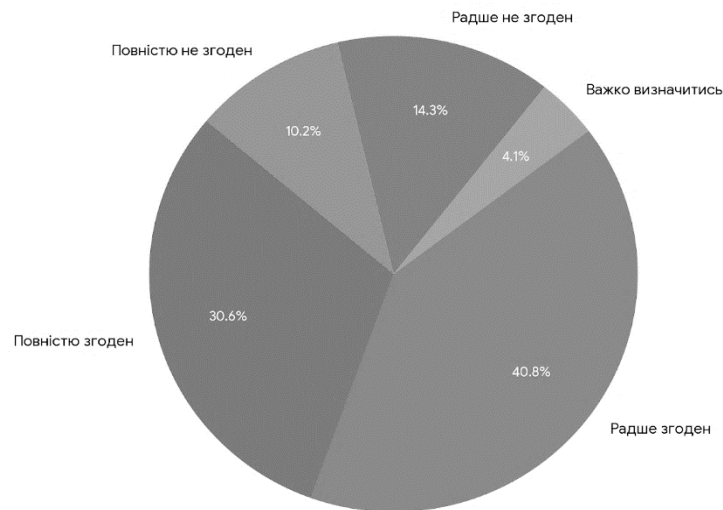


Рис 4. Діаграма 4. Рівень емоційної вразливості респондентів до негативного фідбеку в цифровому середовищі

Наслідком такої високої емоційної залежності стає трансформація стратегій самопрезентації. Замість автентичного самовираження 64% студентів обирають стратегію конформізму, публікуючи контент, який потенційно «сподобається більшості». Таке свідоме моделювання власного образу під очікування аудиторії призводить до домінування «бажаного Я» над «реальним Я».

Другий блок емпіричного дослідження був спрямований на виявлення глибинних механізмів трансформації особистості під впливом соціальних медіа. Аналіз результатів 16 запитань дозволяє констатувати формування екстернальної та лабільної моделі ідентичності у сучасної студентської молоді.

Дослідження виявило високий рівень рефлексії та контролю над власним цифровим образом. Аналіз відповідей на запитання щодо свідомого конструювання власного образу в соціальних мережах свідчить про високий рівень рефлексії студентів стосовно своєї онлайн-презентації.

Згідно з отриманими даними, переважна більшість респондентів - 59,2% - обрали варіант «радше згоден(на)», а 10,2% висловили повну згоду з твердженням про здатність контролювати параметри цифрової самопрезентації (Див.Діагр. №5). Таким чином, сумарний показник студентів, які усвідомлено та цілеспрямовано формують свій цифровий портрет, становить 69,4%. Це підтверджує теоретичні положення про те, що для сучасної молоді соціальні

мережі є простором активного управління враженнями, де вибір контенту, стилістики та способів самовираження підпорядковується певній стратегії самопрезентації.

Опозиційну точку зору продемонструвала менша частина вибірки. Варіант «радше не згоден(на)» обрали 22,4% опитаних, а «повністю не згоден(на)» - лише 2%. Сумарно 24,4% респондентів схильні вважати свою активність у мережі спонтанною або такою, що не потребує спеціального моделювання. Це може вказувати на прагнення до автентичності або на меншу значущість віртуального образу для даної групи осіб. Частка респондентів, які не змогли дати однозначну відповідь («важко визначитись»), становить 6,1%, що свідчить про високу суб'єктивну визначеність студентів у питаннях власної медіаповедінки.

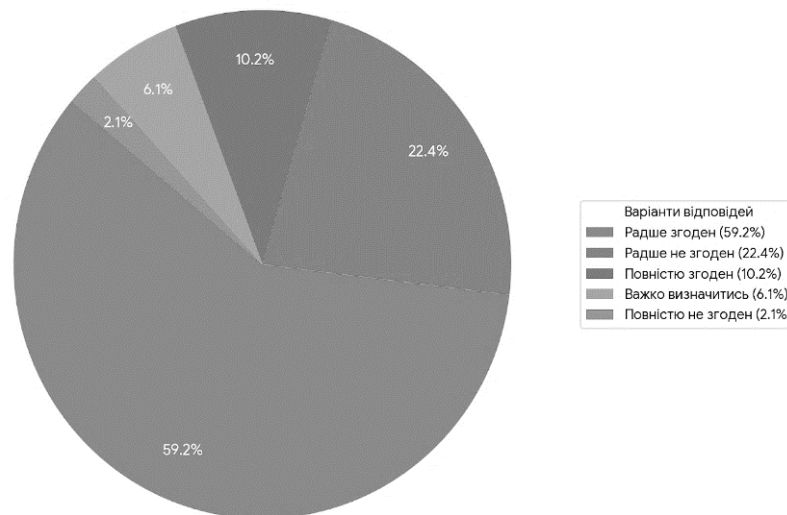


Рис. 5. Діаграма 5. Розподіл відповідей респондентів щодо суб'єктивного контролю над параметрами цифрової самопрезентації

Соціальні мережі стали для студентів інструментом стратегічного менеджменту вражень. Попри таку «штучність», онлайн-образ інтегрується в структуру особистості: сумарно 62,3% респондентів визнають онлайн-репрезентацію важливою частиною своєї ідентичності. Водночас частка осіб, які заперечують суттєвий вплив цифрового образу на загальну структуру свого "Я", становить сумарно 34,7%, що вказує на наявність полюсу ідентичності, автономного від віртуального середовища (Див. Діагр. №6).

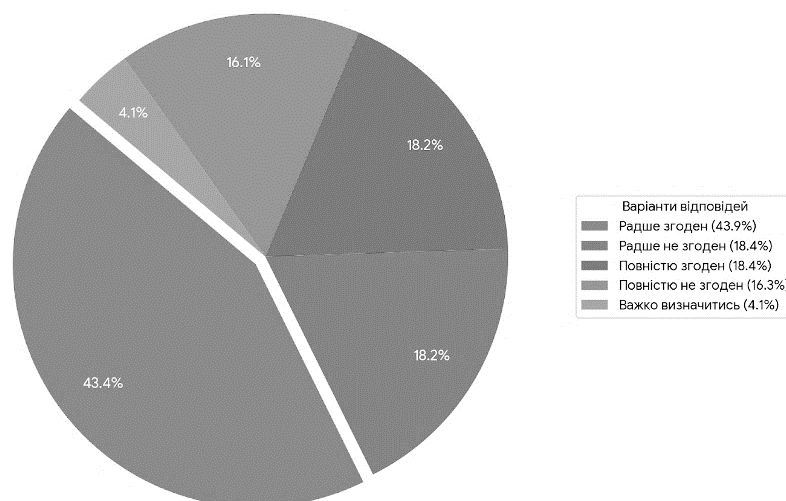


Рис. 6. Діаграма 6. Показники суб'єктивної значущості онлайн-образу в структурі ідентичності студентів

Аналіз результатів показав, що дві третини опитаних (сумарно 65,4%) визнають позитивний вплив соціальних мереж на процес їхнього самопізнання та розуміння власної ідентичності (Див.Діагр. №7). Лише близько чверті респондентів (24,5%) заперечують роль цифрових платформ у формуванні уявлень про власне «Я». Таким чином, цифрова маска стає не просто доповненням, а активним учасником процесу самопізнання.

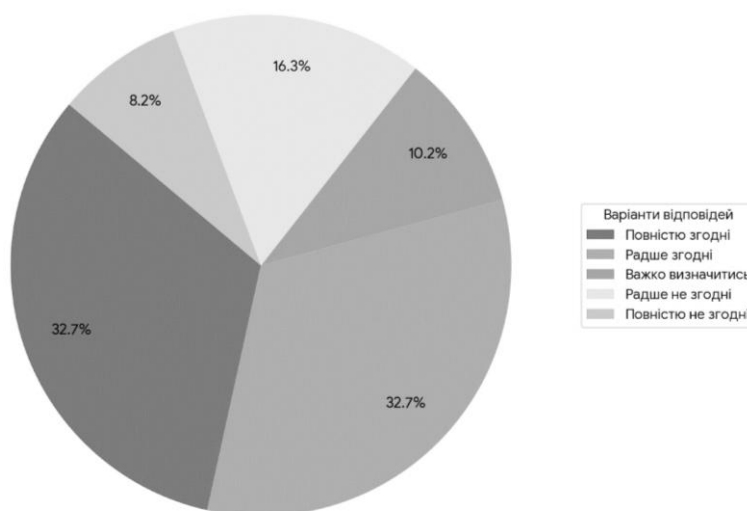


Рис. 7. Діаграма 7. Оцінка респондентами ролі соціальних мереж як чинника когнітивного компонента ідентичності

Найбільш критичні показники зафіксовано у сфері соціальної перцепції. Процес порівняння себе з іншими є домінантним для 71.4% опитаних. Це порівняння має переважно деструктивний характер: 79.6% респондентів часто відчують, що інші живуть краще за них (феномен FOMO та ілюзія «чужого успіху»). Як наслідок, контент інших користувачів безпосередньо знижує впевненість у собі у 67.4% студентів, а для 65.3% перегляд стрічки новин є достатнім тригером для зміни ставлення до себе.

Система «позитивного підкріплення» у вигляді лайків та коментарів виступає основним регулятором емоційного стану. Хоча лише 34.7% відкрито визнають вплив цифр на самооцінку, переважна більшість (91.8%) відчуває пряме задоволення від позитивних реакцій, а 59.2% засмучуються через їх відсутність. Це вказує на формування «крихкої самооцінки», яка потребує щоденного підтвердження з боку віртуальної аудиторії.

Результати опитування свідчать про виражену нестабільність самосприйняття серед студентської молоді, оскільки переважна більшість респондентів (69,3% у сумі) підтвердили схильність до частоті зміни думки про себе. Натомість лише близько чверті опитаних (24,5%) демонструють стійкість власної Я-концепції, заперечуючи коливання у самооцінці (Див. Діагр. №8).

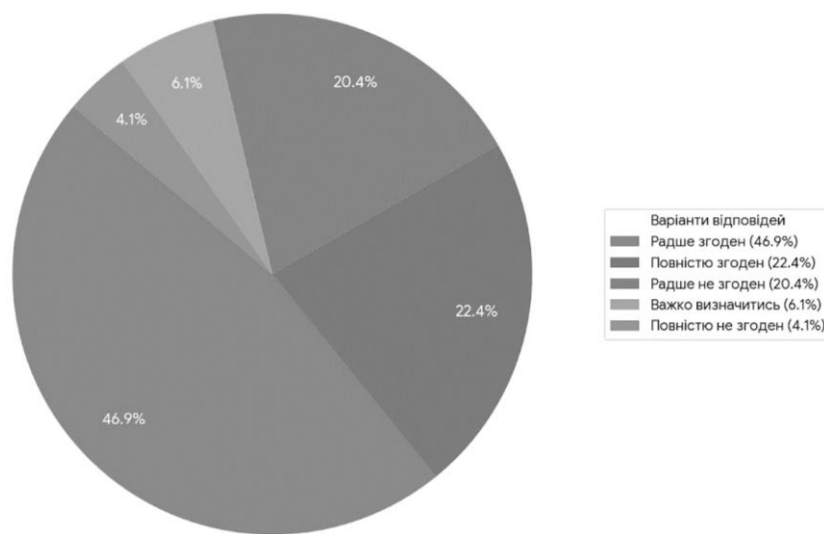


Рис. 8. Діаграма 8. Показники динамічної стійкості самосприйняття студентів

Такий високий рівень «дифузної ідентичності» свідчить про те, що значна частина студентської молоді не має сталого внутрішнього стрижня. Це створює «психологічний вакуум», який студенти намагаються заповнити через соціальні мережі, шукаючи там готові моделі поведінки та зовнішні підтвердження своєї цінності.

Водночас така пластичність має високу психологічну ціну - 63.3% респондентів відчувають глибокі внутрішні суперечності щодо власного «Я» після взаємодії з цифровим середовищем.

Третій блок дослідження був спрямований на виявлення ступеня сформованості внутрішнього «Я» респондентів. Результати демонструють стан кризи ідентичності та значну психологічну незахищеність вибірки перед зовнішніми інформаційними впливами.

Абсолютна більшість респондентів - 73,4% - підтвердили наявність частих сумнівів щодо власної ідентичності (сума відповідей «повністю згодні» та «радше згодні»), що свідчить про високий рівень дифузії (невизначеності) «Я-

концепції» у студентської молоді. Натомість, стабільність самосприйняття та відсутність значущих внутрішніх суперечностей продемонстрували лише 18,3% опитаних (Див. Діагр. №9). Це підтверджує гіпотезу про те, що для сучасної молоді цифрова ідентичність часто стає засобом компенсації внутрішньої невпевненості. Постійні сумніви у собі змушують студентів знову і знову повертатися до соціальних платформ за «дозою» соціального схвалення, що замикає коло цифрової залежності.

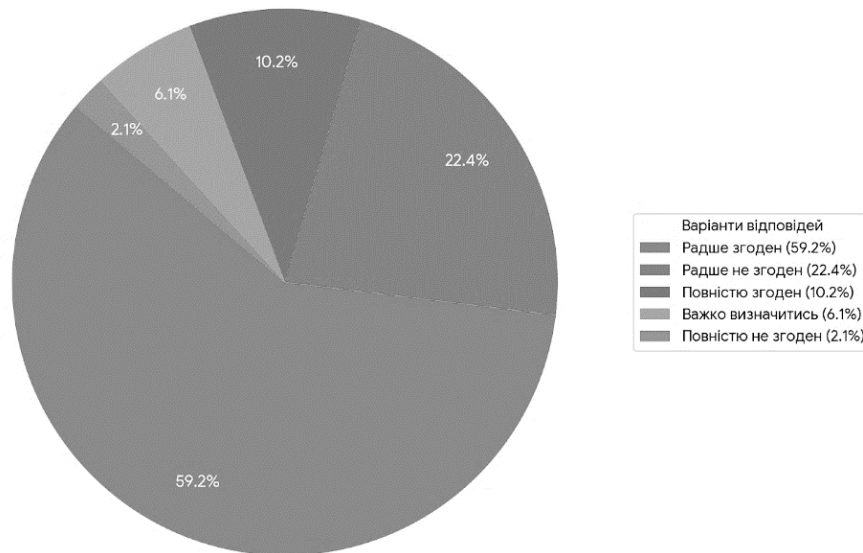


Рис. 9. Діаграма 9. Розподіл відповідей щодо рівня дифузії (невизначеності) ідентичності та сумнівів у самосприйнятті серед респондентів

Четвертий блок дослідження був спрямований на виявлення того, як студенти проектують своє майбутнє та наскільки впевнено вони почуваються у виборі власного шляху. Результати демонструють феномен «тривожної визначеності»: поєднання чітких планів із глибокою невпевненістю у їх правильності.

Більшість респондентів демонструють високу орієнтованість на майбутнє: 75.5% студентів стверджують, що вже визначили напрям свого життя, а 83.7% переконані, що їхні плани відповідають їхнім справжнім інтересам. Це свідчить про сформованість ціннісно-сміслового ядра, яке дозволяє молоді інтегруватися у соціум. Проте на фоні активного споживання контенту в соцмережах (що було виявлено у попередніх блоках) існує ризик «ілюзорної автентичності», коли нав'язані медіа-стандарти успіху сприймаються як власні щирі бажання.

Вибірка демонструє надзвичайно високу відкритість до нового: 93.9% респондентів активно розглядають різні життєві можливості. Соціальні мережі в цьому контексті виступають головним каталізатором - вони пропонують безмежну кількість сценаріїв самореалізації. Однак такий широкий спектр альтернатив створює додаткове когнітивне навантаження. Студент змушений постійно моніторити «кращі варіанти», що заважає остаточному закріпленню в обраній ролі.

Попри декларовану визначеність, емоційне тло життєвого планування є вкрай нестабільним. Абсолютна більшість респондентів (87,7%) продемонстрували високий рівень тривожності щодо своєї перспективи, висловивши повну або часткову згоду з твердженням про сумніви стосовно майбутнього (Див. Діагр. №10). Лише 8,1% опитаних виявляють впевненість у майбутньому, що свідчить про стан значної екзистенційної та професійної невизначеності серед студентської молоді.

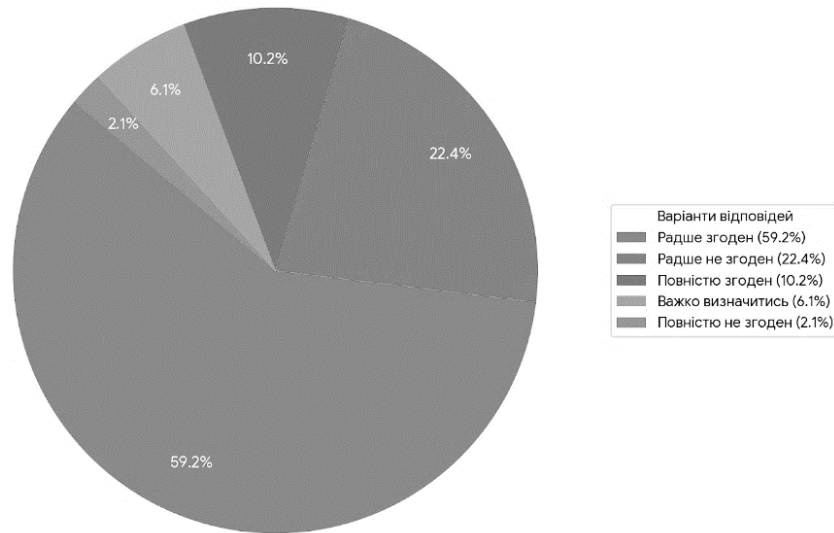


Рис.10. Діаграма 10. Показники суб'єктивної невизначеності студентів щодо власного майбутнього

Цей розрив між «наявністю плану» та «впевненістю у ньому» є ключовим для нашої роботи. Він показує, що ідентичність сучасного студента не є статичною - вона перебуває у стані перманентного перегляду. Кожна успішна історія в Instagram чи TikTok стає для студента приводом для чергового внутрішнього аудиту власного життя.

Таким чином, перший та другий блоки показали, що для студентів Instagram/TikTok/Telegram не є лише джерелом інформації. Це майданчик для моделювання ідентичності. Високий відсоток респондентів, які «свідомо формують образ себе», свідчить про перехід від реального самовираження до цифрового перформансу. Студенти презентують не те, ким вони є, а те, ким вони хочуть здаватися, щоб відповідати стандартам «успіху».

Третій блок став «фундаментом» дослідження. Ми з'ясували, що майже половина студентів (47%) не мають чіткого розуміння своєї особистості, а 71% постійно сумніваються в тому, ким вони є насправді. Низька чіткість самоконцепції робить молодь максимально вразливою до зовнішніх маніпуляцій. Коли внутрішні орієнтири розмиті, будь-який тренд або успіх іншого користувача стає приводом для зміни власного світовідчуття.

Четвертий блок виявив головний парадокс. Студенти декларують наявність цілей (75%) та відданість інтересам (83%), але при цьому відчують тотальну невпевненість у майбутньому (85%) та сумніви у своїх рішеннях (83%). Визначеність студентів є «фасадною». Вони обирають напрям під тиском соціальних очікувань, проте цей вибір не приносить їм внутрішнього спокою. Соціальні мережі постійно пропонують альтернативні шляхи, що девальвує вже прийняті рішення.

На основі отриманих даних можна сформулювати висновок, що самооцінка студентів перетворилася на реактивну. Вона не має внутрішньої стійкості й на пряму залежить від «цифрового дзеркала» (лайків, порівнянь, коментарів). Це підтверджується тим, що понад 73% визнали мінливість своєї думки про себе. Також важливо підкреслити, що величезна кількість психічної енергії студентів витрачається не на навчання, а на підтримку цифрового образу та боротьбу з когнітивним дисонансом («Я справжній» проти «Я в мережі»). А надмірна кількість можливостей та ідеалізованих життєвих сценаріїв у мережі не допомагає, а заважає професійному самовизначенню, посилюючи сумніви та тривогу.

Далі на основі проведеного емпіричного дослідження (вибірка $N=50$) було здійснено комплексний статистичний аналіз із використанням коефіцієнта лінійної кореляції Пірсона (r). Результати дозволяють верифікувати висунуту гіпотезу про те, що активне залучення студентів до соціальних мереж, орієнтоване на зовнішню цифрову валідацію, пов'язане з дестабілізацією самосприйняття та дифузією ідентичності. Найбільш вагомим результатом аналізу стало виявлення сильного від'ємного зв'язку в групі респондентів із пасивним типом взаємодії. Коефіцієнт кореляції між пасивним споживанням контенту та стабільністю образу-Я становить $r = -0,77$ ($p < 0,01$), а з чіткістю ідентичності - $r = -0,72$ ($p < 0,01$) (див. дод. Г). Це свідчить про те, що для студентів, які обмежуються скролінгом стрічки та спостереженням за життям інших, характерний лінійний процес руйнування внутрішніх опор. Механізм «соціального порівняння вгору» (порівняння своєї реальності з ідеалізованими цифровими образами інших) призводить до втрати автентичності. В умовах дефіциту власної активності зовнішня валідація стає єдиним, але вкрай хитким критерієм самооцінки, що підтверджує ключове положення нашої гіпотези. Аналіз показав, що змішаний тип взаємодії (поєднання створення та споживання контенту) не забезпечує психологічної стійкості, демонструючи помірну негативну кореляцію ($r = -0,59$, $p < 0,01$). Це вказує на те, що навіть спроби активної самопрезентації не можуть повністю нівелювати тривогу, викликану пасивним споживанням чужого успіху. Натомість в групі з активним

типом взаємодії зафіксовано найслабший негативний вплив на образ-Я ($r = -0,39$, $p < 0,05$) та помірну позитивну тенденцію у сфері життєвої самовизначеності ($r = 0,31$). Це дозволяє стверджувати, що суб'єктна позиція в мережі (використання її як інструменту для досягнення цілей, а не як джерела схвалення) виступає частковим «буфером», який дозволяє студентам зберігати відносну стабільність планів на майбутнє.

Таким чином, отримані дані лінійної кореляції Пірсона в сукупності з аналізом середніх значень (де пасивний тип демонструє критично низькі бали стабільності - 2,1 порівняно з 3,8 у активного) повністю підтверджують гіпотезу дослідження. Встановлено, що студенти, які орієнтуються на внутрішні критерії самооцінки та проявляють суб'єктну активність, мають більш стабільну ідентичність і вищий рівень позитивного самосприйняття. Натомість орієнтація на зовнішню цифрову валідацію та соціальне порівняння, притаманне пасивному споживанню, є прямим предиктором особистісної нестабільності та втрати життєвих орієнтирів у студентському віці.

Отже, гіпотеза про те, що активне залучення до соціальних мереж пов'язане зі змінами у самосприйнятті, знайшла підтвердження через виявлення високої пластичності Я-концепції респондентів.

Емпіричним підкріпленням є те, що 75,5% опитаних демонструють схильність до корекції уявлень про себе під впливом споживаного контенту. Це доводить, що соціальні мережі виступають не лише середовищем комунікації, а потужним екстернальним чинником формування ідентичності, що детермінує перехід від автономного до зовнішньо-керованого самосприйняття.

Взаємодія через соціальне порівняння, зазначена у гіпотезі, простежується у високих показниках внутрішньої суперечливості та сумнівів. Виявлено, що 77,6% студентів стикаються з когнітивним дисонансом у структурі власних переконань. Це є прямим наслідком порівняння реального «Я» з ідеалізованими цифровими образами («Я-ідеальним»). Постійна орієнтація на зовнішні еталони успіху перешкоджає досягненню цілісності ідентичності, залишаючи особистість у стані дифузії або мораторію (за Дж. Марсія).

Підтверджено припущення, що орієнтація на зовнішнє схвалення призводить до лабільності самооцінки. Показник нестабільності думки про себе у 73,5% респондентів та високий рівень сумнівів щодо власної автентичності (71,4%) вказують на те, що самооцінка студентів є реактивною. Вона потребує постійної «цифрової підпірки» у вигляді схвалення (лайків, переглядів). Відсутність внутрішніх критеріїв валідації робить самосприйняття вразливим до коливань соціального фідбеку, що повністю узгоджується з положеннями гіпотези.

Гіпотеза передбачала, що студенти з внутрішніми критеріями самооцінки продемонструють стабільнішу ідентичність. Хоча загальна тенденція вибірки спрямована на екстернальність, виокремлена група (близько 20%), яка виявила стійкість до контенту та низький рівень сумнівів, демонструє значно вищий рівень чіткості Я - концепції. Лише 40,8% вибірки мають чіткі уявлення про себе. Саме цей сегмент корелює з групою, що демонструє меншу залежність від цифрового моделювання образу, що підтверджує вищу стабільність ідентичності за наявності внутрішніх опор.

Особливий інтерес для підтвердження гіпотези становить блок життєвих орієнтирів. Виявлено парадокс: висока декларативна цілеспрямованість (75,5%) супроводжується тотальною тривогою за майбутнє (85,7%). Це підтверджує тезу про те, що ідентичність, сформована під впливом зовнішньої валідації, є крихкою. Студенти обирають напрями руху, орієнтуючись на соціально схвалювані моделі, але через брак внутрішньої впевненості постійно сумніваються у правильності цих рішень (83,7%).

Проведене дослідження дозволяє стверджувати: гіпотеза підтверджена. Активне залучення до цифрового середовища, засноване на соціальному порівнянні та пошуку зовнішньої валідації, веде до формування лабільної, суперечливої та дифузної ідентичності. На противагу цьому, стабільність і позитивне самосприйняття безпосередньо залежать від здатності особистості спиратися на внутрішні критерії самооцінки, мінімізуючи вплив соціальних мереж як регулятора самоствавлення.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У другому розділі було здійснено емпіричне дослідження особливостей формування ідентичності та самосприйняття студентської молоді в умовах активної та пасивної взаємодії з цифровим середовищем соціальних мереж. Результати отриманих даних від 50 респондентів засвідчили, що соціальні мережі перестали бути лише засобом комунікації, перетворившись на інструмент активного конструювання ідентичності. Більшість студентів використовують стратегію «свідомої самопрезентації», створюючи цифровий образ, що часто відрізняється від реального «Я». Це підтверджується тим, що понад 75% опитаних визнають прямий вплив споживаного контенту на їхнє власне самосприйняття. Таким чином, ідентичність сучасного студента стає пластичною та залежною від екстернальних (зовнішніх) чинників.

Аналіз виявив високий рівень дестабілізації самооцінки під впливом соціального порівняння. Було встановлено ключовий парадокс: попри зовнішню активність, респонденти демонструють ознаки дифузної ідентичності: 71,4% студентів відчувають постійні сумніви щодо своєї автентичності («хто я є насправді»), 73,5% вказують на часту зміну думки про себе, що свідчить про реактивну самооцінку, яка потребує постійної цифрової валідації (схвалення через лайки та коментарі). А високий рівень когнітивного дисонансу (77,6%) вказує на внутрішній конфлікт між реальним досвідом та ідеалізованими стандартами успіху, що транслуються мережами.

Дослідження зафіксувало стан «тривожної цілеспрямованості». Студенти декларують наявність життєвих планів (75,5%), проте ці орієнтири не приносять їм емоційного спокою. Показник тривоги за майбутнє (непевненості у майбутньому) сягає 85,7%. Це дозволяє стверджувати, що соціальні мережі створюють ілюзію «необмежених можливостей», яка замість стимулювання розвитку провокує страх помилкового вибору та професійне вигорання ще на етапі навчання.

Статистичний аналіз за допомогою коефіцієнта Пірсона для вибірки $N=50$ дозволив отримати емпіричне підтвердження висунутої гіпотези. Виявлено сильний від'ємний лінійний зв'язок між пасивним типом взаємодії в мережах та стабільністю образу-Я ($r = -0,77$) і чіткістю ідентичності ($r = -0,72$). Це свідчить про те, що домінування зовнішньої цифрової валідації над внутрішніми критеріями самооцінки безпосередньо призводить до розмивання особистісних орієнтирів.

Отримані результати повністю підтвердили гіпотезу дослідження. Встановлено, що студенти, які орієнтуються на внутрішні критерії самооцінки (близько 20% вибірки), мають значно стабільнішу ідентичність. Натомість більшість

респондентів, чиє самосприйняття формується під впливом «цифрової валідації», демонструють лабільність, підвищену тривожність та суперечливість образу «Я».

Попри чіткість виявлених тенденцій, дане дослідження має певні обмеження, які слід враховувати при інтерпретації результатів. Вибірка у кількості 50 осіб є достатньо невеликою, тому для широких узагальнень щодо всього студентства вона є відносно малою. Це може впливати на статистичну значущість окремих дрібних кореляцій. Також слід врахувати використання методу анкетування, який завжди несе ризик соціальної бажаності відповідей, особливо в темах, що стосуються ідентичності та образу-Я.

У подальших дослідженнях варто розширити вибірку, залучивши студентів різних спеціальностей, оскільки специфіка навчання може впливати на рівень критичного мислення та сприйняття медіа-контенту.

Таким чином проведене дослідження демонструє, що цифрова ідентичність студентів є складним, суперечливим новоутворенням, де висока пошукова активність поєднується з крихкістю внутрішніх опор, що потребує подальшого вивчення механізмів психологічного захисту та розвитку емоційного інтелекту як засобу стабілізації особистості.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА САМОСПРИЙНЯТТЯ СТУДЕНТСТВА

3.1. Рекомендації щодо формування здорового самосприйняття та ідентичності студентів в умовах активного використання соціальних мереж

Для оптимізації впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентства доцільно розробити комплексну програму психологічної підтримки та розвитку, яка враховуватиме ключові чинники, виявлені в ході дослідження.

Першочерговим напрямом психопрофілактичної роботи є розвиток критичного мислення щодо контенту соціальних мереж. У сучасних умовах цифрової соціалізації віртуальний простір стає основним майданчиком для формування ідентичності студентської молоді. Проте специфіка цього простору полягає у створенні так званої «культури успіху» та «естетизації повсякденності», де користувачі демонструють лише позитивні, часто штучно сконструйовані аспекти свого життя.

Зважаючи на те, що студенти перебувають на етапі інтенсивного пошуку власного «Я» (згідно з вимірами ідентичності за шкалою DIDS), вони виявляються найбільш вразливими до впливу ідеалізованих образів. Постійне споглядання відредагованих фотографій, успішних кар'єрних кейсів та «бездоганного» способу життя лідерів думок створює когнітивну ілюзію доступності та загальності таких стандартів.

У результаті активується механізм висхідного соціального порівняння - зіставлення власного реального життя з ідеалізованим «цифровим фасадом» іншої людини. Це призводить до:

- Зниження рівня чіткості Я-концепції;
- Посилення румінативного дослідження (постійних сумнівів у правильності обраного шляху);
- Виникнення відчуття власної неадекватності або «психологічної неуспішності».

Необхідність впровадження спеціалізованих заходів (тренінгів, воркшопів, інтерактивних лекцій) зумовлена потребою перетворення пасивного споживання контенту (Passive Use за методикою PAUM) на усвідомлену та критичну медіапрактику.

Ключові блоки навчальної програми повинні включати:

- Деконструкцію візуальних маніпуляцій: практичні заняття з розбору методів створення ідеального кадру (освітлення, ракурси, фільтри, ретуш). Розуміння технічного боку «ідеальності» дозволяє знизити емоційну гостроту порівняння.
- Аналіз алгоритмів соціальних платформ: просвітницьку роботу щодо того, як алгоритми створюють «інформаційні бульбашки» та стимулюють демонстративне споживання. Студенти мають усвідомлювати, що стрічка новин - це не дзеркало реальності, а комерційно вигідна вибірка.
- Воркшопи з розпізнавання маніпулятивних стратегій: навчання ідентифікації прихованої реклами, нав'язування штучних потреб та стандартів краси, які використовуються для маркетингового впливу.

Розвиток медіаграмотності в контексті психологічної допомоги студентам не обмежується лише вмінням перевіряти фейки. Це, насамперед, психологічна резильєнтність - здатність зберігати стійку самооцінку незалежно від зовнішніх цифрових стимулів.

Завдяки формуванню критичного мислення студенти набувають здатності:

- Диференціювати «Реальне Я» від «Цифрового Я»: розуміти межу між справжньою особистістю та її презентацією в мережі.
- Знижувати рівень негативного порівняння: переводити фокус з оцінки інших на власні цілі та цінності.
- Свідомо регулювати онлайн-самопрезентацію: формувати автентичний профіль у соцмережах, що базується на самоприйнятті, а не на бажанні відповідати недосяжним стандартам.

Системна реалізація цього напрямку дозволяє студентам змінити паттерни поведінки в онлайн-просторі. Замість румінації та деструктивного порівняння, критичне мислення сприяє переходу до етапу ідентифікації із зобов'язаннями (за DIDS). Це означає, що молода людина стає здатною самотійно обирати орієнтири для розвитку, відсікаючи нав'язані ззовні сценарії успіху.

Таким чином, освітній компонент програми виступає фундаментом для подальшої психокорекційної роботи. Без усвідомлення маніпулятивної природи медіасередовища глибока внутрішня робота над самоприйняттям буде постійно нівелюватися агресивним впливом ідеалізованого контенту соціальних мереж.

Другим, не менш важливим аспектом психологічної допомоги студентській молоді, є розвиток усвідомленого ставлення до власної ідентичності. В умовах сучасної цифрової культури процес самоактуалізації особистості зазнає суттєвих трансформацій. Соціальні мережі, виконуючи роль специфічного «дзеркала», часто стимулюють формування «зовнішньо-орієнтованого Я». Цей феномен характеризується тим, що самосприйняття індивіда починає критично

залежати від зовнішніх атрибутів успіху: кількості вподобань, позитивних коментарів та віртуального соціального статусу.

Постійне перебування у полі соціального порівняння змушує студентів фокусуватися на конструюванні «ідеального Я», яке часто суттєво різниться від «реального Я». Це породжує когнітивний дисонанс та почуття внутрішньої порожнечі, оскільки цінність особистості починає вимірюватися не внутрішніми здобутками чи переконаннями, а здатністю відповідати очікуванням аудиторії. Як наслідок, ідентичність стає дифузною, нестійкою та залежною від короточасних соціальних схвалень.

У зв'язку з цим виникає нагальна потреба у впровадженні комплексних психологічних програм, пріоритетом яких є переорієнтація уваги суб'єкта із зовнішніх стимулів на внутрішні ресурси. Основними векторами такої роботи мають стати самопізнання, глибока рефлексія та розвиток автентичності.

Розвиток автентичності передбачає здатність особистості діяти відповідно до своїх справжніх цінностей та переконань, а не під тиском соціальних трендів. Реалізація цього завдання потребує багаторівневого підходу:

- Формування навичок рефлексії. Рефлексія у контексті використання соціальних мереж дозволяє студенту дистанціюватися від нав'язаних образів. Психологічна робота спрямовується на те, щоб навчити молоду людину ставити собі запитання: «Чи є цей пост відображенням мого справжнього стану?», «Чому для мене важливо отримати схвалення саме за цей аспект мого життя?», «Як мої цифрові дії корелюють з моїми реальними життєвими цілями?».
- Зміцнення Я-концепції. Стабільне уявлення про себе формується через усвідомлення своїх сильних сторін, обмежень та унікальних рис, які не піддаються кількісному вимірюванню в соцмережах. Програми мають бути зосереджені на прийнятті власної недосконалості як частини людського досвіду, що протиставляється культурі «ідеальності» в Instagram чи TikTok.

Для досягнення стійких результатів доцільно використовувати комбінацію індивідуальних та групових форм роботи:

- Групові тренінгові заняття. Групова динаміка створює безпечне середовище для апробації нових моделей поведінки. Тренінги можуть включати вправи на розвиток емоційного інтелекту, асертивності та критичного мислення. Важливим елементом є робота з «цифровим слідом»: студенти аналізують свої профілі не як об'єкти для оцінки, а як інструменти самовираження, що дозволяє віднайти баланс між приватним та публічним.

- Індивідуальні психологічні консультації. Ця форма роботи дозволяє глибше опрацювати особистісні кризи ідентичності, пов'язані з відчуттям самотності, низькою самооцінкою або залежністю від гаджетів. Консультант допомагає студенту виявити витоки потреби у надмірному самопрезентуванні та знайти альтернативні способи підтвердження власної значущості у реальному житті.
- Практики майндфулнес та самоспостереження. Впровадження технік усвідомленості допомагає студентам фіксувати моменти виникнення тривоги під час гортання стрічки новин та вчасно перемикає увагу на фізичні відчуття та поточні потреби організму.

Кінцевою метою таких заходів є формування у студентської молоді автономної ідентичності. Особистість, яка володіє високим рівнем самоусвідомлення, стає менш вразливою до маніпулятивних впливів алгоритмів соціальних мереж. Це виявляється у здатності зберігати стабільне уявлення про себе незалежно від мінливих зовнішніх оцінок, що є фундаментом психологічного благополуччя та успішної соціалізації у дорослому житті.

Таким чином, перехід від «екстернального» до «інтернального» джерела самоповаги є ключовим етапом розвитку особистості студента в епоху цифровізації, що дозволяє інтегрувати віртуальний досвід у цілісну та здорову структуру Я.

Важливим фактором психологічної стабілізації студентської молоді у межах нашої програми є регуляція часових параметрів використання соціальних мереж. У сучасних умовах цифрові платформи перестали бути лише інструментами комунікації, перетворившись на повноцінне середовище існування, де формується ідентичність особистості. Однак неконтрольоване перебування в онлайн-просторі створює передумови для низки деструктивних психологічних феноменів.

Так надмірна тривалість перебування в соціальних мережах корелює із виникненням синдрому втрачених можливостей (FOMO - Fear of Missing Out), що змушує студента постійно перевіряти оновлення, боячись випасти з інформаційного чи соціального контексту [32]. Це провокує стан хронічного стресу та тривожності.

Більше того, тривалий експозиційний час у соцмережах неминуче веде до інтенсифікації процесів соціального порівняння. Оскільки контент у мережах часто є ідеалізованим («парадний фасад» життя), студент порівнює власну повсякденну реальність із відредагованими образами інших. Це стає підґрунтям для зниження самооцінки, розвитку почуття власної меншовартості та викривлення самосприйняття, де реальне «Я» починає сприйматися як недостатньо успішне або привабливе порівняно з віртуальними еталонами.

Для нівелювання зазначених ризиків у межах програми передбачено навчання студентів основам цифрової гігієни. Це не просто обмеження часу, а формування нової культури споживання інформації. Основними компонентами цього напряму є:

- Технологічний самоконтроль: використання вбудованих функцій смартфонів для моніторингу екранного часу (Screen Time, Digital Wellbeing). Встановлення жорстких лімітів на розважальні додатки допомагає вивільнити когнітивний ресурс для навчання та реальної взаємодії.
- Оптимізація повідомлень: свідоме вимкнення неперіоритетних сповіщень (push-notifications), що дозволяє уникнути фрагментації уваги та знижує рівень «цифрового шуму». Це сприяє розвитку здатності до глибокої концентрації, яка часто втрачається через мультизадачність у мережі.
- Ревізія інформаційного поля: критичний аналіз підписок. Студентам пропонується відмовитися від контенту, що провокує негативні емоції або почуття неповноцінності, на користь джерел, які стимулюють особистісне зростання.

Окремим структурним елементом програми є популяризація періодичних «цифрових детоксів» - запланованих періодів повної відмови від використання гаджетів та соціальних мереж (від кількох годин до кількох днів). Такі перерви сприятимуть:

- Відновленню дофамінової системи: постійна стимуляція «лайками» та швидким контентом виснажує систему винагороди мозку. Детокс дозволяє повернути чутливість до природних стимулів і радощів реального життя.
- Покращенню якості сну: відмова від синього спектра світла екранів за 2 години до сну нормалізує вироблення мелатоніну, що безпосередньо впливає на емоційну стабільність та когнітивні здібності наступного дня.
- Актуалізації реальної ідентичності: без дзеркала соціальних мереж особистість залишається наодинці з власними думками та почуттями, що є критично важливим для процесу рефлексії та зміцнення чіткості Я-концепції.

Кінцевою метою цього блоку програми є перехід від реактивного (пасивного скролінгу) до усвідомленого використання платформ. Це передбачає розвиток навички ставити собі запитання перед відкриттям додатку: «З якою метою я зараз це роблю?», «Як я відчуваюся після перегляду цієї стрічки?».

Акцент зміщується на активну роль студента як творця власного цифрового досвіду, а не пасивного споживача алгоритмічних стрічок. Усвідомлене ставлення до часу та контенту дозволяє інтегрувати соціальні мережі в життя

студента як корисний інструмент самопрезентації та навчання, не дозволяючи їм ставати джерелом психологічної деструкції.

Системне впровадження методів часової регуляції та цифрової гігієни в освітній процес забезпечує надійний фундамент для підвищення психологічного добробуту студентської молоді. Це дозволяє зберегти автентичність особистості в умовах глобальної цифровізації та запобігти розмиванню кордонів між реальним та віртуальним «Я».

Створення підтримуючого соціального середовища в освітньому просторі також відіграє значну роль. Заклади вищої освіти повинні сприяти формуванню атмосфери прийняття, відкритості та психологічної безпеки. Це може реалізовуватися через діяльність студентських спільнот, психологічних служб, груп підтримки та інтерактивних заходів. Такий підхід допоможе знизити залежність від віртуального схвалення та підвищити значущість реальних соціальних зв'язків.

Окрему увагу слід приділити розвитку емоційної компетентності студентів. Соціальні мережі можуть провокувати емоційні коливання, тривожність та незадоволеність собою. У зв'язку з цим доцільно впроваджувати тренінги з розвитку емоційного інтелекту, навичок саморегуляції та стресостійкості. Це дозволить студентам більш адекватно реагувати на інформаційні впливи та підтримувати стабільний емоційний стан.

Розвиток автономії та внутрішніх орієнтирів також є важливим аспектом формування ідентичності. Автономія особистості у контексті цифрової взаємодії передбачає здатність студента самостійно визначати власні цілі, цінності та ставлення до себе, незалежно від алгоритмів соціальних мереж чи мінливих трендів. Це вимагає відмови від постійного порівняння свого «реального життя» з «ідеальними образами» інших користувачів, що є можливим лише за умови зміцнення внутрішнього ядра особистості. Для подолання надмірної залежності від онлайн-репрезентації студентам необхідно надати простір для реалізації потенціалу в реальних (офлайн) сферах діяльності. Це дозволяє сформувати багатогранну ідентичність, де онлайн-образ є лише однією з багатьох складових, а не єдиною домінантою.

Залучення студентів до дослідницьких проєктів та інтелектуальних дискусій сприяє розвитку «професійного Я». Коли студент отримує визнання за свої інтелектуальні досягнення та критичне мислення, потреба у демонстративному підтвердженні власної значущості через візуальний контент у соцмережах природним чином знижується.

Мистецтво, волонтерство та участь у студентському самоврядуванні дають можливість відчувати безпосередній вплив на навколишній світ. Участь у

реальних соціальних ініціативах формує відчуття приналежності до спільноти, що базується на спільних діях та цінностях, а не на цифровій афіліації.

Робота з власним тілом у реальному просторі допомагає відновити контакт із фізичним «Я», що є критично важливим для подолання дисморфофобічних тенденцій, які часто провокуються ідеальними фільтрами та ретушшю в Instagram.

Така розгалуженість діяльності сприяє формуванню стійкої ідентичності, яка характеризується високим рівнем самоприйняття. Коли особистість має успішний досвід у різних сферах, її самооцінка стає менш вразливою до випадкових негативних реакцій або відсутності уваги в мережі.

Впровадження цілісної програми допомоги має базуватися на міждисциплінарному підході, що охоплює когнітивний, емоційний та соціальний рівні.

1. Розвиток медіаграмотності та критичного мислення - це не лише навчання технічним навичкам перевірки інформації, а й розуміння психології медіаспоживання. Студенти мають усвідомлювати, як працюють алгоритми залучення уваги, як формуються «ехо-камери» та яким чином комерціалізація контенту впливає на стандарти краси та успіху. Критичний аналіз цифрового середовища дозволяє дистанціюватися від нав'язаних стандартів.

2. Програма має включати тренінгові заняття, спрямовані на поглиблення розуміння власних емоцій та потреб. Розвиток навичок рефлексії дозволяє студенту поставити собі питання: «Чому я зараз хочу опублікувати це фото? Чи шукаю я підтримки, якої мені бракує в реальності?». Розуміння справжніх мотивів своєї онлайн-активності є першим кроком до усвідомленої самопрезентації.

3. Соціальні мережі часто стають джерелом стресу (через кібербулінг, синдром FOMO - страх пропустити щось важливе). Навчання технікам емоційної саморегуляції, стресостійкості та навичкам конструктивного спілкування допомагає молоді адекватно реагувати на цифрові подразники без шкоди для психічного здоров'я.

4. Важливим компонентом є створення живих спільнот у межах закладу вищої освіти. Формування культури «реальної присутності», де цінується особистісний контакт, емпатія та підтримка, виступає потужним буфером проти негативного впливу віртуальної ізоляції.

Системна реалізація такої програми призводить до якісних змін у структурі особистості студента. По-перше, досягається адекватність самосприйняття: розрив між «Я-ідеальним» (цифровим аватаром) та «Я-реальним» скорочується, що зменшує рівень внутрішньої напруги та тривожності.

По-друге, формується стабільна ідентичність. Така ідентичність не руйнується від відсутності зовнішнього схвалення, оскільки має міцний фундамент у вигляді особистих досягнень, реальних соціальних зв'язків та чітких ціннісних орієнтирів.

У результаті, підвищується загальний рівень психологічного благополуччя. Студентська молодь стає більш резильєнтною (стійкою до життєвих негараздів), здатною до глибокої самореалізації та продуктивної взаємодії зі світом, де соціальні мережі стають лише корисним інструментом комунікації, а не визначальним чинником буття.

3.2. Рекомендації щодо розробки програми оптимізації впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентства

Для ефективного впровадження програми необхідно дотримуватися системного та поетапного підходу, що забезпечить комплексність і результативність змін. На першому етапі доцільно провести діагностику особливостей використання соціальних мереж студентами та їх впливу на ідентичність і самосприйняття. Для цього можуть бути використані:

- Анкетування, що включає питання щодо частоти використання соціальних мереж, типу контенту, рівня залежності від соціального схвалення (лайків, коментарів), а також рівня задоволеності собою.
- Психодіагностичні методики для оцінки самооцінки, рівня самоприйняття, сформованості ідентичності.
- Фокус-групи та глибинні інтерв'ю для виявлення суб'єктивного досвіду впливу соціальних мереж на образ «Я».

Це дозволить визначити ключові проблеми, зокрема: залежність від зовнішньої оцінки, викривлення самосприйняття, формування ідеалізованого «онлайн-Я», зниження автентичності.

Наступним етапом є формулювання цілей і завдань програми відповідно до отриманих результатів. Приклад цілей:

- Підвищення рівня усвідомленості студентів щодо впливу соціальних мереж на їхню ідентичність.
- Формування адекватного та стабільного самосприйняття.
- Зниження залежності від соціального схвалення в онлайн-середовищі.
- Розвиток критичного мислення щодо цифрового контенту.

Реалізація запропонованої програми розпочинається з підготовчого етапу, ключовим завданням якого є завчасне формування та підготовка команди впровадження. Склад команди визначається організаторами ще до початку

активної фази заходів. До неї залучаються викладачі, психологи, куратори академічних груп, а також запрошені фахівці з медіапсихології.

Важливою умовою є проведення інструктивно-методичних занять для самих членів команди, залежно від їхньої ролі у програмі. Організатори проводять роз'яснювальні зустрічі, методичні семінари або круглі столи для обміну думками та узгодження єдиного бачення програми. Для фахівців, які виступатимуть у ролі менторів або лекторів, передбачено проведення консультацій щодо змістовного наповнення дискусій. Якщо програма передбачає тренінгові форми роботи, для майбутніх модераторів організовуються спеціальні навчальні тренінги (підготовка ко-тренерів), що дозволяє забезпечити високий рівень фасилітації та психологічного супроводу учасників.

Після завершення етапу кадрової підготовки та розподілу функціональних обов'язків, команда розробляє детальний план-графік заходів із чітким визначенням термінів і відповідальних осіб. Орієнтовна структура плану впровадження включає:

- Організаційно-підготовчий блок: відбір учасників, проведення вступних інструктажів для менторів та ко-тренерів (протягом 2 тижнів перед початком).
- Тренінговий блок: проведення серії занять із медіаграмотності, спрямованих на розвиток критичного сприйняття контенту (інтенсивно протягом 1-2 місяців).
- Психокорекційний блок: організація регулярних занять із розвитку самоприйняття та стійкості до соціального порівняння (щотижнево).
- Просвітницько-дискусійний блок: впровадження лекцій-дискусій та круглих столів щодо впливу соціальних мереж на Я-концепцію особистості (щомісяця).
- Контрольно-діагностичний блок: здійснення регулярного моніторингу динаміки психологічного стану студентів (щомісяця) для вчасного корегування програми.

У процесі реалізації програми важливо здійснювати постійний аналіз змін у самосприйнятті студентів та зворотний зв'язок.

Нижче подано приклад програми, спрямованої на оптимізацію впливу соціальних мереж на ідентичність і самосприйняття студентства.

Приклад програми

Заняття №1: Вступ та первинна діагностика впливу соціальних мереж

Хід заняття та теми:

1. Вступне слово про роль соціальних мереж у житті сучасної молоді.
2. Обговорення поняття ідентичності та самосприйняття.
3. Первинна діагностика рівня впливу соціальних мереж.

Пропоновані заходи:

- Анкетування щодо використання соціальних мереж та їх впливу на самооцінку.
- Групова дискусія: «Як соціальні мережі впливають на моє уявлення про себе?».

Заняття №2: Онлайн-образ «Я» та автентичність

Пропоновані теми:

1. Формування онлайн-ідентичності.
2. Відмінності між реальним і віртуальним «Я».
3. Поняття автентичності.

Пропоновані заходи:

- Вправа «Моє реальне Я і моє онлайн Я» (порівняльний аналіз).
- Рефлексивне обговорення щодо причин створення ідеалізованого образу.

Заняття №3: Соціальне порівняння та самооцінка

Пропоновані теми:

1. Механізми соціального порівняння в соціальних мережах.
2. Вплив ідеалізованого контенту на самооцінку.
3. Формування адекватного самосприйняття.

Пропоновані заходи:

- Аналіз профілів у соціальних мережах (без персоналізації) з точки зору їх реалістичності.
- Вправа на усвідомлення власних сильних сторін (саморефлексія).

Заняття №4: Залежність від соціального схвалення

Пропоновані теми:

1. Психологія лайків і коментарів.
2. Формування зовнішньо орієнтованої самооцінки.
3. Розвиток внутрішніх критеріїв оцінки.

Пропоновані заходи:

- Вправа «День без соціальних мереж» (домашнє завдання з подальшим обговоренням).
- Групова дискусія про переживання без онлайн-зворотного зв'язку.

Заняття №5: Критичне мислення та медіаграмотність

Пропоновані теми:

1. Маніпуляції та ідеалізація в соціальних мережах.
2. Розвиток критичного ставлення до контенту.
3. Психологічна безпека в цифровому середовищі.

Пропоновані заходи:

- Аналіз кейсів (відредаговані фото, «ідеальні» профілі).
- Вправа на виявлення маніпулятивного контенту.

Заняття №6: Інтеграція та підсумки

Пропоновані теми:

1. Узагальнення отриманих знань.
2. Формування здорового стилю використання соціальних мереж.
3. Розробка індивідуальних стратегій саморегуляції.

Пропоновані заходи:

- Створення індивідуального плану використання соціальних мереж.
- Рефлексія: «Що змінилося у моєму сприйнятті себе?».
- Оцінка ефективності програми та зворотний зв'язок.

Таким чином, запропонована програма спрямована на формування у студентів усвідомленого ставлення до використання соціальних мереж, розвиток стабільної ідентичності та позитивного самосприйняття. Систематичність,

рефлексивність і практична спрямованість заходів забезпечують її ефективність та можливість подальшого впровадження в освітньому середовищі.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Розроблені рекомендації щодо створення програми оптимізації впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентства спрямовані на створення умов для усвідомленого, критичного та психологічно безпечного використання цифрового середовища. Вони передбачають комплекс заходів, що охоплюють розвиток рефлексії, медіаграмотності, емоційної стійкості, а також формування адекватного образу «Я» в умовах постійної онлайн-взаємодії.

На початковому етапі програми рекомендовано акцентувати увагу на підвищенні рівня усвідомлення студентами впливу соціальних мереж на їхню самооцінку, ідентичність та поведінку. Важливим завданням є виявлення основних патернів використання соціальних платформ, зокрема схильності до соціального порівняння, залежності від зовнішнього схвалення та формування ідеалізованого онлайн-образу. Це дозволяє закласти основу для подальших інтервенцій.

Наступний компонент рекомендацій щодо створення програми передбачає розвиток критичного мислення та медіаграмотності. Для цього впроваджуються освітні заходи, такі як тренінги, практичні заняття та дискусії, спрямовані на аналіз контенту соціальних мереж, розпізнавання маніпуляцій, фільтрів реальності та викривлених стандартів зовнішності й успіху. Це сприяє зниженню негативного впливу соціального порівняння та формуванню більш реалістичного самосприйняття.

Важливим аспектом є розвиток емоційної регуляції та психологічної стійкості студентів. Програма включає вправи на саморефлексію, усвідомлення власних емоцій, формування навичок самоприйняття та зниження залежності від зовнішніх оцінок. Це дозволяє студентам більш стабільно реагувати на інформаційний потік та зменшує ризики формування тривожності, невпевненості та зниження самооцінки.

Суттєву роль у рекомендаціях щодо створення програми відіграє формування цілісної та автентичної ідентичності. Через групові обговорення, індивідуальні завдання та психологічні вправи студенти отримують можливість дослідити власні цінності, життєві орієнтири та відокремити реальне «Я» від сконструйованого онлайн-образу. Це сприяє гармонізації самосприйняття та зниженню внутрішніх конфліктів.

Окремим напрямом є формування навичок цифрового балансу. Студентам пропонуються стратегії регуляції часу, проведеного в соціальних мережах, встановлення особистих меж у цифровому просторі та розвиток альтернативних офлайн-активностей. Це дозволяє зменшити залежність від

соціальних платформ та підвищити загальний рівень психологічного благополуччя.

Рекомендовано реалізувати програму поетапно та передбачити попередню діагностику особливостей самосприйняття та використання соціальних мереж за допомогою психодіагностичних методик, анкетування та інтерв'ю. На основі отриманих даних формуються цілі та завдання втручання. Впровадження здійснюється із залученням психологів, викладачів та самих студентів, що забезпечує комплексний та міждисциплінарний підхід. Важливим елементом є моніторинг ефективності програми та її корекція відповідно до отриманих результатів.

Завдяки системному підходу та врахуванню психологічних механізмів впливу соціальних мереж, запропоновані рекомендації щодо розробки програми сприятимуть формуванню більш стійкої, реалістичної та інтегрованої ідентичності студентів. Це, у свою чергу, забезпечить підвищення рівня самоприйняття, зниження негативних ефектів соціального порівняння та покращення психоемоційного стану.

Отже, запропоновані рекомендації для розробки програми створюють цілісну основу для формування здорового самосприйняття студентської молоді в умовах цифровізованого суспільства та відповідають актуальним викликам, пов'язаним із зростаючим впливом соціальних мереж на особистість.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі на тему «Вплив соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентства» було досліджено важливу і актуальну проблему дії механізмів соціальних мереж на процеси становлення ідентичності та формування цілісного образу «Я» особистості у студентському віці. Основною метою цього дослідження було з'ясувати особливості впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентів. Мета роботи досягнута, завдання виконані, гіпотеза повністю підтвердилась. За результатами проведеного дослідження можна сформулювати такі висновки відповідно до поставлених завдань:

1. Було здійснено теоретичний аналіз наукових джерел та сучасних підходів до вивчення впливу соціальних мереж на формування ідентичності та самосприйняття студентської молоді. Встановлено, що в умовах цифрової соціалізації ідентичність набуває динамічного, багаторівневого та частково публічного характеру. Соціальні мережі виступають не лише середовищем комунікації, а й простором активного конструювання «Я», де поєднуються процеси самопрезентації, соціального порівняння та зовнішньої валідації. Виявлено, що цифрове середовище створює як можливості для самовираження, розвитку та соціальної підтримки, так і ризики, пов'язані з формуванням залежної самооцінки, підвищеною чутливістю до оцінок і труднощами збереження автентичності. Особливу роль відіграють алгоритмічні механізми соціальних платформ, які формують викривлені стандарти успішності та впливають на уявлення студентів про себе.

2. У межах емпіричного дослідження було проаналізовано особливості самосприйняття студентів та характер їхньої взаємодії із соціальними мережами, а також встановлено взаємозв'язок між інтенсивністю їх використання, соціальним порівнянням і структурою ідентичності. Отримані результати засвідчили, що соціальні мережі є значущим чинником формування ідентичності сучасного студентства. Переважна більшість респондентів використовує стратегію свідомої самопрезентації, формуючи ідеалізований цифровий образ, що відрізняється від реального «Я». Виявлено високий рівень орієнтованості самосприйняття на зовнішню цифрову валідацію, що проявляється у нестабільності самооцінки, частих змінах уявлення про себе та внутрішніх суперечностях.

Емпірично підтверджено наявність значного негативного зв'язку між пасивним типом взаємодії в соціальних мережах і стабільністю ідентичності, що свідчить про деструктивний вплив надмірного споживання контенту без активної рефлексії. Водночас встановлено, що орієнтація на внутрішні критерії самооцінки пов'язана з більш цілісною та стабільною ідентичністю. Виявлено також високий рівень невпевненості, зокрема невпевненості щодо майбутнього,

що поєднується з декларованою цілеспрямованістю, що вказує на внутрішній конфлікт між прагненням до самореалізації та тиском соціальних стандартів, трансльованих у цифровому середовищі.

3. На основі отриманих теоретичних і емпіричних результатів було розроблено практичні рекомендації щодо формування здорового цифрового середовища та підтримки позитивного самосприйняття студентської молоді. Запропоновано комплексний підхід, що включає розвиток критичного мислення, медіаграмотності, навичок емоційної регуляції та саморефлексії. Особливу увагу приділено формуванню здатності студентів розмежовувати реальне та цифрове «Я», зменшенню залежності від зовнішнього схвалення та розвитку внутрішніх опор самооцінки.

Рекомендовано впровадження освітніх і психологічних програм, спрямованих на усвідомлене використання соціальних мереж, розвиток цифрового балансу та підтримку автентичної ідентичності. Такі заходи сприятимуть зниженню рівня тривожності, стабілізації образу «Я» та підвищенню психологічного благополуччя студентів.

Водночас результати дослідження мають певні обмеження, зокрема невеликий обсяг вибірки та використання методів самооцінювання, що може впливати на об'єктивність отриманих даних. У зв'язку з цим доцільним є проведення подальших досліджень із ширшою вибіркою, а також використання комбінованих методів (кількісних і якісних) для глибшого аналізу механізмів впливу соціальних мереж на ідентичність. Перспективним є також вивчення ролі критичного мислення, емоційного інтелекту та індивідуально-психологічних особливостей як факторів, що модифікують вплив цифрового середовища.

Таким чином, результати дослідження підтверджують, що соціальні мережі є потужним чинником, який одночасно розширює можливості самовираження студентської молоді та створює нові виклики для формування цілісної, стабільної та автентичної ідентичності. Ефективне поєднання ресурсного потенціалу цифрового середовища з розвитком внутрішніх психологічних опор є важливою умовою гармонійного особистісного становлення сучасного студента.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Варіативність соціалізації особистості в умовах сучасного інформаційного суспільства : монографія / кол. авторів; ред. Н. М.Токаревої. Кривий Ріг : ТОВ НВП “Інтерсервіс”, 2017. - 219 с.
2. Гарсія, С.М., Тор, А., & Шифф, Т. Психологія конкуренції: перспектива соціального порівняння. Перспективи психологічної науки, 8 (6), 634-650.
3. Гетальс, Г., і Дарлі, Дж. (1977). Теорія соціального порівняння: атрибуційний підхід. Сульс і Р.Л. Міллер (ред.), Процеси соціального порівняння: теоретичні та емпіричні перспективи (с. 259-278). Вашингтон, округ Колумбія: Півкуля.
4. Гладченко В. С. Вплив соціальних мереж на емоційну сферу особистості в юнацькому віці : кваліфікаційна робота / науковий керівник - канд. психол. наук, доцент Наталя Миколаївна Макаренко. Кривий Ріг, 2023. 103 с.
5. Джонсон, К. Поведінкові реакції на загрозливі соціальні порівняння: від підлих вчинків до підняття вище. Компас соціальної психології та психології особистості, 6, 515-524. с.
6. Лазаренко Н. І., Коломієць А. М., Паламарчук О. М. Комунікація в Інтернет просторі : психологічний аспект. Інформаційні технології і засоби навчання. 2018. Т. 65, № 3. 249–261. с.
7. Немеш О. М. Вплив медіа на соціалізацію сучасної молоді. Професійний розвиток педагога. 2021. 88–92 с.
8. Рубан А. Вплив соціальних мереж на формування ідентичності підлітків та молоді. Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету : збірник наукових праць. Серія : “Педагогічні науки”. Ізмаїл : РВВ ІДГУ, 2021. Вип. 56. С. 213-220
9. Тайфель, Г., Білліг, М.Г., Банді, Р.П., & Flament, С (1971). Соціальна категоризація та міжгрупова поведінка. Європейський журнал соціальної психології, 1, 149-177
10. Терешкун О. Ф, Ілюшкін О. С. Соціальні мережі у сучасному суспільстві : психологічний аналіз. Соціальна психологія. Український науковий журнал. 2011. № 5, С. 86-95.
11. Фестінгер, Л. Теорія процесів соціального порівняння. Людські відносини, 7 (2), 117-140.
12. Andreassen, C. S.(2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. CurrentAddiction Reports, 2(2), 175–184.
13. Arke, E. (2005). Media Literacy and Critical Thinking: Is There a Connection?
14. Baumeister, R. F. (1986). Identity. New York: Oxford University Press.
15. Bailey, E. R., Matz, S. C., Youyou, W., & Iyengar, S. S. (2020). Authentic self-expression on social media is associated with greater subjective well-being. Nature Communications, 11(1), 1-9. URL: <https://doi.org/10.1038/s41467-020-18539-w>

16. Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500.
17. Benson, V., Hand, C., & Hartshorne, R. (2019). How compulsive use of social media affects performance: insights from the UK by purpose of use. *Behaviour and Information Technology*, 38(6), 549-563. URL: <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1539518>
18. Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B.(2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27–36.
19. Bettmann, J. E., Anstadt, G., Casselman, B., & Ganesh, K. (2021). Young adult depression and anxiety linked to social media use: Assessment and treatment. *Clinical Social Work Journal*, 49, 368-379. URL: <https://doi.org/10.1007/s10615-020-00752-1>
20. Burrow, A.L., & Rainone, N.(2016). How many likes did I get? Purpose moderates links between positive social media feedback and self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 69, 232-236.
21. Campbell, J. D., Trapnell, P. D., Heine, S. J., Katz, I. M., Lavallee, L. F., & Lehman, D. R. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality correlates, and cultural boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(1), 141–156. URL: [https://sjdm.org/dmidi/files/Campbell et al. \(1996\) Self-Concept Clarity.doc](https://sjdm.org/dmidi/files/Campbell_et_al._(1996)_Self-Concept_Clarity.doc)
22. Cedrún, L. C., & Civilá, S. (2024). The influence of TikTok use on young people's identity formation and virtual socialisation. *MLS Communication Journal*, 2(1).
23. Cingel, D. P., Carter, M. C., & Krause, H. V. (2022). Social media and self-esteem. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101304. URL: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101304>
24. Chen, W. & Lee, K.(2013). Sharing, liking, commenting, and distressed? The pathway between Facebook interaction and psychological distress. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 728-734.
25. Cheng, C., Lau, Y. C., Chan, L., & Luk, J. W. (2021). Prevalence of social media addiction across 32 nations: Meta-analysis with subgroup analysis of classification schemes and cultural values. *Addictive Behaviors*, 117, 106845. URL: <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.106845>
26. Cheng, L., Fang, G., Zhang, X., Lv, Y., & Liu, L. (2024). Impact of social media use on critical thinking ability of university students. *Library Hi Tech*, 42(2), 642–669. <https://doi.org/10.1108/LHT-11-2021-0393>
27. Chou, H.G., & Edge, N.(2012). “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others” lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 117-121.
28. Daud N. M. Developing Critical Thinking Skills in Computer-Aided Extended Reading Classes / Daud N. M., Husin Z. // *British Journal of Educational Technology*. - 2004. - Vol. 35, # 4. - P. 477-488.

29. Erik H. Erikson. Identity, youth and crisis. New York: W. W. Norton Company, 1968
30. Erol, R.Y., & Orth, U.(2011). Self-esteem development from age 14 to 30 years: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101, 607–619.
31. Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C., & Settanni, M. (2020). Investigating the links between fear of missing out, social media addiction, and emotional symptoms in adolescence: The role of stress associated with neglect and negative reactions on social media. *Addictive Behaviors*, 106, 106364. URL: <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106364>
32. Fontes-Perryman, E., & Spina, R. (2022). Fear of missing out and compulsive social media use as mediators between OCD symptoms and social media fatigue. *Psychology of Popular Media*, 11(2), 173. URL: <https://doi.org/10.1037/ppm0000356>
33. Fournier, L., Schimmenti, A., Musetti, A., Boursier, V., Flayelle, M., Cataldo, I., Billieux, J. (2023). Deconstructing the components model of addiction: An illustration through “addictive” use of social media. *Addictive Behaviors*, 143, 107694. URL: <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2023.107694>
34. Fujita, M., Harrigan, P., & Soutar, G. N. (2018). Capturing and co-creating student experiences in social media: A social identity theory perspective. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(1-2), 55-71. URL: <https://doi.org/10.1080/10696679.2017.1389245>
35. Garcia, R. L., Bingham, S., & Liu, S. (2022). The effects of daily Instagram use on state self-objectification, wellbeing, and mood for young women. *Psychology of Popular Media*, 11(4), 423.
36. Gerson J., Plagnol A. C., Corr P. J. Passive and Active Facebook Use Measure (PAUM): Validation and relationship to the Reinforcement Sensitivity Theory. *Personality and Individual Differences*. 2017. Vol. 117. P. 81–90. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.05.034>
37. Gioia, F., Rega, V., & Boursier, V. (2021). Problematic internet use and emotional dysregulation among young people: A literature review. *Clinical Neuropsychiatry*, 18(1), 41. URL: <https://doi.org/10.36131/cnfioritieditore20210104>
38. Harwood, E. (2021). TikTok, identity struggles and mental health issues: How are the youth of today coping. In *Identity and Online Advocacy Conference*
39. Hughes, D.J., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A.(2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28, 561–569.
40. Isroilova, D. I. (2024). Self-Perception And Social Identity of Young People. *Ethiopian International Journal of Multidisciplinary Research*, 11(12), 478-482.
41. Iwasa, Y., Hihara, S., Ishizaki, K., Yasui, G., Hiro, M., & Sugimura, K. (2023). Identity development and online and offline prosocial behaviours among early and middle adolescents. *Frontiers in Psychology*, 14. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1148347>

42. Kim, H. & - Davis, K.(2008). Correlates of problematic internet use: Self-esteem, sensation seeking, subjective values and unrealistic optimism. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Montreal, Quebec, Canada Online.
43. Kittinger, R., Correia, C., & Irons, J.(2012). Relationship between Facebook use and problematic Internet use among college students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(6), 324-327.
44. Kumar, L. (2023). Social media influencers' impact on young women's acceptance of beauty Standards. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 10 (2), 597-614
45. Luyckx, K., Schwartz, S. J., Berzonsky, M. D., Soenens, B., Vansteenkiste, M., Smits, I., & Goossens, L. (2008). Capturing ruminative exploration: Extending the fourdimensional model of identity formation in late adolescence. *Journal of Research in Personality*, 42 (1), 58–82. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2007.04.004>
46. McAndrew, F. & Jeong, H.(2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 28(2012), 2359-2365.
47. Mehdizadeh, S.(2010). Self-presentation 2.0: narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-364.
48. Nasidi, Q. Y., Norde, A. B., Dahiru, J. M., & Hassan, I. (2024). Tiktok Usage, Social Comparison, and Self-Esteem Among the Youth: Moderating Role of Gender. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 6(2), 121-137
49. Nesi, J., & Prinstein, M.(2015). Using social media for social comparison and feedback seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427-1438.
50. Nizam, F. A. K., & Sahharon, H. (2024) Digital Mirror: Social Media's Influence On Youths Self-Esteem.
51. Pfeil, U., Arjan, R., & Zaphiris, P.(2008). Age differences in online social networking: A study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in Myspace. *Computers in Human Behavior*, 25, 643–654.
52. Qiu, Y. (2024). Social comparison on social media platforms: A media and communication perspective. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 185, p. 03008). EDP Sciences.
53. Rahmadiansyah, M. R., Amir, Y., & Mundzir, I. (2022). Social comparison and body image in teenage boys and girls users of the TikTok app. In *3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)* (pp. 1675-1679). Atlantis Press.
54. Scully, M., Swords, L. & Nixon, E. (2020). Social comparison on social media: online appearance-related activity and body dissatisfaction in adolescent girls. *Irish Journal of Psychological Medicine*, 40(1), 1-12. URL: <http://doi.org/10.1017/jpm.2020.93>

55. Soh, S., Talaifar, S., & Harari, G. M. (2024). Identity development in the digital context. *Social and Personality Psychology Compass*, 18(2), e12940.
56. Song, W. (2021). Psychological characteristics of contemporary young people from TikTok videos. *Psychiatria Danubina*, 33(suppl 7), 76-78.
57. Taylor, S. J., Muchnik, L., Kumar, M., & Aral, S. (2023). Identity effects in social media. *Nature Human Behaviour*, 7(1), 27-37.
58. Tazghini, S., & Siedlecki, K. L.(2013). A mixed method approach to examining Facebook use and its relationship to self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 827– 832.
59. Tufail, R., Shahwani, A. M., Khan, W., & Badar, Y. (2024). Examining the Impact of AI Generated Content on Self-Esteem and Body Image Through Social Comparison. *Bulletin of Business and Economics (BBE)*, 13(3), 413-421.
60. Veloo, V., & Mustafa, S. E. (2023). The influence of beauty standards in local beauty advertisements among female millennials in Klang Valley, Malaysia. *Journal of Media and Communication Research*, 15(2), 1-15.
61. Virós-Martín, C., Montaña-Blasco, M., & Jiménez-Morales, M. (2024). Can't stop scrolling! Adolescents' patterns of TikTok use and digital well-being self-perception. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-11.
62. Yu, Y., Zhang, J., & Liu, J. (2022). The effect of online self-presentation on self-esteem of sensory impairments students: Mediation of social support. *Journal of Affective Disorder Reports*, 10. URL: <http://doi.org/10.1016/j.jadr.2022.100392>

ДОДАТКИ

Додаток А

Методика «Ясність Я-концепції» Дж. Д. Кемпбелла/ J. D. Campbell's "Clarity of Self-Concept" Methodology

Інструкція. Уважно прочитайте кожне твердження та вкажіть ступінь Вашої згоди чи незгоди з нею. Виберіть один варіант відповіді:

- 1 - абсолютно не погоджуюся;
- 2 - не погоджуюся;
- 3 - важко визначитись;
- 4 - погоджуюся;
- 5 - абсолютно погоджуюся.

Instructions: Read each statement carefully and indicate the degree to which you agree or disagree with it. Choose one answer:

- 1 - strongly disagree;
- 2 - disagree;
- 3 - partly agree, partly disagree;
- 4 - agree;
- 5 - strongly agree.

№ Твердження/ No. Statement

1. My beliefs about myself often conflict with one another/ Мої думки часто протирічать одна одній
2. On one day I might have one opinion of myself and on another day I might have a different opinion/ Одного дня я можу мати одну думку про себе, наступного - іншу.
3. I spend a lot of time wondering about what kind of person I really am/ Я витрачаю багато часу, переймаючись тим, якою людиною насправді я є.
4. Sometimes I feel that I am not really the person that I appear to be/ Часом я відчуваю, що я не є дійсно тією людиною, якою я здаюся.
5. When I think about the kind of person I have been in the past, I'm not sure what I was really like/ Коли я намагаюсь згадати, якою людиною я був у минулому, мені важко це пригадати.

6. I seldom experience conflict between the different aspects of my personality/ Я рідко переживаю конфлікти між різними сторонами моєї особистості.
7. Sometimes I think I know other people better than I know myself/ Часом я думаю, що знаю інших людей краще, ніж себе самого.
8. My beliefs about myself seem to change very frequently/ Мої уявлення про себе, здається, змінюються досить часто.
9. If I were asked to describe my personality, my description might end up being different from one day to another day/ Якби мене попросили описати мою особистість, мій опис щоразу міг би бути різним залежно від дня.
10. Even if I wanted to, I don't think I could tell someone what I'm really like / Навіть якби я хотів, не думаю, що зміг би комусь висловити, ким я насправді є.
11. In general, I have a clear sense of who I am and what I am / Загалом я маю чітке відчуття, хто я і ким я є.
12. It is often hard for me to make up my mind about things because I don't really know what I want / Мені часто буває важко визначитися з певними речами, бо я насправді не знаю, чого хочу.

Додаток Б

Методика «Виміри розвитку ідентичності»/ (Dimensions of Identity Development Scale (DIDS))

Інструкція: Нижче подано твердження, що стосуються того, як ви думаєте про своє життя, майбутнє та себе. Оцініть, наскільки кожне твердження відповідає вам.

Шкала відповідей:

- 1 - повністю не згоден(на)
- 2 - радше не згоден(на)
- 3 - важко визначитись
- 4 - радше згоден(на)
- 5 - повністю згоден(на)

Instructions: Below are statements about how you feel about your life, your future, and yourself. Rate how true each statement is for you.

Response scale:

- 1 - strongly disagree
- 2 - somewhat disagree

3 - both agree and disagree

4 - somewhat agree

5 - strongly agree

1. Commitment Making (Формування зобов'язань)

1. Я визначив(ла) напрям, у якому збираюся рухатися у своєму житті/ I have determined the direction I am going to take in my life.
2. Я маю плани щодо того, чим хочу займатися у майбутньому/ I have plans for what I want to do in the future.
3. Я знаю, у якому напрямі рухаюся у своєму житті/ I know the direction I am going in my life.
4. У мене є уявлення про те, чим я буду займатися в майбутньому/ I have an idea of what I will do in the future.
5. Я зробив(ла) вибір щодо того, що робитиму зі своїм життям/ I have made a choice about what I will do with my life.

Exploration in Breadth (Дослідження в ширину)

6. Я активно замислююся над різними напрямками, які міг(ла) б обрати у житті/ I actively think about different directions I could take in life.
7. Я думаю про різні речі, якими міг(ла) б займатися в майбутньому/ I think about different things I could do in the future.
8. Я розглядаю кілька різних стилів життя, які могли б мені підійти/ I consider several different lifestyles that might suit me.
9. Я думаю про різні цілі, до яких міг(ла) б прагнути/ I think about different goals I could pursue.
10. Я розмірковую над різними стилями життя, які могли б бути для мене можливими/ I reflect on different lifestyles that might be possible for me.

2. Ruminative Exploration (Румінативне дослідження)

11. Я сумніваюся щодо того, чого насправді хочу досягти в житті/ I have doubts about what I really want to achieve in life.
12. Я хвилююся з приводу того, чим хочу займатися у майбутньому/ I worry about what I want to do in the future.
13. Я постійно шукаю напрям, у якому хотів(ла) б рухатися у житті/ I am constantly looking for a direction in which I would like to move in life.
14. Я постійно замислююся над тим, у якому напрямі має рухатися моє життя/ I constantly think about the direction in which my life should be moving.
15. Мені важко перестати думати про те, у якому напрямі рухається моє життя/ I find it difficult to stop thinking about the direction in which my life is moving.

3. Identification with Commitment (Ідентифікація із зобов'язаннями)

16. Мої плани на майбутнє відповідають моїм справжнім інтересам/ My plans for the future are in line with my true interests.
17. Мої плани на майбутнє додають мені впевненості в собі/ My plans for the future give me self-confidence.
18. Завдяки моїм планам на майбутнє я відчуваю впевненість у собі/ My plans for the future make me feel confident.
19. Я відчуваю, що напрям, у якому хочу рухатися в житті, підходить мені/ I feel that the direction I want to go in life is right for me.
20. Я впевнений(а), що мої плани на майбутнє є правильними/ I am confident that my plans for the future are right.

4. Exploration in Depth / Reconsideration of Commitment

(Дослідження в глибину / Переосмислення зобов'язань)

21. Я думаю про плани на майбутнє, які вже ухвалив(ла)/ I think about the future plans I have already made.
22. Я обговорюю з іншими людьми свої плани на майбутнє/ I discuss my future plans with other people.
23. Я замислююся над тим, чи відповідають життєві цілі, які я вже маю, мені самому(самій)/ I think about whether the life goals I already have are in line with me.
24. Я намагаюся з'ясувати, що інші люди думають про конкретні плани, які я маю щодо свого життя/ I try to find out what other people think about the specific plans I have for my life.
25. Я думаю про те, чи відповідають мої плани на майбутнє тому, ким я є насправді/ I think about whether my future plans are in line with who I really am.

Додаток В

Авторський опитувальник/ Author's questionnaire

Основа: концепція PAUM/ Basis: PAUM concept

Предмет вимірювання: вплив використання соцмереж на ідентичність та самосприйняття/ Measurement subject: Impact of social media use on identity and self-perception

Шкала відповідей:

- 1 - повністю не згоден(на)
- 2 - скоріше не згоден(на)
- 3 - важко визначитись

- 4 - скоріше згоден(на)
 5 - повністю згоден(на)

Response scale:

- 1 - strongly disagree
 2 - somewhat disagree
 3 - both agree and disagree
 4 - somewhat agree
 5 - strongly agree

1. Самопрезентація та ідентичність у соцмережах (на базі активного використання)/ Self-presentation and identity in social networks (based on active use)

Конструкт: використання соцмереж як простору конструювання образу Я/
 Construct: using social networks as a space for constructing an image of myself.

1. Я свідомо формую образ себе, який демонструю в соціальних мережах/ I consciously shape the image of myself that I display on social networks.
2. Те, що я публікую, відображає те, якою людиною я хочу здаватися/ What I post reflects the kind of person I want to appear to be.
3. Соціальні мережі допомагають мені краще зрозуміти, ким я є/ Social networks help me better understand who I am.
4. Я відчуваю, що мій онлайн-образ є важливою частиною моєї ідентичності/ I feel that my online image is an important part of my identity.

2. Соціальне порівняння та самосприйняття (на базі пасивного використання)/
 Social Comparison and Self-Perception (Based on Passive Use)

Конструкт: вплив перегляду інших на самооцінку та Я-образ/ Construct: The Impact of Viewing Others on Self-Esteem and Self-Image.

5. Переглядаючи профілі інших, я часто порівнюю себе з ними/ When viewing other people's profiles, I often compare myself to them.
6. Після перегляду стрічки новин моє ставлення до себе може змінюватися/ After viewing the news feed, my attitude towards myself can change
7. У соціальних мережах я часто думаю, що інші живуть краще за мене/ On social media, I often think that others have a better life than me.
8. Контент інших користувачів впливає на мою впевненість у собі/ The content of other users affects my self-confidence.

3. Залежність самосприйняття від реакцій інших (на базі активно-пасивного використання)/ Dependence of self-perception on the reactions of others (based on active-passive use)

Конструкт: соціальне схвалення як регулятор самооцінки/ Construct: social approval as a regulator of self-esteem.

9. Кількість лайків і коментарів впливає на моє ставлення до себе/ The number of likes and comments affects my attitude towards myself.
10. Я відчуваю задоволення, коли мої дописи отримують позитивні реакції/ I feel satisfied when my posts receive positive reactions.
11. Відсутність реакцій на мої публікації може мене засмучувати/ The lack of reactions to my publications can upset me.
12. Реакція інших у соцмережах впливає на те, як я оцінюю себе/ The reactions of others on social networks affect how I evaluate myself.

4. Рефлексія та ідентичнісний пошук у соцмережах/ Reflection and identity search in social networks

Конструкт: соцмережі як простір пошуку себе/ Construct: social networks as a space for searching for oneself.

13. Соціальні мережі змушують мене замислюватися над тим, ким я хочу бути/ Social networks make me think about who I want to be.
14. Я змінював(ла) уявлення про себе під впливом контенту в соцмережах/ I have changed my perception of myself under the influence of content on social networks.
15. Через соцмережі я відкрив(ла) нові сторони своєї особистості/ Through social networks, I have discovered new sides of my personality.
16. Перегляд контенту в соцмережах викликає у мене внутрішні суперечності щодо себе/ Viewing content on social networks causes me internal contradictions about myself.

Додаток Г

Таблиця 1

Взаємозв'язок активності взаємодії студентів у соцмережах з стабільністю та чіткістю образу-Я, ідентичності та життєвої самовизначеності (дані кореляційного аналізу за методикою «Коефіцієнт кореляції Пірсона»)

	Активний тип взаємодії	Пасивний тип взаємодії	І пасивний, і активний тип взаємодії

Стабільність та чіткість образу-Я	-0,39**	-0,77**	-0,59**
Стабільність та чіткість ідентичності	-0,36	-0,72**	-0,54**
Життєва самовизначеність	0,31	-0,61**	-0,28

** - рівень значущості $p < 0,01$.