

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет охорони здоров'я, соціальної роботи та психології
Кафедра Школа соціальної роботи В. І. Полтавця

Кваліфікаційна робота
освітній ступінь – бакалавр

на тему: **«РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОШИРЕННІ
ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ»**

Виконала: студентка 4-го року навчання,
Спеціальності
231 Соціальна робота

Коломієць Софія Сергіївна

Керівник Романова Н.Ф.,
Кандидат педагогічних наук, доцент

Рецензент доц. Гусак Н. Є.

Кваліфікаційна робота захищена з
оцінкою «_____»

Секретар ЕК _____
«_____» _____ 2025 р.

ЗМІСТ

<i>ВСТУП</i>	2
<i>РОЗДІЛ 1 НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ ТА РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЩОДО ПОШИРЕННЯ</i>	4
1.1 Девіантна поведінка молоді у віртуальному просторі як соціальна проблема у працях зарубіжних та вітчизняних науковців	4
1.2 Роль соціальних мереж у житті сучасної людини	11
1.3 Особливості користування соціальними мережами серед молоді	16
1.4. Соціальна робота з профілактики девіантної поведінки молоді	21
в соціальних мережах	21
<i>РОЗДІЛ 2 МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ</i>	25
2.1 Час та місце проведення дослідження	25
2.2 Етапи проведення дослідження	25
2.3 Процедура проведення дослідження	26
2.4. Методи та інструменти дослідження	26
2.5 Характеристика вибірки	28
2.6 Етичні засади та обмеження дослідження	29
2.7 Концептуалізація та операціоналізація понять	30
<i>РОЗДІЛ 3 ОСОБЛИВОСТІ ПОШИРЕННЯ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ</i>	32
3.1. Найбільш популярні соціальні мережі у молодіжному середовищі та їх використання у повсякденному житті	32
3.2 Роль соціальних мереж щодо поширення девіантної поведінки серед молоді на сучасному етапі	39
3.3 Протидія поширенню девіантної поведінки у соціальних мережах	46
<i>ВИСНОВКИ</i>	50
<i>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</i>	52
<i>ДОДАТКИ</i>	56

ВСТУП

У сучасному цифровому середовищі соціальні мережі стали невід'ємною частиною повсякденного життя молоді. Поряд із перевагами - швидким обміном інформацією, самовираженням, новими соціальними зв'язками - вони також несуть нові загрози, які пов'язані з девіантною поведінкою: цифрову залежність, кібербулінг, деструктивні онлайн-спільноти, «романтизацію» девіантності. Молоді люди особливо вразливі, оскільки вони активно формують свою ідентичність, прагнуть визнання, тому експериментують з різними моделями поведінки, які нав'язуються в соціальних мережах. Важливо зазначити, що це не обмежується лише публікаціями, але й через різні технології відбувається активне формування нових соціальних норм, які пов'язані з агресією, залежністю, доступністю до наркотиків/алкоголю, тощо.

Проблема впливу соціальних мереж на поведінку молоді стала темою багатьох досліджень як у психології, так і в соціальних науках. Зокрема, досліджуються прояви кібербулінгу (K. Sedykh & N. Myshko, 2022), феномен «синдрому втрачених можливостей» (І. Аршава & А. Баратинська, 2024), вплив платформ на самооцінку та психічне здоров'я (Nesi, 2020; Гречановська та ін., 2023), а також роль інфлюенсерів у формуванні мовної та соціальної культури молоді (Прігунов & Станіславенко, 2024). Особливої уваги заслуговують свіжі публікації Солод (2024) щодо девіацій в онлайнівій комунікації, а також дослідження Shatri & Tasi (2024), які доводять зв'язок між цифровою залежністю та агресивністю підлітків. Також у працях Finkelhor et al. (2020) та O'Keeffe & Clarke-Pearson (2020) підкреслюється важливість медіаграмотності як профілактичного ресурсу.

Попри значну кількість публікацій, саме питання про роль соціальних мереж у поширенні конкретних форм девіацій серед української молоді, з урахуванням контексту війни, інфлюенсерської культури та цифрової трансформації, залишається недостатньо опрацьованим у сфері соціальної роботи. Саме тому вивчення ролі соціальних мереж на поширення девіантної поведінки

серед молоді постає як важлива проблема у сфері соціальної роботи, що свідчить про актуальність нашого дослідження.

Об'єкт дослідження: поширення девіантної поведінки молоді

Предмет дослідження: роль соціальних мереж у поширенні девіантної поведінки молоді.

Мета дослідження: визначити роль соціальних мереж у поширенні девіантної поведінки серед молоді та розробити відповідні рекомендації з протидії.

Завдання дослідження:

1. Вивчити науково-теоретичні аспекти проблеми девіантної поведінки молоді та потенційного впливу соціальних мереж на її поширення.
2. Описати найбільш популярні соціальні мережі серед молоді віком 14-25 років та їх використання у повсякденному житті.
3. Визначити роль соціальних мереж щодо поширення девіантної поведінки серед молоді.
4. Розробити рекомендації з протидії девіантної поведінки у соціальних мережах серед молоді шляхом формування медіаграмотності та стійкості до різних негативних впливів.

Практична значущість дослідження полягає в тому, що на його основі було розроблено соціальну рекламу з медіаграмотності молоді в соціальних мережах як профілактичного ресурсу та розміщено у соціальних мережах НаУКМА.

Структура роботи. Робота складається із трьох розділів, висновків до розділів та списку використаної літератури. Список використаної літератури налічує 39 найменувань. Загальна кількість роботи складає: 66 сторінок.

РОЗДІЛ 1

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ ТА РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЩОДО ПОШИРЕННЯ

1.1 Девіантна поведінка молоді у віртуальному просторі як соціальна проблема у працях зарубіжних та вітчизняних науковців

Молоде покоління виросло в умовах високого рівня цифровізації, що породило нові форми соціалізації та взаємодії. З такою високою активністю необхідно було б дізнатися про те, як соціальні мережі впливають на молодь, її поведінку та думки в умовах постійного доступу до інформації. З огляду на позитивні фактори їх використання, дослідники виділяють небезпеку поширення девіантної поведінки, що робить це питання соціально важливим.

Девіантна поведінка як відхилення від соціальних норм є об'єктом дослідження в психологічних та соціологічних теоріях (Солод, Є. Є., 2024). Вона закріплена в діях, вчинках або бездіяльності окремих осіб та груп, що суперечать законодавчо встановленим або соціально визначеним правилам, нормам, звичаям, традиціям та моделям поведінки (Кікалішвілі, М. В., 2011).

На думку деяких дослідників (Балакірева О.М. та ін.; Солод Є. Є.) соціальні мережі відіграють суперечливу роль у житті молоді, адже поряд з позитивними можливостями вони можуть сприяти поширенню девіантних форм поведінки. Зокрема, одним із тривожних явищ є участь підлітків у небезпечних онлайн-іграх, які містять елементи психологічного тиску, провокують страх, агресію та, в окремих випадках, можуть призводити до травмування або суїцидальних намірів. Активність у таких спільнотах часто супроводжується залученням до ризикованих дій під впливом адміністраторів або анонімних учасників. У середовищі соціальних мереж також поширюються прояви булінгу, зокрема кібербулінгу, який відрізняється від традиційного тим, що жертва не має можливості уникнути контакту з агресором. Публічні образи, приниження, висміювання у коментарях

або дописах створюють ситуації тривалого психологічного тиску та соціального відчуження. Крім того, небезпеку становить доступність контенту, який пропагує насильство, самоушкодження, анорексію, залежності та інші форми девіантної поведінки. Відсутність належного контролю за контентом і впливові алгоритми, що підбирають користувачеві подібний матеріал, лише підсилюють ефект замкненого кола. Усе це створює сприятливе середовище для формування деструктивних моделей мислення та поведінки, особливо серед молоді, яка перебуває у вразливому психологічному стані або переживає труднощі в соціалізації (Балакірева О. М. та ін., 2019; Солод, Є. Є., 2024).

Однією з головних особливостей соціальних мереж є алгоритмічний підхід до персоналізації контенту. Платформи використовують механізми рекомендацій, які можуть просувати контент, пов'язаний з негативною поведінкою. Наприклад, дослідження показують, що алгоритми можуть підвищувати залученість користувачів до груп та спільнот, де девіантні практики, такі як розлади харчової поведінки, самоушкодження або насильство, вважаються нормою (O'Keeffe, Clarke-Pearson & Council on Communications and Media, 2020).

Крім того, у соціальних мережах відсутні традиційні механізми соціального контролю, які діють у реальному житті. Анонімність, відсутність прямої відповідальності за свої дії, можуть сприяти зниженню соціальних норм та прийнятності поведінки, яка вважалася б у звичайному середовищі неприйнятною.

За інформацією ЮНІСЕФ, кожен п'ятий підліток в Україні зізнавався, що став жертвою кібербулінгу, а кожен десятий регулярно приховував від батьків або друзів, скільки часу проводить у соціальних мережах. Також третина підлітків використовує соціальні мережі як спосіб боротьби з негативними емоціями, а кожен восьмий є від них залежним (LB.ua, 2020). Девіантна поведінка в соціальних мережах може проявлятися в різних формах, які мають потенційно небезпечний вплив як на окремих користувачів, так і на суспільство в цілому.

Кібербулінг та кібернасильство - являють собою агресивні, зловмисні дії в онлайн-просторі, що завдають психологічної травми, депресії та інших серйозних емоційних розладів постраждалим. Оскільки анонімність і відсутність

відповідальності в Інтернеті дозволяють здійснювати насильницькі дії без страху та ризику покарання, кібербулінг стає поширеним явищем серед підлітків (Sedykh K. & Myshko N., 2022). Важливою проблемою є те, що агресивні коментарі, образи та цькування часто залишаються непоміченими або ігноруються дорослими або адміністраціями платформ. Це сприяє емоційному тиску на постраждалих, особливо якщо їм не надається доступ до належної психологічної підтримки.

У лютому 2024 року в Україні виявлено новий вид кібербулінгу: у Telegram-каналах публікували фотографії дітей, супроводжуючи їх образливими коментарями та закликами до фізичного й психологічного тиску. Автори цих каналів вимагали від дітей гроші за видалення образливого контенту. Такі випадки зафіксовані в Києві та Дніпрі, але існує ймовірність їхньої присутності в інших регіонах (Нова українська школа, 2024).

Романтизація девіантної поведінки - поширення контенту, який нормалізує самоушкодження, анорексію, булімію або депресію. На різних платформах можна знайти групи та акаунти, які романтизують насильницькі способи боротьби з емоційним болем, такі як порізи, припікання шкіри або інші форми тілесного самоушкодження. У таких спільнотах часто можна побачити повідомлення, які підтримують подібні дії, та відгуки користувачів, які намагаються отримати схвалення від інших за свої дії (Primi et al., 2021). Цей тренд має негативні наслідки для психічного здоров'я молодих людей, оскільки він створює небезпечне середовище для нормалізації такої поведінки, що лише посилює проблему і зводить до нуля зусилля щодо пошуку здорових способів подолання стресу та емоційного болю.

Поширення дезінформації та пропаганди - маніпулятивні повідомлення, які створюють хибне бачення реальності, сприяють радикалізації, ненависті або навіть заохочують до насильницьких дій. Вдалим прикладом є випадки масових розстрілів, здійснених під впливом ідеологічної пропаганди в соціальних мережах. У 2019 році 21-річний Патрік Крузіус здійснив стрілянину в супермаркеті в Ель-Пасо (США), в результаті чого загинуло 23 людини (BBC News Україна, 2019).

В Україні також були випадки, коли молодь потрапляла під вплив екстремістських угруповань через соціальні мережі. Наприклад, з початку повномасштабного вторгнення і дотепер СБУ регулярно затримує учасників проросійських Telegram-каналів, які вербують українських підлітків для здійснення диверсій на користь російської федерації.

Про відсутність цифрової грамотності серед молоді йдеться в соціальних мережах та сайтах деяких організацій, що свідчить про потребу в медіаграмотності для молоді, щоб зробити її менш вразливою до маніпуляцій та дезінформації (UNESCO, 2017).

Вірусні небезпечні челенджі - завдання, що заохочують ризиковану поведінку, включаючи небезпечні експерименти, які завдають фізичних або психологічних травм. В суїцидальні спільнотах, що поширюються через соціальні мережі користувачі, зазвичай підлітки, діляться досвідом, дають поради щодо суїцидальних спроб або навіть закликають до таких дій. Романтизація самогубства та створення «груп підтримки» для тих, хто має намір покінчити життя самогубством, є жахливим наслідком відсутності належного моніторингу контенту на платформах. Це не тільки погіршує психічний стан учасників таких груп, а й призводить до справжніх випадків суїциду, особливо у випадках, коли молоді люди не отримують необхідної допомоги. Один із найвідоміших прикладів - гра в соціальних мережах «Синій кит» (2016 рік), яка стала широко відомою у всьому світі, зокрема й в Україні. Гравці отримували завдання від анонімних адміністраторів, які зазвичай включали елементи самоушкодження та спроби самогубства. Вважається, що кілька випадків самогубств серед молоді в Україні були пов'язані з цією грою.

Грумінг та експлуатація - це процес маніпулятивного завоювання довіри дитини або підлітка дорослими з метою експлуатації, що найчастіше відбувається в соціальних мережах та месенджерах. Це може включати сексуальну експлуатацію, втягнення в торгівлю людьми, шантаж або інші форми маніпуляцій (Finkelhor et al., 2020). У 2021 році видання *BBC* оприлюднило розслідування, яке виявило, як платформа OnlyFans, де користувачі можуть продавати контент на

основі підписки, використовується для експлуатації неповнолітніх. Хоча платформа офіційно забороняє доступ особам віком до 18 років, багато підлітків знаходили способи обійти перевірку віку. Наприклад, у Великій Британії було виявлено десятки випадків, коли 16-17-річні дівчата продавали свої фото та відео, не розуміючи правових та психологічних наслідків (BBC News, 2021). Соціальні мережі також стали основним інструментом для вербування постраждалих від торгівлі людьми. У 2020 році ООН повідомила, що понад 60% випадків вербування жінок і дітей для сексуальної експлуатації здійснюються за допомогою соціальних мереж (United Nations Office on Drugs and Crime, 2021). В Україні не перестають викривати різні схеми торгівлі людьми, в якій молодих дівчат заманюють через Instagram та Telegram, пропонуючи «високооплачувану роботу за кордоном». Потім їх відправляють в рабство в країнах Близького Сходу (Ла Страда - Україна, 2025). Феномен грумінгу та експлуатації через соціальні мережі залишається серйозною загрозою для неповнолітніх (Finkelhor et al., 2020).

Усі ці форми девіантної поведінки мають серйозний вплив на психічне здоров'я та соціальне благополуччя людей, а їх поширення через соціальні мережі лише ускладнює контроль над ситуацією. Масове поширення девіантних моделей поведінки через соціальні мережі відкриває низку соціальних проблем, які потребують уваги з боку науковців, соціальних працівників та державних інституцій.

По-перше, кібербулінг є одним з найпоширеніших видів онлайн-насильства серед молоді, а його зростання призводить до збільшення випадків депресії, тривожних розладів, соціальної ізоляції, проблем із самооцінкою та навіть суїцидальних думок (Schick & Cierpka, 2016).

По-друге, поява девіантних онлайн-спільнот має потенціал нормалізувати девіантну поведінку. Наприклад, підлітки, які споживають контент, що романтизує самопошкодження, можуть сприймати його як соціально прийнятний або навіть бажаний спосіб вираження емоцій (Primi et al., 2021).

По-третє, соціальні мережі також можуть бути засобом поширення ідеологічного екстремізму та радикальних поглядів, що створює загрози для

суспільної безпеки. Нездатність належним чином контролювати онлайн-контент ускладнює боротьбу з пропагандою ненависті та маніпулятивними інформаційними кампаніями.

У зв'язку з широким поширенням соціальних мереж також зростає вплив інфлюенсерів - осіб, що мають велику аудиторію в онлайн-середовищі, здатних впливати на думки, погляди та поведінку своїх підписників. Інфлюенсери часто виступають як соціальні модератори, формуючи тренди та впливаючи на свідомість молоді. Однак цей вплив має як позитивні, так і негативні наслідки, зокрема у контексті девіантних поведінкових трендів.

Роль інфлюенсерів у формуванні поведінкових моделей молоді є важливою складовою соціального впливу. Блогери, які мають мільйони підписників, часто стають еталонами для своїх підписників, особливо серед молодіжної аудиторії, яка шукає рольові моделі та орієнтири. Відповідно, вони несуть величезну відповідальність за те, що саме пропагують своїм підписникам.

За словами вітчизняного науковця І. В. Пиголенко, сучасні блогери представляють нову соціальну категорію, яка «заробляє немалі гроші за допомогою своїх підписників в соціальних мережах і на яких орієнтуються інші молоді люди приблизно тієї ж вікової категорії». Популярність у соціальних мережах зазвичай досягається завдяки провокаційному контенту, що межує з девіацією. Молодь дедалі частіше ставить під сумнів традиційну модель успіху, адже, як зазначає дослідниця, можна «отримувати стабільний дохід, працюючи «на себе» в Інтернеті» навіть без освіти. Блогери здатні впливати на аудиторію і навіть маніпулювати її думкою задля прибутку. Усе це створює ризики формування та легітимізації девіантних моделей поведінки в цифровому середовищі. Крім того, зменшення живого спілкування, про яке пише Пиголенко, призводить до психологічних проблем, які також можуть бути причинами девіацій (Пиголенко, І. В. 2022).

Однак значна частина інфлюенсерів не усвідомлюють або ігнорують рівень своєї соціальної відповідальності. Не маючи чітко визначених етичних принципів або регуляції контенту блогери можуть транслювати сумнівні або шкідливі для

підлітків моделі поведінки. Деякі з них використовують суперечки як спосіб привернення уваги, нехтуючи наслідками для аудиторії (Abidin, 2018).

На жаль, деякі інфлюенсери активно підтримують та популяризують небезпечні тренди, такі як фітнес-міфи, дієтичні експерименти, або навіть самопошкодження. Вони можуть показувати «чисті» або ідеалізовані свої тіла, що впливає на самооцінку молодих людей, роблячи їх вразливими до порушення здоров'я в гонитві за ідеальними стандартами. З іншого боку, деякі блогери, які пропагують здоровий спосіб життя та психологічну підтримку, можуть стати важливими альтернативними моделями поведінки.

Водночас переважна більшість контенту інфлюенсерів ґрунтується на комерційних інтересах і може містити маніпулятивні посили. За відсутності критичного мислення на належному рівні молодь зазвичай сприймає такий контент як достовірну інформацію або стандартний спосіб життя (Livingstone & Helsper, 2007). Соціальні інститути, а саме освіта та соціальна робота, стикаються з проблемами формування медіаграмотності та стійкості до різних впливів.

Лідери думок на платформах TikTok та YouTube часто порушують мовні норми, використовуючи жаргон, суржик, сленг, ненормативну лексику. Такі порушення, як зазначають Прігунов О.В. та Станіславенко А.В., призводять до спотворення мовної культури та зниження її статусу. Серед причин цього явища - спонтанність мовлення, неформальність середовища, необхідність самовираження та вплив інших мов. Молодь, сприймаючи таких блогерів як авторитетів, схильна вважати помилки нормою, що загрожує закріпленням девіантної мовної поведінки. Наслідками є знецінення мовної культури, зміна мовних норм, втрата мовної ідентичності та зниження рівня критичного мислення. Це означає, що соціальні мережі можуть бути не лише інструментом комунікації, а й джерелом девіацій, яке впливає на мовну й соціальну поведінку молоді (Прігунов, О. В., & Станіславенко, А. В. (2024).

Соціальна робота у цьому контексті повинна не лише вивчати силу впливу, яку мають блогери, але й розробляти інструменти профілактики негативного впливу, зокрема через освітні кампанії, розвиток критичного мислення та цифрової

грамотності серед молоді. Також актуальним є діалог із самими інфлюенсерами щодо формування відповідального онлайн-контенту (Nesi & Prinstein, 2019).

Таким чином, відповідальність блогерів за формування поведінкових моделей молоді полягає не лише у підтримці позитивних тенденцій, а й у запобіганні популяризації девіантних практик. Це передбачає не лише обережність що до того, що вони пишуть, але й активну участь у боротьбі з девіантними трендами, публікуючи дописи про такі актуальні для своєї аудиторії соціальні проблеми, як психічне здоров'я, самооцінка та допомога у запобіганні булінгу та депресії. Часто їх роль неоднозначна: вони можуть як допомогти, так і нашкодити, роблячи небезпечні теми крутими або їх несанкціоноване обговорення.

Отже, девіантна поведінка молоді в соціальних мережах пов'язана із дефіцитом контролю з боку дорослих, певним алгоритмом дії з боку дописувачів на популярних платформах та вразливості молоді аудиторії у цілому. Означена ситуація вимагає подальшого вивчення та активного профілактичного впливу серед молоді шляхом посилення медіаграмотності як одного із важливих інструментів просвітницької діяльності.

1.2 Роль соціальних мереж у житті сучасної людини

Зараз нікого не здивує дитина, яка вправно й впевнено гортає екран смартфона чи планшета за черговим прийомом їжі. Малеча ще не володіє алфавітом, але вже чітко знає як знайти свій улюблений мультфільм на YouTube. Молодь все частіше відволікається переглядом коротких роликів в TikTok, споживаючи та створюючи контент різного характеру. Опитування, проведене Громадянською мережею ОПОРА у травні-червні 2023 року, показало, що серед молоді віком 18-29 років найпопулярнішими платформами є Telegram, яким користується переважна більшість, YouTube - більше половини та Instagram - менша частина. Це означає, що українська молодь щодня взаємодіє щонайменше з трьома соціальними мережами, повноцінно інтегруючись у цифровий простір. Дорослі ж усе частіше замінюють живі розмови повідомленнями в месенджерах,

відкладаючи особисті зустрічі на потім. Таким чином, соціальні мережі настільки глибоко увійшли в життя кожної людини, що стали невід'ємною частиною повсякденності кожного (Громадянська мережа ОПОРА, 2023).

Те, що півтора десятиліття тому було проривом чи нереальною новиною, сьогодні стало абсолютною нормою. Вранці перше, що ми робимо це беремо телефони та переглядаємо стрічки всіх можливих соціальних мереж, шукаємо нові повідомлення, реакції на публікації та читаємо новини навіть не замислюючись над тим, наскільки змінилися наші інформаційні звички. Молодь вже давно не уявляє свого життя без Instagram, Telegram чи TikTok, при чому для багатьох з них ці платформи стали не просто розвагою та безглуздим проведенням часу, а справжнім простором для самовираження, навчання, професійного зростання та соціальних зв'язків (Балакірева та ін., 2019).

Наразі поняття «соціальні мережі» визначаються як інтернет-платформи, де користувачі об'єднуються в спільноти, обмінюються інформацією, спілкуються та публікують різний контент. На сьогодні соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя сучасної людини, значно впливаючи на її спілкування, самовираження та сприйняття світу (Kennedy, 2019).

Однією з головних і найважливіших функцій, яку виконують соціальні мережі для сучасної людини - комунікація. Якщо раніше для підтримки зв'язку люди надсилали листи, здійснювали телефонні дзвінки та організовували особисті зустрічі, то сьогодні основним засобом комунікації стали чати, голосові повідомлення та відеодзвінки. Так соціальні мережі не лише розширили масштаби комунікації, але й стерли географічні межі, тому що ми можемо вільно контактувати з людьми з будь-якої точки планети незалежно від часових поясів і відстаней. Окрім того, через соціальні мережі змінився формат спілкування: живі емоції перетворилися на емодзі, стікери та GIF-зображення, а думки - на короткі історії чи дописи у Twitter. Це прискорило обмін інформацією, але водночас вплинуло на глибину й якість комунікації. Доволі велика кількість людей почала надавати перевагу саме онлайн-спілкуванню, оскільки воно дозволяє контролювати виклад інформації, уникати зайвих незручних пауз і значно знижувати соціальну напругу -

звучить як ідеальний варіант для інтровертів. Але очевидно, що такий вид спілкування не завжди є якісним та глибоким, що може призвести до відчуження в реальному житті. Соціальні медіа не тільки змінюють способи комунікації, а й формують нову цифрову культуру, яка трансформує традиційні моделі поведінки та форми соціальної взаємодії (UNESCO, 2017).

Не менш важливу роль соціальні мережі відіграють у формуванні громадської думки. Новини, які ширяться соціальними мережами, завжди випереджають традиційні ЗМІ, а виклад лідерів думок має значний вплив на аудиторію (Bauman & Rivers, 2015). Все це в свою чергу створює як можливості для доступу до альтернативних джерел інформації, так і загрози маніпуляцій та поширення дезінформації.

Окрім всього вище переліченого, соціальні мережі відіграють неабияку роль у процесі самовираження та формування ідентичності людини. Особливо це стосується молоді, для якої соціальні мережі є не лише способом взаємодії, а й широким простором для створення та розвитку власного «я» у цифровому світі (Гречановська, Мегем, & Потапюк, 2023). За дослідженням Bauman & Rivers (2015), велика частина молодих людей розглядають соціальні мережі як основний простір для вираження своїх поглядів і цінностей. Соціальні мережі дають змогу кожному бажаючому проєктувати свій образ, обираючи, які моменти особистого життя демонструвати на загал, а які приховувати. Саме це дозволяє створювати певний ідеалізований образ себе, який дуже часто може відрізнятися від того, що є в реальному житті. Завдяки цьому можна почуватися більш впевнено або ж навпаки переживати тривогу через те, що власне життя не відповідає соціальним стандартам, які формуються в цифровому середовищі (Bauman, S., & Rivers, I. (2015). Тут варто згадати про феномен порівняння, який є одним з наслідків постійного перебування в соцмережах. Користувачі починають несвідомо порівнювати своє життя із життям інших навіть незнайомих людей, що значною мірою може впливати на самооцінку та формувати викривлене сприйняття себе. В той же час соціальні мережі надають гарну можливість відкрито висловлюватися

про важливі питання, підтримувати різноманітні соціальні ініціативи та ділитися своєю думкою на глобальному рівні.

Варто не забувати про те, що окрім розваг та комунікації, соціальні мережі стали потужним інструментом для навчання та кар'єрного зростання. Особливо ця тенденція посилилась під час пандемії COVID-19, коли безліч людей вимушено адаптувались до нових умов. Онлайн-курси, професійні спільноти, блогери-експерти – набули популярності та створили нові можливості для здобуття знань та розвитку. YouTube, Instagram, LinkedIn, Telegram-канали - кожна з цих платформ сьогодні пропонує величезну кількість навчального контенту. Курси, вебінари, бізнес-групи та лайфхаки від експертів допомагають людям розширювати свої знання без необхідності традиційної освіти.

Соціальні мережі також значною мірою спрощують пошук роботи. Платформи, подібні до LinkedIn, стали основною областю професійного самовираження, а завдяки особистим брендам у соціальних мережах багато спеціалістів отримують пропозиції, минаючи традиційний етапи відбору.

Таким чином, соціальні мережі стали не просто цифровим простором для розваг чи спілкування - вони перетворилися на основну платформу для взаємодії, обміну інформацією, самовираження, важливий ресурс для освіти, професійного розвитку та пошуку кар'єрних можливостей, а найголовніше те, що вони перетворилися на один із ключових факторів, що формують спосіб життя сучасної людини.

Водночас поряд із численними перевагами соціальні мережі несуть і потенційні загрози. Однією з найсерйозніших загроз є маніпулювання інформацією. Соціальні мережі створюють ілюзію доступу до необмеженої кількості новин, але ніколи не гарантують їхню достовірність. Фейки, маніпулятивні заголовки, ботоферми та алгоритми, які підбирають контент відповідно до вподобань користувача, формують інформаційні бульбашки. У таких умовах людина несвідомо споживає лише ті новини, які підтверджують її погляди, а це в свою чергу ускладнює критичне мислення та сприяє поляризації суспільства (Саморукова, 2020).

Не менш значною небезпекою є залежність від віртуального середовища. Регулярне використання соцмереж може призводити до цифрової залежності, яка проявляється в тому, що людина банально не може провести день без перевірки стрічки новин. У неї виробляється постійна потреба у схваленні через лайки та коментарі, а також з'являється відчуття тривоги при втраті доступу до інтернету. Це особливо актуально для молоді, яка зростає в епоху, коли віртуальне життя часто здається важливішим за реальне.

Дослідження Шатрі та Тачі (2024) виявило, що існує прямий зв'язок між агресивністю та рівнем інтернет-залежності. У таких респондентів спостерігається підвищена імпульсивність, «гнів є більш вираженим, ніж фізична агресія, що свідчить про самоконтроль і здатність стримувати агресивні імпульси». Це свідчить про формування прихованих або пасивно-агресивних моделей реагування. Особливе занепокоєння викликають симптоми цифрової залежності, які стали звичними серед молоді: «нехтування сном, затримуючись онлайн (67%), скарги сім'ї на надмірний час в Інтернеті (58%)», а також «потреба входити в соцмережу при відчутті самотності (59%)» (Шатрі & Тачі, 2024). Це підтверджує, що соціальні мережі не просто замінюють реальні стосунки, а формують нову емоційно залежну поведінку, яка може провокувати психоемоційні розлади, девіації та агресію.

Окрім цього, соціальні мережі сприяють спотворенню сприйняття реальності. Більшість користувачів діляться з аудиторією лише найкращими моментами свого життя, створюючи так ідеалізовані образи. Ідеалізовані образи в соціальних мережах сприяють зниженню самооцінки, виникненню почуття меншовартості та незадоволення власним життям, а також провокують депресивні настрої та тривожність (Гречановська, Мегем, & Потапюк, 2023). «Особливо гостро це відчувається в підлітковому віці, коли соціальне схвалення відіграє ключову роль у формуванні особистості. Підліток проходить через внутрішні конфлікти і становлення моральних ідеалів, що супроводжуються критичністю до себе і світу» (Солод, Є. Є., 2024, с. 318).

Не можна не згадати про те, що соціальні мережі можуть змінювати моделі поведінки. Вони значною мірою впливають на манеру спілкування, сприяють

зникненню живих емоцій у комунікації, а також формують нові тренди, які іноді можуть бути доволі небезпечними. Наприклад, популяризація нездорових ідеалів краси, небезпечних челенджів або агресивних дискусій у коментарях може призводити до радикалізації поглядів і навіть негативно впливати на психічне здоров'я користувачів.

Отже соціальні мережі активно впливають на життя сучасної молоді, оскільки забезпечують простір для спілкування, самовираження, навчання та роботи, однак, збільшуючи при цьому нові ризики, які пов'язані з маніпуляціями та поширенням девіантної поведінки.

1.3 Особливості користування соціальними мережами серед молоді

Сучасна молодь покоління в умовах цифрової революції, що значною мірою впливає на їхню поведінку, цінності та способи комунікації. Відповідно до статті 1 Закону України «Про основні засади молодіжної політики», до молоді відносять осіб віком від 14 до 35 років (ЗУ «Про основні засади молодіжної політики», 2023). Однак, у контексті розкриття теми нашого дослідження, ми дещо звужимо ці межі до 14-25 років, оскільки допускаємо, що саме ця молодь є найбільш активною частиною користувачів інтернет мережі. Деякі дослідження свідчать, що вони швидко адаптуються до нових форматів спілкування, вміло використовують цифрові інструменти для навчання, роботи, розваг та активізму. Завдяки цьому молоді люди мають доступ до широкого спектру інформації та можливостей, однак разом із цим зростає ризик інформаційного перевантаження та поверхневого засвоєння знань.

Ще двадцять років тому молодіжні комунікації будувалися навколо шкільних коридорів, закладах, зустрічей у дворах чи телефонних дзвінків на домашній номер. Сьогодні ж їхні головні «зустрічі» відбуваються в Instagram, TikTok і Telegram та ін. Звичайні розмови перетворилися на лайки, реакції та швидкі текстові повідомлення. Молоді люди буквально живуть у двох реальностях: офлайн та онлайн, і часто межа між ними розмивається. Підлітки занурюються у віртуальні

простори з дитинства і проходять процеси соціалізації у віртуальних умовах так само, як і в реальних (Шатрі & Тачі, 2024). На відміну від старших поколінь, які до технологічних змін адаптувалися поступово, однією з ключових характеристик молоді є відкритість до змін і технологічна гнучкість. Вони швидко адаптуються до нових форматів спілкування, вміло використовують цифрові інструменти для навчання, роботи, розваг та активізму. Завдяки цьому молоді люди мають доступ до широкого спектра інформації та можливостей, однак разом із цим зростає ризик інформаційного перевантаження та поверхневого засвоєння знань. Також це дає їм змогу бути мобільними, креативними та ефективними у використанні цифрових ресурсів. Водночас така динамічність формує потребу в миттєвому отриманні результатів, що іноді знижує терплячість і здатність до довгострокового планування.

Молоді люди сприймають соціальні мережі не лише як засіб комунікації, а й як платформу для формування особистого бренду, кар'єрного зростання, участі в суспільних дискусіях, створення власного інформаційного простору, здійснення покупок і навіть заробітку в ранньому віці (Kennedy, 2019). Вони дуже швидко звикають і приймають нові зміни в цифровому середовищі, освоюють все більше нових платформ, проводять експерименти з форматами контенту та навіть створюють власні тенденції, за якими потім слідують інші. Проте поряд з рядом можливостей соціальні мережі несуть і ризики, які пов'язані із зниженою самооцінкою, пропагандою залежностей та формуванням викривленого сприйняття реальності.

Розуміння особливостей користування соціальними мережами молоддю є важливим для аналізу їхньої соціалізації, формування цінностей та взаємодії з оточенням. Саме молодь є тією групою, яка визначає тренди та впливає на подальший розвиток цифрового середовища, тому важливо досліджувати як вони використовують соціальні платформи, які фактори впливають на їхню поведінку та як можна ефективно впроваджувати методи соціальної роботи у цифровому середовищі. Аналіз цих аспектів дозволить не лише глибше зрозуміти трансформації в суспільстві, але й сприятиме розробці ефективних інноваційних

методів соціальної роботи, адаптованих до сучасних реалій молодіжного середовища.

Як свідчать зарубіжні дослідження, саме підлітки є найбільш активними користувачами Інтернету та соцмереж серед усіх вікових груп: щодня 92% підлітків виходять в онлайн і в середньому використовують щонайменше чотири соцмережі (Murphy, Olson, & Miller-Regan, 2018). Постійна взаємодія в цифровому просторі змінює когнітивні звички: покоління Z надає перевагу швидкому доступу до інформації саме через соцмережі (Bauman & Rivers, 2015). Вони надають перевагу короткому та візуальному контенту: відео, мемам, інфографіці, історіям. Формат коротких відео, таких як TikTok, Reels, Shorts, став популярним саме через особливість того, що молодь сприймає контент у кілька секунд і швидко перемикається на наступний (Brito-Montes, Canto-Lugo & Huerta-Quintanilla, 2022).

Ще одна важлива риса - виражена потреба у самореалізації та соціальному визнанні. Варто згадати про те, що соціальні мережі давно стали майданчиком для творчості, де молоді люди можуть заявити про себе через фото, відео, тексти чи навіть власний бізнес. Молодь активно використовує соціальні мережі для формування власного іміджу, демонструючи «ідеальну» версію себе через ретельно відібраний контент. Це може призводити до заниженої самооцінки, підсилювати потребу у визнанні, спричиняти психологічний дискомфорт через нестачу схвалення у вигляді лайків чи коментарів, а також викликати страх «випасти» з цифрового простору (FOMO). Тривале користування соцмережами пов'язане зі зростанням рівня тривожності та депресивних розладів серед молоді (Nesi, 2020). Дослідники у сфері психології зазначають, що популярність соцмереж сприяє появі цього феномена («синдрому втрачених можливостей» (fomo)), який проявляється у страху, що інші отримують більше досвіду, та прагненні постійно залишатися онлайн (Przybylski & Murayama, others, 2013). Взаємозв'язок між використанням соцмереж, «fomo» та самотністю пояснюється тим, що люди порівнюють себе з іншими на основі контенту в стрічці новин, що викликає почуття відчуженості та неповноцінності. Самотність, за даними дослідників, може негативно впливати на психологічне благополуччя та сприяти розвитку депресивних симптомів (Сасіорро

& Hughes, others, 2006). Дослідження Ірини Аршави та Анастасії Баратинської виявило, що 51% української молоді мають прояви «синдрому втрачених можливостей» (FOMO), що пов'язано з прагненням залишатися онлайн та страхом пропустити важливі події (Аршава, І., & Баратинська, А. (2024).

Кількість вподобайок, коментарів та підписників є своєрідним соціальним капіталом, а блогерство вже давно не просто хобі, а повноцінна професія. Велика кількість молодих людей прагне стати впізнаваними, створюючи контент, який відповідає актуальним трендам і привертає увагу аудиторії та збирає її. Онлайн-активізм став важливою частиною громадянської позиції молоді: вони долучаються до флешмобів, підтримують благодійні ініціативи, поширюють інформацію про суспільно значущі проблеми, організовують мобілізацію суспільства довкола кризових ситуацій, та організовують акції протесту. Водночас соціальні мережі допомагають підтримувати зв'язок із друзями по всьому світу, хоча надмірне спілкування онлайн може призводити до зниження навичок міжособистісної комунікації в реальному житті.

Ще однією особливістю молодіжного середовища є переосмислення традиційних соціальних норм. Молодь схильна до експериментування з ролями, ідентичністю та моделями поведінки, що робить її авангардом змін у суспільстві. Вони виступають за інклюзивність, рівноправність і свободу вибору, що впливає на соціальні процеси та формування нових суспільних трендів.

За даними дослідження проведеного Українським інститутом соціальних досліджень імені Олександра Яременка у співпраці з Центром громадського здоров'я МОЗ України багато підлітків зізнаються, що не можуть зосередитися на повсякденних справах, оскільки постійно думають про повернення до соціальних мереж. Деякі з них повідомляють про погіршення самопочуття через відсутність доступу до соціальних платформ. Частина опитаних нехтує іншою активністю, такими як заняття спортом або хобі, надаючи перевагу проведенню часу онлайн. Через це виникають конфлікти з родичами та сварки з близькими. Значна кількість підлітків використовує соціальні мережі як спосіб уникнення негативних емоцій, шукаючи віртуальну розраду та підтримку (Центр громадського здоров'я МОЗ

України, 2021). Онлайн-комунікація часто сприймається як зручніший спосіб висловлення особистих почуттів, ніж спілкування в реальному житті. Інтернет-простір також сприймається як безпечніше середовище для розкриття особистих переживань, ніж безпосередній діалог із ровесниками або дорослими. Ці тенденції свідчать про глибоку інтегрованість соціальних мереж у щоденне життя молоді та потребу у вивченні їхнього впливу не лише з позиції технологічного прогресу, а й як соціального явища, що формує поведінкові моделі (Балакірева та ін., 2019). Більша частина опитаних при дослідженні ESPAD вважають, що проводять забагато часу в соціальних мережах, кожен четвертий повідомив про те, що в нього псується настрій, коли не можна провести час у соціальних мережах (Центр громадського здоров'я МОЗ України, 2021).

Отже, молоді люди найбільш активно використовують соціальні мережі як інструмент спілкування та самопрезентації, а це не тільки змінює цифрові звички, але й робить їх більш вразливими до небезпечного контенту та впливу зовнішніх факторів, серед яких - ризики цифрової ізоляції, підвищення рівня стресу через кібербулінг тощо.

Для соціальної роботи це означає необхідність адаптації до нових реалій. Традиційні підходи взаємодії з молоддю втрачають ефективність, якщо не враховувати тривале та постійне перебування в цифровому просторі. Соціальні працівники, які працюють з молоддю, мають враховувати ці фактори, використовувати сучасні комунікаційні платформи для просвітницької діяльності, створювати безпечний онлайн-простір і допомагати молодим людям розвивати критичне мислення, емоційну стійкість, цифрову грамотність та здорове ставлення до соціальних мереж.

Тобто для профілактики девіантної поведінки у соціальній роботі, необхідно більш активно використовувати соціальні мережі, як майданчик для просвітницьких кампаній, консультування молоді, організації підтримуючих спільнот тощо.

1.4. Соціальна робота з профілактики девіантної поведінки молоді в соціальних мережах

Сучасна соціальна робота виступає важливим інструментом підтримки молоді в умовах стрімкого розвитку інформаційного простору, зокрема соціальних мереж. З огляду на те, що саме молодь є найбільш активною аудиторією онлайн-платформ, виникає потреба у формуванні у неї критичного мислення, навичок безпечного користування інформаційними ресурсами та профілактики ризикованої поведінки. Користування комп'ютером та Інтернетом без навичок критичного ставлення призводить до неконтрольованого використання Інтернет-ресурсів і може стати джерелом поширення девіантної поведінки (Йовбак, М. І., 2020). Одним із ключових механізмів запобігання формуванню девіантної поведінки молоді в умовах активного впливу соціальних мереж є професійна соціальна робота. Як зазначає Н. М. Савельєва, «соціальна робота з групами девіантної поведінки - це особлива галузь соціальної роботи, сутність якої полягає у профілактиці девіацій, створенні умов для успішної соціалізації або ресоціалізації девіантів, створенні умов для подолання їх особистісних проблем і конфліктів з оточуючими» (Савельєва, 2020, с. 53).

На сучасному етапі важливою задачею соціальної роботи є вияв ризиків, пов'язаних із використанням соціальних мереж, та профілактика негативних проявів поведінки молоді шляхом зміцнення їхніх позитивних психологічних ресурсів і запобігання розвитку девіантної поведінки (Йовбак, 2020). Соціальна робота в цьому контексті реалізується через профілактику девіацій, контроль за впливами, що сприяють девіантній поведінці, а також підтримку та реабілітацію молоді, яка вже виявляє ознаки девіації. «Напрямки соціальної роботи з групами девіантної поведінки полягають у: профілактиці девіантної поведінки; соціальному контролі негативного впливу на дітей та молодь; соціальній підтримці та реабілітації дітей та молоді з девіантною поведінкою» (Савельєва, 2020).

Соціальні працівники відіграють ключову роль у виявленні негативних впливів соціальних мереж на поведінку молодих людей, наданні консультаційної

підтримки та впровадженні профілактичних програм. Їх діяльність спрямована на підвищення рівня медіаграмотності, розвиток навичок безпечного спілкування в інтернеті, формування відповідального ставлення до контенту, що споживається та поширюється в мережі.

Особливого значення набуває діяльність соціальних служб у сфері інформаційної безпеки молоді, адже сьогодні мережеві спільноти здатні сприяти не лише соціалізації, але й формуванню ризикованих моделей поведінки. «Основними інституціями, що здійснюють соціальний захист і профілактику девіацій є: Міністерство соціальної політики, Центри соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді, Служби у справах дітей, Реабілітаційні центри, Міністерство внутрішніх справ, Національна поліція України, ювенальна превенція, благодійні та недержавні організації, заклади освіти і охорони здоров'я» (Савельєва, 2020, с. 51–52).

Оскільки середовище соціальних мереж може як стимулювати позитивні зміни, так і сприяти поширенню девіантних моделей поведінки відхилення можуть бути обумовлені біологічними, соціальними, психологічними та педагогічними факторами, що підкреслює необхідність комплексного підходу до їх вивчення та корекції (Солод, 2024). Соціальні працівники повинні працювати не лише з молоддю, але й із сім'ями, освітніми закладами, громадами. Тому особливо важливим у роботі з молоддю є посилення соціально-педагогічного патронажу, який здійснюють соціальні педагоги. Він сприяє взаємодії закладів освіти, сім'ї та суспільства у вихованні дітей, їхній адаптації до умов соціального середовища, забезпечує консультативну допомогу батькам і особам, які їх замінюють (Савельєва, 2020). Як зазначають О'Кееffe та Clarke-Pearson, педіатри і батьки повинні бути обізнаними про ризики, пов'язані із соціальними мережами, такими як кібербулінг, ризикована поведінка в Інтернеті, порушення конфіденційності та вплив на психічне здоров'я, щоб допомогти дітям використовувати соціальні медіа безпечно і відповідально (О'Кееffe, Clarke-Pearson, 2020). Акцент на освітню і профілактичну роботу з молоддю через партнерство родини, шкіл та соціальних служб є одним із пріоритетних напрямків соціальної роботи. Батьки повинні

активно брати участь у житті дітей в Інтернеті, так само як і в їхньому реальному житті (O’Keeffe, Clarke-Pearson, 2020).

Соціальні працівники у співпраці з освітніми закладами повинні допомагати дітям і підліткам розвивати навички критичного мислення щодо контенту в мережі. Освіта з питань безпеки в Інтернеті повинна бути інтегрована із загальними зусиллями з розвитку молоді, включаючи сприяння здоровим стосункам, емоційній регуляції та критичному мисленню щодо медіа-повідомлень, а також наголошувати на розширенні можливостей та стійкості, а не на підходах, заснованих на страху (Finkelhor et al., 2020). Освітні програми повинні включати навчання дітей відповідальній поведінці в Інтернеті, розпізнаванню ризиків та захисту особистої інформації (O’Keeffe, Clarke-Pearson, 2020). Програми будуть ефективнішими, якщо їх проводять авторитетні, довірені дорослі, і якщо вони включають активні методи участі, а не пасивне поширення інформації» (Finkelhor et al., 2020).

На сьогодні профілактика девіантної поведінки молоді під впливом соціальних мереж має низку проблем: запропоновані форми роботи є поодинокими, несистематичними та реалізуються переважно у віртуальному просторі без активної участі соціальних педагогів і практичних психологів. Також відсутні чіткі рекомендації для фахівців і батьків щодо формування у дітей безпечної поведінки в мережі Інтернет. У цьому контексті важливою соціально-педагогічною умовою постає підготовка батьків через проведення просвітницько-профілактичної роботи (Андросович, Ткаченко, 2018).

Щодо методів профілактики девіантної поведінки молоді під впливом соціальних мереж, важливо зазначити, що соціальні працівники мають використовувати широкий арсенал технологій, які доцільно використовувати у запобіганні формуванню девіацій та розв’язанні соціальних проблем, спричинених відхиленнями у поведінці: «соціальна діагностика, соціальна адаптація, соціальна профілактика, соціальний контроль, соціальна опіка (патронаж), соціальна реабілітація, соціальна терапія, соціальне консультування» (Савельєва, 2020, с. 43). Основними напрямками соціально-педагогічної профілактики є інформування молоді про механізми впливу соціальних мереж на особистість; формування

стратегій функціональної поведінки; розвиток стійкості до негативних соціальних впливів; розширення кола альтернативної діяльності (Бартків, 2014).

Цілеспрямована та систематична робота з профілактики у молодіжному середовищі покликана сприяти формуванню «усвідомленого ставлення до використання соціальних мереж, набуттю ефективних поведінкових стратегій, навичок міжособистісного спілкування та підвищенню рівня комунікабельності, самооцінки, стресостійкості» (Бартків, 2014).

Отже, соціальна робота в інформаційному просторі повинна бути спрямована на профілактику девіантних дій молодих людей через підвищення медійної грамотності, розвиток критичного мислення та формування безпечної моделі користування соціальними мережами.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1 Час та місце проведення дослідження

Емпірична частина дослідження проводилася протягом лютого–березня 2025 року. Збір даних здійснювався за допомогою онлайн-анкетування з використанням платформи Google Forms. Посилання на анкету поширювалося через соціальні мережі: Instagram, Telegram, Facebook, що дозволило охопити широку аудиторію молоді, яка активно користується соціальними мережами.

Залучення респондентів відбувалося за попередньо сформованим планом поширення інструменту дослідження в онлайн-середовищі. Зокрема, план передбачав: (1) початкове розміщення анкети в студентських спільнотах, чатах тощо; (2) особисту розсилку анкет через прямі повідомлення у месенджерах; (3) заклик до поширення анкети серед однолітків (метод снігової кулі).

Дане дослідження не було прив'язане до конкретної організації чи установи, а реалізовувалося у відкритому цифровому середовищі. Такий підхід обґрунтований, враховуючи предмет дослідження - роль соціальних мереж у поширенні девіантної поведінки молоді віком 14-25 років. Проведення дослідження в такому середовищі дозволило отримати більш достовірні та релевантні дані, оскільки респонденти перебували у звичному для себе онлайн-контексті, що підвищувало ймовірність щирості відповідей.

2.2 Етапи проведення дослідження

У реалізації дослідження було виділено три послідовні етапи.

Перший (підготовчий) етап (вересень 2024 - лютий 2025) включав визначення теми дослідження, об'єкт, предмет, мету та завдання. На цьому етапі також було здійснено ґрунтовний аналіз наукової літератури щодо впливу соціальних мереж на молодь, зокрема щодо девіантної поведінки, психологічної

вразливості та інформаційних ризиків. Також було обрано метод збору даних та інструмент дослідження. Паралельно формувався план пошуку респондентів та поширення інструменту дослідження в онлайн-середовищі.

Другий (основний) етап (лютий 2025 - березень 2025) передбачав практичну реалізацію: поширення інструменту дослідження, збір відповідей, попередню перевірку їх на валідність, систематизацію даних і фіксацію отриманих результатів. Особлива увага приділялася якісному аналізу відповідей на відкриті запитання, які містили індивідуальні переживання, судження та приклади з досвіду респондентів.

Третій (заключний) етап (квітень 2025 - травень 2025) охоплював узагальнення результатів дослідження: виявлення повторюваних тем і ключових патернів у відповідях, формулювання аналітичних висновків, а також підготовку практичних рекомендацій для молоді щодо профілактики девіантної поведінки серед молоді.

2.3 Процедура проведення дослідження

Участь у дослідженні була повністю добровільною та анонімною. Перед початком заповнення анкети респондентам надавалась інформація про мету дослідження, його етичні принципи, а також умови обробки даних.

Частина респондентів була залучена через університетські групи та особисті контакти в освітньому середовищі, тому більшість відповідей ми отримали саме від студентів.

Заповнення анкети займало в середньому 25 - 35 хвилин. Загалом було зібрано 33 анкети, серед яких більшість (23 респонденти) заповнили жінки.

2.4. Методи та інструменти дослідження

Було проведене якісне дослідження, що дозволило глибше зрозуміти індивідуальний досвід респондентів користування соціальними мережами, їх вплив на поведінку та сприйняття реальності. Основним методом збору даних стало

анкетування, а інструментом - онлайн-анкета, створена на базі Google Forms (додаток А). Анкета включала як закриті, так і відкриті запитання. Загалом її структура поділялася на чотири блоки, що охоплювали ключові теми дослідження.

Перший блок - соціально-демографічний. Він включав питання щодо віку, статі та соціального статусу респондентів. Цей блок дозволив сформулювати загальну характеристику учасників та об'єднати респондентів у три групи: учні (14-16 років), студенти (17-21 років) та працююча молодь (22-25 років).

У другому блоці досліджувались особливості взаємодії молоді із соціальними мережами: щоденна тривалість перебування онлайн, популярність соціальних мереж, характер споживаного контенту, залученість до його поширення серед друзів і знайомих та різних форм провокацій, які можуть привести до девіантної поведінки.

Третій блок був присвячений вивченню специфіки користування соціальними мережами та визначення як респонденти помічають і сприймають девіантний контент, зокрема кібербулінг, мову ворожнечі, насильство, а також чи вважають вони цей контент впливовим. Окремо зверталася увага на досвід впливу, зміни поведінки, приклади з власного чи чужого досвіду.

У четвертому блоці розглядалося питання медіаграмотності з метою профілактики девіантної поведінки. Ця частина анкети стосувалася рівня обізнаності респондентів щодо безпечного користування соціальними мережами, навичок самозахисту, оцінки ефективності наявних засобів захисту, а також пропозиції щодо покращення інформаційної безпеки серед молоді шляхом соціальної реклами.

Усього анкета містила 32 запитання, з яких приблизно третина - відкриті. Анкетування було зручним у заповненні та не вимагало спеціальної підготовки, що дозволило залучити широку аудиторію.

2.5 Характеристика вибірки

У дослідженні взяли участь 33 респонденти віком від 14 до 25 років. До вибірки увійшли молоді люди різного соціального статусу: учні закладів загальної середньої освіти (14-16 років), студенти закладів вищої освіти (17-21 рік), та працюючі молоді люди (22-25 років), тобто вже здійснюють професійну діяльність (див. табл. 2.5.1)

Табл. 2.5.1

Характеристика респондентів, які взяли участь в анкетуванні

<i>Респондент</i>	<i>Вік</i>	<i>Статус</i>	<i>Стать</i>
1	14	Учень	Жіноча
2	14	Учень	Жіноча
3	14	Учень	Чоловіча
4	15	Учень	Чоловіча
5	15	Учень	Чоловіча
6	15	Учень	Жіноча
7	16	Учень	Жіноча
8	16	Учень	Жіноча
9	18	Студент	Чоловіча
10	19	Студент	Жіноча
11	20	Студент	Жіноча
12	20	Студент	Жіноча
13	20	Студент	Жіноча
14	20	Студент	Жіноча
15	20	Студент	Жіноча
16	20	Студент	Жіноча
17	20	Студент	Жіноча
18	20	Студент	Чоловіча
19	21	Студент	Чоловіча

20	21	Студент	Чоловіча
21	21	Студент	Чоловіча
22	21	Студент	Жіноча
23	21	Працюючий	Жіноча
24	22	Працюючий	Жіноча
25	22	Працюючий	Жіноча
26	22	Працюючий	Жіноча
27	22	Працюючий	Жіноча
28	22	Працюючий	Жіноча
29	23	Працюючий	Жіноча
30	23	Працюючий	Жіноча
31	24	Працюючий	Чоловіча
32	24	Студент	Жіноча
33	25	Працюючий	Чоловіча

Формування вибірки відбувалося за принципом доступності. Однак дещо обмежувало можливість рівномірного представлення різних соціально-демографічних груп.

2.6 Етичні засади та обмеження дослідження

Під час реалізації дослідження дотримувалися основні етичні принципи, що регулюють проведення соціальних досліджень. Участь у дослідженні була повністю добровільною, кожен респондент мав можливість у будь-який момент відмовитися від заповнення анкети без жодних наслідків. Жодна особиста інформація, яка могла б дозволити ідентифікувати особу респондента, не збиралася.

Перед початком участі всім учасникам надавалася вичерпна інформація щодо мети дослідження, гарантій конфіденційності та принципу анонімності.

Наголошувалося, що зібрані дані будуть використані виключно з науковою метою для узагальненого аналізу без персоналізації результатів.

Метою було забезпечити комфортні умови для участі, уникнення використання формулювань, які могли б викликати психологічний дискомфорт, занепокоєння або дистрес. Формат анкети передбачав не лише вибіркові відповіді, а й відкриті запитання, що дозволяло респондентам у вільній формі поділитися власним досвідом, не відчуваючи тиску або обмежень у формулюваннях.

Разом із тим у процесі проведення дослідження були зафіксовані певні труднощі, пов'язані із залученням респондентів та якістю наданих відповідей. Зокрема, частина потенційних учасників відмовилася брати участь у заповненні анкети через побоювання щодо безпеки онлайн-посилань або підозри на можливі шахрайські дії. Це свідчить про загальний рівень настороженості молоді щодо інформаційних ризиків в інтернет-просторі та потребу в подальшій популяризації безпечних практик цифрової взаємодії.

Крім того, серед отриманих відповідей виявлено випадки недобросовісного ставлення до заповнення анкети. Деякі респонденти, особливо ті, хто перебував у шкільному віці, підходили до заповнення з іронією або жартівливим настроєм, що проявлялося у введенні некоректних або явно гумористичних відповідей. Такі випадки потребували окремого відбору даних на етапі їх обробки з метою збереження валідності дослідження.

2.7 Концептуалізація та операціоналізація понять

У даному дослідженні ключовими поняттями є «девіантна поведінка», «соціальні мережі», «ролі соціальних мереж у поширенні девіантної поведінки»

Поняття «девіантна поведінка» у дослідженні розуміється як така, що «відхиляється від прийнятих у суспільстві соціальних норм, правил і очікувань та може проявлятися у формі агресії, кібербулінгу, участі в небезпечних онлайн-челенджах, поширенні дезінформації, пропаганді насильства тощо» (Солод, 2024; Кікалішвілі, 2011).

«Соціальні мережі» визначаємо як «онлайн-платформи, що забезпечують можливість створення особистих профілів, взаємодії між користувачами, обміну

контентом та участі у віртуальних спільнотах» (Kennedy, 2019). У контексті цього дослідження маються на увазі популярні серед молоді мережі - Instagram, TikTok, Telegram, Facebook, YouTube.

«Ролі соціальних мережах у поширенні девіантної поведінки» - позитивний чи негативний вплив певного інформаційного контенту на поширення девіантної поведінки у молодіжному середовищі.

«Молодь» - громадяни України віком від 14 до 35 років (ЗУ «Про основні засади молодіжної політики», 2023). Однак у контексті розкриття теми нашого дослідження ми дещо звузили ці межі до 14-25 років, які за даними досліджень, є найбільш активними користувачами інтернет мережі.

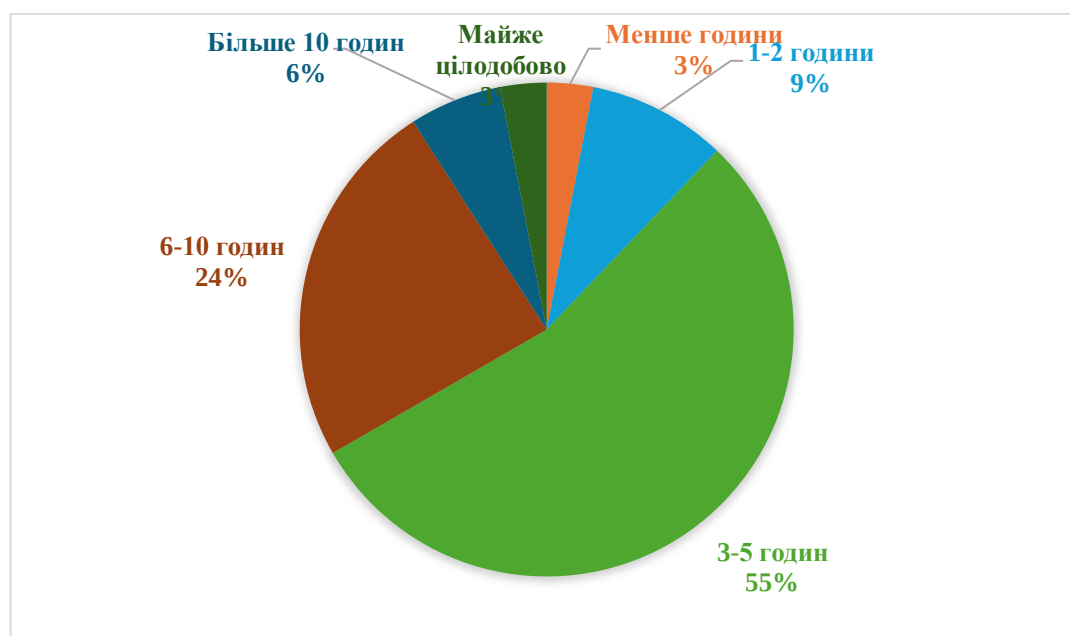
РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ ПОШИРЕННЯ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

3.1. Найбільш популярні соціальні мережі у молодіжному середовищі та їх використання у повсякденному житті

Тривалість користування соціальними мережами

Чим більше часу молодь проводить у соціальних мережах, тим вищою є ймовірність знайомства з ризикованим контентом, саме тому було проаналізовано тривалість онлайн-активності респондентів (див. рис. 3.1.1.).



*Рис. 3.1.1 Добова тривалість користування соціальними мережами
серед молоді*

Отримані дані дозволяють стверджувати наступне:

Серед учнів, які брали участь в опитуванні (8 респондентів віком 14-16 років), переважна більшість проводить у соціальних мережах від 3 до 10 годин на добу. Зокрема, 5 респондентів зазначили, що перебувають онлайн 3-5 годин щодня. Ще троє учнів обрали варіант 6-10 годин. Ці дані свідчать про високий рівень щоденної активності серед більш молодших респондентів.

Соціальні мережі є для них не просто інструментом комунікації, а середовищем постійної присутності. Хоча більшість учнів обирають помірні часові

рамки (3-5 годин), уже в цьому віці є тенденція до тривалого онлайн-перебування, що може вказувати на формування звички до цифрового споживання з раннього підліткового періоду.

Серед студентів (14 респондентів віком від 17 до 21 років) спостерігається різноманітність у тривалості щоденного користування соціальними мережами, що може бути пов'язано з навчальним навантаженням, стилем життя та особистими пріоритетами. Найбільша частка - це респонденти, які проводять 3–5 годин на день у соціальних мережах. До цієї категорії належать семеро студентів. Це свідчить про стабільну інтегрованість соціальних мереж у повсякденний розпорядок.

Ще троє студентів зазначили, що перебувають у соцмережах 1–2 години на день, що демонструє певне стримування або саморегуляцію. Натомість троє студентів вказали варіант 6–10 годин на добу, що свідчить про вищу цифрову залежність або активність. Окремий випадок студент, який обрав відповідь «майже цілодобово». Цей варіант є індикатором потенційного ризику перенасичення цифровим контентом. Така відповідь може бути симптомом інформаційної втоми або вказувати на сильну емоційну залежність від цифрового середовища.

У категорії **працюючої молоді** (11 респондентів віком 22–25 років) спостерігається загальна тенденція до менш інтенсивного, але стабільного користування соціальними мережами, у порівнянні з учнями чи студентами. Найбільша частка цієї групи зазначила, що проводить у соціальних мережах 3–5 годин на день. Це свідчить про помірне, але регулярне використання. Троє респондентів обрали варіант 6–10 годин, що може вказувати як на професійну активність у мережах, так і на звичку компенсувати стрес або втому через перегляд контенту після роботи.

Ще двоє респондентів відповіли, що проводять у соцмережах понад 10 годин на день, що є нетиповим для даної категорії та може сигналізувати про перенасичення цифровим середовищем або трудову діяльність, пов'язану із соцмережами. Окремо варто згадати єдиного респондента 25 років, який вказав варіант «менше години на добу». Це єдиний випадок у всій вибірці, що демонструє усвідомлену цифрову стриманість або переорієнтацію на офлайн-життя.

У підсумку, усі три групи активно користуються соціальними мережами щодня. Навіть ті, хто проводять у мережах 1–2 години, не є винятком. Саме вік і зайнятість є ключовими факторами, що впливають на обсяг часу, проведеного в соціальних мережах. З віком зростає обізнаність, а з появою роботи зменшується кількість вільного часу, що знижує кількість «просто присутності» в он-лайн.

Найбільш поширені соціальні мережі:

У ході дослідження було визначено шість основних соціальних мереж, якими найчастіше користуються молоді люди: Instagram, Telegram, TikTok, YouTube, Facebook та LinkedIn. Рівень поширеності кожної з них варіюється залежно від віку та соціального статусу респондентів, однак простежуються спільні закономірності щодо їхньої популярності (див. рис. 3.1.2).

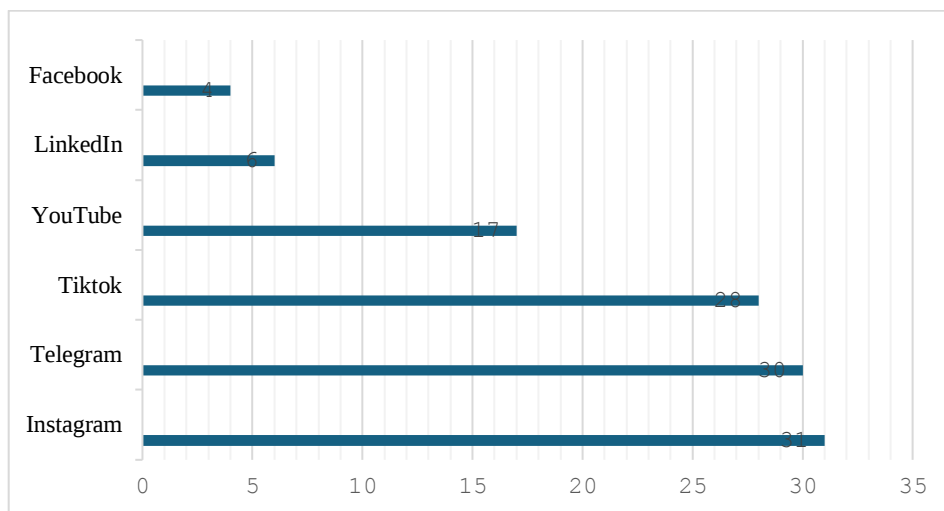


Рис. 3.1.2 Найпопулярніші соціальні мережі серед респондентів

Instagram є найбільш універсальною платформою, яка охоплює всі вікові категорії. Її використовують як учні, так і студенти та працююча молодь. Вона зберігає стабільну присутність у цифровому просторі незалежно від соціального статусу респондента і виконує роль базової мережі для щоденного користування.

Telegram посідає другу позицію за частотою використання. Платформа виявилася також актуальною для респондентів усіх трьох категорій. Її активно використовують учні, проте серед студентів і працюючої молоді її популярність ще

більш виражена. Telegram поступово переходить у статус основного джерела отримання інформації та комунікації.

TikTok має найбільшу популярність серед молодших респондентів. Учні та студенти активно користуються цією мережею, тоді як серед працюючої молоді вона поширена меншою мірою. Спостерігається тенденція до зменшення частоти використання TikTok з віком.

YouTube згадується всіма віковими групами, проте найчастіше його використовують учні та студенти. У працюючої молоді популярність платформи нижча, що може бути пов'язано з обмеженістю вільного часу або переорієнтацією на інші джерела інформації.

Facebook зберігає незначну популярність і трапляється епізодично, переважно серед студентів і представників працюючої молоді. Його роль у цифровій взаємодії молоді є другорядною. LinkedIn згадується лише респондентами з категорії студентів старших курсів і працюючої молоді, що свідчить про початок формування професійного профілю в цифровому просторі.

У підсумку можна констатувати, що найбільш популярними та універсальними серед молоді залишаються Instagram і Telegram. TikTok домінує серед молодших користувачів, а YouTube зберігає стабільну, хоч і менш активну присутність. Facebook і LinkedIn мають обмежене застосування, характерне лише для старших груп. Така диференціація платформи свідчить про вікову та функціональну сегментацію цифрового простору серед молоді.

Пріоритети у споживанні контенту в соціальних мережах

Аналіз відповідей респондентів показав, що різні вікові групи молоді мають відмінні пріоритети у споживанні контенту в соціальних мережах. Хоча частина категорій є спільною для всіх, акценти та частотність їх згадування суттєво варіюються (див. рис. 3.1.3):

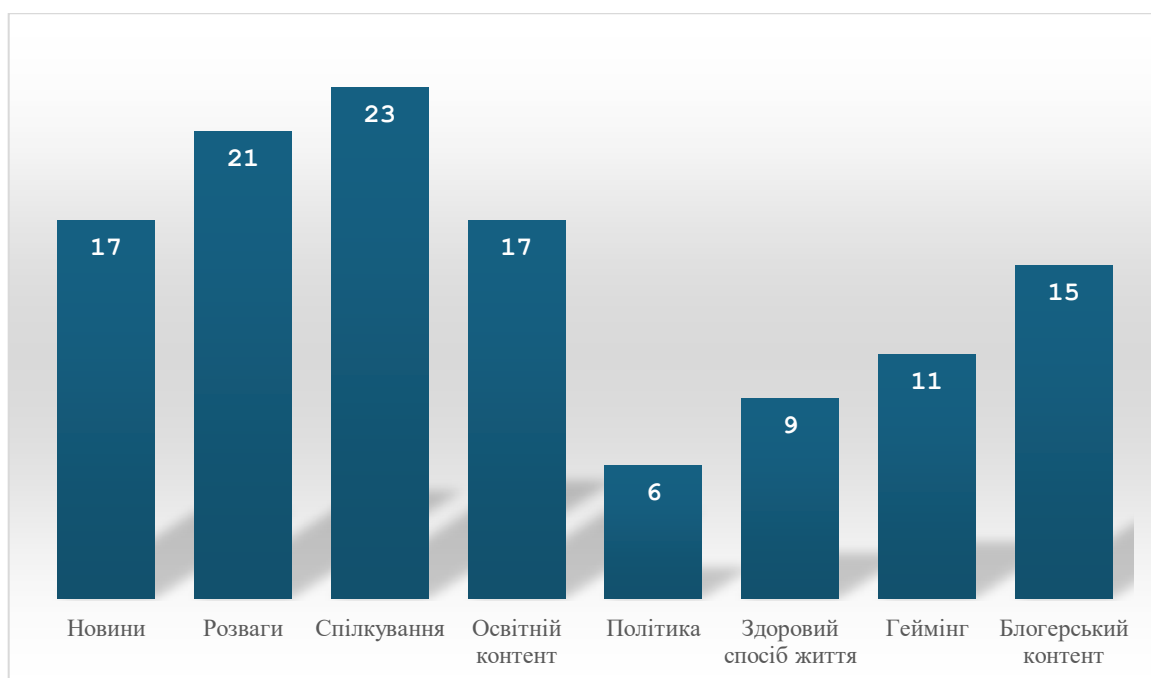


Рис. 3.1.3 Уподобання молоді щодо контенту в соціальних мережах

У межах усіх трьох вікових груп - учнів, студентів та працюючої молоді - найбільш поширеним типом контенту в соціальних мережах залишаються розваги. Найбільша концентрація спостерігається серед учнів, де розважальний контент домінує, серед студентів і працюючих розважальний сегмент зберігає актуальність, хоча й поступається місцем іншим тематикам.

Спілкування має найвищу популярність серед студентів. Для учнів воно теж важливе, але дещо поступається розвагам. Серед працюючої молоді ця категорія вже не настільки поширена, що може свідчити про зменшення ролі соціальних мереж як основного каналу комунікації в дорослому віці.

Інтерес до освітнього контенту найбільше виявляли студенти та працююча молодь. Серед учнів його позначали рідше. Це відображає зростання цілеспрямованого використання соціальних мереж для навчання, особливо у віці від 19 років і старше. Схожа тенденція спостерігається і щодо новинного контенту. Це дозволяє припустити, що інтерес до новин зростає з віком та рівнем соціальної відповідальності.

Блогерський контент цікавий усім трьом категоріям респондентів, проте найчастіше його зазначали учні та працююча молодь. У студентів він згадувався

трохи рідше. Геймінг найбільш актуальний для учнів. У студентів і працюючих він трапляється рідше, що може бути пов'язано з обмеженням часу або зміною інтересів. Здоровий спосіб життя згадувався вибірково в усіх трьох групах. У жодній не був домінантним, але помітна його присутність серед старших респондентів.

Політика як тип контенту траплялась у відповідях студентів і працюючої молоді. Серед учнів ця тема взагалі не згадувалась, що відповідає віковим особливостям та рівню залучення в суспільні процеси. У цілому можна зробити висновок, що учні орієнтовані на емоційний та розважальний контент, студенти поєднують розваги зі змістовними напрямками - навчанням, новинами, комунікацією, а працююча молодь частіше акцентується на отриманні інформації, саморозвитку та відпочинку. З віком відбувається поступовий перехід від емоційного споживання до більш функціонального використання соціальних мереж.

Окрім щоденного користування соціальними мережами для спілкування, розваг чи навчання, важливо також дослідити ступінь активної взаємодії молоді з цифровим середовищем. Однією з форм такої взаємодії є участь у онлайн-челенджах або соціальних акціях, які часто набувають вірусного характеру.

Переважна більшість респондентів не брала участі в онлайн-челенджах або соціальних акціях у соціальних мережах. Відповідь «ні» обрали представники всіх вікових категорій. Водночас участь підтвердили лише шестеро респондентів - серед них були учні віком 15 і 16 років, студент віком 20 років, а також представник працюючої молоді віком 22 роки. Це свідчить про те, що залученість молоді до челенджів чи ініціатив у соцмережах є епізодичною, а не системною практикою.

Один із респондентів, який долучався до челенджу, навів приклад участі в щоденній спортивній активності з публікацією результатів у сторіс Instagram. Така відповідь демонструє, що навіть серед учасників челенджів йдеться про індивідуальні, неформальні ініціативи, а не масштабні чи соціально значущі кампанії. Таким чином, онлайн-челенджі не є характерною формою участі для

більшості молодих людей у вибірці. Їхня присутність у цифровому досвіді є радше винятком, ніж типовою практикою.

Ще одним важливим аспектом дослідження стало з'ясування, чи стикалася молодь із провокативним контентом, що може сприяти формуванню або нормалізації девіантної поведінки. Відповідь «так» обрали 13 респондентів включно зі всіма категоріями. Вони згадували приклади, пов'язані з дезінформацією, насильством, шкідливими челенджами та сексуалізованим або маніпулятивним контентом. Найчастіше згадувались відео в TikTok, які містять поляризовані або агресивні дискусії на чутливі теми. Інші респонденти звертали увагу на негативну поведінку блогерів та зміну тематики стрічки. Серед найяскравіших прикладів - згадування про гру «Синій кит», яка спонукала підлітків до самопошкодження й навіть суїцидальної поведінки.

Деякі респонденти також звертали увагу на дезінформацію та клікбейт, особливо в контексті воєнної тематики. Інші приклади стосувалися насильства, пропаганди залежностей або публічних принижень за гроші.

«В інтернеті дуже багато таких відео, останні що бачила - як били підлітка, як люди на прямих етерах просять гроші в обмін на приниження себе» (29).

Разом із тим, 10 респондентів заявили, що не стикались із таким контентом, а ще 10 - обрали варіант «важко сказати», що свідчить про нечіткість критеріїв розпізнавання або низький рівень критичності до контенту.

Таким чином, хоча не всі молоді люди ідентифікують контент як потенційно небезпечний, значна частина все ж фіксує його наявність у власному досвіді, найчастіше у вигляді відео, що побічно або відкрито провокує насильство, самоушкодження, викривлене сприйняття соціальних норм чи гіперемоційні реакції.

У межах дослідження респондентам було запропоновано оцінити, чи стикались вони з випадками особистісного впливу в соцмережах, коли хтось намагався змінити їхні погляди або поведінку. Це питання допомогло виявити ступінь соціального тиску та маніпулятивного впливу в цифровому середовищі.

Позитивну відповідь («так») обрали 14 респондентів усіх категорій, що складає майже половину опитаних. Це свідчить про поширеність досвіду цифрового тиску серед молоді, незалежно від віку. Водночас 13 респондентів зазначили, що не стикалися з подібними ситуаціями. Їхні відповіді охоплюють усі вікові категорії, що може свідчити або про відсутність впливу, або про ефективні стратегії самозахисту та дистанціювання від конфліктного контенту. Ще 6 респондентів обрали варіант «важко сказати», що може свідчити про нечітке усвідомлення меж впливу в онлайн-середовищі, а також про можливе звикання до маніпулятивної поведінки з боку інших користувачів, яка вже не сприймається як щось виняткове.

Загалом отримані відповіді демонструють, що значна частина молоді має досвід соціального впливу в цифровому середовищі, і хоча не завжди цей вплив є відверто ворожим, він може змінювати сприйняття інформації, поведінкові реакції або власну позицію користувача.

3.2 Роль соціальних мереж щодо поширення девіантної поведінки серед молоді на сучасному етапі

Зібрані дані свідчать, що соціальні мережі не просто супроводжують молодь у повсякденному житті, а й потенційно впливають на її установки, погляди та поведінкові патерни, зокрема у бік девіації. Так, більшість респондентів визнали, що стикались із контентом, який можна вважати девіантним - таким, що пропагує насильство, хейтерство, кібербулінг, залежності чи інші ризиковані практики. Лише троє відповіли однозначно «ні», ще кілька респондентів або не звертають на подібне увагу, або не можуть чітко оцінити характер побаченого. Таким чином, девіантний контент має широке охоплення серед молоді, незалежно від віку чи статусу. На питання про частоту зустрічі з таким контентом, абсолютна більшість обрали відповідь «іноді». Водночас окремі респонденти зазначили, що подібні матеріали трапляються їм часто або навіть постійно, що підтверджує системність його присутності в інформаційному просторі. Найменша частка вказала, що майже

ніколи не стикається з цим. Щодо питання, чи може контент у соцмережах сприяти формуванню власної девіантної поведінки, 11 респондентів відповіли ствердно, 19 - заперечно, ще троє - «не знаю». Це вказує на наявність вразливої групи, яка усвідомлює можливість зовнішнього впливу на свою поведінку, при цьому велика частина молоді все ж відчуває внутрішній опір.

На думку респондентів, у соціальних мережах найчастіше поширюються ті види девіантної поведінки, що пов'язані з інформаційними впливами, порушенням етичних норм спілкування, а також з фінансовими чи психологічними ризиками.

Абсолютним лідером серед згаданих проявів *стало поширення фейкової інформації*, яке відзначили 28 осіб. Це свідчить про високу обізнаність молоді щодо проблеми дезінформації та її часту присутність у цифровому середовищі. Молоді люди сприймають фейки як повсякденне явище, яке може стосуватись політики, війни, соціальних тем, особистих порад чи навіть цінностей.

На другому місці опинились *онлайн-шахрайство та психологічне маніпулювання*. У коментарях до інших запитань респонденти згадували ситуації виманювання грошей, обману під виглядом вигравів, шантажу або використання довіри. Маніпуляції ж проявляються як через емоційно заряджений контент, так і через приховані заклики до дії, зокрема ті, що грають на самооцінці або страхах.

Також часто згадувалися *мова ворожнечі та кібербулінг*. Це підкреслює, що молодь добре розпізнає агресивну, зневажливу чи принизливу поведінку в мережі. Деякі з них мають особистий досвід або спостерігали подібне у своїх онлайн-спільнотах.

Варто зазначити, що окремі респонденти вказували й на *хейт-спіч* як форму висловлювань, що порушує гідність інших, але часто маскується під «свободу думки». Проблема виманювання особистих даних також фігурувала у відповідях.

Отже, молодь визнає, що соціальні мережі - це простір, у якому приватна інформація легко стає вразливою, особливо коли мова йде про налагодження контактів із незнайомими людьми чи участь в онлайн-акціях. Сексуалізація підлітків була згадана 13 разів, що свідчить про те, що молодь помічає, як у візуальному контенті часто нав'язуються образи й меседжі, що романтизують або

нормалізують еротизоване представлення неповнолітніх. Серед інших девіантних форм, які згадувались рідше, але залишаються значущими, були участь у небезпечних челенджах, розповсюдження наркотиків, радикалізація, заклики до насильства, самоушкодження та соціальна ізоляція. Попри меншу кількість згадок, кожна з цих форм свідчить про наявність окремих, але вразливих інформаційних полів, які мають потенціал нашкодити молоді.

Усі зазначені прояви девіантної поведінки, за оцінками самих респондентів, активно циркулюють у середовищі соціальних мереж, часто маскуються під нормальний контент або подаються через популярні блогерські сторінки. Це підтверджує, що молодь є не просто спостерігачами, а активними користувачами середовища, де девіантна поведінка існує як частина цифрової реальності.

На запитання, *«Чи відомі респондентам випадки, коли соціальні мережі впливали на поведінку молоді, схилиючи до девіантних вчинків?»*, лише 6 осіб відповіли ствердно. Ще 12 респондентів заявили, що таких випадків не знають, а найбільша частина (15 осіб) обрали варіант: *«мені про це ніхто не розповідав, але можливо випадки були»*. Такий розподіл відповідей свідчить, що навіть якщо впливи мали місце, про них не завжди відкрито говорять, що цілком узгоджується з природою девіантної поведінки як часто прихованої, сором'язливої або табуованої. Найчастіше, таким згадуваним прикладом для респондентів стала онлайн-гра «Синій кит», яка в попередні роки набула великого резонансу в медіа та серед підлітків:

«Коли я навчалась у школі, популярності набула жорстока гра «Синій кит», моя однокласниця наносила собі шкоду. На щастя, вона вчасно зупинилася і не нанесла собі вже безповоротної шкоди» (24).

Це вказує на те, що навіть якщо подібний контент не стосується особистого оточення, він все одно лишається у спільній пам'яті молоді як приклад онлайн-маніпуляції та небезпечного впливу. Окрім згадок про ігрову активність, респонденти також відзначали інші прояви девіантної поведінки, зокрема досвід зіткнення з хейтом у соціальних мережах.

Можна узагальнити, що молодь частіше припускає, ніж точно знає про випадки впливу соцмереж на девіантну поведінку оточення. Це, з одного боку, демонструє низький рівень відкритого обговорення таких ситуацій, а з іншого - певну нормалізацію або недостатній рівень настороженості до проявів ризикованої поведінки в цифровому просторі. При цьому такі явища, як хейт, селфхарм, маніпулятивні онлайн-гри залишаються в колективному досвіді та пам'яті молоді як потенційно небезпечні, але реальні речі, що можуть повторюватися.

Запитання про те, *«Чи змінювались у респондентів погляди або поведінка під впливом контенту в соціальних мережах?»*, виявило неоднорідність у відповідях, але водночас - глибоку залученість молоді до цифрового середовища, що формує не лише стиль життя, а й ціннісні орієнтири. Так, половина респондентів (12) прямо відповіли, що «зміни були», ще 7 осіб обрали варіант «частково», що свідчить про наявність нюансів і ситуацій, коли вплив був помірним або ситуативним, Третина (11) респондентів заперечили зміни, тільки 3 особи обрали варіант «не знаю», що може означати, що вони не задумувались про те, як соціальні мережі на них впливають, або навіть не помічають цього впливу.

Відповіді респондентів виявили широкий спектр впливів соціальних мереж, які можна умовно поділити на мотиваційні, емоційно-психологічні, ідеологічні та поведінкові. У категорії *мотиваційного впливу* зустрічаються приклади позитивного впливу контенту, який надихає на дії, спрямовані на покращення якості життя. Це свідчить про те, що соціальні мережі можуть виступати не лише джерелом ризиків, а й підтримувальним середовищем.

Разом із цим, поширеним є *емоційно-психологічний вплив*, що особливо гостро відчувається серед неповнолітніх. Учасники дослідження згадували про вплив ідеалізованих візуальних образів у стрічках, які можуть викликати емоційне виснаження або впливати на психічний стан. Також відзначено явище емоційного зараження, коли настрій чи атмосфера в контенті мимоволі передаються користувачу, навіть без його усвідомлення.

Ідеологічний вплив проявлявся у зміні політичних поглядів під впливом контенту, який містить як радикальні, так і пропагандистські наративи. Деякі

респонденти вказували на періоди захоплення крайніми ідеологіями або на довіру до провокативної інформації. Водночас окремі відповіді демонструють і глибший, критичний перегляд позицій під впливом аналітичного або дискусійного контенту, що свідчить про потенціал конструктивного впливу за наявності відповідного рівня медіаграмотності. *Поведінкові впливи* найчастіше проявлялися у сфері споживчих рішень. Респонденти зазначали, що відгуки та рекомендації в соціальних мережах безпосередньо впливали на їхній вибір товарів чи послуг. Окремі учасники висловлювали роздратування з приводу *дезінформації або недостовірних дописів*, однак водночас визнавали значний вплив такого контенту, особливо серед неповнолітніх.

Ці дані вказують, що контент у соцмережах може впливати як прямо - через наслідування або прийняття певної точки зору, - так і опосередковано, через емоції, фільтри сприйняття, мову чи навіть алгоритмічні повторення тем. Хоча частина респондентів не зафіксувала зміни або не впевнена в них, сам факт, що третина молоді відкрито визнає вплив контенту на свої установки, підтверджує, що соціальні мережі є одним із найпотужніших сучасних каналів формування молодіжної ідентичності, поглядів і поведінки. Це також підкреслює актуальність підходів, що поєднують медіа освіти, критичне мислення і психологічну підтримку в роботі з молоддю.

Аналіз відповідей на запитання щодо реакції молоді на контент, що пропагує девіантну поведінку, свідчить про переважання пасивних або стриманих форм взаємодії з таким матеріалом. Найчастішою реакцією стало ігнорування - його обрали найбільше респондентів. Серед інших форм реакції - відписка від джерела, повідомлення адміністрації та обговорення з друзями. Такий розподіл вказує на те, що більшість молоді не розглядає себе як активних учасників інформаційного регулювання в соціальних мережах, а радше як споживачів контенту, які самі для себе визначають прийнятне й неприйнятне. При цьому у відповідях зустрічаються приклади умовної готовності до активних дій, якщо контент має явно шкідливий характер:

«Залежно від того, якого саме роду девіантну поведінку пропагує. Якщо це не шкідливий аспект для людини - ігнорую. Якщо шкідливий - обговорюю з друзями або відправляю скаргу на цей контент» (12).

«Повідомляю адміністрацію стосовно сумнівних дій (шахрайство, заклики до самопошкодження). Пропаганду булінгу - ігнорую» (24).

Ці цитати свідчать, що молодь розрізняє рівень загрози в контенті та схильна обирати реакцію, виходячи з власної оцінки шкоди. Це з одного боку демонструє критичність і здатність до самостійного регулювання, з іншого вказує на відсутність сталих алгоритмів дій або звички звертатися до модераторів/адміністрації платформи. Обговорення з друзями хоч і менш поширена форма, але є важливим свідченням того, що молоді люди можуть не діяти офіційно, але схильні винести проблему на рівень неформального обговорення, що частково знижує ризики індивідуального впливу.

Загалом, відповіді респондентів підтверджують, що молодь швидше «відсікає» небажаний контент самостійно, ніж чинить відкритий опір. Такі реакції вказують на дефіцит проактивності у протидії девіантному контенту, а також на низький рівень довіри до механізмів модерації. Водночас вони демонструють, що власна оцінка шкоди - ключовий чинник, який визначає тип реакції, а не сам факт присутності девіантного змісту.

Окремо варто звернути увагу на питання про *«анонімність як чинник девіантної поведінки»*. Більшість респондентів вважають, що анонімність посилює її прояви. Це свідчить про те, що анонімність в онлайн-просторі сприймається як каталізатор девіацій, адже дозволяє уникнути персональної відповідальності.

Аналіз відповідей на запитання про *«досвід маніпуляцій та негативного впливу в соціальних мережах»* виявив, що понад третина респондентів стикалися з такими ситуаціями особисто або через знайомих. Водночас більшість зазначили, що не мали подібного досвіду. Найпоширенішими серед згаданих прикладів стали випадки фінансового шахрайства. Респонденти описували ситуації, коли шахраї отримували доступ до акаунтів знайомих, виманювали гроші або зловживали довірою користувачів.

Окремі відповіді стосувалися проявів кібербулінгу та хейту. Зокрема, згадувалися маніпуляції з боку інших користувачів, що включали виманювання особистих даних, запити на надсилання приватних фото, а також образи й психологічний тиск. Це свідчить про системний характер негативного впливу соціальних мереж, який може проявлятися як у відкритих формах насильства, так і в менш помітних – через нормалізацію токсичних взаємодій:

«Кібербулінг - один із найпоширеніших таких практик, що ставались із моїми друзями. Також поширеними були маніпуляції - виманювання коштів, запити про надсилання особистих фото» (12).

Крім того, частина респондентів вказувала на вплив ідеалізованого візуального контенту, що викликав емоційний дискомфорт, втому та зниження самооцінки. У деяких випадках це призводило до втрати мотивації та погіршення психологічного стану. Водночас дехто з респондентів відзначав, що з часом навчився фільтрувати контент і не реагувати на нього так гостро.

Описані випадки охоплюють як відкриті форми насильства чи шахрайства, так і приховані впливи, пов'язані з емоційним вигоранням або соціальним порівнянням. Проблема полягає в тому, що далеко не всі молоді люди готові відкрито говорити про такі ситуації або звертатися по допомогу, що створює ризик замовчування та накопичення внутрішнього напруження.

Серед ключових причин, чому молодь може бути схильною до девіантної поведінки в соцмережах, респонденти найчастіше називали: вплив блогерів (22 респонденти), відсутність наслідків (19 респондентів), прагнення до самовираження (19 респондентів), анонімність (16 респондентів), соціальний тиск (14 респондентів). Лише один респондент від себе зазначив абстрактність як чинник. Це вказує на доволі чітке уявлення молоді про тригери девіацій у соціальних мережах.

3.3 Протидія поширенню девіантної поведінки у соціальних мережах

Результати анкетування респондентів свідчать, що молодь добре усвідомлює наявність ризиків у цифровому середовищі, демонструє загальні знання про принципи безпечного користування соцмережами, однак відчуває нестачу системного підходу до формування медіаграмотності. Це створює простір для впровадження ефективної соціальної реклами, орієнтованої не на залякування, а на інформування, активізацію мислення й доступну профілактику.

Щодо оцінки ефективності контролю соцмереж за поширенням девіантного контенту, більшість вважають, що його недостатньо, ще частина обрала варіант «частково». Лише 7 респондентів вважають, що контроль є достатнім.

Серед заходів з протидії поширення девіантної поведінки в інтернеті респонденти назвали: найчастіше - посилення модерації, розвиток критичного мислення, освіта з медіаграмотності, підвищення відповідальності блогерів. Один з респондентів зазначив, що *«тут усе має працювати разом: освіта, модерування, і трохи більше відповідальності з боку самих людей»* (11).

Більшість респондентів зазначили, що знають правила безпечного користування соцмережами. Проте майже третина обрала варіант «частково». На питання про отримання освіти або рекомендацій щодо цифрової безпеки відповіді розділились практично навпіл: 18 осіб отримували освіту або поради, 15 - ні. Це свідчить про недостатню системність у популяризації цифрової грамотності навіть серед активних онлайн-користувачів.

У запитанні про *«Найважливіші поради для безпечного користування соцмережами»* молодь найчастіше обирала такі позиції: уникати спілкування з підозрілими акаунтами, не поширювати особисту інформацію, критично оцінювати контент, використовувати конфіденційні налаштування, обмежувати час у соцмережах. У відкритих відповідях респонденти також висловлювали власні міркування щодо заходів безпеки в соціальних мережах. Зокрема, наголошувалося на важливості використання двофакторної автентифікації, обережності у взаємодії

з незнайомцями, а також уникненні підозрілих посилань, сайтів і неліцензійного програмного забезпечення. Такі поради свідчать про усвідомлення потенційних кіберзагроз і прагнення захистити як особисту інформацію, так і технічні пристрої, однак багато знань є фрагментарними або засвоєні на рівні інтуїції.

Переважає більшість респондентів (25) вважають, що державні служби та самі соцмережі повинні впроваджувати більше заходів захисту молоді від небезпечного контенту. Ще 20 опитаних також підтримують ідею жорсткішого модераторського контролю. Це означає, що молодь не покладається лише на себе в цифровому середовищі, а очікує зовнішньої підтримки, зокрема через освітні або регуляторні ініціативи:

«Створення державою освітніх програм щодо безпечного та усвідомленого користування соціальними мережами та загалом мережою інтернет для молоді шкільного віку, студентів вищих навчальних закладів, а також для людей похилого віку, які за бажанням також могли б скористатися такою можливістю. Впровадження до соціальних мереж освітній контент в якому б розповідалося як можна вберегти себе від тих чи інших загроз в мережі інтернет» (21).

«Створення напрямку у форматі розповсюдження інформації як у офлайн так і онлайн форматі через державний аккаунт та державні ініціативи, залучення за допомогою плюшок для молоді, також додаткове розповсюдження інформації в школі та університетах, можна навіть починати з дитсадка мінімально» (26).

Найпоширенішими формами самозахисту стали: уникання підозрілого контенту, блокування агресивних користувачів, використання приватних налаштувань, повідомлення про небезпечний контент. Ці дані свідчать, що молодь швидше обирає механізми дистанціювання та обмеження, ніж активного впливу. Це підтверджує попередні результати: пасивна стратегія залишається домінантною, особливо за відсутності чітких вказівок, як діяти і куди звертатися.

Незважаючи на високий рівень тривожності щодо фейків (див. підрозділ 3.2), лише 6 респондентів заявили, що завжди перевіряють інформацію, 18 що роблять це іноді, а 9 - рідко. Це вказує на розрив між усвідомленням проблеми

та регулярною практикою самоперевірки. Респонденти також вказали, що пам'ятка для молоді про безпечне користування соцмережами повинна містити перш за все інформацію про те, як захистити особисті дані, далі як розпізнати небезпечний контент, як уникати дезінформації, як перевіряти достовірність інформації, як протидіяти кібербулінгу, до кого звертатися у разі загроз. Цей перелік показує, що молоді потрібна структурована, проста та прикладна інформація, яка відповідає реальним загрозам їхнього користувацького досвіду. Найбільш популярними місцями розміщення такої інформації респонденти називали:

- Соціальні мережі - TikTok, Instagram, YouTube, офіційні акаунти
- Школи та університети - на стендах, у чатах, у програмі уроків
- Етап реєстрації в соцмережах - як вбудований безпековий екран або розділ
- Банери, сторіс, пости, реклама - з таргетингом на молодь
- Окремий предмет чи модуль у навчальній програмі - з інтерактивним підходом

Відповіді респондентів відображають потребу не лише у змісті, а й у форматі подачі:

«Щодо рекомендацій то тут все важко, бо інтернет це свобода, там люди відчують себе зовсім іншими і коли почати щось забороняти правилами, то не думаю, що це спрацює, на мені б точно не спрацювало. Я б рекомендував якусь навчальну гру, в якій без примуса можна було б підтягнути медіаобізнаність. Також було б добре привити звичку завжди аналізувати інформацію чи може таке бути чи ні, інімальне критичне мислення. Бо коли кажуть що можна заробити мільйон за день, то тут є питання...» (20).

Також респонденти звертали увагу на потребу інтеграції теми медіаграмотності в освітній процес, зокрема через шкільні предмети (наприклад, інформатику) та залучення батьків до обговорення онлайн-небезпек. Окремо підкреслювався вплив блогерів на підліткову аудиторію - респонденти вбачають доцільність у популяризації позитивних моделей поведінки через медійних осіб.

Серед інших ідей - створення офіційних акаунтів у соцмережах з цікавим і професійно створеним контентом, використання візуальної комунікації

(наприклад, банерів у публічному просторі), а також систематичне розміщення в соцмережах коротких пам'яток із правилами онлайн-безпеки. Усі ці пропозиції вказують на потребу у сучасних, адаптованих до молодіжної аудиторії підходах до профілактики ризикованої поведінки в мережі:

«У мене в районі (Львів) діє безкоштовна школа журналістики для підлітків, це класна ініціатива для молоді навчитися медіаграмотності...» (30).

На основі відповідей респондентів у Блоці 4 анкети (див. додаток А) були виявлені ключові проблеми, запити та поведінкові моделі молоді, пов'язані з ризиками у використанні соціальних мереж. У відповідь на ці запити, в межах ініціативи з підвищення рівня медіаграмотності молоді було розроблено профілактичне відео (додаток Б). Його мета - запобігти девіантній поведінці шляхом формування навичок безпечної та усвідомленої взаємодії з контентом у соціальних мережах. Завдання відео у простій і близькій до молоді формі донести базові правила цифрової безпеки.

Саме потреби, описані респондентами, лягли в основу обраної структури, формату та меседжів. Молодь наголошувала, що прямі заборони є неефективними, тож відео побудоване у формі інформативного, проте динамічного й візуально привабливого контенту, адаптованого до сучасних форматів подачі інформації.

Стратегію поширення побудовано з урахуванням звичних каналів комунікації молоді - відео було адаптоване до форматів Instagram, TikTok та інших соціальних мереж та поширене в соціальних мережах НаУКМА. Станом на 31.05.2025 ролик зібрав понад 1300 переглядів і отримав понад 70 реакцій. Активність під публікацією свідчить, що візуальний формат і обрана стратегія поширення ефективно резонують з молодіжною аудиторією та мають потенціал для подальшого використання в профілактичній роботі.

ВИСНОВКИ

У межах дослідження вивчалися проблеми девіантної поведінки молоді у соціальних мережах. Отримані результати дозволили не лише з'ясувати особливості впливу соціальних мереж на моделі поведінки серед молоді, а й сформулювати сучасні підходи до профілактики ризикованої поведінки. Основні висновки представлені відповідно до поставлених завдань:

1. Теоретичний аналіз літератури показав, що соціальні мережі є потужним середовищем соціалізації, де відсутні традиційні обмеження та механізми контролю, що створює сприятливі умови для поширення девіантної поведінки від нормалізації агресії та самопошкодження до участі у небезпечних онлайн-спільнотах і челенджах. Конкретизовано поняття девіантної поведінки у соціальних мережах, яке охоплює як відкриті, так і латентні форми порушення соціальних норм (кібербулінг, самопрезентацію через шкідливі тренди, поширення фейків та залучення до маргіналізованих онлайн-груп). Означено, що особливу роль у цьому процесі відіграють алгоритми персоналізації контенту, які здатні підсилювати взаємодію з ризикованим або токсичним контентом, а також вплив інфлюенсерів, які в процесі комерціалізації свого образу часто поширюють викривлені ідеали.

2. Дослідження особливостей користування соціальними мережами молоддю віком 14–25 років засвідчило, що більшість респондентів проводять значну частину часу онлайн, використовують кілька платформ одночасно та активно взаємодіють з візуальним контентом. Стверджується, що у соцмережах молодь шукає емоційної підтримки, самовираження, визнання та розваг, однак через постійне порівняння себе з іншими, залежність від схвалення, високий темп споживання контенту та перепади емоцій може мати місце розчарування життям, емоційне вигорання, занижена самооцінки та схильність до проявів девіантної поведінки.

3. Визначено, що роль соціальних мереж з поширення девіантної поведінки проявляється в їх здатності не лише віддзеркалювати, а й формувати нові соціальні

норми. Виявлено, що молодь часто стикається з контентом, який заохочує до самоушкоджень, токсичних тілесних ідеалів, агресії або участі в небезпечних флешмобах. Вказано, що ці форми девіації активно поширюються у соціальних мережах та маскуються під звичний контент. Показано, що девіантна поведінка часто подається як спосіб самовираження, що, на думку респондентів, є однією з ключових причин її поширеності серед молоді.

4. Доведено, що протидію девіантної поведінки необхідно здійснювати мовою, якою спілкується сама молодь через візуальний, швидкий та емоційний контент. Зазначено, що необхідно аби інформація не була формальною, а поширювалася через співпрацю з відомими блогерами та відповідала політикам молодіжних платформ. Стверджується, що важливим є процес впровадження елементів критичного мислення в освітній процес та підтримка молодіжних ініціатив з цифрової медіаграмотності.

З метою впровадження цифрової медіаграмотності як одного із важливих засобів з протидії девіантної поведінки в межах кваліфікаційної роботи було розроблено відеоролик «5 речей, які збережуть твою особисту безпеку в соціальних мережах». Це коротке, адаптоване до TikTok/Instagram відео, яке було створене на основі відповідей респондентів та поширене в соціальних мережах НаУКМА. Станом на 31.05.2025 ролик зібрав понад 1300 переглядів і отримав понад 70 реакцій, тобто обрана стратегія поширення дійсно має необхідний потенціал для подальшого використання в профілактичній роботі.

Можна стверджувати, що соціальні мережі виступають не лише середовищем, де можливе поширення девіантної поведінки, але й платформою, яка може посилювати ризики або навпаки - їх зменшувати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андросович, К. А., & Ткаченко, Л. І. (2018). Профілактика деструктивної соціалізації обдарованих старшокласників в Інтернет-середовищі.
2. Аршава, І., & Баратинська, А. (2024). СПЕЦИФІКА ВИНИКНЕННЯ «СИНДРОМУ ВТРАЧЕНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ» У ПРЕДСТАВНИКІВ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ. *Collection of scientific papers «SCIENTIA»*, (February 23 2024; Amsterdam, Netherlands), 280-281.
3. Балакірева, О. М., Бондар, Т. В., Даниленко, Г. М., Левін, Р. Я., Нгуєн, Н. М. К., Павлова, Д. М., & Шевченко, С. Л. (2019). Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків та молоді: за результатами соціологічного дослідження в межах міжнародного проекту «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді»: моногр. К.: Поліграфічний центр «Фоліант».
4. Бартків, О. С. (2014). Соціально-педагогічна профілактика Інтернет-адикції у студентської молоді.
5. Гречановська, О. В., Мегем, О. М., & Потапюк, Л. М. (2023). Вплив соціальних мереж на психологічний стан та самооцінку української молоді. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Психологія*, 34(4), 60–66. <https://doi.org/10.32782/2709-3093/2023.4/11>
6. Громадянська мережа ОПОРА. (2023, 10 липня). Медіаспоживання українців: другий рік повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. https://www.oporaua.org/polit_ad/mediaspozivannia-ukrayintsiv-drugii-rik-povnomasshtabnoyi-viini-24796
7. Закон України "Про основні засади молодіжної політики" (2021)
8. Йовбак, М. І. (2020). Характеристика інтернет-залежностей студентської молоді та її вплив на якість життя та рівень навчання. *Економіка і право охорони здоров'я*, 39.
9. Кікалішвілі, М. В. (2011). Девіантна поведінка: поняття та ознаки. *Вісник Академії адвокатури України*, (3), 109-122.

10. Ла Страда – Україна. (2025). *Аналітичний звіт щодо торгівлі людьми з метою сексуальної експлуатації в Україні*. https://la-strada.org.ua/wp-content/uploads/2025/04/lastrada_analituchnui-zvit_binder_.pdf
11. Нова українська школа. (2024, 14 лютого). *В Україні виявили новий вид кібербулінгу*. <https://nus.org.ua/2024/02/14/v-ukrayini-vyyavyly-novyj-vyd-kiberbulingu/>
12. Пиголенко, І. В. (2022). Роль блогерства у формуванні інформаційного простору в сучасному українському соціумі.
13. Прігунов, О. В., & Станіславенко, А. В. (2024). Вплив лідерів думок медіапростору на світогляд та мовну культуру українського суспільства. *Теоретичні і прикладні аспекти інформаційної, бібліотечної та архівної справи*, 68-79.
14. Савельєва, Н. М. (2020). Соціальна профілактика девіантної поведінки: навчальний контент в оновленому форматі.
15. Саморукова, О. (2020). Деструктивна поведінка в соціальних мережах як інструмент інформаційної війни. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені ВІ Вернадського*, (58), 82-92.
16. Shatri, S., & Thaçi, B. (2024). Дослідження впливу соціальних мереж на прояв агресії у підлітків. *Insight: the psychological dimensions of society*, (12), 250-267.
17. Солод, Є. Є. (2024). Прояви девіантної поведінки в міжособистісних відносинах в онлайн-середовищі підлітків.
18. Центр громадського здоров'я МОЗ України. (2021, 31 серпня). *Віртуальний світ та підлітки: що показують дослідження?* <https://phc.org.ua/news/virtualniy-svit-ta-pidlitki-scho-pokazuyut-doslidzhennya>
19. BBC News Україна. (2019, 4 серпня). *Масове вбивство у Техасі: що відомо про стрілка*. <https://www.bbc.com/ukrainian/news-49225482>
20. LB.ua. (2020, жовтень 9). *Кожен п'ятий підліток визнавав себе жертвою онлайн-знущань, — дослідження про*

кібербулінг. https://lb.ua/society/2020/10/09/467767_kozhen_pyatyy_pidlitok_vi_znavav.html

21. Abidin, C. (2018). **Internet celebrity: Understanding fame online**. Emerald Publishing.
22. Bauman, S., & Rivers, I. (2015). *Mental health in the digital age*(pp. 7-25). New York, NY: Palgrave Macmillan.
23. BBC News. (2021, May 11). *Teenage girls selling explicit images on OnlyFans despite age rules*.
<https://www.bbc.com/news/articles/cw0vnedkvwlo>
24. Brito-Montes J., Canto-Lugo E., Huerta-Quintanilla R. Modularity, balance, and frustration in student social networks: The role of negative relationships in communities. PLoS One. 2022. Vol. 17. e0278647.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0278647>
25. Cacioppo J.T. & Hughes M.E., others (2006) Loneliness as a specific risk factor for depressive symptoms: cross
26. Finkelhor D., Walsh K., Jones L., Mitchell K., Collier A. Youth internet safety education: Aligning programs with the evidence base. Trauma, Violence, & Abuse. 2020. Vol. 22(5). P. 1233–1247. <https://doi.org/10.1177/1524838020916257>
27. Kennedy K. Positive and negative effects of social media on adolescent well-being [Master's thesis, Minnesota State University]. Cornerstone. 2019.
<https://cornerstone.lib.mnsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1923&context=etds>
28. Kennedy, J. (2019). *Digital media, sharing and everyday life*. Routledge.
29. Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2007). *Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide*. New Media & Society, 9(4), 671–696.
30. Murphy, E., Olson, M. & Miller-Regan, N. (2018). *Semi-annual taking stock with teens survey*. Retrieved from
http://www.piperjaffray.com/private/pdf/2018_Fall_TSWT_Spring_Infographic_LARGE.pdf

31. Nesi, J. (2020). The impact of social media on youth mental health: challenges and opportunities. *North Carolina medical journal*, 81(2), 116-121.
32. O'Keeffe G. S., Clarke-Pearson K., Council on Communications and Media. The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*. 2020. Vol. 127(4). P. 800–804. <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>
33. Primi C., Fioravanti G., Casale S., Donati M. A. Measuring problematic Facebook use among adolescents and young adults with the Bergen Facebook Addiction Scale: A psychometric analysis by applying item response theory. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2021. Vol. 18(6). P. 2979. <https://doi.org/10.3390/ijerph18062979>
34. Przybylski A.K & Murayama K., others (2013) Motivational, emotional and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, (29), 1841-1848.
35. Schick A., Cierpka M. Risk factors and prevention of aggressive behavior in children and adolescents. *Journal for Educational Research Online*. 2016. Vol. 8(1). P. 90–109. <https://doi.org/10.25656/01:12034>
 – sectional and longitudinal analyses. *Psychol. Aging*, (21), 140-151.
36. Sedykh K., Myshko N. Psychological consequences of bullying. *Psychology and Personality*. 2022. Vol. 22(2). P. 186–198. <https://doi.org/10.33989/2226-4078.2022.2.265497>
37. UNESCO (2020). Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines.
<https://www.unesco.org/en/media-information-literacy/policy-strategy>
38. UNESCO. (2017). *Working Group on Education: Digital skills for life and work*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259013>
39. United Nations Office on Drugs and Crime. (2021). *Global report on trafficking in persons* 2020. https://www.unodc.org/documents/data-and-analysis/tip/2021/GLOTiP_2020_15jan_web.pdf

ДОДАТКИ

Додаток А

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОШИРЕННІ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ

Вітання!

Мене звати Софія, я студентка 4-го курсу Національного університету «Києво-Могилянська академія» за спеціальністю «Соціальна робота». В рамках підготовки бакалаврської роботи ми проводимо дослідження на тему «Роль соціальних мереж у поширенні девіантної поведінки молоді».

Мета дослідження - визначити роль соціальних мереж у поширенні девіантної поведінки серед молоді та окреслити основні фактори ризику, які сприяють цьому процесу.

Також, перед початком проходження анкети, наводжу операціоналізацію поняття «девіантна поведінка» для вашого загального розуміння цього терміну:

Девіантна поведінка – це поведінка, яка відхиляється від прийнятих у суспільстві норм та правил.

Прохання заповнити анкету, яка дозволить мені зібрати важливу інформацію щодо вашого досвіду використання соціальних мереж. Анкета є анонімною, і всі дані будуть використані виключно для наукового аналізу. Орієнтовний час заповнення анкети 30-40 хв.

Участь є добровільною, і ви можете відмовитись від заповнення анкети в будь-який момент. Якщо ви надаєте згоду взяти участь у дослідженні, прошу відповісти на наступні питання.

Дякую за вашу допомогу!

БЛОК 1: Соціально-демографічні характеристики

1.1. Яка ваша стать? * *Виберіть лише один варіант.*

- Чоловіча
- Жіноча
- Інше:

1.2. Який ваш вік? *

1.3. Ваш соціальний статус * *Виберіть лише один варіант.*

- Учень
- Студент
- Безробітний
- Працюючий
- Інше:

БЛОК 2: Досвід використання соціальних мереж

2.1. Скільки часу ви проводите в соціальних мережах на добу? * *Виберіть лише один варіант.*

- Менше години
- 1-2 години
- 3-5 годин
- 6-10 годин
- Більше 10 годин
- Майже цілодобово

2.2. Які соціальні мережі ви найчастіше використовуєте? * *Виберіть усе, що підходить.*

- Instagram
- Facebook
- TikTok
- Twitter
- Telegram
- YouTube
- Snapchat
- LinkedIn
- Інше:

2.3. Який контент у соціальних мережах вам найбільше цікавий? * *Виберіть усе, що підходить.*

- Новини
- Розваги
- Спілкування
- Освітній контент
- Політика
- Здоровий спосіб життя
- Геймінг
- Блогерський контент
- Інше:

2.4. Чи брали ви коли-небудь участь у будь-яких онлайн-челенджах або соціальних акціях у соцмережах? *Якщо так, то розкажіть детальніше... *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Інше:

2.5. Чи зустрічалась вам в соцмережах інформація/відео/дописи провокативного характеру, спонукаючи до девіантної поведінки? *Якщо так, напишіть детальніше про що саме йшлося *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Важко сказати
- Інше:

2.6. Чи були випадки негативного впливу на вас з боку людей в соцмережах, які намагалися змінити вашу думку або поведінку? *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Важко сказати

Блок 3: Роль соціальних мереж у поширенні девіантної поведінки

3.1. Чи стикалися ви з контентом, який можна вважати девіантним (насильство, хейтерство, кібербулінг, пропаганда залежностей тощо)? *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Важко сказати
- Не звертаю на це увагу
- Мені байдуже

3.2. Як часто ви помічаєте такий контент у соціальних мережах? * *Виберіть лише один варіант.*

- Майже ніколи
- Іноді

- Часто
- Постійно

3.3. Як ви вважаєте, чи може контент у соціальних мережах сприяти формуванню ВАШОЇ девіантної поведінки? *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Не знаю

3.4. Які види девіантної поведінки, на вашу думку, найчастіше поширюються через соціальні мережі? *Виберіть усе, що підходить.*

- Кібербулінг
- Мова ворожнечі
- Поширення фейків
- Самоушкодження
- Розповсюдження наркотиків
- Хейт-спіч (мову ненависті)
- Онлайн-шахрайство
- Сексуалізація підлітків
- Радикалізація
- Участь у небезпечних онлайн-челенджах
- Фінансові шахрайства
- Заклики до насильства
- Соціальна ізоляція
- Виманювання особистих даних
- Психологічне маніпулювання

Інше:

3.5. Чи знаєте ви випадки, коли соцмережі впливали на поведінку молоді, схилиючи до девіантних вчинків, НАПРИКЛАД, З ЧИСЛА ВАШИХ ДРУЗІВ ЧИ ЗНАЙОМИХ? *Якщо ТАК, ТО наведіть приклади *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Мені про це ніхто не розповідав, але думаю, що можливо такі випадки були
- Інше:

3.6. Чи змінювалися ваші погляди або поведінка під впливом контенту в соціальних мережах? *Якщо ТАК, у чому це проявилось? *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Частково
- Не знаю
- Інше:

3.7. Як ви реагуєте на контент, що пропагує девіантну поведінку? * *Виберіть лише один варіант.*

- Ігнорую
- Повідомляю адміністрацію
- Обговорюю з друзями
- Відписуюся від джерела
- Інше:

3.8. Чи впливає анонімність у соціальних мережах на збільшення проявів девіантної поведінки? *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Частково
- Важко сказати

3.9. Чи доводилося вам або вашим знайомим ставати жертвою маніпуляцій або негативного впливу в соцмережах? *Якщо ТАК, опишіть цей досвід *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Інше:

3.10. Як ви вважаєте, чому молодь може бути схильною до девіантної поведінки через соцмережі? *Виберіть усе, що підходить.*

- Вплив блогерів
- Соціальний тиск
- Анонімність
- Відсутність наслідків
- Прагнення самовираження
- Інше:

3.11. Чи вважаєте ви, що соцмережі достатньо контролюють поширення девіантного контенту? *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Частково

3.12. Що, на вашу думку, може допомогти зменшити поширення девіантної поведінки через соцмережі? *Виберіть лише один варіант.*

- Посилення модерації контенту
- Підвищення відповідальності блогерів
- Освіта з медіаграмотності
- Розвиток критичного мислення
- Інше:

Блок 4: Медіаграмотність і профілактика ризиків у соціальних мережах

4.1. Чи знаєте ви правила безпечного користування соціальними мережами? *

Виберіть лише один варіант.

- Так
- Частково
- Ні

4.2. Чи отримували ви будь-яку освіту чи рекомендації щодо безпечного користування соцмережами? *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні

4.3. Які з наведених порад ви вважаєте найважливішими для безпечного користування соцмережами? *Виберіть усе, що підходить.*

- Не поширювати особисту інформацію
- Критично оцінювати контент
- Обмежувати час у соцмережах
- Використовувати конфіденційні налаштування
- Уникати спілкування з підозрілими акаунтами
- Інше:

4.4. Чи вважаєте ви, що відповідні державні служби або соцмережі повинні впроваджувати більше заходів для захисту молоді від девіантного контенту?

Виберіть лише один варіант.

- Так
- Ні
- Не знаю

4.5. Чи знаєте ви, як розпізнати маніпулятивний або небезпечний контент у соцмережах? *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Частково

4.6. Які методи самозахисту ви використовуєте під час перегляду контенту в соціальних мережах? *Виберіть усе, що підходить.*

- Уникаю підозрілого контенту
- Блокую агресивних користувачів
- Використовую приватні налаштування
- Повідомляю про небезпечний контент
- Інше:

4.7. Як часто ви перевіряєте інформацію, яку бачите в соцмережах? * *Виберіть лише один варіант.*

- Завжди
- Рідко
- Іноді
- Ніколи

4.8. Чи вважаєте ви, що соцмережі повинні мати жорсткіші правила щодо контенту *Виберіть лише один варіант.*

- Так
- Ні
- Не знаю

4.9. Яку інформацію, на вашу думку, важливо включити в пам'ятку для молоді про безпечне використання соцмереж? *Виберіть усе, що підходить.*

- Як розпізнати небезпечний контент
- Як протидіяти кібербулінгу
- Як захистити особисті дані
- Як уникати дезінформації
- До кого звертатися у разі загроз
- Як перевіряти достовірність контенту

Інше:

4.10 Де саме можна розмістити таку пам'ятку? *

4.11. Які ваші пропозиції щодо підвищення рівня медіаграмотності серед молоді?

*

Додаток Б

ПРОФІЛАКТИЧНЕ ВІДЕО ПРО БЕЗПЕЧНЕ КОРИСТУВАННЯ СОЦІАЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ

1. Google папка з відео «5 речей, які зберезуть твою особисту безпеку в соціальних мережах» https://drive.google.com/drive/folders/1GaPOFK-Bsn1O5Z67zRi4iPi40mu2uSEZ?usp=share_link
2. Публікація відео «5 речей, які зберезуть твою особисту безпеку в соціальних мережах» на TikTok сторінці Центру САПС – <https://vm.tiktok.com/ZMSr8aWw2/>
3. Публікація відео «5 речей, які зберезуть твою особисту безпеку в соціальних мережах» на Instagram сторінці Центру САПС – <https://www.instagram.com/reel/DKJwnbyIYzK/?igsh=MWFrcXU2cjd0MmgxdQ==>

