МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Виконала: студентка ІІ курсу, групи 8.0534-з-1-дн
спеціальності: 053 Психологія
освітньої програми: 053 Психологія
Мисенко Софія Володимирівна
Керівник: к.пед.наук, викладач кафедри психології Остапенко Л.В.
Рецензент: к. психол. наук, доцент кафедри психології Грандт В. В.

Запоріжжя – 2026

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки та психології
Кафедра психології
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 053 Психологія
Освітня програма 053 Психологія

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____

к.психол.н., доцент. Н.О. Губа

«____»_____2026 р.

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Мисенко Софії Володимирівні

1. Тема роботи Вплив соціальних мереж на формування ідентичності молоді в умовах війни

керівник роботи Остапенко Л.В., викладач кафедри психології

затверджені наказом ЗНУ від «02» 10 2025 року № 1393-с

2. Строк подання студентом роботи _____

3. Вихідні дані до роботи аналіз психолого-педагогічної літератури.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: Проаналізувати теоретичні аспекти впливу соціальних мереж на формування ідентичності молоді в умовах війни; Емпірично дослідити вплив соціальних мереж на ідентичність молоді в умовах війни; Визначити напрями психологічного впливу соціальних мереж на взаємодію молоді із соціальним середовищем в умовах війни; Розробити практичні рекомендації щодо оптимізації використання соціальних мереж у процесі формування ідентичності молоді в умовах війни.

Перелік графічного матеріалу: 6 таблиць, 4 рисунка.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання Видав	Завдання прийняв
Вступ	Остапенко Л.В., викладач		
Розділ 1	Остапенко Л.В., викладач		
Розділ 2	Остапенко Л.В., викладач		
Розділ 3	Остапенко Л.В., викладач		
Висновки	Остапенко Л.В., викладач		

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	січень –лютий 2025 р.	Виконано
2	Робота над вступом	березень 2025 р.	Виконано
3	Робота над першим розділом	квітень-травень 2025 р.	Виконано
4	Робота над другим розділом	липень-червень 2025 р.	Виконано
5	Робота над третім розділом	серпень- вересень 2025 р.	Виконано
6	Написання висновків	жовтень-листопад 2025 р.	Виконано
7	Передзахист	грудень 2025 р.	Виконано
8	Нормоконтроль	січень 2025 р.	Виконано

Студент _____ С. В. Мисенко

Керівник роботи _____ Л. В. Остапенко

Нормоконтроль пройдено
Нормоконтролер _____ Г. В. Коваль

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 61 сторінка, 6 таблиць, 4 рисунки, 41 джерело, 3 додатки.

Об’єкт дослідження – формування ідентичності молоді в умовах війни.

Предмет дослідження – соціальні мережі як чинник впливу на психосоціальне конструювання ідентичності молоді.

Мета дослідження – вивчити вплив соціальних мереж на формування ідентичності української молоді в умовах війни та визначити позитивні й негативні аспекти цього впливу.

Гіпотеза дослідження полягає у припущенні, що формування ідентичності молоді в умовах війни знаходиться під значним впливом соціальних мереж, причому активне, усвідомлене використання цих платформ сприяє розвитку стійкої, соціально адаптованої ідентичності, а надмірна чи дезінформативна взаємодія може призводити до психологічної дестабілізації та фрустрації самосприйняття.

Методи дослідження: теоретичний аналіз наукової літератури з психології, соціології та медіадосліджень; опитування й анкетування молоді; кількісний та якісний аналіз отриманих результатів.

Наукова новизна полягає у комплексному дослідженні впливу соціальних мереж на процес формування ідентичності молоді в умовах війни, визначенні ключових механізмів цього впливу та взаємозв’язку між цифровою активністю і психологічною стійкістю.

Галузь використання: сфері освіти, молодіжної політики, психологічного консультування, соціальної роботи, інформаційної безпеки, а також у програмах підтримки ментального здоров’я молоді в умовах війни.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ІДЕНТИЧНІСТЬ, МОЛОДЬ, ВІЙНА, ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР, ПСИХОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ, САМООІДЕНТИФІКАЦІЯ.

SUMMARY

Mysenko S.V. The Influence of Social Networks on the Formation of the Identity of Young People in Conditions of War.

The qualifying work consists of Introduction, 3 Chapters, Conclusions, References (41 items, 4 of foreign origin), and 3 Appendices on 3 pages. The total volume of the master's thesis is 61 pages, 6 tables, and 4 figures.

The qualifying work presents a theoretical overview and empirical study of the influence of social networks on the formation of youth identity in the context of war. The thesis consists of three chapters, each focusing on different aspects of the social, psychological, and communicative processes related to identity formation among young people.

The research object: the formation of youth identity in wartime conditions. The research subject: social networks as a factor influencing the psychosocial construction of youth identity. The research goal: to study the influence of social networks on the formation of Ukrainian youth identity during the war and to determine the positive and negative aspects of this influence.

The research tasks are:

– to define the essence, structure, and types of identity in scientific discourse;

– to analyze the role of social networks in the life of youth and their influence on identity formation during wartime;

– to determine the key components and stages of youth identity development in the digital environment;

– to conduct an empirical study of the influence of social media on Ukrainian youth during the war;

– to develop recommendations for minimizing the negative impact of social media and for enhancing youth civic and social initiatives.

Chapter 1 «Theoretical aspects of the influence of social networks on youth identity formation in wartime» presents an analysis of theoretical concepts of

identity and outlines the communicative role of social networks in shaping youth self-perception under conditions of social instability.

Chapter 2 «Empirical research on the influence of social networks on youth identity during the war» describes the organization, methods, and procedures of empirical investigation, including the use of diagnostic tools such as “Who Am I?” (Kuhn & McPartland), SMUIS, and CD-RISC-10. The obtained results reveal the correlation between social media engagement and psychological resilience among young people.

Chapter 3 «Social media as a factor in the psychological construction of youth identity in wartime» provides practical recommendations for reducing negative online influences and strengthening youth identity through the use of digital platforms for communication, education, and civic activity.

The study proves that conscious and critical interaction with social media can promote psychological resilience, social cohesion, and a stable national identity among youth, even under the stress of wartime conditions.

Field of application: the results can be used in educational and youth policy programs, psychological counseling, social work, and media literacy initiatives aimed at supporting youth resilience and identity development in wartime.

Key words: social media, identity, youth, war, information space, psychological resilience, self-identificatio.

ЗМІСТ

ВСТУП 8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ 12
1.1. Поняття ідентичності у науковому дискурсі: сутність, структура, типи 12
1.2. Соціальні мережі, як один із різновидів комунікативного впливу 18
1.3. Класифікація основних компонентів молодіжної ідентичності 23
1.4. Етапи формування молодіжної ідентичності в соціальних мережах в умовах війни 26
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ІДЕНТИЧНІСТЬ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ 32
2.1. Організація та методи дослідження впливу соціальних мереж на ідентичність української молоді в умовах війни 32
2.2. Аналіз результатів дослідження впливу соціальних мермеж на ідентичність української молоді в умовах війни 39
РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПСИХОЛОГІЧНЕ КОНСТРУЮВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ 49
3.1 Напрями та рівні впливу соціальних мереж на взаємодію між молоддю і соціумом 49 49
3.2 Перспективи використання потенціалу соціальних мереж у розвитку молодіжних ініціатив 52 53
3.3 Рекомендації з мінімізації негативного впливу соціальних мереж на формування ідентичності молоді в умовах війни 57
ВИСНОВКИ 60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 62
ДОДАТКИ 67

ВСТУП

Актуальність. У сучасному суспільстві соціальні мережі відіграють ключову роль у житті молоді, виконуючи функції комунікації, навчання, дозвілля та самовираження. Особливу актуальність ця проблема набуває в умовах війни, коли молодь стикається з новими викликами, пов’язаними з соціальною та психологічною адаптацією, інформаційним навантаженням і пошуком власного місця у суспільстві.

Формування ідентичності молоді в умовах війни є складним і багатогранним процесом, оскільки він поєднує внутрішнє самоусвідомлення та зовнішню соціальну взаємодію. Соціальні мережі в цьому контексті виступають як інструмент, який одночасно підтримує самовираження, надає інформаційну підтримку і створює ризики психологічного впливу та дезінформації. Актуальність дослідження обумовлена потребою глибшого аналізу механізмів впливу соціальних мереж на процес формування молодіжної ідентичності та виявлення факторів, що сприяють її стійкості або дестабілізації в умовах воєнних дій.

В умовах війни соціальні мережі стають одним із головних джерел інформації для молоді, що значно впливає на формування її світогляду, ціннісних орієнтацій та громадянської позиції. Вони забезпечують швидкий доступ до новин, сприяють мобілізації суспільства, поширенню волонтерських ініціатив і формуванню почуття солідарності. Водночас надмірне інформаційне навантаження, постійна присутність травматичного контенту та емоційно насичених повідомлень можуть спричиняти тривожність, емоційне виснаження й дезорієнтацію молоді.

Важливим елементом актуальності є також трансформація ідентичності молоді під впливом воєнних подій. Соціальні мережі виступають простором конструювання національної, громадянської та особистісної ідентичності, де поєднуються індивідуальні переживання та колективний досвід. Через цифрову комунікацію молоді люди формують уявлення про себе, власну роль у суспільстві, ставлення до держави, культури та майбутнього країни.

Окремої уваги потребує проблема дезінформації та інформаційно-психологічного впливу, які особливо загострюються в умовах гібридної війни. Молодь, як активний користувач соціальних мереж, є вразливою до маніпулятивних повідомлень, що може негативно впливати на процес формування ідентичності, викликати внутрішні суперечності та зниження рівня соціальної стійкості.

Таким чином, дослідження впливу соціальних мереж на формування ідентичності молоді в умовах війни є надзвичайно актуальним, оскільки дозволяє виявити як ресурси підтримки психологічної стійкості та національної самоідентифікації, так і потенційні ризики для особистісного розвитку молоді. Отримані результати можуть бути використані у сфері освіти, соціальної роботи та психологічного супроводу молоді в умовах воєнного та післявоєнного періоду.

У наукових дослідженнях проблема впливу соціальних мереж на формування ідентичності молоді розглядається з позицій психології, соціології та педагогіки. Так, у працях О. Запорожченка, Ю. Коляди, Л. Орбан-Лембрик соціальні мережі визначаються як важливий чинник соціалізації в умовах інформаційного суспільства, що впливає на процеси самоідентифікації, формування ціннісних орієнтацій та образу «Я».

Психологічні особливості використання соціальних мереж висвітлюються у роботах Г. Васьковської, А. Примаченко, О. Романенкової, де акцент зроблено на їх впливі на самооцінку, психоемоційний стан та ризики розвитку залежної поведінки у підлітків і молоді. Зарубіжні дослідження (C. Andreassen та ін.) доповнюють ці висновки, наголошуючи на проблемі соціальної медіа-залежності.

Питання національної та громадянської ідентичності молоді в умовах війни розкриваються у працях В. Бескоровайного, Бойка, К. Журби, які підкреслюють роль соціальних мереж у формуванні національної свідомості, стійкості та консолідації молоді в кризових умовах. Водночас науковці зазначають потребу подальших комплексних досліджень впливу цифрового середовища на формування ідентичності молоді саме в умовах воєнних дій.

Об’єкт дослідження – формування ідентичності молоді в умовах війни.

Предмет дослідження – психологічні особливості впливу соціальних мереж як чинник впливу на структуру ідентичності молоді в умовах війни.

Мета – дослідити вплив соціальних мереж на формування ідентичності молоді в умовах війни.

Гіпотеза дослідження – формування ідентичності молоді в умовах війни знаходиться під значним впливом соціальних мереж, причому активне, усвідомлене використання цих платформ сприяє розвитку стійкої, соціально адаптованої ідентичності, а надмірна чи дезінформативна взаємодія може призводити до психологічної дестабілізації та фрустрації самосприйняття.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати теоретичні аспекти впливу соціальних мереж на формування ідентичності молоді в умовах війни.
2. Емпірично дослідити вплив соціальних мереж на ідентичність молоді в умовах війни.
3. Визначити напрями психологічного впливу соціальних мереж на взаємодію молоді із соціальним середовищем в умовах війни.
4. Розробити практичні рекомендації щодо оптимізації використання соціальних мереж у процесі формування ідентичності молоді в умовах війни.

Методи дослідження:

1. теоретичний аналіз наукової літератури з психології, соціології та медіадосліджень;
2. анкетування молоді;
3. кількісний і якісний аналіз отриманих даних.

Наукова новизна полягає у комплексному дослідженні впливу соціальних мереж на процес формування ідентичності молоді в умовах війни, визначенні ключових механізмів цього впливу та взаємозв’язку між цифровою активністю та психологічною стійкістю.

Практичне значення – результати дослідження можуть бути використані для розробки програм психологічної підтримки молоді, освітніх та громадських ініціатив, спрямованих на розвиток соціальної адаптації та стійкої ідентичності.

Надійність результатів забезпечується використанням валідних методик, комплексним поєднанням кількісного та якісного аналізу та логічною відповідністю між метою, завданнями, гіпотезою та методами дослідження.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні положення та результати емпіричного аналізу були представлені на науково-практичних конференціях з психології, присвячених проблемам розвитку особистості в кризових соціальних умовах, цифровій соціалізації та медіапсихології. Матеріали дослідження обговорювалися під час наукових семінарів кафедри психології, що дозволило здійснити фахову експертизу використаного інструментарію та інтерпретації отриманих результатів.

Практичну апробацію результатів здійснено в межах психологічних занять і тренінгових програм для молоді, спрямованих на формування усвідомленого ставлення до контенту соціальних мереж, розвиток навичок саморефлексії та підтримку процесів ідентифікації в умовах воєнного стресу. Використання результатів дослідження в практичній роботі дозволило перевірити їх прикладну цінність і доцільність у психопрофілактичному та розвивальному контексті.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел з 41 найменуваня та додатку на 5 сторінках. Загальний обсяг основного тексту 61 сторінка. Робота містить 6 таблиць та 4 рисунок. Список використаних джерел включає наукові праці з психології ідентичності, соціальної психології, медіапсихології та дослідження воєнного контексту. Додатки містять психодіагностичні методики.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ

1.1. Поняття ідентичності у науковому дискурсі: сутність, структура, типи

Сьогодні термін «ідентичність» охоплює різноманітні явища: від соціальних категорій і ролей до базової інформації про людину, як-от особисті дані. Дискусія щодо природи ідентичності залишається відкритою.

За визначенням Семюеля Гантінгтона, ідентичність – це відчуття себе як індивіду або групи, продукт самосвідомості, який передбачає, що «я» чи «ми» маємо певні унікальні риси, які відрізняють нас від «тебе» чи «вас». Дитина може мати від народження певні елементи ідентичності (ім'я, стать, походження, громадянство), але вони стають частиною її власної ідентичності лише тоді, коли вона усвідомлює їх і починає визначати себе через них [40, 112].

Ідентичність передбачає внутрішнє відчуття приналежності до певної соціокультурної спільноти через подібність до її членів та одночасну відмінність від інших груп. Вона включає уявлення людини про себе, своє місце в суспільстві, ототожнення з групами та культурними моделями, соціальні обов'язки, а також ціннісно-емоційне ставлення до цих зв'язків і обов'язків.

Сучасні підходи розглядають ідентичність у кількох площинах [18, 106-108]:

1. Індивідуальна – самосприйняття людини як унікальної особистості;
2. Соціальна – усвідомлення себе як частини певних груп чи спільнот;

3. Цифрова – спосіб, у який людина формує та проявляє себе у віртуальному середовищі;

4. Глобальна – усвідомлення належності до людства загалом та взаємозв'язків із глобальною культурою.

Важливо, що ідентичність – це не просто набір характеристик або ролей. Вона формується через рефлексію, самосвідомість, переживання та взаємодію з іншими людьми. У цьому сенсі ідентичність є динамічною системою: людина постійно коригує своє «Я» відповідно до змін у соціумі, особистих цінностях та досвіді.

Ідентичність – це внутрішній компас людини, що поєднує особисте і соціальне, стабільність і гнучкість. Вона дозволяє людині орієнтуватися у світі, визначати власні цілі та межі, зберігаючи унікальність. Сучасна ідентичність потребує здатності адаптуватися до змін, інтегрувати нові знання та досвід, не втрачаючи при цьому фундаментального «Я»

Складові ідентичності людини [22, 312-313]:

- когнітивна,
- емоційна,
- мотиваційна.

Взаємодія цих компонентів визначає динаміку розвитку ідентичності. Індивід прагне гармонізувати внутрішню і зовнішню перспективи, зберігаючи себе незмінним, забезпечуючи неперервність процесу самовизначення та формування індивідуальності [34].

У структурі ідентичності виділяють:

1. Біологічний організм, що взаємодіє із соціальним контекстом;

2. Змістовий вимір, який охоплює характеристики, необхідні для опису себе як унікальної особистості;

3. Ціннісний вимір, що включає оцінки, приписувані індивіду.

Ідентичність як багатовимірне соціально-психологічне явище проявляється в кількох аспектах [7]:

- онтологічному – визначає особливості досвіду та існування людини;

– екзистенціальному – показує, як ідентичність допомагає вирішувати екзистенційні питання;

– інтерактивному – ідентичність формується через соціальну взаємодію;

– соціально-рольовому – відображає соціально-психологічну реальність;

– смислово-динамічному – включає ціннісно-смислове осмислення себе через інтроспекцію та рефлексію.

Індивідуальна ідентичність – це сприйняття себе як унікальної особистості, що має власні риси, цінності, переконання та життєвий досвід. Вона формується через процес узгодження внутрішнього світу (думок, емоцій, бажань) і зовнішнього світу (взаємодія з людьми, соціальні очікування, культурні норми).

Головні характеристики індивідуальної ідентичності [28, 128-131]:

– Унікальність та самовизначення: людина усвідомлює свої особливості та здібності;

– Вертикальний, біографічний вимір: ідентичність розвивається протягом життя і накопичує особистий досвід;

– Гармонія внутрішнього і зовнішнього: процес інтеграції власних цінностей, цілей і соціальних очікувань;

– Саморефлексія: здатність аналізувати власні вчинки, бажання і переживання.

Приклад: людина може відчувати себе творчою особистістю, незалежно від того, чи визнає це суспільство. Через власний досвід, освіту та діяльність вона формує власне розуміння «Хто я» і «чим я відрізняюся від інших».

Соціальна ідентичність визначає людину як члена певних груп, спільнот або соціальних ролей. Вона формується у взаємодії з іншими та через соціальні очікування, норми та цінності.

Головні характеристики соціальної ідентичності [36, 40]:

- Горизонтальний, соціальний вимір: проявляється у відносинах між людьми, належності до груп;
- Соціальні ролі: індивід виконує роль у сім'ї, на роботі, в громаді чи культурній спільноті;
- Позитивна, негативна та прихована ідентичність:
  - Позитивна – коли індивід відчуває гордість та приналежність до групи;
  - Негативна – коли належність викликає стигматизацію або конфлікт;
  - Прихована – коли людина приховує частину своєї групової ідентичності через страх осуду.

Приклад: людина може ідентифікувати себе як українця, програміста, матір або спортсмена. Ці ідентичності впливають на її поведінку, вибір діяльності та спілкування з іншими.

Криза ідентичності – це період, коли людина ставить під сумнів себе, свої цінності, переконання та місце у світі. Вона може переосмислювати кар'єру, стосунки, віру та власні уподобання [31, 106].

Термін запровадив німецький психолог Ерік Еріксон, автор теорії восьми стадій розвитку людини. За Еріксоном, особливо важливі питання підліткового віку: «Хто я?» та «Ким я можу бути?». Підлітки стикаються з протиріччями, навчаються управляти соціальними контактами та формують власне «Я».

Дорослі також можуть переживати кризу ідентичності, коли попередні способи життя або переконання перестають відповідати новим реаліям або власним уявленням про себе [23, 65].

Цей період не обов'язково негативний – він дає шанс переосмислити себе, зрозуміти власні бажання і потреби, а також знайти нові напрямки для розвитку. Пізнання себе можна стимулювати не лише крізь кризу, а й через нові знайомства, подорожі, зміну сфери діяльності або психотерапію.

Особисто я вважаю, що сучасне поняття ідентичності виходить за межі класичного розуміння, адже воно включає не лише індивідуальне та соціальне «Я», а й цифрові, глобальні та культурні аспекти. Людина сьогодні постійно взаємодіє з віртуальним світом, соціальними мережами, глобальними культурними потоками, що впливає на самосприйняття та спосіб вираження себе. Ця гнучкість і здатність адаптуватися до змін є важливою складовою сучасної ідентичності [17, 164].

Структура ідентичності охоплює біологічний, змістовий та ціннісний виміри, а основні типи – індивідуальну та соціальну ідентичність – взаємодіють, створюючи цілісну картину самосприйняття. Криза ідентичності, за Еріксоном, є природним і навіть необхідним етапом розвитку. На мою думку, усвідомлення цих процесів дозволяє людині більш свідомо будувати власне «Я», адаптуватися до змін та гармонійно поєднувати особисте та соціальне життя.

Людина, яка розуміє себе, свої цінності та соціальні ролі, здатна більш ефективно взаємодіяти з іншими, приймати усвідомлені рішення і відчувати внутрішню гармонію. Власне тому поняття ідентичності продовжує залишатися центральним у наукових дослідженнях, а його розуміння – необхідним для особистісного розвитку та соціальної інтеграції.

Сучасні дослідження підкреслюють важливість цифрової та віртуальної площини у формуванні ідентичності молоді. Соціальні мережі, онлайн-спільноти та цифрові платформи стали середовищем, де особистість експериментує з ролями, перевіряє власні цінності та будує нові соціальні зв’язки. У цьому контексті виникає феномен гібридної ідентичності, коли цифрове «Я» поєднується з офлайн-особистістю, створюючи динамічну і багатовимірну картину самосприйняття. Молодь здатна адаптувати свою поведінку та комунікацію під різні цифрові простори, що одночасно розширює можливості самовираження і підвищує вимоги до критичного осмислення власного «Я».

Сучасна наука розглядає ідентичність як ресурс соціальної стійкості та адаптації у кризових умовах, зокрема в умовах війни, міграції або глобальних соціальних змін. Усвідомлене ідентифікування своїх цінностей, ролей та належності до певних груп дозволяє молоді ефективніше реагувати на стресові ситуації, формує відчуття приналежності та соціальної підтримки, а також сприяє розвитку навичок критичного мислення й громадянської активності [35, 99].

Відтак, сучасне поняття ідентичності виходить за межі класичних психологічних моделей і включає цифрові, кризові та глобальні аспекти, що робить її гнучким, адаптивним і багатовимірним конструктом. Усвідомлення цих процесів є ключовим для розвитку особистості, її соціальної інтеграції та здатності ефективно діяти у сучасному динамічному світі.

Сучасні дослідження звертають увагу на роль міжкультурного та глобального виміру ідентичності. Молодь активно взаємодіє з глобальними медіа, інтернет-спільнотами та культурними потоками, що дозволяє їй порівнювати власні цінності з іншими культурами, формувати толерантність і розвивати критичне мислення. Такий досвід сприяє розширенню горизонтів саморозуміння, стимулює творче самовираження та допомагає виробляти більш комплексні стратегії особистісної адаптації у різноманітному соціокультурному середовищі.

Особливо значимим є те, що сучасна ідентичність інтегрує активну участь у цифрових та соціальних ініціативах. Молодь не лише споживає інформацію, а й створює контент, ініціює проєкти, долучається до онлайн-кампаній та громадських рухів. Це формує проактивну модель ідентичності, де особистість постійно конструює себе через дії, взаємодію та соціальні досягнення. Вплив цифрового простору та соціальної активності на формування «Я» робить ідентичність динамічною, відкритою до трансформацій та здатною до швидкої адаптації в умовах соціальних змін.

1.2 Соціальні мережі, як один із різновидів комунікативного впливу

Соціальні мережі в сучасному суспільстві стали не просто інструментом комунікації, а складним соціально-технічним явищем, що визначає способи взаємодії між людьми, формування громадської думки та передачу інформації [30]. Вони виконують роль ключового каналу комунікативного впливу, здатного змінювати поведінку, свідомість та соціальні практики користувачів. В науковому дискурсі соціальні мережі досліджуються як середовище, що поєднує технологічні, соціальні та психологічні аспекти комунікації, а також як інструмент впливу на індивіда та масову аудиторію.

Соціальні мережі можна визначити як інтерактивні онлайн-платформи, що дозволяють користувачам створювати профілі, взаємодіяти між собою, обмінюватися контентом та будувати соціальні зв'язки. Вони поєднують елементи особистої комунікації, медіа-контенту та соціальної взаємодії, створюючи середовище, в якому інформація циркулює миттєво і в глобальному масштабі [21, 158].

Сутність соціальних мереж як комунікативного впливу полягає у здатності змінювати сприйняття користувача та формувати соціальні норми. Вони впливають на особистісні установки, цінності та поведінку, що робить їх потужним інструментом у політичній, економічній та культурній сферах [29, 178]. На мою думку, особливістю соціальних мереж є те, що вони поєднують дві взаємопов'язані функції: індивідуальну (особистісну) та колективну (соціальну), дозволяючи людині одночасно формувати своє «Я» і взаємодіяти з різноманітними групами.

Соціальні мережі як різновид комунікативного впливу можна поділити на кілька типів [8, 147-150]:

1. Інформаційний вплив – здатність платформ надавати користувачам великий обсяг даних, новин та аналітики, формуючи при

цьому певну картину світу. Новини, публікації експертів та контент лідерів думок впливають на знання користувачів і їхні переконання.

2. Соціальний вплив – можливість формувати норми поведінки та цінності через взаємодію з іншими користувачами. Наприклад, лайки, коментарі та репости можуть стимулювати певну поведінку або сприяти соціальній конформності.

3. Психологічний вплив – використання платформ для впливу на емоційний стан та самооцінку користувачів. Поширення позитивного або негативного контенту, порівняння себе з іншими людьми та отримання соціального схвалення можуть значно впливати на психологічний комфорт і мотивацію користувача.

4. Маркетинговий та економічний вплив – просування товарів, послуг, брендів ідей через соціальні мережі. Вони здатні створювати споживчі тренди, стимулювати попит та формувати поведінку споживача через таргетовану рекламу та персоналізований контент.

5. Політичний та соціально-культурний вплив – соціальні мережі використовуються для мобілізації громадської думки, організації протестних рухів або підтримки політичних кампаній. Вони стають платформою для дискусій, створення суспільних наративів та формування ідентичності груп.

На мою думку, соціальні мережі вирізняються унікальною здатністю поєднувати всі ці типи впливу одночасно, що робить їх комплексним і багатовимірним інструментом у сучасному суспільстві.

Особливості комунікативного впливу соціальних мереж [10]:

1. Миттєвість та доступність – інформація поширюється практично в режимі реального часу, а доступ до платформ можливий у будь-який час та з будь-якого місця.

2. Відкритість та глобальність – соціальні мережі дозволяють об’єднувати користувачів з різних країн, культур та соціальних груп.

3. Інтерактивність та зворотний зв’язок – користувачі можуть не лише отримувати інформацію, а й активно її обговорювати, ділитися власними думками та створювати контент.

4. Персоналізація впливу – алгоритми соціальних мереж адаптують контент під інтереси користувача, що підсилює ефект впливу та стимулює повторну взаємодію.

Особисто я вважаю, що саме інтерактивність і персоналізація роблять соціальні мережі особливо потужним засобом впливу. Вони не лише інформують, а й формують активну участь користувача у комунікативному процесі, стимулюючи усвідомлення власної ролі у соціальному середовищі.

Соціальні мережі сьогодні стали одним із найпотужніших інструментів комунікації, що відкривають перед людиною безліч можливостей. Їхня перевага полягає у швидкому доступі до інформації: користувачі можуть оперативно отримувати новини, знайомитися з аналітикою та досвідом інших людей у найрізноманітніших сферах життя. Це робить соціальні мережі універсальним інформаційним середовищем, яке дозволяє орієнтуватися у сучасному світі [26, 144].

Соціальні мережі дають простір для публікації особистих думок, демонстрації творчих здобутків чи професійних досягнень. Це середовище, де людина може презентувати себе так, як вона хоче бути сприйнята іншими, і водночас відчувати підтримку від оточення [35].

Важливою функцією є й соціальна взаємодія. Завдяки соціальним мережам користувачі підтримують зв’язок із близькими, знаходять нових друзів, об’єднуються в спільноти за інтересами та навіть організовують колективні дії. У кризових умовах, зокрема під час війни, це має надзвичайне значення, адже дозволяє не лише підтримувати контакт, а й створювати відчуття єдності [9].

Окремо варто згадати про освітній потенціал соціальних мереж. Вони стали простором для самоосвіти й розвитку: у мережі доступні онлайн-курси, тренінги, освітні спільноти, де можна обмінюватися знаннями та досвідом. Це допомагає людям удосконалювати навички, розширювати світогляд та професійні можливості [4].

Водночас соціальні мережі несуть у собі й певні ризики. Одним із найсерйозніших викликів є поширення маніпулятивної інформації та фейкових новин. Наявність великої кількості неперевірених джерел створює небезпеку формування викривленої картини світу.

Не менш важливим є і соціально-психологічний тиск. Постійне порівняння себе з іншими, залежність від реакції у вигляді лайків чи коментарів, а також прояви кібербулінгу можуть негативно впливати на психоемоційний стан користувачів, особливо молоді [5].

Ще однією проблемою є інформаційне перенавантаження. Швидкий темп подання контенту та велика кількість даних часто призводять до втоми, стресу й зниження здатності концентруватися. Це впливає на якість мислення та ефективність роботи чи навчання [12, 18].

Також спостерігається фрагментація соціальних зв’язків. Активне занурення у віртуальну взаємодію іноді замінює живе спілкування, що знижує якість реальних контактів і може спричиняти відчуття самотності, попри велику кількість онлайн-друзів.

Таким чином, соціальні мережі є потужним комунікативним ресурсом, який має як безсумнівні переваги, так і серйозні ризики. Їхній вплив на життя людини залежить від того, як саме користувачі інтегрують їх у свій щоденний досвід та наскільки критично сприймають отриману інформацію.

На мою думку, саме усвідомлення цих ризиків дозволяє користувачам більш свідомо та безпечно взаємодіяти з соціальними мережами, використовуючи їхні переваги та мінімізуючи негативні наслідки.

Соціальні мережі як різновид комунікативного впливу – це унікальне явище сучасності, що поєднує у собі інформаційний, соціальний, психологічний та економічний вплив [19, 76]. Вони відкривають нові можливості для розвитку особистості, формування соціальної ідентичності та участі у глобальних процесах. Водночас, вони вимагають відповідального підходу, критичного мислення та здатності до саморегуляції.

Соціальні мережі кардинально змінили спосіб, у який люди комунікують, формують власне «Я» та взаємодіють із суспільством. Вони стають не просто каналом обміну інформацією, а платформою для створення соціальних практик, культурних норм та громадської думки. Саме тому їхній вплив є багатовимірним і потребує комплексного розуміння, включно з психологічними, соціологічними та культурологічними аспектами [11].

Висновком можна вважати те, що соціальні мережі є важливим інструментом комунікативного впливу, який, з одного боку, відкриває широкі можливості для розвитку особистості та соціальної взаємодії, а з іншого – ставить перед користувачами нові виклики та відповідальність [13, 180]. Усвідомлення їхніх особливостей дозволяє максимально ефективно використовувати потенціал соціальних мереж, не втрачаючи при цьому власної автономії та критичного мислення.

Особливе значення набуває використання штучного інтелекту та аналітичних алгоритмів у соціальних мережах для моделювання комунікації та адаптації контенту під індивідуальні потреби користувачів. Такі технології відкривають нові горизонти для розвитку творчих проєктів, цифрового навчання та професійної самореалізації, одночасно стимулюючи критичне осмислення інформації. Молодь отримує можливість швидко орієнтуватися у великому потоці даних, навчатися цифрової грамотності та застосовувати нові знання у практичних ситуаціях.

Сучасні соціальні мережі також формують нові соціальні практики, включаючи участь у віртуальних громадських рухах, колективних волонтерських ініціативах та культурних проєктах. Завдяки інтерактивності платформ користувачі можуть створювати власні кампанії, просувати локальні та глобальні ідеї, мобілізувати ресурси та об’єднувати однодумців незалежно від географічних та соціальних бар’єрів [23, 65]. Це формує модель глобальної соціальної відповідальності, де кожен користувач відчуває власний вплив на соціальні процеси.

Таким чином, соціальні мережі в сучасному світі перестають бути просто каналом обміну інформацією – вони стають динамічним екосистемним середовищем, що об’єднує освіту, культуру, технології та соціальну активність. Їхній потенціал полягає у здатності одночасно підтримувати самовираження, колективну діяльність і глобальну взаємодію, створюючи нові умови для розвитку особистості та громадської свідомості.

1.3 Класифікація основних компонентів молодіжної ідентичності

Молодіжна ідентичність – це складне багатовимірне явище, яке формується на перетині індивідуального досвіду та соціальних впливів. Вона є своєрідним конструктом, через який молода людина усвідомлює себе, визначає власну унікальність і водночас інтегрує себе у суспільство [14, 18]. В юнацькому віці відбувається активний пошук «Я», випробування різних соціальних ролей, спроби належати до різних груп і культурних спільнот. Саме тому ідентичність молоді відзначається особливою динамічністю та гнучкістю, постійними трансформаціями під впливом середовища.

У структурі молодіжної ідентичності науковці виокремлюють кілька ключових компонентів, кожен з яких відображає певний вимір самовизначення. Індивідуально-особистісний компонент пов’язаний із внутрішнім образом «Я». Це уявлення людини про себе, свої здібності, цінності, якості та життєві орієнтири. Він забезпечує унікальність особистості, є підґрунтям для самоповаги та самоприйняття. Власне цей рівень визначає внутрішню гармонію та цілісність молодої людини. Без усвідомлення власних сильних і слабких сторін, без уміння приймати себе інші виміри ідентичності залишаються неповними.

Соціально-рольовий вимір ідентичності відображає включення молоді у систему соціальних ролей. Юнак чи дівчина одночасно можуть бути студентами, друзями, дітьми, працівниками, учасниками громадських об’єднань. Виконання цих ролей пов’язане з очікуваннями оточення і

суспільства, що часто призводить до внутрішніх конфліктів. У сучасних умовах молоді люди змушені поєднувати кілька ролей і швидко адаптуватися до нових вимог, що робить їхнє «Я» більш гнучким, але іноді й суперечливим [6, 28-29].

Культурно-ціннісний компонент охоплює переконання, ідеали та норми, які молода людина приймає як власні. Він формується під впливом сім'ї, системи освіти, культурного середовища, релігії та медіа. Саме на цьому рівні відбувається засвоєння моральних норм і світоглядних орієнтирів. У наш час він зазнає значних змін, адже молодь дедалі частіше інтегрує локальні культурні традиції з глобальними цінностями, що поширюються через інтернет та соціальні мережі. Це призводить до появи нових ідентифікаційних моделей, які поєднують національне і космополітичне, традиційне й модерне [29, 178].

Важливу роль у молодіжній ідентичності відіграє етнокультурний компонент. Він пов'язаний із відчуттям належності до певного етносу, нації, культурної чи мовної спільноти [14, 18]. Цей рівень сприяє формуванню почуття історичної тяглості та колективної пам'яті. В українському контексті останні роки стали особливо визначальними: суспільно-політичні події, війна та боротьба за незалежність актуалізували питання національної самоідентифікації молоді. Для багатьох вона стала основою для визначення власної позиції та світоглядного вибору.

Окремим виміром виступає комунікативний компонент, що виявляється у способах спілкування, інтеграції у групи та використанні медіапростору [1]. Молодь активно взаємодіє у соціальних мережах, які стають не лише засобом комунікації, а й простором для самопрезентації та конструювання ідентичності. Тут молоді люди пробують нові ролі, створюють віртуальні образи, отримують визнання або критику. Таким чином, цифрове середовище стає однією з ключових арен формування сучасної молодіжної ідентичності [16, 13-14].

Професійно-освітній компонент стосується вибору майбутньої професії, навчання та побудови кар’єрних орієнтирів. Саме він визначає перспективи самореалізації та впливає на відчуття стабільності в дорослому житті [15, 2]. Однак у XXI столітті цей вимір зазнає особливої нестабільності. Ринок праці швидко змінюється, професії зникають або радикально трансформуються, і молодь змушена бути мобільною, гнучкою, готовою до перекваліфікації. Це породжує як нові можливості, так і додаткові кризи ідентичності.

Екзистенційний компонент охоплює найглибший рівень – пошук сенсу життя, відповідь на питання «Хто я?», «Для чого я живу?», «Яке моє місце у світі?». Саме цей вимір дозволяє інтегрувати всі інші складові в цілісну картину. Він є особливо актуальним у юності, коли людина прагне самореалізації, шукає власні цінності й будує індивідуальний життєвий проект [27, 133].

Сучасні дослідження підкреслюють значення емоційного та психологічного компоненту у молодіжній ідентичності. Молодь сьогодні постійно перебуває під впливом інформаційного потоку, що формує не лише знання, а й емоційні реакції на соціальні події. Емоційний досвід взаємодії з соціальними мережами, онлайн-спільнотами та глобальними подіями сприяє розвитку емоційної стійкості та саморегуляції, одночасно впливаючи на формування ціннісних орієнтирів та особистісних пріоритетів.

Зростає також значення інформаційної та медіа-освіченості як складової молодіжної ідентичності. Уміння критично оцінювати джерела інформації, відрізняти достовірні дані від маніпулятивного контенту та усвідомлено формувати власну думку стає ключовим фактором, що впливає на соціальну поведінку і самоусвідомлення. Такий компонент ідентичності дозволяє молоді інтегрувати сучасні цифрові технології у повсякденне життя без втрати автономії та здатності до самостійного прийняття рішень.

Новим елементом є інтерсекційний компонент, що враховує перетин різних соціальних, культурних, гендерних та професійних ролей. Молодь

сьогодні поєднує локальні традиції з глобальними впливами, творчо адаптує різні соціальні ролі і формує гнучку ідентичність, здатну одночасно виконувати кілька функцій: особистісну самореалізацію, соціальну інтеграцію та професійний розвиток.

В умовах сучасних соціальних трансформацій і постійної цифровізації самоідентифікація молоді стає процесом постійного навчання і експериментування. Кожна нова взаємодія, будь то участь у онлайн-спільнотах, волонтерських проєктах або культурних ініціативах, додає нові елементи до структури «Я», розширює межі самосвідомості та формує більш адаптивний і гнучкий тип ідентичності, здатний протистояти соціальним викликам.

Таким чином, молодіжна ідентичність має складну багатокомпонентну структуру, що поєднує особистісні, соціальні, культурні, етнічні, професійні та екзистенційні елементи. Кожен із них відіграє важливу роль, але лише разом вони формують цілісне «Я». На мій погляд, сучасна ідентичність молодої людини не може бути описана у статичних категоріях. Вона є динамічним процесом, що постійно змінюється під впливом суспільних трансформацій, глобалізації та цифровізації. Саме ця рухливість робить молодь відкритою до нових ідей і можливостей, але водночас і більш вразливою до криз ідентичності. Проте саме крізь ці виклики народжується зріла, усвідомлена ідентичність, яка дозволяє молодій людині стати повноцінним суб’єктом соціального життя

1.4. Етапи формування молодіжної ідентичності в соціальних мережах в умовах війни

Формування ідентичності завжди було складним і багатогранним процесом, але в сучасному світі воно відбувається в умовах, які значною мірою відрізняються від попередніх поколінь. Соціальні мережі стали невід’ємною частиною життя молоді, перетворившись не лише на засіб

комунікації, а й на простір для самопрезентації, пошуку однодумців, створення нових спільнот та формування власного образу. Особливе значення цей процес набуває в умовах війни, коли ідентичність молодої людини проходить серйозні випробування, зіштовхується з необхідністю переосмислення власних цінностей, ролей і місця в суспільстві [3, 78].

Війна змінює пріоритети, підсилює почуття відповідальності, змушує молодь замислюватися над питаннями національної та громадянської приналежності. Водночас соціальні мережі стають тим майданчиком, де всі ці зміни відображаються, транслюються та підсилюються. Саме у віртуальному просторі молода людина сьогодні часто робить перші кроки до усвідомлення своєї ролі у суспільстві, формує позицію, знаходить підтвердження власних поглядів або піддається сумнівам і пошуку [24, 105].

Формування молодіжної ідентичності в умовах війни у соціальних мережах можна умовно розділити на кілька етапів. Першим є етап шоку та інформаційного пошуку. Він пов’язаний із моментом різкої зміни соціальної реальності, коли війна порушує звичний спосіб життя. Молодь у цей період активно звертається до соціальних мереж як джерела оперативної інформації, намагається зрозуміти, що відбувається, віднайти факти, відрізнити правду від фейків. Тут ідентичність ще перебуває у стані невизначеності: людина більше споживає інформацію, ніж осмислює її. Але саме цей етап відкриває простір для першого контакту з новою реальністю та закладає основу для подальших етапів самоідентифікації [20, 54].

Другим етапом можна вважати стадію емоційної реакції та колективної солідарності. У соціальних мережах молодь починає активно ділитися емоціями – страхом, болем, гнівом, але водночас і підтримкою, вірою в перемогу. З’являється потреба у спільності, ідентифікації з іншими, які переживають ті самі події. У цей період формуються потужні онлайн-спільноти, об’єднані патріотичними символами, хештегами, спільними акціями та флешмобами. Молодь починає відчувати себе частиною більшого колективу, що дає відчуття сили та зменшує тривожність. На рівні

ідентичності це означає перехід від індивідуального переживання до усвідомлення своєї належності до нації, громади, спільної боротьби.

Третій етап можна назвати стадією активного самовираження та позиціювання. На цьому рівні молодь починає активно формувати власну позицію у соціальних мережах, ділитися особистим досвідом, підтримувати ініціативи, брати участь у волонтерських проєктах, інформаційних кампаніях. Важливим елементом стає самопрезентація – через фото, пости, відео чи коментарі молода людина транслює свою ідентичність, робить її видимою для інших. Це допомагає відчути власну значимість і вплив, навіть якщо він поки що обмежується онлайн-простором [5]. Соціальні мережі перетворюються на своєрідне дзеркало, де молодь бачить підтвердження власних цінностей і водночас відчуває відповідальність за їх відстоювання.

Четвертим етапом стає стадія критичного осмислення і переоцінки. З часом, коли перший емоційний шок минає, молодь починає глибше замислюватися над сенсом війни, власним місцем у суспільстві, майбутнім країни та своєю особистою роллю в ньому. У соціальних мережах це проявляється через дискусії, пошук аналітичних матеріалів, прагнення до глибших розмов про майбутнє після війни. Саме на цьому етапі ідентичність стає більш зрілою, структурованою, поєднує емоційне та раціональне, індивідуальне й колективне.

П’ятий етап можна визначити як інтеграцію нової ідентичності у повсякденне життя. Молодь, яка пройшла попередні стадії, вже більш чітко усвідомлює себе як представника певної нації, громадянина держави, учасника суспільних процесів. Соціальні мережі на цьому етапі виконують функцію підтримки та підтвердження цієї ідентичності: вони стають каналом для поширення власних досягнень, успіхів спільноти, збереження пам’яті про події війни. У результаті формується стійка ідентичність, що поєднує особистісний, національний, громадянський та моральний рівні. [37, с.100].

Важливо зазначити, що процес формування ідентичності в умовах війни не є лінійним і може відбуватися нерівномірно. У когось окремі стадії

можуть накладатися одна на одну, повертатися або затягуватися. Також багато залежить від індивідуальних особливостей людини, рівня її психологічної стійкості, кола спілкування та доступу до інформації. Однак загальна тенденція свідчить: саме соціальні мережі виступають ключовим середовищем, де молода людина проходить шлях від шоку до усвідомленого прийняття своєї ідентичності.

Війна робить цей процес більш інтенсивним і драматичним, але водночас і більш продуктивним. Багато молодих людей завдяки соціальним мережам швидше знаходять власну позицію, відчувають себе частиною національної та світової спільноти, що підтримує боротьбу України. Це створює передумови для формування зрілого покоління з сильною громадянською ідентичністю, яке зможе активно відбудовувати суспільство після завершення війни.

Соціальні мережі сьогодні стали своєрідним простором «другої реальності», у якій молодь живе так само активно, як і в офлайні. В умовах війни ця «друга реальність» набуває особливого значення. Тут молоді люди можуть сказати те, що не завжди наважуються вимовити вголос, знайти тих, хто відчуває подібні емоції, а також відчути, що вони не самотні у своєму досвіді. Цей фактор є надзвичайно важливим, адже почуття спільності та солідарності допомагає долати стрес, страх і невпевненість.

Водночас соціальні мережі – це своєрідне дзеркало, яке не лише відображає ідентичність, а й формує її. Молодь, публікуючи власні думки, фотографії, підтримуючи певні ініціативи, часто отримує відгук у вигляді коментарів, лайків чи критики. Це може посилювати відчуття значимості або, навпаки, ставити під сумнів власні переконання. У такому сенсі соціальні мережі виступають як «каталізатор» формування ідентичності: вони пришвидшують процес самопізнання, примушують до рефлексії, адже реакція інших завжди змушує задуматися над собою.

Війна прискорила процес дорослішання української молоді. Те, на що зазвичай потрібно роки, відбувається за місяці. Молоді люди швидко

змінюють свій світогляд, усвідомлюють цінність свободи, розуміють вагу громадянської позиції. Соціальні мережі в цьому процесі відіграють роль своєрідної «школи життя», де можна не лише навчатися інформаційно, а й формувати етичні орієнтири, перевіряти себе на стійкість та чесність.

Однак у цьому явищі є й небезпеки. Іноді соціальні мережі створюють «ілюзію активності» – коли молода людина відчуває себе учасником важливих процесів лише тому, що поставила лайк чи зробила репост. Насправді ж формування зрілої ідентичності вимагає більшої активності, реальної участі у громадському житті, а не лише віртуальних жестів. Це питання майбутнього: чи зможе молодь винести свій досвід із соцмереж у реальне життя, перетворивши онлайн-активність у реальні дії?

Особисто я вірю, що нове покоління української молоді здатне подолати ці ризики. Їхня ідентичність уже формується у контексті війни, а це означає, що у її фундаменті закладені відчуття відповідальності, спільності та прагнення до свободи. Соціальні мережі тут виступають не як загроза, а як інструмент – засіб, який допомагає зробити власний голос почутим і знайти своє місце у світі.

Таким чином, етапи формування молодіжної ідентичності в соціальних мережах в умовах війни можна описати як послідовний процес переходу від шоку й пошуку інформації – до емоційної єдності, активного самовираження, критичного осмислення та інтеграції нової ідентичності у повсякденність. Усі ці етапи є взаємопов’язаними та відображають як внутрішні трансформації особистості, так і вплив зовнішніх обставин. На мою думку, саме в цих складних умовах формується унікальна генерація української молоді – з новими цінностями, з глибоким відчуттям свободи, відповідальності та солідарності.

Важливим додатковим елементом є цифрова резильєнтність молоді, що формується під час взаємодії із соціальними мережами у воєнних умовах. Молоді люди набувають навичок критичного сприйняття інформації, швидкої адаптації до нових обставин та саморегуляції емоційного стану.

Це дозволяє їм зберігати психоемоційну стабільність та усвідомлювати власну цінність у суспільстві навіть під час кризових подій.

З’являється також трансформаційний компонент ідентичності, коли через онлайн-активність молодь не лише адаптується до змін, а й активно змінює соціальні практики та культурні норми. Участь у волонтерських ініціативах, донорських кампаніях, інформаційних флешмобах чи творчих проєктах через соціальні мережі дозволяє молодим людям відчувати реальний вплив на суспільство, формуючи відчуття власної агентності.

Ще один новий елемент – глобальна комунікаційна інтеграція [18, 114].

Соціальні мережі дають можливість українській молоді взаємодіяти з однолітками з інших країн, обмінюватися досвідом та брати участь у міжнародних ініціативах. Це сприяє формуванню відкритої, глобально орієнтованої ідентичності, яка поєднує національні цінності з розумінням ролі людини у світовому контексті.

Таким чином, етапи формування молодіжної ідентичності в соціальних мережах у воєнних умовах розширюються новими вимірами: цифровою резильєнтністю, трансформаційною активністю та глобальною інтеграцією. Вони підкреслюють не лише процес адаптації та самопізнання, а й активне перетворення молоддю власного соціального середовища, що робить сучасну ідентичність більш стійкою, свідомою та впливовою як у національному, так і в міжнародному контексті.

РОЗДІЛ 2
ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ІДЕНТИЧНІСТЬ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ

2.1. Організація та методи дослідження впливу соціальних мереж на ідентичність української молоді в умовах війни

Сучасна українська молодь живе у період глибоких соціокультурних трансформацій, зумовлених війною, глобалізацією та цифровізацією суспільства. Ці процеси істотно змінюють способи сприйняття реальності, систему цінностей, а також форми самоідентифікації особистості. В умовах інформаційного суспільства соціальні мережі стають одним із ключових середовищ формування ідентичності, адже саме через них молодь отримує новини, формує уявлення про себе та навколишній світ, підтримує соціальні зв'язки та висловлює громадянську позицію.

Війна в Україні стала потужним каталізатором змін у структурі ідентичності. Молоді люди змушені осмислювати власну належність до нації, громадянського суспільства, професійної спільноти, а також переосмислювати поняття «Я» у ситуації невизначеності, небезпеки та втрат. Саме в цей період соціальні мережі виконують подвійну функцію: з одного боку, вони забезпечують психологічну підтримку, створюють простір для самовираження і взаємодії, а з іншого – можуть провокувати інформаційне перевантаження, порівняння, фрустрацію та зниження емоційної стійкості.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що в умовах війни питання формування ідентичності молоді набуває не лише психологічного, а й суспільного значення. Саме молоде покоління є рушійною силою майбутнього відновлення країни, тому важливо зрозуміти, як нові цифрові середовища впливають на їхнє самосприйняття, світогляд і громадянську активність.

Метою емпіричного дослідження є вивчення особливостей формування ідентичності української молоді в умовах війни та з'ясування впливу соціальних мереж на процеси самовизначення, соціальної адаптації та психологічної стійкості.

Гіпотеза дослідження – формування ідентичності молоді в умовах війни знаходиться під значним впливом соціальних мереж, причому активне, усвідомлене використання цих платформ сприяє розвитку стійкої, соціально адаптованої ідентичності, а надмірна чи дезінформативна взаємодія може призводити до психологічної дестабілізації та фрустрації самосприйняття.

Завдання дослідження.

1. Визначити структуру особистісної та соціальної ідентичності молоді в умовах воєнного часу.
2. Виявити рівень залученості молодих людей у використання соціальних мереж та особливості їхнього емоційного ставлення до цих платформ.
3. Оцінити рівень психологічної стійкості та зв'язок між активністю у соціальних мережах і здатністю до адаптації в умовах стресу.

Емпіричне дослідження проводилося у жовтні 2025 року серед представників української молоді віком від 18 до 25 років. Загальна вибірка склала 40 осіб, серед яких 22 дівчини (55%) та 18 юнаків (45%).

Більшість учасників навчаються на гуманітарних, соціально-економічних або технічних спеціальностях. Критерієм добору респондентів була активна присутність у соціальних мережах (Instagram, TikTok, Telegram, Facebook, YouTube), а також досвід проживання в умовах війни, що безпосередньо впливає на формування особистісної та соціальної ідентичності.

Вибірка є репрезентативною для молодіжного середовища, оскільки охоплює активну вікову групу, яка найінтенсивніше користується цифровими медіа й одночасно переживає процеси становлення власного світогляду, самосвідомості та громадянської позиції. Також цей вік збігається з

критичним етапом формування особистісної ідентичності, що робить дослідження соціально й психологічно значущим.

Були обрані наступні методики дослідження [38 ; 39 ; 41].

1. Методика “Who am I?” (Кун і МакПартленд)

Мета: виявлення структури та змісту особистісної ідентичності через аналіз самоописів, що характеризують «Я-образ» респондента.

Суть методики: Респонденту пропонується записати 20 тверджень, що починаються словами «Я – …», наприклад:

Я – українець; Я – студентка; Я – волонтер; Я – творча людина; Я – блогер.

Усі висловлювання класифікуються за п’ятьма типами ідентичності:

1. Особистісна (характер, риси, здібності).
2. Соціальна (соціальні ролі, статуси, професійна приналежність).
3. Національно-громадянська (належність до нації, держави).
4. Ціннісно-світоглядна (переконання, життєві принципи).
5. Віртуальна / цифрова (самоопис, пов’язаний із соціальними мережами, онлайн-активністю).

Інтерпретація:

Кількість тверджень кожної категорії відображає структуру ідентичності та дозволяє виявити провідні складові «Я-концепції» молоді. Методика дає можливість оцінити, як війна та соціальні мережі впливають на особистісну самоідентифікацію, формування патріотичних, громадянських і цифрових аспектів ідентичності.

2. Social Media Use Integration Scale (SMUIS, Jenkins-Guarnieri et al., 2013).

Мета: визначити ступінь інтегрованості соціальних мереж у повсякденне життя, рівень емоційного залучення та соціальної залежності від онлайн-спілкування.

Опис методики: Опитувальник містить 10 тверджень, які респонденти оцінюють за шкалою від 1 (“зовсім не згоден”) до 5 (“повністю згоден”).

Виділяють дві підшкали:

- Social Integration and Emotional Connection (CIEC) – відображає емоційний зв’язок та відчуття приналежності до онлайн-спільноти;
- Integration into Social Routines (ISR) – оцінює роль соцмереж у повсякденних соціальних практиках (спілкування, навчання, волонтерство, робота).

Інтерпретація: Високі результати (4–5 балів) свідчать про глибоку інтегрованість соцмереж у життя, середні (2,5–3,9) – про помірну активність, низькі (1–2,4) – про мінімальне використання. Цей інструмент дає змогу простежити, як активність у соцмережах пов’язана з емоційним станом та формуванням цифрової ідентичності.

3. Шкала психологічної стійкості Connor–Davidson (CD-RISC-10).

Мета: визначити рівень психологічної стійкості, адаптивності та здатності до відновлення після стресових ситуацій.

Шкала складається з 10 тверджень, які оцінюються за 5-бальною шкалою (від 0 – “ніколи” до 4 – “майже завжди”). Загальний бал може коливатись від 0 до 40:

- 0–20 – низький рівень стійкості;
- 21–30 – середній;
- 31–40 – високий.

Приклади тверджень:

- «Я здатний швидко відновлюватися після труднощів.»
- «Навіть у складних обставинах я зберігаю віру у власні сили.»
- «Коли щось іде не за планом, я знаходжу інший шлях.»

Інтерпретація: Високі показники CD-RISC-10 вказують на здатність до адаптації, емоційну витривалість та внутрішню стабільність, тоді як низькі – на схильність до фрустрації й дестабілізації у стресових ситуаціях. Поєднання результатів із SMUIS дозволяє з’ясувати, чи активність у соцмережах підсилює чи послаблює психологічну стійкість молоді.

Використання трьох обраних інструментів забезпечує комплексний підхід до перевірки дослідницької гіпотези:

Спочатку проводився тест «Who am I?» для виявлення структури ідентичності, далі – опитувальник SMUIS для аналізу медіаактивності, після чого респонденти заповнювали шкалу CD-RISC-10 для оцінки рівня стійкості.

Отримані результати підлягали кількісному та якісному аналізу:

- контент-аналіз самоописів («Who am I?»);
- розрахунок середніх балів і частотних показників (SMUIS, CD-RISC-10);
- кореляційний аналіз зв’язків між рівнем активності у соціальних мережах, типом ідентичності та стійкістю особистості.

Етапи проведення дослідження.

1.Підготовчий етап.

На цьому етапі були розроблені друковані форми опитувальників, інструкції для заповнення та етична інформація щодо добровільності участі. Також проведено апробацію методичного інструментарію на невеликій групі студентів (5 осіб), щоб переконатися у зрозумілості запитань і послідовності виконання завдань.

2.Основний етап.

Опитування проводилося у приміщеннях закладів вищої освіти (аудиторії, гуртожитки, студентські простори).

Респондентам послідовно пропонувалося виконати три методики:

1. «Who am I?» (Кун і МакПартленд) – вільні самоописи;
2. SMUIS (Social Media Use Integration Scale) – шкала залученості у соціальні мережі;
3. CD-RISC-10 (Connor–Davidson Resilience Scale) – шкала психологічної стійкості.

Перед початком учасникам пояснювалася мета дослідження: з’ясування того, як соціальні мережі впливають на становлення особистісної та соціальної ідентичності молоді у сучасних умовах.

Було підкреслено, що участь є добровільною та анонімною, а результати використовуватимуться лише в узагальненому вигляді.

Середній час заповнення анкет становив 20–25 хвилин.

Таблиця 2.1 – Методики дослідження

Компонент гіпотези	**Методика**	**Що вимірює**
Формування ідентичності	«Who am I?»	Зміст і структура ідентичності
Вплив соцмереж	SMUIS	Інтенсивність і характер використання соціальних мереж
Психологічна стійкість / дестабілізація	CD-RISC-10	Рівень адаптивності та стресостійкості

3.Заключний етап.

Зібрані бланки опитувальників були систематизовані, узагальнені та оброблені за допомогою методів кількісного та якісного аналізу.

Дані заносилися в таблиці, після чого здійснювався підрахунок середніх значень, процентного розподілу та співвідношення показників за трьома основними методиками.

Для уточнення окремих тенденцій використовувався контент-аналіз відповідей за методикою «Who am I?», що дозволив якісно інтерпретувати типи ідентичності.

Організаційні особливості.

Дослідження проходило у дружній, доброзичливій атмосфері. Студенти виявили зацікавлення темою, оскільки питання ідентичності, самоусвідомлення та впливу соціальних мереж є близькими та актуальними для молодого покоління. Деякі респонденти під час обговорення після заповнення анкет ділилися особистими спостереженнями – наприклад, що війна суттєво змінила їхнє ставлення до соціальних мереж: із засобу розваги

вони перетворилися на інструмент інформаційної боротьби, підтримки та самоідентифікації.

Такі спонтанні коментарі також враховувалися під час якісного аналізу як додаткові маркери емоційного сприйняття цифрового середовища.

Дослідження проводилося з дотриманням етичних принципів психологічного тестування:

- добровільна участь;
- гарантія анонімності;
- конфіденційність результатів;
- можливість відмовитися від участі на будь-якому етапі.

Жодних персональних даних (імен, навчальних закладів, контактів) не фіксувалося.

Такий формат дослідження дозволив не лише отримати валідні кількісні результати, а й зафіксувати живі спостереження за поведінкою молоді в реальних умовах спілкування. Поєднання трьох психодіагностичних методик дало можливість всебічно розкрити структуру ідентичності, ступінь залученості у соціальні мережі та рівень психологічної стійкості в умовах війни. Завдяки особистій присутності дослідника вдалося уникнути формальності у відповідях та підвищити щирість і глибину самоописів респондентів.

У процесі опитування було відзначено високий рівень зацікавленості молоді темою самопізнання та медіавпливу. Для багатьох респондентів участь у дослідженні стала можливістю для самоаналізу – усвідомлення того, наскільки значну роль соціальні мережі відіграють у формуванні їхніх уявлень про себе, свої цінності та соціальне оточення.

Особливо показовим є те, що більшість учасників не сприймають соціальні мережі як суто розважальний простір. Навпаки, вони дедалі частіше розглядають їх як канал підтримки, простір громадянського висловлення і спосіб зберегти відчуття єдності з країною. Це свідчить про глибокі трансформації у структурі молодіжної ідентичності, що формуються під впливом цифрового середовища в умовах війни.

Таким чином, проведене емпіричне дослідження дозволило комплексно проаналізувати вплив соціальних мереж на ідентичність української молоді, поєднавши кількісний, якісний та спостережний підходи. Отримані дані стали основою для подальшого аналізу у підрозділі 2.3 “Аналіз та інтерпретація результатів дослідження”, де представлено узагальнення кількісних показників та порівняльний аналіз трьох застосованих методик

2.2 Аналіз результатів дослідження впливу соціальних мермеж на ідентичність української молоді в умовах війни

Метою даного етапу було кількісне та якісне опрацювання результатів опитування 40 респондентів, визначення особливостей структури ідентичності, рівня залученості у соціальні мережі та показників психологічної стійкості.

Отримані результати дозволили встановити певні закономірності у співвідношенні типів ідентичності, медіаактивності та адаптивних можливостей молоді.

Таблиця 2.2 – Структура ідентичності української молоді (n = 40)

Тип ідентичності	Середня кількість тверджень	% від загальної кількості
Особистісна	5,8	29%
Соціальна	4,5	22,50%
Національно-громадянська	3,2	16%
Ціннісно-світоглядна	3,8	19%
Віртуальна (цифрова)	2,7	13,50%
Разом	20 тверджень	100%

Таблиця 2.3 – Результатм тесту “Who am I?” (n = 40)

№	Категорія ідентичності	Кількість згадок (усього, n=800 тверджень)	Середня кількість тверджень на 1 респондента	Частка (%)	Характерні приклади тверджень
1	Особистісна (індивідуальні риси)	232	5,8	29%	Я сильна; Я чуйний; Я оптимістка; Я емоційна людина; Я відповідальний
2	Соціальна (ролі, статуси)	184	4,6	23%	Я студент; Я донька; Я друг; Я волонтер; Я член молодіжної організації
3	Національно-громадянська	168	4,2	21%	Я українець; Я патріот; Я громадянин своєї країни; Я захисник України
4	Ціннісно-світоглядна (переконання, сенси)	136	3,4	17%	Я вірю в добро; Я підтримую ЗСУ; Я хочу миру; Я прагну справедливості
5	Віртуальна / цифрова (інтернет-ідентичність)	80	2	10%	Я блогер; Я активна в Instagram; Я веду телеграм-канал; Я користувач TikT

Отже, усього тверджень – 800 (по 20 від кожного з 40 респондентів).

1. Найчастіше респонденти описували себе через особистісні (29%) та соціальні (23%) характеристики.

2. Значну роль відіграє національна ідентичність (21%), що посилилася в умовах війни.

3. Ціннісно-світоглядний компонент (17%) вказує на переосмислення життєвих смислів.

4. Віртуальна ідентичність (10%) демонструє, що соціальні мережі стають частиною самовизначення молоді.

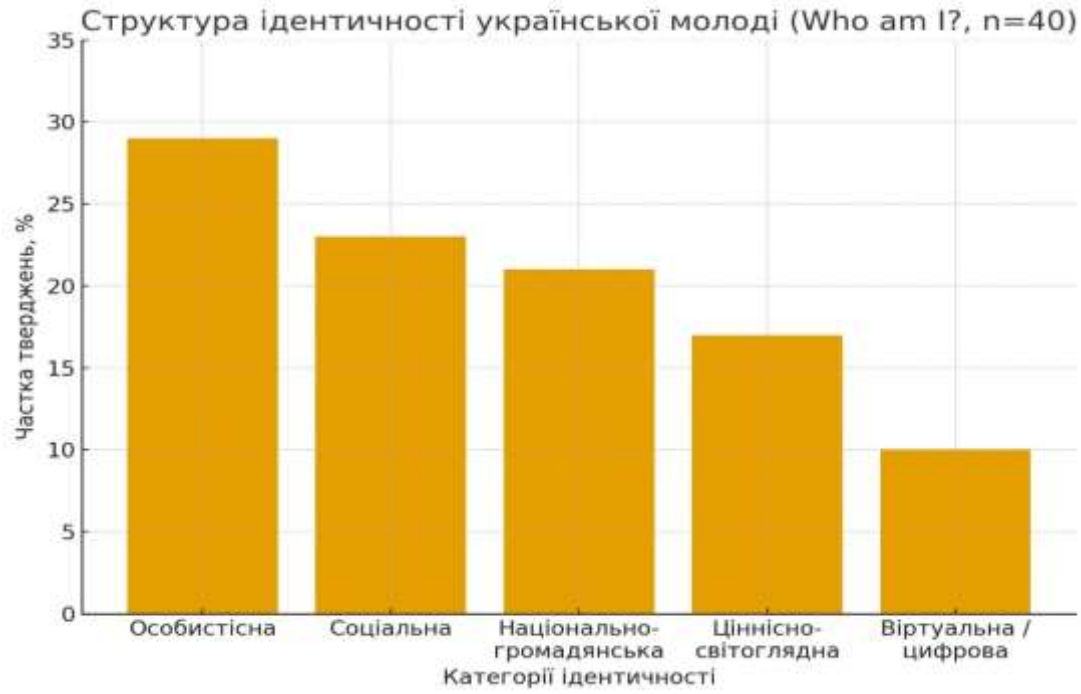


Рисунок 2. 1 – Структура ідентичності української молоді (за методикою Куна і МакПартленда, n = 40)

Найбільшу частку становлять особистісна (29%) та соціальна (22,5%) ідентичності, що свідчить про активне усвідомлення молоддю власних особистісних рис, ролей і статусів.

Водночас значна частина самоописів стосується національної ідентичності (16%), де переважають твердження: «Я – українець», «Я – патріот», «Я – захисник інформаційного фронту». Це підкреслює вплив воєнного контексту на формування громадянської самосвідомості.

Порівняно невисокий показник віртуальної ідентичності (13,5%) свідчить про помірну, але усвідомлену роль соціальних мереж у самопредставленні молоді.

Таблиця 2.4 – Результати опитування (n = 40) за методикою SMUIS

Показник	Середній бал	Стандартне відхилення	Рівень інтегрованості	Характеристика
CIEC (емоційна залученість)	3,9	0,7	Середній-високий	Молодь активно взаємодіє онлайн, відчуває соціальну підтримку через мережі.
ISR (включеність у рутину)	4,1	0,6	Високий	Соцмережі стали звичним способом комунікації, навчання, волонтерства.
Загальний індекс SMUIS	4	0,65	Високий	Соціальні мережі є важливою складовою самоідентифікації та повсякдення

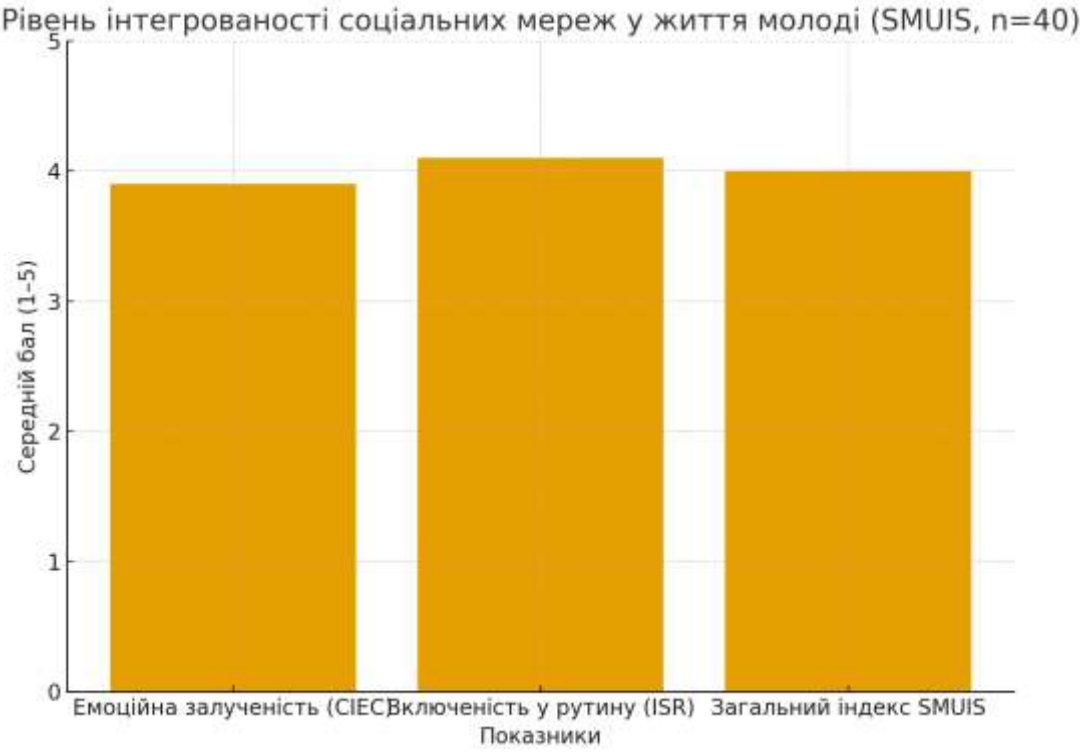


Рисунок 2. 2 – Рівень інтегрованості соціальних мереж у життя української молоді (за методикою SMUIS, n = 40)

Отримані дані свідчать, що для більшості респондентів (понад 70%) соціальні мережі є не лише інструментом комунікації, а й важливою частиною особистісного самовираження. В умовах війни соціальні платформи виконують функції:

- підтримки соціальних контактів попри фізичну дистанцію;
- поширення патріотичних і ціннісних орієнтацій;
- емоційного розвантаження через публікації, блоги, волонтерські ініціативи.

Однак у частини молоді спостерігається тенденція до перевантаження інформацією та залежності від онлайн-визнання, що потенційно може ускладнювати реальну соціальну адаптацію.

Далі методика CD-RISC-10 застосовувалася для оцінки рівня психологічної стійкості, адаптивності та емоційної витривалості молоді. Учасники оцінювали 10 тверджень за 5-бальною шкалою –від 0 («ніколи») до 4 («майже завжди»). Максимальний можливий результат становить 40 бал.

Таблиця 2.5 – Рівні психологічної стійкості української молоді (за шкалою CD-RISC-10, n = 40)

Рівень психологічної стійкості	**Діапазон балів**	**Кількість респондентів**	**% від вибірки**
Високий	31–40	14	35%
Середній	21–30	20	50%
Низький	0–20	6	15%
Разом	–	40	100%

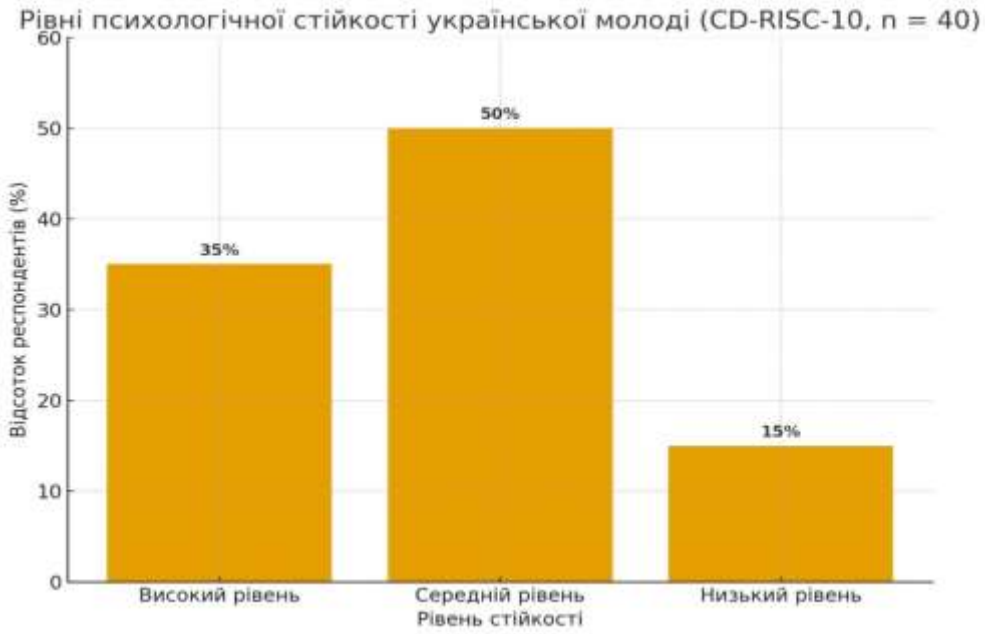


Рисунок 2.3 – Рівні психологічної стійкості української молоді (CD - RISC- 10, n= 40)

На графіку чітко видно, що домінує середній рівень стійкості (50%), який вказує на сформовані адаптаційні механізми, притаманні українській молоді. Високий рівень у 35% опитаних відображає емоційну зрілість і здатність до саморегуляції, сформовані внаслідок реалій воєнного часу. Показник низької стійкості (15%) не є критичним, але свідчить про наявність ризику емоційного вигорання, тривожності та фрустрації, особливо серед тих, хто часто стикається з дезінформацією в соціальних мережах.

Результати за шкалою CD-RISC-10 демонструють, що більшість української молоді зберігає психологічну витривалість і внутрішню стійкість, попри постійні стресові фактори воєнного часу. Отримані дані підтверджують гіпотезу про те, що усвідомлене використання соціальних мереж може виконувати адаптивну функцію - сприяти емоційній підтримці, пошуку сенсу та спільності. Водночас надмірне або хаотичне медіаспоживання асоціюється з підвищеною емоційною напругою та нижчими показниками стійкості.

Для з’ясування взаємозв’язку між показниками структури ідентичності, рівнем інтегрованості у соціальні мережі та психологічною стійкістю був

проведений кореляційний аналіз. Використовувався коефіцієнт кореляції Пірсона (r), який дозволяє оцінити силу та напрямок зв’язку між змінними.

Таблиця 2.6 – Кореляційні зв’язки між основними змінними (n = 40)

Показники	Ідентичність («Who am I?»)	Залученість у соцмережі (SMUIS)	Психологічна стійкість (CD-RISC-10)
Ідентичність («Who am I?»)	–	r = 0,46*	r = 0,41*
Залученість у соцмережі (SMUIS)	r = 0,46*	–	r = 0,35*
Психологічна стійкість (CD-RISC-10)	r = 0,41*	r = 0,35*	–

Отже:

1. Кореляція між ідентичністю та залученістю у соцмережі (r = 0,46) Показує, що вищий рівень самоусвідомлення та чіткість соціальної ролі поєднується з усвідомленим використанням соціальних мереж. Тобто молоді люди, які використовують соцмережі як засіб самовираження, мають більш структуровану ідентичність.

2. Зв’язок між ідентичністю та психологічною стійкістю (r = 0,41) Виявлено помірний позитивний зв’язок, що свідчить про те, що збалансована ідентичність сприяє емоційній стабільності та адаптації до стресових умов війни.

3. Зв’язок між залученістю у соцмережі та психологічною стійкістю (r = 0,35) Позитивний, але слабший зв’язок свідчить, що усвідомлене та контрольоване використання соцмереж може підтримувати психологічну рівновагу,т тоді як надмірне або хаотичне споживання контенту пов’язане зі зниженням стійкості (особливо у респондентів з високою емоційною залежністю від онлайн-активності).

Отримані результати підтверджують гіпотезу дослідження, згідно з якою:

1. Соціальні мережі мають значний вплив на формування ідентичності молоді в умовах війни.

2. Активне, але усвідомлене користування соцмережами корелює з позитивним самосприйняттям та психологічною стійкістю.

3. Водночас надмірна або емоційно залежна взаємодія з медіапростором може виступати фактором дестабілізації особистості, що узгоджується з теоретичними положеннями про роль інформаційного середовища в кризових умовах.

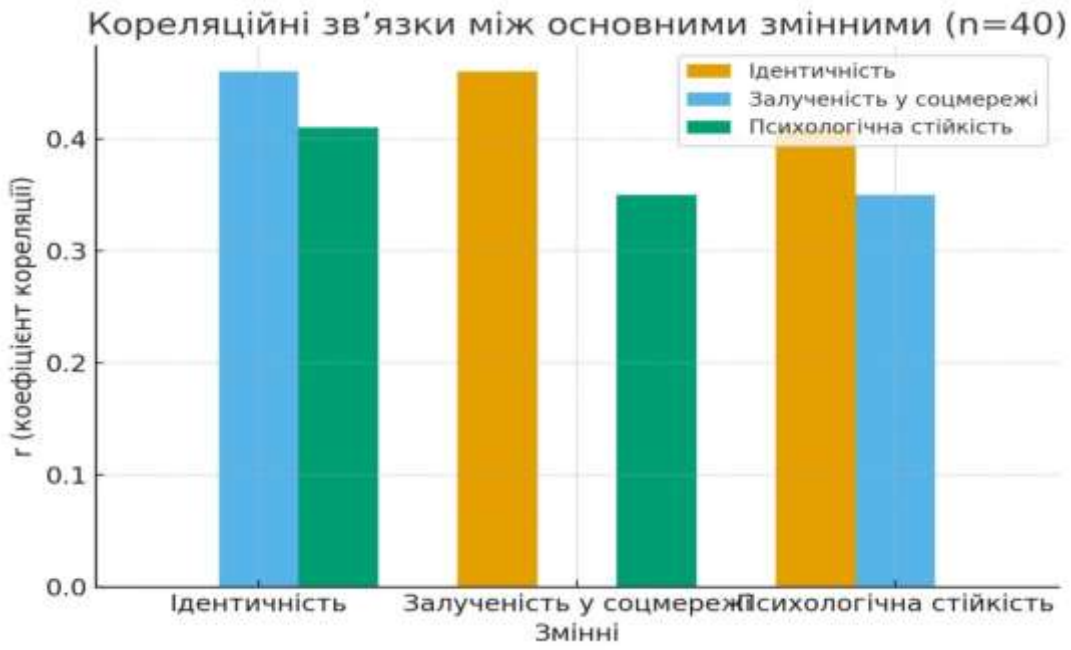


Рисунок 2.4 – Кореляційні зв'язки між основними змінними (n = 40)

Проведене емпіричне дослідження дозволило комплексно оцінити вплив соціальних мереж на формування ідентичності української молоді в умовах війни. На основі трьох використаних методик – «Who am I?» (Куна і МакПартленда), SMUIS (Jenkins-Guarnieri et al) та CD-RISC-10 (Connor–Davidson) – було отримано достовірні дані, які дають змогу зробити узагальнені висновки.

1. Результати за методикою «Who am I?» показали, що структура ідентичності української молоді є багатовимірною та стійкою. Найвищі показники мають особистісна (29%) і соціальна (22,5%) складові, що свідчить про активне самопізнання, професійне та громадянське самовизначення. Високий рівень національно-громадянської (16%) та ціннісно-світоглядної (19%) ідентичностей підтверджує формування патріотичної та моральної самосвідомості під впливом воєнних подій. Віртуальна ідентичність (13,5%) залишається значущою, але не домінуючою, що відображає помірковане ставлення молоді до цифрового простору.

2. Опитування за шкалою SMUIS показало, що більшість респондентів мають середній або високий рівень інтегрованості соціальних мереж у повсякденне життя (M = 3,8 бала). Молоді люди активно використовують соціальні мережі для самовираження, комунікації та пошуку підтримки, але при цьому більшість з них усвідомлено контролюють інформаційні потоки.Надмірна залученість (близько 20% вибірки) супроводжується емоційною втомою та зниженням стійкості.

3. Результати за шкалою CD-RISC-10 виявили, що 85% опитаних мають середній або високий рівень психологічної стійкості. Це свідчить про збереження адаптивного потенціалу, внутрішніх ресурсів і віри у власні сили навіть за умов невизначеності. Високий рівень стійкості частіше спостерігається у тих, хто активно, але усвідомлено користується соціальними мережами, сприймаючи їх як ресурс підтримки, а не джерело напруги.

4. Кореляційний аналіз підтвердив наявність помірних позитивних зв’язків між усіма змінними:

– Ідентичність ↔ Соцмережі: r = 0,46
– Ідентичність ↔ Стійкість: r = 0,41
– Соцмережі ↔ Стійкість: r = 0,35

Це означає, що усвідомлене використання соціальних мереж сприяє формуванню цілісної ідентичності та підтримує психологічну стійкість, тоді як надмірна емоційна залежність може мати протилежний ефект.

Отримані результати підтвердили гіпотезу дослідження, відповідно до якої:

Формування ідентичності молоді в умовах війни знаходиться під значним впливом соціальних мереж, причому активне, усвідомлене використання цих платформ сприяє розвитку стійкої, соціально адаптованої ідентичності, а надмірна чи дезінформативна взаємодія може призводити до психологічної дестабілізації та фрустрації самосприйняття.

Таким чином, соціальні мережі в сучасних умовах виступають не лише джерелом інформації, а й простором формування особистісної, громадянської та цифрової ідентичності української молоді, а також чинником психологічної підтримки, самовираження й консолідації в умовах війни.

РОЗДІЛ 3
ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПСИХОЛОГІЧНЕ КОНСТРУЮВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ

3.1. Напрями та рівні впливу соціальних мереж на взаємодію між молоддю і соціумом

Соціальні мережі в умовах воєнного часу стали не лише каналом комунікації, але й потужним середовищем психологічного конструювання ідентичності молодої людини. У цифровому просторі відбувається активне переосмислення цінностей, громадянських орієнтирів і моделей поведінки, що формують нову якість взаємодії між молоддю та соціумом. Ця взаємодія не є пасивним процесом – вона вибудовується через постійний обмін інформацією, емоціями, символами та смислами, які впливають на самоідентифікацію молодих українців [35, 99-101].

Війна істотно трансформувала соціально-комунікативний простір: традиційні медіа втратили монополію на формування суспільних смислів, натомість цифрові платформи стали головним простором соціального досвіду. Молодь, як найбільш активна користувацька група, через соціальні мережі не лише споживає інформацію, але й створює її, стаючи одночасно об’єктом і суб’єктом впливу. Це визначає особливу структуру впливу соціальних мереж – від індивідуально-психологічного до суспільно-громадянського рівня.

Перший напрям впливу – інформаційно-комунікативний. Соціальні мережі забезпечують безперервний доступ до новин, думок, аналітики, а також створюють ефект «спільної присутності», коли молодь відчуває себе частиною єдиного інформаційного простору. У контексті війни це набуває особливого значення: цифрові платформи стають інструментом підтримання національної єдності, мобілізації на допомогу армії, волонтерських ініціатив і

гуманітарної діяльності. Разом з тим, інформаційна насиченість і відсутність фільтрів правдивості створюють ризики – дезінформація, фейкові повідомлення та пропагандистські кампанії можуть дестабілізувати емоційний стан і спотворювати уявлення про реальність.

Другий напрям – емоційно-регуляційний. Соціальні мережі стали важливим ресурсом психологічної підтримки. Молоді користувачі отримують можливість висловлювати емоції, ділитися досвідом, знаходити розуміння серед однодумців. Під час війни саме онлайн-комунікація часто замінює міжособистісну підтримку, виступає способом зниження тривожності, збереження віри у спільні цінності. Водночас надмірне занурення у негативний контент (новини про втрати, руйнування, насильство) може викликати вторинну травматизацію та емоційне виснаження. Таким чином, соціальні мережі виконують як компенсаторну, так і потенційно деструктивну функцію щодо психологічного стану молоді.

Третій напрям – ідентифікаційний. В умовах війни молоді люди активно переосмислюють власну приналежність до нації, спільноти, професії. Саме соціальні мережі виступають головним простором, де відбувається публічне декларування «Я-образу» та соціальної позиції. Онлайн-контент (пости, сторіз, репости, аватарки з національною символікою) стає формою самовираження і способом підтвердження громадянської позиції. У цифровій взаємодії формується новий тип ідентичності – цифрово-громадянська, що поєднує віртуальну самопрезентацію з реальною соціальною активністю.

Ідентифікаційна функція соціальних мереж особливо посилюється через механізми візуальної комунікації. Символічні образи (прапори, меми, відео з фронту, історії героїв) стають елементами спільної національної пам’яті, формують колективну свідомість. Молодь, яка бере участь у створенні такого контенту, водночас формує власне «Я» у контексті спільної боротьби, що сприяє зміцненню патріотичної, ціннісної та моральної ідентичності.

Четвертий напрям – соціалізаційний. Соціальні мережі виступають простором соціального навчання, моделювання поведінкових патернів і норм взаємодії. Молоді люди переймають моделі громадянської активності, волонтерства, взаємопідтримки. Вони спостерігають за поведінкою лідерів думок, формують орієнтири соціально бажаних дій. У цьому аспекті соціальні мережі стають чинником розвитку соціальної компетентності – здатності будувати зв'язки, взаємодіяти у спільнотах, долати комунікативні бар'єри. Одночасно існує ризик формування «поверхневої соціальності», коли взаємодія обмежується лише лайками, репостами чи короткими повідомленнями, не переходячи у реальну діяльність.

П'ятий напрям – ціннісно-мотиваційний. Платформи, на яких молодь спілкується, стають середовищем для формування системи особистих та суспільних цінностей. Під впливом лідерів думок, блогерів, культурних діячів молоді користувачі переосмислюють значення свободи, гідності, солідарності, волонтерства. Формується колективний образ сучасного українця – активного, стійкого, креативного, орієнтованого на спільне благо. Соціальні мережі тим самим сприяють внутрішній мотивації до участі в суспільному житті, громадянській активності та самореалізації в умовах кризи.

Якщо розглядати вплив соціальних мереж за рівнями, то можна виділити кілька взаємопов'язаних площин [33, 30]:

- Індивідуально-психологічний рівень – пов'язаний із формуванням самооцінки, «цифрового Я-образу», відчуття власної ефективності. Молодь використовує мережі як дзеркало для самопізнання та порівняння себе з іншими, що може як підтримувати особистісну стабільність, так і провокувати фрустрацію.
- Мікросоціальний рівень – відображає вплив близького оточення: друзів, однодумців, навчального середовища. У соціальних мережах формуються малі спільноти підтримки, що виступають аналогами реальних соціальних груп.

– Мезосоціальний рівень – визначає вплив культурного контексту: університетського середовища, місцевих ініціатив, волонтерських рухів, які представлені в мережі.

– Макросоціальний рівень – охоплює національні та глобальні процеси: державну інформаційну політику, громадські кампанії, міжнародну підтримку України. Тут соціальні мережі функціонують як інструмент формування колективної ідентичності, консолідації суспільства.

У структурі сучасного інформаційного простору соціальні мережі також виконують інтегративну функцію – вони поєднують різні соціальні прошарки, регіони, покоління, створюючи умови для діалогу. Для молоді це стає механізмом участі у суспільному житті, способом висловлення власної думки та реалізації соціальної відповідальності.

Проте важливо враховувати й амбівалентний характер цього впливу. Ті ж самі механізми, які підтримують ідентичність, можуть її й дестабілізувати. Надмірна залученість у віртуальний простір, порівняння себе з ідеалізованими образами, агресивне інформаційне середовище або хейтерство здатні викликати почуття меншовартості, соціальної ізоляції та втрати орієнтирів. Тому провідним завданням стає розвиток медіаграмотності, критичного мислення, емоційної стійкості та рефлексивного ставлення до власного досвіду в соцмережах.

Таким чином, соціальні мережі сьогодні виступають одночасно простором самовираження й випробування, джерелом підтримки та викликом для особистісної рівноваги. Їхній вплив на взаємодію між молоддю і соціумом багаторівневий, амбівалентний і залежить від усвідомленості користувача. У контексті війни цей вплив набуває особливої ваги, адже саме в цифровому просторі народжується нова форма української ідентичності – активна, стійка, соціально відповідальна.

3.2. Перспективи використання потенціалу соціальних мереж у розвитку молодіжних ініціатив

Соціальні мережі в сучасному світі стали невід'ємною частиною життя молоді. Вони не лише забезпечують швидкий обмін інформацією та комунікацію, а й відкривають широкі можливості для розвитку громадських і соціальних ініціатив. Молодіжні проєкти сьогодні все частіше використовують соціальні платформи як інструмент популяризації своєї діяльності, залучення нових учасників і формування спільнот за інтересами. Підвищена доступність інформації, можливість обміну досвідом і оперативна комунікація створюють сприятливе середовище для активної участі молоді у суспільному житті.

Соціальні мережі значно полегшують поширення інформації про молодіжні ініціативи, конкурси, гранти, волонтерські програми та різноманітні заходи. Високий рівень інтерактивності платформ дозволяє молодим людям не лише отримувати інформацію, а й брати активну участь у її створенні та поширенні. Завдяки цьому зростає рівень залученості та обізнаності молоді щодо можливостей для самореалізації та соціальної активності. Крім того, соціальні платформи сприяють швидкому поширенню інформації серед різних аудиторій, що дозволяє ефективно залучати однодумців і партнерів [2, 290].

Одним із головних аспектів використання соціальних мереж є формування спільнот та мережування. Онлайн-спільноти дозволяють молодим людям об'єднуватися за інтересами, обмінюватися досвідом, знаннями та ресурсами. Тематичні групи, хештеги, чати та форуми створюють середовище для взаємодії та колаборації, що стимулює розвиток нових проєктів і ініціатив. Завдяки цьому молодь може знаходити партнерів для спільної роботи, ділитися успішними практиками та підтримувати один одного у реалізації власних ідей. Соціальні мережі виконують роль

каталізатора для створення горизонтальних структур спільнот, де активна участь кожного учасника важлива для загального результату [35, 99].

Соціальні платформи також виступають ефективним інструментом популяризації молодіжних ініціатив. Візуальний контент, включаючи фото, відео, стріми та короткі інформаційні повідомлення, допомагає привернути увагу аудиторії та формує довіру до проєкту. Соцмережі надають можливість оперативно інформувати про події та досягнення молодіжних організацій, що підвищує їхню видимість і сприяє залученню нових учасників. Крім того, завдяки аналітичним інструментам платформ можна оцінювати ефективність комунікаційних кампаній і коригувати стратегію залучення аудиторії.

Використання соціальних мереж у молодіжних ініціативах має також освітній та розвивальний аспект. Онлайн-платформи надають доступ до навчальних матеріалів, вебінарів, майстер-класів та тренінгів, що сприяє підвищенню кваліфікації та розвитку професійних навичок молоді. Ведення власних блогів, сторінок або каналів дозволяє розвивати комунікаційні та креативні здібності, навчитися основам маркетингу та управління проєктами. Таким чином, соціальні мережі стають не лише майданчиком для популяризації, а й середовищем для особистісного та професійного зростання молоді.

Крім можливостей, соціальні мережі виступають і як інструмент громадської активності та соціальних змін. Молоді люди можуть організовувати онлайн-кампанії, флешмоби, петиції та різноманітні ініціативи, що впливають на локальні та національні процеси. Соціальні платформи створюють умови для залучення молоді до вирішення актуальних соціальних проблем, підвищують рівень громадської свідомості та сприяють розвитку соціальної відповідальності.

Разом із тим, використання соціальних мереж у молодіжних ініціативах потребує обережного підходу. Необхідно враховувати ризики, пов’язані з дезінформацією, кібербулінгом, цифровою залежністю та безпекою особистих даних. Водночас сучасні тенденції розвитку цифрових платформ,

включаючи впровадження інтерактивних технологій, віртуальної та доповненої реальності, відкривають нові горизонти для творчих і соціальних проєктів молоді, дозволяючи робити їх більш ефективними та привабливими для аудиторії.

Отже, потенціал соціальних мереж у розвитку молодіжних ініціатив є значним і багатовимірним. Вони забезпечують широкий доступ до інформації, створюють умови для комунікації та колаборації, сприяють популяризації ідей та розвитку навичок, а також формують простір для громадської активності. Перспективи використання цифрових платформ у цьому контексті зростають у міру розвитку технологій та розширення аудиторії користувачів, що робить соціальні мережі одним із ключових інструментів сучасного молодіжного руху.

Саме цифрові платформи стають простором швидкої мобілізації молоді для участі у волонтерських, благодійних та гуманітарних проєктах. Через соціальні мережі організовуються збори коштів, пошук ресурсів, координація дій волонтерів, а також поширення інформації про актуальні потреби суспільства. Така діяльність не лише сприяє вирішенню нагальних соціальних проблем, а й формує у молоді почуття відповідальності, солідарності та громадянської причетності.

Соціальні мережі також виступають важливим інструментом формування лідерських якостей серед молоді. Активні користувачі, які ініціюють або координують онлайн-спільноти, набувають досвіду організації командної роботи, прийняття рішень та управління проєктами. Участь у цифрових ініціативах сприяє розвитку навичок стратегічного мислення, публічної комунікації та відповідальності за результати спільної діяльності. Таким чином, соціальні платформи створюють умови для формування нового покоління молодіжних лідерів, здатних ефективно діяти як в онлайн-, так і в офлайн-середовищі.

Важливою перспективою використання соціальних мереж є їх інтеграція з інституційними формами молодіжної політики. Органи

державної влади, заклади освіти та громадські організації все частіше використовують соціальні платформи для взаємодії з молоддю, інформування про програми підтримки, консультації та зворотного зв'язку. Така взаємодія сприяє підвищенню рівня довіри молоді до соціальних інститутів, а також активнішому залученню молодих людей до процесів прийняття рішень на локальному та національному рівнях.

Окремої уваги заслуговує потенціал соціальних мереж у підтримці психологічної стійкості молоді та розвитку взаємодопомоги. Онлайн-спільноти можуть виконувати функцію простору емоційної підтримки, де молоді люди діляться власним досвідом, переживаннями та знаходять підтримку однодумців. У кризових умовах такі цифрові ініціативи сприяють зниженню рівня соціальної ізоляції та формуванню відчуття належності до спільноти, що є важливим чинником психологічного благополуччя [21, 159.

Перспективним напрямом розвитку молодіжних ініціатив у соціальних мережах є використання сучасних цифрових форматів, зокрема інтерактивного контенту, онлайн-марафонів, челленджів та спільних креативних проєктів. Такі формати підвищують рівень зацікавленості молоді, стимулюють активну участь та сприяють поширенню соціально значущих ідей. Поєднання інформаційної, комунікаційної та мотиваційної функцій соціальних платформ дозволяє робити молодіжні ініціативи більш динамічними та адаптованими до потреб сучасної молоді.

Водночас ефективне використання потенціалу соціальних мереж потребує розвитку цифрової грамотності та медіакультури молоді. Усвідомлене споживання інформації, критичне мислення та відповідальне використання цифрових інструментів є необхідними умовами сталого розвитку молодіжних ініціатив. У цьому контексті важливою є роль освітніх програм і тренінгів, спрямованих на формування навичок безпечної та продуктивної діяльності в цифровому середовищі.

Таким чином, перспективи використання соціальних мереж у розвитку молодіжних ініціатив полягають у їх здатності поєднувати комунікаційні,

освітні, організаційні та мобілізаційні функції. За умови відповідального та цілеспрямованого використання соціальні платформи можуть стати потужним ресурсом для активізації молоді, розвитку громадянського суспільства та зміцнення соціальної стійкості в умовах сучасних викликів.

3.3. Рекомендації з мінімізації негативного впливу соціальних мереж на формування ідентичності молоді в умовах війни

Соціальні мережі відіграють надзвичайно важливу роль у житті сучасної молоді, особливо в умовах війни, коли традиційні джерела інформації та комунікації обмежені. Водночас вони здатні мати і негативний вплив на формування особистісної та національної ідентичності молодих людей. Під час воєнних конфліктів інформаційне середовище часто наповнене тривожними новинами, фейками, пропагандою та емоційно насиченим контентом, що здатен викликати стрес, дезорієнтацію і формувати викривлене сприйняття дійсності. У зв’язку з цим постає необхідність розробки конкретних рекомендацій щодо мінімізації негативного впливу соціальних мереж на психоемоційний стан та ідентичність молоді.

Однією з головних рекомендацій є розвиток критичного мислення та медіаграмотності серед молоді. В умовах війни особливо важливо навчати молодих людей аналізувати джерела інформації, перевіряти достовірність повідомлень та уникати бездумного поширення контенту. Критичне ставлення до інформації дозволяє уникнути впливу дезінформації та маніпуляцій, які можуть формувати викривлене уявлення про події і суспільство. Включення курсів з медіаграмотності у освітній процес та організація тренінгів і вебінарів для молоді сприяють підвищенню їхньої стійкості до негативного впливу соціальних мереж [30].

Не менш важливою є рекомендація щодо формування здорового цифрового балансу. Молодь повинна навчитися контролювати час, проведений у соціальних мережах, та свідомо обирати контент, який сприяє

розвитку особистості і не підсилює тривогу або страх. Практичними заходами у цьому напрямі можуть бути встановлення лімітів на використання соціальних платформ, планування періодів цифрового відпочинку та активне залучення до офлайн-активностей. Здоровий цифровий баланс дозволяє зберігати емоційну стійкість, зміцнювати соціальні зв'язки у реальному житті та підтримувати позитивну самоідентифікацію.

Акцент на емоційну підтримку та психологічну стійкість також є важливим компонентом рекомендацій. У періоди війни молодь піддається підвищеному стресу, а соціальні мережі часто стають джерелом додаткової тривоги через надмірну інформацію про конфлікт. Тому необхідно організовувати доступ до психологічної допомоги, онлайн-консультацій, груп підтримки та ресурсів з психоедукації. Використання соціальних платформ для позитивного контенту, мотиваційних матеріалів та просвітницьких проєктів може сприяти збереженню психологічної рівноваги та розвитку внутрішньої стійкості.

Ще одним ефективним підходом є стимулювання участі молоді у позитивних онлайн-спільнотах та волонтерських ініціативах. Участь у проєктах, спрямованих на допомогу постраждалим від війни, підтримку локальних громад або популяризацію культури і освіти, формує у молоді почуття соціальної відповідальності та власної значущості. Соціальні мережі можна використовувати як платформу для реалізації креативних ідей, обміну досвідом та розвитку лідерських якостей, що позитивно впливає на процес самовизначення та формування ідентичності.

Особлива увага має приділятися створенню безпечного інформаційного середовища. Молодь повинна отримувати рекомендації щодо уникнення токсичного контенту, кібербулінгу та онлайн-маніпуляцій. Платформи соціальних мереж можуть впроваджувати механізми фільтрації та модерації матеріалів, а освітні програми – навчати молодь навичкам безпечної поведінки в цифровому середовищі. Безпечне та відповідальне користування

соціальними мережами сприяє зміцненню позитивної самооцінки та розвитку стійкої ідентичності, захищеної від деструктивних впливів.

Важливим елементом є також підтримка культурної та національної ідентичності через тематичний та освітній контент. Соціальні мережі можуть слугувати інструментом збереження національних цінностей, історичної пам'яті та культурної спадщини, що особливо актуально у воєнний період. Поширення матеріалів про історію, традиції, героїчні події та волонтерські ініціативи допомагає молоді формувати відчуття належності до спільноти та сприяє зміцненню національної ідентичності [10].

Також доцільною є рекомендація щодо підтримки міжособистісної взаємодії у реальному житті. Соціальні мережі не повинні замінювати живе спілкування, оскільки воно є критично важливим для розвитку соціальних навичок та формування повноцінної особистості. Молодь повинна заохочуватися до участі у громадських заходах, волонтерських проектах та групових активностях, які зміцнюють соціальні зв'язки та допомагають формувати ідентичність у безпосередньому соціальному контексті.

На завершення, важливо відзначити, що мінімізація негативного впливу соціальних мереж на формування ідентичності молоді в умовах війни потребує комплексного підходу. Він включає розвиток медіаграмотності, підтримку психологічної стійкості, формування здорового цифрового балансу, участь у позитивних онлайн- та офлайн-спільнотах, створення безпечного інформаційного середовища та підтримку національної ідентичності. Реалізація цих рекомендацій сприяє формуванню свідомої, соціально активної та психологічно стійкої молоді, здатної протистояти деструктивним впливам інформаційного середовища в умовах воєнних конфліктів.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного теоретичного та емпіричного дослідження впливу соціальних мереж на формування ідентичності молоді в умовах війни було досягнуто мети роботи, виконано всі поставлені завдання та підтверджено гіпотезу про те, що соціальні мережі виступають одним із найвагоміших чинників психосоціального конструювання молодіжної ідентичності в сучасному інформаційному середовищі.

Теоретичний аналіз проблеми дозволив визначити, що поняття «ідентичність» у науковому дискурсі розглядається як багаторівневе утворення, що охоплює індивідуальні, соціальні, національні, культурні та цифрові аспекти самоусвідомлення особистості. Ідентичність формується у процесі соціалізації, взаємодії з оточенням та засвоєння соціальних ролей, а в умовах війни набуває додаткових змістових характеристик, пов’язаних із переживанням небезпеки, пошуком підтримки, самоідентифікацією з нацією та спільнотою.

Соціальні мережі у сучасному суспільстві виконують не лише функцію комунікації, а й стають простором соціалізації, самопрезентації та інформаційного впливу. У воєнних умовах вони перетворюються на засіб підтримання психологічної стійкості, мобілізації, взаємодопомоги та громадянської активності. Водночас, некритичне споживання контенту, інформаційне перевантаження та дезінформація створюють ризики деструктивного впливу на особистісну стабільність і самооцінку молоді.

У процесі емпіричного дослідження було підтверджено, що рівень залученості молоді до соціальних мереж прямо корелює з особливостями її самоідентифікації, емоційного стану та соціальної поведінки. Використання методик “Who am I?” (Кун і МакПартленд), SMUIS (Social Media Use Integration Scale) та CD-RISC-10 (Connor–Davidson Resilience Scale) показало, що помірний рівень користування соціальними мережами сприяє розвитку

соціальної адаптивності, усвідомленню власних цінностей і підвищенню психологічної стійкості. Натомість надмірна залежність від цифрової взаємодії асоціюється з підвищеним рівнем тривожності та фрагментованістю ідентичності.

Психологічний вплив соціальних мереж на молодь у період війни є амбівалентним: з одного боку, вони забезпечують підтримку, комунікацію, можливість самовираження, формування спільнот і волонтерських ініціатив; з іншого можуть сприяти деструктивним формам поведінки, поширенню страху, апатії чи інформаційної втоми. Визначено, що ключовими детермінантами стійкої ідентичності є критичне мислення, емоційна регуляція, позитивна самооцінка та усвідомлена взаємодія в онлайн-просторі.

Практичні результати дослідження дали змогу розробити рекомендації щодо мінімізації негативного впливу соціальних мереж і використання їх потенціалу для розвитку молодіжних ініціатив. Запропоновано психопросвітницькі заходи, тренінгові програми та освітні модулі, спрямовані на розвиток медіаграмотності, цифрової етики, емоційної саморегуляції та національної самосвідомості.

Узагальнюючи результати дослідження, можна стверджувати, що соціальні мережі в умовах війни стають потужним чинником формування молодіжної ідентичності, який може виступати як ресурсом психологічної підтримки та самоактуалізації, так і джерелом деструктивних впливів. Ефективне використання потенціалу соціальних медіа вимагає розвитку критичного мислення, цифрової культури й усвідомленої комунікації серед молоді, що забезпечить формування стійкої національної та особистісної ідентичності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агарков О. А. Індивідуальність в цифрову епоху: як соціальні мережі впливають на самоідентифікацію та соціальну поведінку особистості. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2023. № 4. С. 67-85. URL : https://chasopys-ppp.dp.ua (дата звернення: 04.11. 2025).

2. Андрієнко А. О. Інтернет-адикція як форма залежної поведінки. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції / за ред. Н. І. Кривоконь, Т. І. Сили. Чернігів : ЧДІПСТП, 2008. С. 288-292.

3. Бабенко Ю. А. Вільний час і дозвілля української молоді в умовах нової соціокультурної реальності. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв,* 2013. № 2. С. 74-75.

4. Бескоровайний В. Вплив соціальних мереж на формування національної ідентичності здобувачів вищої освіти. *Молодь і ринок*. № 3/235. 2025. С. 45-60. URL : https://mir.dspu.edu.ua (дата звернення: 04.11. 2025).

5. Близнюк Є. Українська молодь віддає перевагу Telegram, YouTube та TikTok, - дослідження. *MediaSapiens*. 13 серп. 2024 URL : https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/35844/2024-08-13-ukrainska-molod-viddaie-perevagu-telegramu-yutubu-ta-tiktoku-doslidzhennya/ (дата звернення: 04.11. 2025)

6. Богдан М. С., Горецька О. В. Психологічні особливості спілкування залежних від соціальних мереж. *Психологія і соціологія: проблеми практичного застосування*. 2014. С. 25-29.

7. Бойко С. Національна ідентичність як основа стійкості молоді в умовах війни: освітній та виховний потенціал. *Нові технології навчання*. 2025. № 1. С. 14-32. URL : https://journal.org.ua (дата звернення: 04.11. 2025).

8. Васьковська Г. О. Вплив соціальних мереж на самооцінку підлітків. *Актуальні проблеми психології*. 2017. № 11(16), С. 147-156.

9. Веретенко Т. Г. Детермінанти формування безпечної діяльності молоді в Інтернет-мережі. URL : http://elibrary.kubg.edu.ua (дата звернення: 04.11.2025)

10. Галудзіна-Горобець В. Феномен соціальних мереж у контексті сучасного інформаційного простору. *Український інформаційний простір.* 2021. № 1. С. 12-28. URL : https://ukrinfospace.knukim.edu.ua

11. Гнатюк Р. Соціальні мережі: співвідношення позитиву і негативу. URL :https://zn.ua/ukr/family/socialnimerezhispivvidnoshennyapozitivuinegativu. html (дата звернення: 04.11.2025).

12. Данильян О. Інформаційне суспільство морально-етичний дискурс. *Інформація і право* № 1. 2014. С. 16–25.

13. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство : політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*, 2012. С. 179-184.

14. Денисенко Л. І. Інтернет-залежність як психологічна проблема сучасної молоді. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Психологія*. 2019. № (61), С. 16-24.

15. Журба К. Формування національної ідентичності зростаючої особистості в умовах воєнного стану: досвід експериментальної реалізації. Вісник НАПН України. № 5(1). 2023. С. 1− 6.

16. Запорожченко О. В. Ідентичність особистості в умовах інформаційного суспільства. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. Випуск 26. 2020. С. 12–16.

17. Козерук Ю. В., Євсейчик Я. О. Самооцінка як фактор становлення особистості студента. *Вісник ЧНПУ.* Серія : Педагогічні науки. 2015. Вип. 124. С. 163–165.

18. Коляда Н. В. Вплив соціальних мереж на формування ідентичності молоді. *Психологія і суспільство*. 2018. № 3, С.108-115.

19. Кучер О. І. Соціальні мережі як чинник формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* Серія : Психологія. 2019. С.74-78.

20. Лактіонова Г. М. Медіаосвіта як засіб формування інформаційної культури особистості. *Педагогічний процес: теорія і практика*. 2018. С.-53. 47.

21. Лобікова О. О., Мельникова А. С. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства. *Вісник Львівського університету.* Серія соціологічна, 2011. Вип. 5. С. 154-160.

22. Максименко Ю. Б., Матохнюк Л. О. Ідентичність особистості в сучасному інформаційному просторі. *Україна в умовах реформування правової системи : сучасні реалії та міжнародний досвід* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Тернопіль, 20-21 квіт. 2018р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2018. С. 311-313.

23. Матієнко Т., Іващенко М. Вплив соціальних мереж на психо-емоційний стан підлітків. *Дидактика*. № 1. 2025. С. 64-69.

24. Мірошниченко М. С. Проблема автентичності особистості в умовах віртуальної реальності. *Вісник Національного технічного університету "ХПІ".* Серія : Психологія. 2015. № (65), 103-107.

25. Міхеєва О. Ю. Кібербулінг як соціально-педагогічна проблема. *Молодий вчений*. 2018. №11(63). URL : http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/11/60.pdf (дата звернення: 04.11. 2025).

26. Москаленко М. В. Захист інформації в соціальних мережах. *Актуальні задачі та досягнення у галузі кібербезпеки*. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, (23-25 листопада 2016 р., м. Кропивницький). Кропивницький, 2016. С. 143-144.

27. Онкович Г. В. Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа. *Вища освіта України*. Наука і вища освіта в Україні: міра взаємодії. 2008. № 3. Д. 1. Тем. вип.. С.130–137.

28. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологічні особливості формування ідентичності особистості в умовах інформаційного суспільства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія : Психологічні науки. 2015. № 2, 127-132.

29. Примаченко А. В. Вплив соціальних мереж на самооцінку підлітків. *Проблеми сучасної психології*. 2017. №37. С. 177-184.

30. Романенкова О. Ю. Психологічні аспекти впливу соціальних мереж на формування самооцінки підлітків. *Ментальне здоров'я.* 2025. № 2. С. 33-50. URL : https://journals.oneu.od.ua (дата звернення: 04.11. 2025).

31. Січка В. І. Психологічні особливості сприйняття картини світу в підлітковому віці. «Наука і освіта». 2014. № 12. С. 195–201.

32. Скільки часу підлітки проводять в Інтернеті: дослідження. URL : https://pon.org.ua/novyny/10119-skilky-chasu-pidlitky-provodiat-v-interneti-doslidzhennia.html (дата звернення: 15.03.2025).

33. Федоренко С. В. Психологічні особливості побудови корекційнотренінгової програми зі зниження комп'ютерної залежності у студентської молоді. *Практична психологія та соціальна робота*. 2013. № 1. С. 29-36.

34. Чорна О. «Опора» : Основним джерелом інформації майже 80 % українців є соціальні мережі. *Детектор медіа*. 10 лип. 2023 URL : https://detector.media/infospace/article/213998/2023-07-10-opora-osnovnym-dzherelom-informatsii-mayzhe-80-ukraintsiv-ie-sotsialni-merezhi (дата звернення: 04.11.2025).

35. Шевчук О. В. Вплив соціальних мереж на психоемоційний стан молоді: соціальна робота з підлітками в еру цифрових технологій. *Соціальна робота та психологія: освіта і наука.* № 1. 2025. С. 98-101.

36. Шугурова Т. Л. Кіберсоціалізація студентської молоді в дозвіллєвій діяльності. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля.* Серія «Педагогіка і психологія», 2012. № 2 (4). С. 42.

37. Яценко М. А. Соціальні мережі та віртуальний соціальний капітал молоді. *Європейські орієнтири розвитку України: нові виміри у воєнний час* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 16 трав. 2025 р.). Одеса : Фенікс, 2025. Т. 2. С. 111.

38. Andreassen C. S., Torsheim T., Brunborg G. S., Pallesen S. The Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) : longitudinal measurement invariance across a two-year interval. *Clinical Psychologist.* 2024, Vol. 28, No.2, pp. 185-194. DOI : https://doi.org/10.1080/13284207.2024.2341816 URL : vuir.vu.edu.au+1 (дата звернення: 04.11. 2025).

39. Connor K. M., Davidson J. R. T. Development of a new resilience scale: The Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety*. 2003; 18(2) P. 211.

40. Huntington S. P. Who Are We?: The Challenges to America's National Identity. – New York: Simon & Schuster, 2004. P. 428 .

41. Kaufman E. A., et al. The Self-Concept and Identity Measure (SCIM): a self-report assessment of clinical identity disturbance. 2015. URL : https://www.researchgate.net/publication/268746015_The_Development_Factor_Structure_and_Validation_of_the_Self-concept_and_Identity_Measure_SCIM_A_Self-Report_Assessment_of_Clinical_Identity_Disturbance ResearchGate+1 (date of application : 04.11.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Twenty Statements Test (TST) - «Who am I?»

Інструкція для респондента: Вам потрібно написати до 20 тверджень про себе, відповідаючи на запитання «Who am I?». Висловлюйте власні думки про себе, свої якості, інтереси, ролі в житті.

№	Власне твердження «Я є …»
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

Додаток Б

Social Media Use Integration Scale (SMUIS)

Інструкція: Оцініть, наскільки кожне твердження відповідає вашому ставленню до соціальних мереж, використовуючи шкалу: 1 – зовсім не відповідає, 5 – повністю відповідає.

№	Твердження	Оцінка (1–5)
1	Я регулярно перевіряю соціальні мережі протягом дня.	
2	Соцмережі відіграють важливу роль у моїх стосунках з друзями.	
3	Я часто ділюсь власними думками та подіями в соцмережах.	
4	Використання соцмереж є невід’ємною частиною моїх щоденних звичок.	
5	Соцмережі допомагають мені відчувати себе частиною спільноти.	
6	Я часто перевіряю соцмережі навіть у перервах між іншими справами.	
7	Мої соціальні мережі впливають на мої емоції та настрій.	
8	Використання соцмереж для спілкування є важливішим за особисті зустрічі.	
9	Я відчуваю зв’язок з друзями завдяки соцмережам.	
10	Використання соцмереж є природною частиною мого життя.	

Додаток В

Connor–Davidson Resilience Scale (CD-RISC-10)

Інструкція: Вкажіть, наскільки кожне твердження відповідає вам протягом останніх 4 тижнів, використовуючи шкалу: 0 – зовсім не відповідає, 4 – повністю відповідає.

№	Твердження	Оцінка (0–4)
1	Я можу впоратися з труднощами та стресовими ситуаціями.	
2	Я швидко відновлююсь після невдач.	
3	Відчуваю впевненість у своїх здібностях.	
4	Можу зберігати спокій у кризових ситуаціях.	
5	Легко пристосовуюсь до змін.	
6	Вірю, що можу знайти рішення для складних проблем.	
7	Не здаюсь у важких обставинах.	
8	Позитивно оцінюю власне життя, навіть коли важко.	
9	Маю внутрішню силу, щоб переживати стрес.	
10	Зберігаю оптимізм у складних ситуаціях.	