МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: **ВПЛИВ СУЧАСНИХ МЕДІА РЕСУРСІВ НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ПІДЛІТКІВ**

Виконала: студентка ІІ курсу,
групи 8.0533
спеціальності: 053 Психологія
освітньої програми: 053 Психологія
Семко Вікторія Олександрівна
Керівник: Грандт В.В., к.психол.н., доцент
кафедри психології психології
Рецензент: Горлач В.В., к.пед.н., доцент
кафедри психологіїпсихології

Запоріжжя - 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____

к.психол.н., доцент. Н.О. Губа

«____»_____2024 р.

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Семко Вікторії Олександрівні

Тема роботи Вплив сучасних медіа ресурсів на формування соціальної ідентичності підлітків.

керівник роботи Грандт В.В.к.психол.н., доцент кафедри психології

затверджені наказом ЗНУ від «24» 09 2024 року № 1447-с

2. Строк подання студентом роботи _____

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

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: провести теоретико-методологічний аналіз літератури з питань формування соціальної ідентичності, дослідити специфіку впливу соціальних мереж на підлітків.

5. Перелік графічного матеріалу: 2 таблиць, 19 рисунків.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання Видав	Завдання прийняв
Вступ	Грандт В.В., доцент		
Розділ 1	Грандт В.В., доцент		
Розділ 2	Грандт В.В., доцент		
Розділ 3	Грандт В.В., доцент		
Висновки	Грандт В.В., доцент		

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	січень -лютий 2024 р.	Виконано
2	Робота над вступом	березень 2024 р.	Виконано
3	Робота над першим розділом	квітень-травень 2024 р.	Виконано
4	Робота над другим розділом	липень 2024 р.	Виконано
5	Робота над третім розділом	червень -серпень 2024 р.	Виконано
6	Написання висновків	вересень 2024 р.	Виконано
7	Передзахист	жовтень 2024 р.	Виконано
8	Нормоконтроль	листопад 2024 р.	Виконано

Студент _____ В.О. Семко

Керівник роботи _____ В.В. Грандт

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер_____ О.М. Гредінарова

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 80 сторінок, 2 таблиць, 19 рисунків, 51 джерело, 2 додатка.

Об’єкт дослідження - процес формування соціальної ідентичності підлітків.

Предмет дослідження - вплив соціальних медіа на особливості формування соціальної ідентичності підлітків.

Мета дослідження - виявити вплив соціальних мереж на процес формування соціальної ідентичності підлітків.

Гіпотеза: активне використання соціальних медіа підлітками призводить до збільшення залежності від соціального порівняння, що негативно впливає на формування соціальної ідентичності.

Методи дослідження: теоретичні методи: аналіз літератури з проблеми впливу соціальних мереж на підлітків, класифікація та систематизація наукових джерел, порівняння і узагальнення результатів попередніх досліджень; емпіричні методи: анкетування підлітків для виявлення їхньої суб’єктивної оцінки впливу соціальних мереж на соціальну ідентичність, тестування для визначення рівня схильності до соціального порівняння.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що визначено вплив соціальних мереж на соціальну ідентичність підлітків, зокрема ключові механізми цього впливу, такі як соціальне порівняння, емоційна залежність, ефект самооцінки. Досліджено специфіку використання підлітками соціальних медіа та їх роль у формуванні соціальної ідентичності, що значно розширює існуючі уявлення про вплив цифрових технологій на психологічний розвиток молоді.

Практична значущість дослідження полягає в тому, що отримані дані та висновки можуть бути використані для розробки освітніх та соціальних програм, спрямованих на мінімізацію негативних наслідків використання соціальних мереж.

СОЦІАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ, ВПЛИВ, ПІДЛІТКИ, СОЦІАЛЬНІ МЕДІА, ІДЕНТИФІКАЦІЯ

SUMMARY

Semko V.O. The impact of social media on the formation of social identity in adolescents.

Object of research: the process of forming social identity in adolescents.

Subject of research: the influence of social media on the formation of social identity in adolescents.

The purpose of the research: to identify the influence of social media on the process of forming social identity in adolescents.

The hypothesis of the research: we assume that active use of social media by adolescents leads to an increase in dependence on social comparison, which affects the formation of their social identity and negatively influences them.

Research methods: theoretical methods: analysis of scientific literature on the impact of social media on adolescents, classification and systematization of scientific sources, comparison and generalization of previous research results; empirical methods: surveys of adolescents to assess their subjective evaluation of the impact of social media on their social identity, testing to determine the level of susceptibility to social comparison.

A scientific innovation: the study identifies the influence of social media on adolescent social identity, including the key mechanisms of this influence such as social comparison, emotional dependence, and the self-esteem effect. The research examines the specifics of adolescents' use of social media and their role in shaping social identity, significantly expanding the existing understanding of the impact of digital technologies on the psychological development of youth.

Research results suggest that active use of social media leads to changes in adolescents' self-esteem and can result in both positive and negative consequences for their social adaptation and identity formation.

The practical significance of the research is that the obtained data and conclusions can be used to develop educational and social programs aimed at minimizing the negative impact of social media on adolescents. Furthermore, these findings can help develop recommendations for parents, educators, and psychologists to maintain the mental health of adolescents while interacting with social media.

SOCIAL IDENTITY, INFLUENCE, ADOLESCENTS, SOCIAL MEDIA, IDENTIFICATION.

ЗМІСТ

ВСТУП……... 8
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ОСОБИСТОСТІ……..……... 12
1.1. Загальна характеристика поняття ідентичності особистості……..…..... 12
1.2. Соціальна ідентичність як один із компонентів самосвідомості…… 18
1.3. Чинники, що впливають на формування та розвиток соціальної ідентичності……... 25
РОЗДІЛ ІІ. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ…… 31
2.1. Еволюція поняття «соціальні мережі» в гуманітарному дискурсі та їх роль в мережевому суспільстві……... 31
2.2. Психологічні аспекти впливу соціальних мереж на формування соціальної ідентичності підлітків…… 37
2.3. Соціальні медіа як сучасний інструмент конструювання соціальної ідентичності підлітків..…… 42
РОЗДІЛ ІІІ. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ПІДЛІТКІВ…… 52
3.1. Методологія дослідження: етапи та підходи проведення дослідження... 52
3.2. Результати дослідження: аналіз даних та їх інтерпретація……... 56
ВИСНОВКИ……..... 74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……...……. 77
ДОДАТКИ…… 81

ВСТУП

Актуальність дослідження. Швидкий розвиток Інтернету призвів до формування нових форм соціальної взаємодії, серед яких найбільший вплив на суспільство мають соціальні мережі. Соціальні медіа - це інтерактивні платформи, де користувачі створюють інформацію та діляться нею, формуючи таким чином особисту та колективну ідентичність. З моменту заснування першої сучасної соціальної мережі Classmates.com у 1995 році кількість таких платформ значно зросла, і вони стали невід'ємною частиною життя підлітків. Творці соціальних мереж зосереджувалися на задоволенні потреби у спілкуванні та самовираженні, але їхній вплив виходив за межі цих функцій, включаючи формування соціальної ідентичності.

У сучасному світі соціальні мережі відіграють важливу роль у розвитку особистості, особливо підлітків, які є активними користувачами цих платформ. З одного боку, соціальні медіа надають можливості для самовираження, спілкування та соціального порівняння. З іншого боку, постійне порівняння себе з іншими може негативно вплинути на самооцінку підлітків, а також сприяти формуванню спотвореного світогляду через відображення відфільтрованих реалій. Соціальні медіа стали простором, де молоді люди формують свою соціальну ідентичність, взаємодіючи з широким колом користувачів, отримуючи як позитивний, так і негативний вплив.

Актуальність теми дослідження полягає в необхідності розуміння механізмів цього впливу та його наслідків для підліткової аудиторії. Вивчення впливу соціальних медіа на формування соціальної ідентичності підлітків є важливим для розробки ефективних рекомендацій щодо відповідального використання цих платформ, зокрема для збереження психологічного здоров'я та забезпечення гармонійного розвитку особистості.

Аналіз впливу соціальних медіа на формування особистості включає значний перелік дослідників із різних дисциплін. Спираючись на класичні теорії соціології Дж. Міда та Ч. Кулі, які наголошували на важливості соціальної взаємодії у формуванні особистості, сучасні вчені виробили розуміння цього феномену в умовах цифрової ери.

М. Кастельс детально дослідив вплив інформаційного суспільства та мережевих структур на соціальні відносини та ідентичність. П. Бурдьє запропонував поняття «культурний капітал» і «габітус», які можна застосувати для аналізу поведінки користувачів у соціальних мережах.

У своєму дослідженні Ш. Теркл зосереджується на впливі цифрових технологій на емоційну сферу та самосприйняття особистості. Дж. Твенге проаналізувала, як зростання популярності соціальних мереж пов'язане з підвищенням рівня тривоги та депресії серед підлітків. І. Кросс та Е. Пржибильскі досліджують, як час, проведений у соціальних мережах, впливає на психічне здоров'я, включаючи рівень стресу та задоволеність життям.

У галузі психології М. Грановеттер дослідив роль «слабких зв'язків» у мережевій взаємодії, що має відношення до аналізу побудови стосунків у соціальних мережах. Д. Канеман і А. Тверскі досліджували когнітивні спотворення, які можуть бути ключовими для розуміння поведінки в мережах.

Серед українських науковців важливий внесок зробили О. Скібінська, І. Звєрєва та Л. Сущенко, які досліджували вплив соціальних мереж на підлітків. Ю. Асєєва досліджувала емоційний стан та самооцінку молоді під впливом соціальних мереж, а Є. Гиденко - проблему кібербулінгу. Л. Березовська досліджувала довготривалий вплив ЗМІ на самооцінку та психологічний комфорт користувачів.

Також заслуговують на увагу дослідження Н. Карра, який аналізує, як використання Інтернету змінює структури мислення та уваги, і М. Маклюена, який запропонував концепцію «медіа як продовження людини», яку можна застосувати до соціальні мережі.

Зважаючи на це, дослідження впливу соціальних мереж охоплює міждисциплінарний спектр, враховуючи досягнення як класичних теоретиків, так і сучасних фахівців у галузі цифрових комунікацій та психології.

Об’єктом дослідження - процес формування соціальної ідентичності підлітків.

Предмет дослідження - вплив соціальних медіа на особливості формування соціальної ідентичності підлітків.

Мета дослідження -виявити вплив соціальних мереж на процес формування соціальної ідентичності підлітків.

Гіпотеза: активне використання соціальних медіа підлітками призводить до збільшення залежності від соціального порівняння, що негативно впливає на формування соціальної ідентичності.

Завдання дослідження:

1. Дослідити основні підходи до визначення соціальної ідентичності підлітків у психологічній літературі;

2. Проаналізувати специфіку впливу соціальних медіа на розвиток соціальної ідентичності у підлітковому віці;

3. Визначити та обґрунтувати методи дослідження впливу соціальних медіа на соціальну ідентичність підлітків.;

4. Провести аналіз результатів емпіричного дослідження впливу соціальних медіа на формування соціальної ідентичності підлітків та інтерпретувати отримані дані.

Методи дослідження: теоретичні: теоретико-методологічний аналіз літератури з проблеми впливу соціальних мереж на підлітків, класифікація та систематизація наукових джерел, порівняння і узагальнення результатів попередніх досліджень; емпіричні: анкетування підлітків для виявлення їхньої суб’єктивної оцінки впливу соціальних мереж на соціальну ідентичність, тестування для визначення рівня схильності до соціального порівняння.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що визначено вплив соціальних мереж на соціальну ідентичність підлітків, зокрема ключові

механізми цього впливу, такі як соціальне порівняння, емоційна залежність, ефект самооцінки. Досліджено специфіку використання підлітками соціальних медіа та їх роль у формуванні соціальної ідентичності, що значно розширює існуючі уявлення про вплив цифрових технологій на психологічний розвиток молоді. Результати дослідження свідчать про те, що активне користування соціальними мережами призводить до змін у самооцінці підлітків і може сприяти як позитивним, так і негативним наслідкам у їх соціальній адаптації та ідентифікації.

Практична значущість дослідження полягає в тому, що отримані дані та висновки можуть бути використані для розробки освітніх та соціальних програм, спрямованих на мінімізацію негативних наслідків використання соціальних мереж. Крім того, ці дані допоможуть розробити рекомендації для батьків, педагогів і психологів щодо збереження психічного здоров’я підлітків у процесі їх взаємодії з соцмережами. Таким чином, результати цього дослідження можуть слугувати основою для розробки рекомендацій щодо покращення психічного здоров'я підлітків і мінімізації негативного впливу соціальних медіа на процес їхньої соціальної ідентифікації.

Надійність та достовірність отриманих результатів забезпечується використанням різних методів збору та аналізу даних, таких як опитування, тестування, а також порівняння з іншими науковими дослідженнями в цій галузі. Ретельне узагальнення і порівняння отриманих результатів дозволяє підтвердити достовірність висновків і забезпечити їх практичну застосовність в різних областях соціальної роботи і психології.

Інформаційну базу дослідження складають результати авторського пілотного опитування, проведеного серед користувачів соціальних мереж, яке дало змогу оцінити їхнє ставлення до впливу ЗМІ на формування соціальної ідентичності. Отримані результати демонструють як позитивні, так і негативні сторони цього впливу, що стане основою для подальших досліджень та розробки рекомендацій.

РОЗДІЛ І.
ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

1.1. Загальна характеристика поняття ідентичності особистості

Особистість - це найвищий ступінь духовного розвитку людини, що являє собою стійку сукупність соціально вагомих якостей, які характеризують індивіда як унікальну суб'єктивність, здатну освоювати і змінювати світ. Ідентичність - комплекс унікальних властивостей особистості, що включає життєву позицію, уявлення про норми та цінності, а також самосприйняття, уподобання, соціальну роль, гендерну ідентичність, етнічну приналежність, культурні особливості та інші визначальні характеристики [1].

Хоча особистість може відігравати певну роль у формуванні соціальної поведінки, психологія також розглядає більш широкі соціальні сили, такі як соціальні інститути, культура, соціальні норми, соціальна нерівність та зміни.

Спершу поняття «ідентичність» з'явилося в психіатрії, де воно описувалося як явище «кризи ідентичності» - стану психічно хворих людей, які втратили розуміння себе і послідовності подій у своєму житті. Американський психоаналітик Ерік Еріксон переніс це поняття в психологію розвитку, вказавши, що криза ідентичності є однією зі стадій розвитку людини [2]. У підлітковому віці кожна людина переживає кризу, пов'язану з потребою в самовизначенні, що вимагає ряд певних соціальних і особистих виборів. Якщо підліток не може вирішити ці завдання, його особистість може стати неадекватною.

За Е. Еріксоном, «ідентичність - це почуття здобуття адекватності і володіння власним «Я» незалежно від зміни ситуації».

Існують певні види ідентичності:

Дифузна ідентичність - стан, коли особистість ще не зробила відповідального вибору (наприклад, щодо професії чи світогляду), що призводить до невизначеності образу «Я».

Неоплачувана ідентичність - коли індивід прийняв певну ідентичність без глибокого самоаналізу, під впливом зовнішніх факторів або соціальних стандартів.

Відкладена ідентичність (мораторій на ідентифікацію) - це стан, коли індивід активно шукає своє місце у світі, але відкладає остаточне рішення на потім.

Досягнута ідентичність - це коли особистість знайшла своє місце і почала період самореалізації.

У соціальних науках виділяють декілька типів ідентичності: соціальну (ототожнення себе з певним соціальним статусом), культурну (ідентифікацію себе з певною культурною традицією), етнічну (ідентифікацію себе з певною етнічною групою) та групову (ідентифікацію з певна спільнота). Існує також поняття «психосоціальна ідентичність», яка об'єднує різні аспекти самоідентифікації особистості.

Ідентичність особистості формується в процесі індивідуального розвитку і є результатом соціалізації, ідентифікації та інтеграції. Самоідентифікація змінюється у зв’язку з засвоєнням соціокультурних патернів і ролей у взаємодії з іншими людьми, а в кінці підліткового віку ідентичність стає більш-менш стабільною.

Розрізняють позитивну і негативну ідентичності (За Е. Еріксоном) [3]. Негативні ідентичності, такі як «злочинець» або «божевільний», можуть бути сформовані ярликами або тиском оточуючих. Втрата ідентичності може виникнути внаслідок вікових криз або швидких змін у соціокультурному середовищі, що може проявлятися у вигляді відчуження, деперсоналізації, аномії, маргіналізації або психічного порушення. Кризи ідентичності можуть бути універсальними для окремих вікових етапів (наприклад, під час переходу

до дорослого життя), а також набувати масового характеру в умовах соціокультурних змін, що може мати як негативні, так і позитивні наслідки (наприклад, для адаптації до нових технологій або соціальних ролей). Механізм ідентичності важливий для збереження соціальної структури та культурної спадщини.

Формування ідентичності особистості починається на ранніх етапах життя і триває протягом усього існування людини.

Класифікація ідентичності за видами є досить складним процесом, оскільки різні аспекти особистості пов’язані між собою. Однак можна виділити декілька основних типів ідентичності:

Особистісна ідентичність - це самосприйняття людини, яке формується через усвідомлення власних цінностей, життєвих цілей, інтересів, переконань, моделей поведінки.

Важливо, що самоідентифікація формується не тільки під впливом зовнішніх факторів, а й завдяки внутрішнім потребам і життєвому досвіду.

Усвідомлення власної ідентичності є динамічним процесом, що переживається індивідом як відчуття власної цілісності в певних життєвих обставинах.

На функціональному рівні самоідентичність виконує дві основні функції: саморегуляцію, що забезпечує оптимізацію поведінки в поточних умовах, і підтримку стійкого позитивного Я-образу незалежно від зовнішніх ситуацій.

Гендерна ідентичність - це внутрішнє відчуття приналежності людини до тієї чи іншої статі, яке формується під впливом соціальних і культурних стереотипів щодо поведінки та якостей індивідів певної біологічної статі [4]. Гендерна ідентичність може змінюватися протягом життя і охоплювати різні аспекти, такі як одяг, зовнішній вигляд, спосіб життя, поведінка та соціальні стосунки. Своє ставлення до власної статі люди можуть відчувати по-різному: відчувати невдоволення своїми фізичними даними і прагнути змінити зовнішність. Це стосується не лише самоідентифікації як чоловіка чи жінки, а й небінарної гендерної ідентичності.

Ці проблеми часто виникають через невідповідність між суспільними гендерними нормами та особистою гендерною ідентичністю людини, що може призвести до внутрішніх конфліктів і непорозумінь.

Соціальна ідентичність людини пов'язана з її приналежністю до різних соціальних груп і спільнот. Вікова, групова, етнічна, професійна, релігійна та культурна ідентичності формуються під впливом багатьох факторів, таких як виховання у сім’ї, соціальне середовище, освіта та інформаційний простір. Кожна людина асоціює себе з певними соціальними ролями та спільнотами, що допомагає визначити її поведінку, цінності та світогляд.

Формування соціальної ідентичності є тривалим і динамічним процесом, який відбувається на трьох різних рівнях: індивідуальному, груповому та міжгруповому. Ступінь ідентифікації з певною соціальною групою може вагомо впливати на ставлення людини до інших соціальних груп.

Криза ідентичності - це період інтенсивного внутрішнього пошуку і самопізнання, коли людина стикається з нерозумінням себе, своїх цінностей і життєвих пріоритетів. Така криза зазвичай виникає в перехідні періоди життя, наприклад, в молодості або в після тридцяти. Прояви цієї кризи можуть бути різними: від почуття втраченості та апатії до невдоволення собою та своїм життям [5].

Також необхідно зазначити, що криза ідентичності - це нормальний і неминучий етап, який є необхідним для особистісного зростання і розвитку. Щоб подолати кризу ідентичності, потрібно звернутися до внутрішнього «Я» і шукати підтримки у близьких.

Ідентичність може сильно впливати на стосунки між людьми. Коли дві людини мають різні соціальні ролі або групи, це може спричинити конфлікти та проблеми у взаємостосунках. Натомість подібні ідентичності можуть допомогти людям знайти спільну мову та створити більш глибокі та довірливі стосунки.

Ідентичність також відіграє конче важливу роль у професійному розвитку. Коли людина чітко розуміє свої цілі та бажання, це допомагає їй обрати близьку до себе професію та успішно розвиватися у кар'єрі. Сильна ідентичність у певній професії чи галузі може підвищити мотивацію та сприяти успіху на роботі.

Крім того, ідентичність може впливати на політичні переконання та поведінку. Люди з різною ідентичністю можуть по-різному реагувати на політичні проблеми та вибір кандидатів. Наприклад, культурні відмінності можуть визначати різні погляди на міжнародні відносини, політику та інші соціальні проблеми.

Отже, ідентичність є важливим аспектом нашого життя, який впливає на самооцінку, стосунки, професійну діяльність і політичні переконання. Розуміння своєї ідентичності допомагає нам краще пізнати себе, знайти своє місце у світі та активно розвиватися як особистість.

Шляхи розвитку ідентичності та самопізнання є важливими складовими процесу формування цілісної та здорової особистості [6]. Одним із ключових аспектів самопізнання є рефлексія, яка дозволяє людині знайти час подумати про власне життя, переконання та роль у світі.Цього можна досягти шляхом ведення щоденника, медитації або просто роздумів про важливі для вас проблеми. Рефлексія дає змогу краще усвідомити свої потреби, цінності та переконання, що сприяє більш усвідомленому вибору в житті.

Також є важливим у процесі самопізнання спілкування з іншими людьми. Воно розширює світогляд і дозволяє краще зрозуміти свої цінності. Важливо не тільки висловлювати свої думки, але й активно слухати інших, обговорювати спільні ідеї та знаходити підтримку в соціальному середовищі.

Розвиток таких навичок, як критичне мислення, вирішення проблем і ефективне управління часом, також сприяє здоровій особистості. Оволодіння цими навичками дозволяє стати більш компетентним і емоційно дорослим, що дозволяє впевнено діяти в різних життєвих ситуаціях.

Здоров’я, як фізичне, так і психічне, безпосередньо пов’язане з розвитком особистості. Дотримання здорового способу життя шляхом регулярних фізичних вправ, здорового харчування та психоемоційної релаксації допомагає підтримувати високий рівень енергії та добробуту, що, у свою чергу, сприяє особистому розвитку.

Пошук сенсу і мети життя - важливий етап на шляху до самопізнання. Визначення власних цілей і пріоритетів надає життю певну структуру та напрямок, дозволяючи людині відчувати себе частиною більшого контексту та досягати особистого задоволення.

Пізнання нових хобі та видів діяльності допомагають краще пізнати себе. Відкритість до нового дає можливість розширювати кругозір, вивчаючи різні сфери діяльності, що дозволяє точніше визначити власні інтереси та пріоритети.

Аналіз своїх минулих дій - ще один вагомий крок на шляху до самопізнання. Роздуми про те, чому ми приймаємо певні рішення і як це пов’язано з нашими цінностями, допомагає нам глибше зрозуміти себе.

Ідентичність - це не стале поняття, а те, що змінюється та розвивається з часом. Як особисті, так і колективні ідентичності можуть зазнавати трансформацій в результаті саморефлексії, нового досвіду, змін у соціальному середовищі та особистого розвитку. І хоча формування колективної ідентичності може об’єднати людей і допомогти досягти спільних цілей, важливо пам’ятати, що кожна людина унікальна. Повага до різних ідентичностей і вірувань сприяє створенню толерантного та здорового суспільства.

Невід’ємною частиною процесу розвитку ідентичності є самопізнання, що включає аналіз своїх дій, цінностей, інтересів і прагнень. Важливо дозволити собі змінюватися, адаптуватися до нових обставин і не боятися перегляду своїх переконань і цілей. Це дозволяє не тільки рости як особистості, але й досягти більшої гармонії в житті, а також розуміння та підтримки з боку оточуючих.

Як підсумок можна визначити, що ідентичність особистості - багатогранне поняття, яке охоплює внутрішні аспекти самосприйняття, такі як цінності, цілі, гендерна ідентичність, а також зовнішні фактори, зокрема культурні та соціальні впливи. Вона формується через складний процес соціалізації, інтеграції та індивідуального досвіду, що відбувається на різних етапах життя. Особистісна, соціальна, культурна, етнічна та інші типи ідентичності взаємопов'язані і виконують важливу функцію у підтримці гармонії між людським «Я» та навколишнім середовищем.

Криза ідентичності, яка може виникати як на індивідуальному, так і на колективному рівнях, є природним етапом розвитку особистості. Така криза стимулює до самопізнання, рефлексії та переосмислення життєвих цінностей та орієнтирів. Хоча ці процеси можуть супроводжуватися внутрішніми конфліктами, вони є основою для зростання особистості та зміцнення почуття цілісності. Тому розуміння ідентичності та її формування сприяє глибшому усвідомленню власного місця у світі та побудові гармонійних стосунків із собою та іншими.

1.2. Соціальна ідентичність як один із компонентів самосвідомості

Соціальна ідентичність є ключовим елементом самосвідомості, що визначає те, як людина сприймає себе в контексті приналежності до різних соціальних груп і як ці групи формують її самовідчуття. Воно охоплює не лише розуміння соціальних ролей, а й оцінку власної значущості через призму груп, до яких належить особистість.

Формування соціальної ідентичності починається в процесі соціалізації, коли людина засвоює цінності, норми і правила поведінки, прийняті в певній групі. Це може бути родина, етнічна приналежність, релігія, професія, політичні погляди тощо. Під час цього процесу індивід визначає, до яких груп він належить, і вивчає їхні очікування та стандарти.

Соціальна ідентичність тісно пов'язана з порівнянням себе з іншими. Люди часто оцінюють свої досягнення, цінності та ставлення до життя, порівнюючи їх з представниками інших груп. Цей механізм допомагає людині усвідомити свою роль у суспільстві, а також формує її самооцінку, яка базується на належності до певних соціальних категорій.

Теорія соціальної ідентичності, розроблена Хенрі Таджфелем і Джоном Тернером, стверджує, що люди визначають себе через членство в соціальних групах, а важливість цих груп безпосередньо впливає на їх поведінку та емоції[7]. Таким чином, соціальна ідентичність не тільки допомагає людині взаємодіяти з іншими, але й визначає її місце в суспільстві.

Теорія психосоціального розвитку Еріка Еріксона та теорія прихильності Джона Боулбі відіграють ключову роль у розумінні формування особистості [2][8]. Еріксон виділяє вісім етапів, кожен з яких супроводжується життєвими кризами, що впливають на розвиток психологічних якостей [9]. Боулбі наголошує на значенні ранніх емоційних зв’язків для формування моделей соціальної поведінки. Ці концепції особливо актуальні в сучасному світі, де цифрові технології впливають на ідентичність і соціальну взаємодію [10].

Соціальні мережі створюють нові можливості та виклики для молоді. Наприклад, тип прихильності, сформований у дитинстві, впливає на використання підлітками соціальних платформ: міцна прив’язаність сприяє здоровій взаємодії, тоді як нестабільна може викликати залежність від схвалення інших. Постійне порівняння з ідеалізованими образами може посилювати невпевненість у собі, що підкреслює важливість підтримки в процесі формування ідентичності [11].

Інтеграція теорій Еріксона та Боулбі з сучасними підходами, такими як концепція соціального порівняння Леона Фестінгера, дозволяє краще зрозуміти, як особистість адаптується до цифрового середовища [12]. Це знання допомагає психологам і педагогам створювати умови для гармонійного розвитку молоді, зменшувати стрес та сприяти формуванню стійкої ідентичності в умовах швидких соціальних змін.

Зміни соціальної ідентичності можуть відбуватися протягом життя в залежності від різних факторів, таких як зміни соціального статусу, професії, місця проживання або соціальних умов. Тому соціальна ідентичність є динамічною, а її формування та зміни тривають на різних етапах життя.

Соціальна ідентичність взаємодіє з іншими аспектами самосвідомості, такими як особиста ідентичність, яка охоплює індивідуальні риси та досвід. Поєднання соціальної та особистісної ідентичності допомагає створити цілісне уявлення про себе, що забезпечує гармонію у стосунках з іншими людьми та суспільством загалом.

Ідентичність - церізнобічне поняття, яке формує наше розуміння самих себе, наших цінностей, переконань та інтересів. Вона включає як соціальні, так і особистісні компоненти, впливаючи на нашу поведінку, стосунки з іншими людьми та вибір кар’єри. Формування ідентичності відбувається в результаті впливу різних факторів, включаючи культурні, соціальні та біологічні чинники, а також досвід, який ми набуваємо протягом життя. Це динамічний процес, який не обов'язково розвивається лінійно і може проходити різні стадії, від формування початкового образу «Я» до його перегляду та зміни.

Соціокультурна реальність, включаючи соціальні норми та цінності, значною мірою впливає на формування нашої ідентичності. Це забезпечує основу для самоідентифікації, за допомогою якої ми визначаємо свою приналежність до певних соціальних груп - статевих, професійних, етнічних чи релігійних. Це сприяє створенню так званої ідентифікаційної матриці, яка відображає зв'язки індивіда з різними соціальними інститутами та групами. Однак ці зв'язки можуть змінитися, коли старі цінності та переконання більше не відповідають вимогам зовнішнього середовища, що може призвести до криз ідентичності.

Ідентичність розвивається не тільки в процесі інтеграції нових ідей і цінностей, а й через розрив з попередніми, що може супроводжуватися дисоціацією старих образів «Я». Це явище може виникнути через незадоволеність поточним станом речей або внаслідок змін у соціальному

середовищі, які вимагають адаптації до нових умов. У таких випадках ідентичність не просто змінюється, а переходить на новий рівень, спрощуючи чи ускладнюючи залежно від того, як індивід взаємодіє із зовнішнім світом.

Відповідно до моделі А. Ватермана [13], розвиток ідентичності є складним процесом, який може йти не тільки від простого до складного, але й у зворотному напрямку. У разі невідповідності цінностей індивіда суспільним вимогам може відбутися спрощення структури ідентичності, що є частиною процесу адаптації. Ідентичність може стати більш гнучкою і мінливою, що дозволяє індивіду краще відповідати запитам соціального середовища і досягати більш високого рівня самореалізації. Тому розвиток ідентичності є не тільки необхідним, але й природним процесом, який дозволяє людині адаптуватися до змін і зберегти цілісність свого «Я» [14].Коли запускається програма подолання кризи ідентичності, відбувається перебудова ідентичності відповідно до нових запитів суспільства. Ідентичність може залишатися в стані дифузії, якщо в її структурі домінують «механізми психологічного захисту», коли індивід намагається уникнути критики та ігнорувати соціальні зміни, що відбулися [15].

Відповідно до підходу Дж. Марсіа [16] статуси ідентичності можна поділити на кілька категорій: дифузна ідентичність - для суб’єктів, які не прийняли жодних соціальних зобов’язань після кризи ідентичності; визначена ідентичність - для тих, хто взяв на себе соціальну відповідальність, не пройшовши через кризу; мораторій - для суб’єктів, які перебувають в епіцентрі кризи ідентичності та активно шукають нові стратегії та цінності; досягнута ідентичність для тих, хто пройшов через кризу ідентичності та прийняв соціальну відповідальність на основі власних рішень щодо ролей і цінностей.

А. Ватермен, спираючись на підхід Дж. Марсіа, пропонує модель розвитку ідентичності, яка включає чотири статуси: дифузна ідентичність (ДФ), предвизначена ідентичність (ПІ), мораторій (М) і досягнута ідентичність (ДІ)[17]. Відповідно до підходу американського психолога Е. Еріксона, ці статуси визначаються моральними цінностями, нормами поведінки та

значущими ідентифікаціями, які виробляє індивід протягом свого життєвого шляху [6]. Особистість взаємодіє із зовнішнім світом як єдине ціле, а система її ідентичності формується через взаємодію з різними соціальними групами та об'єктами. На думку Б. Поршнєва, потреба в ідентифікації виникає тоді, коли виникає відчуття «ми» і «вони» [18].

Вчений Л. Б. Шнейдер описує ідентичність як синтез усіх властивостей людини в єдину структуру, яка змінюється під впливом соціального середовища, що постійно трансформується. Ідентичність - це «інтегративний і багатовимірний психологічний феномен, який забезпечує особистості ідентичність і визначеність, цілісність» у процесах самовизначення, самоорганізації та персоналізації, зокрема через професійну підготовку [19].

Отримані дані підтверджують, що соціальна ідентичність є невід'ємною частиною процесу формування особистості, оскільки забезпечує можливість самовираження в суспільстві. Прагнення до ідентифікації з певною спільнотою, у свою чергу, взаємопов'язане з прагненням до певної ізоляції, оскільки лише в рамках соціальних взаємодій індивід здатний знайти своє місце та сформувати унікальну особистість. Тому ключову роль у формуванні ідентичності відіграє ідентифікація. Важливим аспектом подальших наукових досліджень є розробка навчальних програм, які допомагають молодим людям краще зрозуміти себе та покращити взаємодію з оточенням, сприяючи розвитку здорових соціальних стосунків та самосвідомості.

Соціальна ідентичність є важливою складовою самосвідомості людини, яка відображає її належність до певних соціальних груп і спільнот. Він визначає, як індивід розуміє себе в контексті соціальних взаємодій і які ролі він виконує в суспільстві. Процес формування соціальної ідентичності тісно пов'язаний із соціалізацією, де кожна молода людина проходить етапи ідентифікації з різними групами, засвоюючи соціальний досвід. Це дозволяє не тільки розвивати індивідуальність, а й активно взаємодіяти з оточенням.

У дослідженні О. І. Маховська [20] пропонує цікаву модель структури ідентичності, яка створює три основні рівні: соціальний (культурно визначені та соціально підтверджені сценарії – когнітивний рівень), індивідуальний (відповідає вибору подій і людей, орієнтація на соціально бажані норми або формування власних критеріїв відбору - вольового, суб'єктного рівня) і ситуативного (перцептивного рівня), що акумулює знання про світ та інших людей, а також ознаки підтвердження. або непідтвердження особи. На думку дослідника, формування суб’єктного рівня відбувається в підлітковому віці і тісно пов’язане з емансипацією від батьків і пошуком нових групових авторитетів. На цій стадії суб’єкт може делегувати групі право визначати свою ідентичність, регулювати та обмежувати свою поведінку або бути активним у виборі та формуванні своєї ідентичності.

Автор вказує на подвійну природу ідентичності, яка має когнітивний та емоційний аспекти. Когнітивний компонент ідентичності охоплює уявлення індивіда про своє місце в житті, його «Я-концепцію», а емоційний аспект тісно пов'язаний з відчуттям приналежності до певних соціальних груп або переживань. Таким чином, ідентичність є складним багатовимірним феноменом, який включає не лише особисті переконання, а й соціальні взаємодії.

Відповідно до різних підходів розуміння цього феномену можна виділити декілька загальних аспектів у теоретичному тлумаченні ідентичності. По-перше, ідентичність має структуру, що включає змістовий (самовизначення, Я-концепція) та оцінний (самооцінка, як оцінка власних властивостей і здібностей) компоненти, що взаємодіють між собою. По-друге, структура ідентичності динамічна і змінюється протягом життя людини. Цей процес є нерівномірним і нелінійним, що може супроводжуватися кризами ідентичності, які іноді призводять до прогресивних, а іноді до регресивних змін.

Також ідентичність розглядається у двох аспектах: особистісному та соціальному. Особистісна ідентичність формується через процес соціальної категоризації, тобто через взаємодію з іншими людьми, де соціальна

ідентичність є первинною. Ідентичність також має соціальне походження, оскільки вона формується в процесі взаємодії з іншими людьми та усвідомлення соціальних норм і цінностей, вироблених у цих взаємодіях. Зміни в соціальному середовищі можуть призвести до змін самої ідентичності особистості, оскільки людина постійно адаптується до нових соціальних контекстів.

Різні підлітки мають різний рівень самосвідомості, що відображається на їх здатності інтегруватися в суспільство. Деякі підлітки мають високу здатність до саморефлексії, що дозволяє їм краще зрозуміти свої сильні та слабкі сторони, що, у свою чергу, допомагає у формуванні стійкої соціальної ідентичності. Інші можуть відчувати труднощі в самовизначенні, що призводить до більшої невизначеності у виборі соціальних ролей і моделей поведінки.

Розвиток соціальної ідентичності тісно пов'язаний з рівнем соціальної зрілості підлітка. Підлітки з високим рівнем соціальної зрілості більш здатні до емпатії та взаємодії з іншими людьми, чіткіше уявляють свою роль у суспільстві та менш залежні від соціальних оцінок оточуючих. Вони здатні визначити свою ідентичність на основі своїх внутрішніх переконань, а не лише на основі того, що від них вимагає суспільство.

Підліткові кризи, зміни емоційного стану можуть істотно вплинути на формування соціальної ідентичності. Наприклад, депресивні стани або переживання невдач у соціальних відносинах можуть призводити до зниження самооцінки, що в свою чергу може сприяти розвитку конфлікту між внутрішнім і зовнішнім образом підлітка.

Соціальна ідентичність підлітка продовжує формуватися навіть після виходу з підліткового віку і багато в чому залежить від того, як були вирішені соціально-психологічні конфлікти цього періоду. Проте на цьому процес не зупиняється: ідентичність, як і інші аспекти розвитку особистості, є динамічною. У сучасних умовах зі швидкими змінами технологічного, соціального та культурного середовища процес формування соціальної

ідентичності постійно розвивається.

Отже, соціальна ідентичність є важливою складовою самосвідомості, яка визначає те, як людина сприймає себе у взаємодії з соціальним середовищем. Її формування починається в процесі соціалізації і триває все життя, пристосовуючись до мінливих соціальних умов. Процес формування соціальної ідентичності є динамічним, включає як кризи, так і зростання. Це залежить від соціальних і культурних факторів, а також від індивідуального досвіду. Таким чином, соціальна ідентичність не тільки допомагає людині знайти своє місце в суспільстві, а й сприяє її гармонійному розвитку та самореалізації.

1.3. Чинники, що впливають на формування та розвиток соціальної ідентичності

Одним із важливих понять у психології, пов’язаних з соціальною ідентичністю, є ідея соціалізації. Соціалізація означає процес, за допомогою якого люди вивчають норми, цінності, переконання та поведінку, які вважаються відповідними для їхнього суспільства чи культури. Через соціалізацію індивіди розвивають самосвідомість і набувають соціальних навичок і знань, необхідних для функціонування в соціальному світі[13]

Психологи також вивчають, як соціальні фактори, такі як раса, етнічна приналежність, стать і соціально-економічний статус, можуть впливати на формування та розвиток соціальної ідентичності. Наприклад, дослідження показали, що особи з різних расових і етнічних груп можуть мати різні особистісні риси та соціальну поведінку через свій унікальний культурний досвід і процеси соціалізації.

Загалом, незважаючи на те, що особистість є важливою сферою дослідження психології, це лише один чинник ширшої сфери, яка прагне зрозуміти складну природу соціальної ідентичності.

Психологи також досліджують, як соціальна нерівність, така як бідність, дискримінація та пригнічення, можуть впливати на особистість і соціальну ідентичність. Наприклад, особи, які зазнають дискримінації або маргіналізації, можуть розвинути інше відчуття себе порівняно з тими, хто цього не робитью

Крім того, психологія також розглядає вплив більш широких соціальних сил, таких як глобалізація, технології та соціальні зміни, на особистість. У міру того, як суспільство змінюється та розвивається, люди можуть розвивати нові риси, щоб адаптуватися до цих змін

Загалом, незважаючи на те, що соціальна ідентичність є важливою сферою дослідження психології, це лише один чинник ширшої сфери, яка прагне зрозуміти складну природу людського суспільства та соціальної поведінки.

Іншим важливим аспектом є вивчення соціальних інститутів. Соціальні інститути - це структури суспільства, які забезпечують основу для соціальної поведінки та взаємодії, наприклад сім’я, освіта, релігія та уряд. Ці інститути можуть мати значний вплив на формування соціальної ідентичності, оскільки вони надають людям соціальні ролі, очікування та цінності, які формують їхню поведінку.

Крім того, психологія також розглядає роль культури у формуванні соціальної ідентичності. Культура спільних вірувань, цінностей, практик і звичаїв суспільства чи групи. Культура може впливати на особистість, надаючи людям набір норм і цінностей, які керують їхньою поведінкою та взаємодією з іншими.

Є. Еріксон приділяв значну увагу підлітковому віку, вважаючи цей період критичним для формування психологічного та соціального благополуччя особистості. Підлітковий вік - це час інтенсивних пошуків особистісної ідентичності, і центральним конфліктом цього етапу розвитку є протиріччя між формуванням індивідуальності та її дифузією - розмиванням. Це конфлікт між потребою в самовизначенні і труднощами, пов'язаними з пошуком відповіді на питання: "Хто я? Навіщо я живу? Що я? На що я здатний?". Відповіді на ці

питання можуть призвести до формування стійкої, структурованої Я-концепції або до невизначеності в розумінні власного «Я» [2].

Ідентичність - це багаторівневий процес, де кожен етап розвитку додає нові грані до формування «Я». Якщо один аспект цього процесу може бути позитивно вирішений, то інші можуть викликати труднощі, зокрема через труднощі соціального самовизначення (статеворольового, етнічного, професійного тощо). Це призводить до феномену «переддифузної ідентичності», яка є наслідком невизначеності та відсутності чіткої самоідентифікації.

Основні чинники, що впливають на формування соціальної ідентичності підлітка, різноманітні та взаємопов’язані та можуть суттєво змінюватися залежно від зовнішніх та внутрішніх умов [21].

Сім'я - це перше середовище, де дитина засвоює моделі поведінки та усвідомлює свої соціальні ролі. Взаємодія з батьками, підтримка та методи виховання можуть визначити рівень впевненості підлітка в собі та його здатність виконувати соціальні ролі. Еріксон зазначив, що підлітковий вік важливий для встановлення емоційної та фізичної незалежності від батьків, що може бути як підтримкою, так і джерелом конфлікту [22].

Ровесники та соціальні групи також відіграють значну роль у розвитку соціальної ідентичності. Спілкування з ними дозволяє підліткам порівняти себе з іншими, спробувати нові соціальні ролі та знайти своє місце у світі. Підлітки часто прагнуть ідентифікуватися з групами, що допомагає їм створити відчуття приналежності до певної соціальної спільноти, що особливо важливо для тих, хто невпевнений в інших сферах життя.

Культурні та етнічні фактори також впливають на соціальну ідентичність. Підлітки, формуючи розуміння свого національно-культурного коріння, шукають баланс між приналежністю до рідної культури та інтеграцією в інші соціальні групи. Школи та освіта також є ключовими, де підлітки стикаються з соціальними нормами та цінностями, які допомагають сформувати їхню професійну та соціальну ідентичність.

ЗМІ та соціальні мережі в сучасному світі є потужними чинниками впливу на соціальну ідентичність підлітків, створення середовища для порівняння з іншими, пошуку зразків для наслідування та формування соціальних стандартів. Однак ці мережі також можуть призвести до соціального тиску, що негативно впливає на психічне здоров'я підлітків.

Особистісні переконання та самосвідомість є важливими факторами, коли підліток намагається знайти своє місце у світі. Життєвий досвід, особливо кризові ситуації, може викликати глибокі зміни соціальної ідентичності, сприяючи або перешкоджаючи соціальному самовизначенню.

Не менш важливою є гендерна ідентичність, яку формують підлітки, знаходячи своє місце в усталених соціальних ролях, розуміючи свою сексуальну орієнтацію та визначаючи соціальні ролі, які їм підходять.

В останні десятиріччя інформаційно-комунікаційні технології, зокрема Інтернет та соціальні мережі, стали вагомими чинниками формування соціальної ідентичності підлітків. Нові технології істотно змінили способи взаємодії з іншими людьми та визначення соціальних ролей.

Такі платформи, як Instagram, TikTok, Facebook, дозволяють підліткам створювати онлайн-образи, за допомогою яких вони можуть виражати свою індивідуальність. Водночас це також джерело тиску з боку однолітків та суспільства, адже на таких платформах часто популяризуються певні стандарти краси, поведінки та життя, що може вплинути на самооцінку підлітків. Підлітки порівнюють себе з іншими, орієнтуючись на ідеалізовані образи, що часто призводить до розвитку соціальної тривожності та розладів самооцінки[23].

Технології надають можливості для глобальної взаємодії, але водночас можуть створювати відчуття соціальної ізоляції. Підлітки, які активно проводять час в Інтернеті, іноді можуть почуватися відчуженими від реального соціального середовища, що може негативно вплинути на їх здатність адаптуватися до реальних соціальних ситуацій.

Інтернет став місцем для створення нових субкультур і груп інтересів. Підлітки, які належать до однієї з цих субкультур, можуть відчувати приналежність до соціальної групи, яка підтримує певні ідеали чи стиль життя. Водночас такі спільноти можуть мати й негативні сторони, оскільки часто відбувається тиск на підлітків з метою виконання певних норм чи досягнення певних соціальних стандартів.

Віртуальні ігри та симуляції, такі як онлайн-ігри чи платформи для створення аватарів (наприклад, Roblox або Second Life), надають підліткам можливість створювати альтернативні реальності, де вони можуть формувати ідентичність, незалежну від реальних соціальних норм і правил [24]. У віртуальних світах підлітки можуть приміряти різні ролі, експериментувати зі своїми соціальними ролями, гендерною ідентичністю тощо.

Однак такі переживання можуть призвести до відчуження від реального світу, де підлітки можуть відчувати дискомфорт через нездатність реалізувати свою ідеальну соціальну ідентичність у реальному житті. З одного боку, це може стимулювати самовираження, а з іншого - знизити ефективність адаптації в реальному соціальному контексті [25].

Технології, глобалізація, зміни культурних і соціальних моделей - все це створює нові чинники для підлітків, які можуть як позитивно, так і негативно впливати на їх соціальне самовизначення. Важливо розвивати критичне мислення, емоційний інтелект і здатність адаптуватися до швидких змін у світі, що дозволяє підліткам сформувати стабільну, самосвідому соціальну ідентичність, яка базується на внутрішніх цінностях, а не на зовнішньому тиску чи соціальних стандартах.

Водночас психолого-педагогічний супровід, сприяння саморозвитку та надання можливостей для самовираження в здоровому соціальному середовищі можуть бути важливими чинниками допомоги підліткам у процесі формування соціальної ідентичності [26].

Тому розвиток соціальної ідентичності підлітка в умовах сучасного цифрового середовища є складним і багатофакторним процесом, у якому важливими є як психологічні фактори, так і вплив технологій, сім’ї та соціальних інститутів. Технології відіграють подвійну роль: вони можуть бути як джерелом підтримки та самовираження, так і фактором ризику через вплив соціальних мереж, онлайн-спільнот та негативного соціального тиску [27].

Для підтримки здорової соціальної ідентичності важливо враховувати всі ці чинники та забезпечити адекватну психологічну підтримку, а також створити безпечне середовище для самовираження як у реальному житті, так і в Інтернеті. Також важливо сприяти розвитку критичного мислення, емоційної стійкості та здатності адаптуватися до підлітків у різних соціальних умовах, що дозволить їм ефективно формувати свою ідентичність у сучасному світі, де технології та соціальні мережі займають все більш важливе місце в житті молоді.

Підсумовуючи, становлення та розвиток соціальної ідентичності є багатогранним процесом, який залежить від взаємодії особистісних, сімейних, культурних і технологічних факторів. Вплив сім'ї, однолітків, освітнього середовища та сучасних інформаційних технологій є ключовими у визначенні напрямку цього розвитку. Сім'я закладає основу соціальних уявлень, а школа і соціальні групи допомагають підліткам формувати соціальні ролі та цінності. При цьому соціальні мережі, з одного боку, дають можливість для самовираження, а з іншого - створюють ризики для самооцінки через порівняння з ідеалізованими образами.

РОЗДІЛ ІІ.
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

2.1. Еволюція поняття «соціальні мережі» в гуманітарному дискурсі та їх роль в мережевому суспільстві

Поняття “соціальні мережі” в гуманітарному дискурсі розвивалося протягом останніх десятиліть. Початково це поняття використовувалось для опису соціальних структур, що складаються зі зв’язків між людьми, таких як сім’ї, групи друзів та професійні спілки. Проте, з появою Інтернету та соціальних мереж в Інтернеті, це поняття набуло нового значення.

У своїй книзі «Цифрова соціологія», дослідник з соціальних мереж Н. Кросслі визначає соціальні мережі як «колективність зв’язків між людьми, які можуть бути взаємодією через мережу зв’язків та інтерактивних технологій» [28]. Він стверджує, що соціальні мережі в Інтернеті можуть вплинути на формування нашої ідентичності, взаємодії та сприйняття світу.

Соціолог Д. Міллер та антрополог Х. Хінчкліфф у своїй книзі «Цифрове та Людське» також розглядають соціальні мережі як «технологічні мережі, що дозволяють людям зв’язуватися та взаємодіяти онлайн» [29]. Вони стверджують, що соціальні мережі можуть впливати на формування соціальних структур, взаємодію людей та спосіб, яким ми сприймаємо світ.

Одним з найбільш впливових дослідників соціальних мереж є М. Грановеттер. структури та взаємодію людей. Він визначає соціальну мережу як «набір взаємопов’язаних акторів та взаємодій між ними» [30]. Він стверджує, що слабкі зв’язки, тобто зв’язки між людьми, які не є надзвичайно сильними, можуть мати значний вплив на соціальні структури та взаємодію людей.

Іншим важливим дослідником в цій області є Б. Веллман. У своїй книзі «Мережевий: Нова соціальна операційна система» він досліджує вплив соціальних мереж на соціальні структури та взаємодію людей. Він визначає соціальні мережі як «зв’язки між людьми, які розвиваються з часом та включають взаємодії, ресурси та інформацію» [31]. Він стверджує, що соціальні мережі в Інтернеті можуть впливати на формування соціальних структур та створення нових форм взаємодії між людьми.

Іншими важливими дослідниками у цій області є Д. Чен та Н. Шепардсон, автори книги «Зв'язані: Неймовірна сила наших соціальних мереж і як вони формують наше життя». Вони досліджують вплив соціальних мереж на наші стосунки з іншими людьми, спосіб, яким ми сприймаємо світ та приймаємо рішення.

В цілому, дослідники з соціальних мереж визначають їх як набір зв’язків та взаємодій між людьми, які можуть мати вплив на соціальні структури, взаємодію та сприйняття світу. З появою соціальних мереж в Інтернет значно збільшилася можливість людей зв’язуватися між собою та ділитися інформацією. Це стало причиною зростання інтересу до досліджень впливу соціальних мереж на формування особистості та соціальні структури загалом.

Одним з методів дослідження впливу соціальних мереж на формування особистості є опитування та анкетування. Ці методи дозволяють дослідникам отримати відповіді від людей про їхнє сприйняття соціальних мереж та їх вплив на їхню поведінку та переконання.

Інший метод дослідження впливу соціальних мереж на формування особистості - це спостереження та аналіз взаємодії між людьми в соціальних мережах. Дослідники можуть аналізувати спосіб, яким люди спілкуються між собою, які теми обговорюються та як це впливає на їхні поведінку та переконання.

У загальному, дослідження впливу соціальних мереж на формування особистості використовують різноманітні методи та підходи, оскільки це складна і мультидисциплінарна тема, що включає в себе елементи соціології,

психології, інформаційної технології та інших наук.

Щодо Інтернету поняття «соціальна мережа» вперше використав Т. О'Рейлі - основоположник концепції Web 2.0 у 2005 році, у своїй статті «Веб 2.0» [32].

Перша соціальна онлайн-мережа Classmates.com з'явилася 1995 року у США. На початку 2000-х років були запущені MySpace, LinkedIn та Facebook, які й започаткували масове захоплення соціальними мережами.

Особливостями соціальної мережі як структури є:

- мережа характеризується як особливий тип зв'язків між позиціями індивідів, об'єктів чи подій, що відбираються залежно від цілей побудови мережі;

- актори описуються атрибутами;

- певний малюнок зв'язків між акторами утворює мережеву структуру;

- деякі актори можуть бути пов'язані один з одним сильніше, ніж з іншими;

- найбільш важливими, з погляду вивчення як окремих елементів, так і системи в цілому, є структура відносин між акторами та місцезнаходження окремих акторів у мережі;

- управління малими соціальними взаємодіями [33].

Розглянемо також риси, властиві соціальним мережам у Інтернеті. До них можна віднести:

- управління своїм акаунтом (особистою сторінкою);

- відображення образу людини в реальному житті;

- орієнтація на спілкування між користувачами;

- здійснення контролю зв'язків між учасниками;

- максимальна кількість особистої інформації;

- легкість пошуку людей (за місцем проживання, приблизною датою народження та імені);

- можливість обміну інформацією (текст, фото, відео тощо), а також функція «відзначити людину» на відео чи фотографіях, на яких присутні

користувачі онлайн-мережі;

- додавання до «друзів» за принципом реального зв'язку (друзі, знайомі, однокласники, одногрупники, родичі тощо) або - за принципом схожості інтересів (групи, спільноти тощо);

- коментування різного контенту.

Таким чином, соціальні мережі в Інтернеті дозволяють своїм користувачам контролювати зв'язки між своїми «передплатниками» та «друзями», створювати групи та спільноти за інтересами, а також залишають право «власника облікового запису» відкривати або закривати інформацію на своїй сторінці від інших користувачів.

Ми приходимо до висновку, що віртуальні соціальні мережі побудовані за принципом моделювання соціальних мереж, мають ряд схожих характеристик. Але основною відмінністю онлайн-мереж від реально існуючих соціальних груп є такі: соціальний статус користувачів Інтернету, які беруть участь у будь-якому обговоренні, перестає бути фактором, що визначає їхню поведінку. У реальному соціальному просторі будь-яка соціальна роль накладає на дії актора різні формальні обмеження.

Мережеве суспільство характеризується високою залежністю від інформаційних технологій та мережевих комунікацій, що робить інформаційні ресурси невід'ємною складовою його функціонування. Ці ресурси охоплюють широкий спектр даних, знань, електронних ресурсів та інформаційних послуг, що пронизують всі сфери суспільства, починаючи від освіти та науки й закінчуючи економікою та політикою.

Інформаційні ресурси мережевого суспільства - це різноманітні джерела інформації та засоби комунікації, що забезпечують функціонування мережевого суспільства. До таких ресурсів відносяться:

1. Соціальні мережі. Це онлайн-платформи, які дозволяють користувачам створювати свої профілі, обмінюватися інформацією, спілкуватися та взаємодіяти між собою.

2. Портали та інтернет-форуми. Це веб-сайти, на яких користувачі можуть обговорювати певні теми, отримувати та надавати інформацію.

3. Блоги та власні веб-сайти. Це інтернет-сторінки, на яких користувачі можуть публікувати свої думки, ідеї, статті та іншу інформацію.

4. Електронна пошта та месенджери. Це засоби комунікації, які дозволяють користувачам обмінюватися повідомленнями, файлами та іншою інформацією.

5. Пошукові системи. Це інструменти, які дозволяють знайти потрібну інформацію в мережі Інтернет.

6. Відеохостинги та медіаплатформи. Це онлайн-сервіси, які дозволяють користувачам публікувати, переглядати та обговорювати відео- та аудіоматеріали.

7. Електронні книги та журнали. Це електронні версії книг та журналів, які можна знайти та прочитати в мережі Інтернет.

Ці інформаційні ресурси мають значний вплив на формування особистості, оскільки вони дозволяють людям отримувати доступ до різноманітної інформації, взаємодіяти з іншими людьми, висловлювати свої думки та погляди. Водночас, ці ресурси можуть мати і негативний вплив на особистість, наприклад, сприяти розвитку залежності від соціальних мереж, формуванню негативного ставлення до себе та інших людей через негативні коментарі та повідомлення.

Одним з перших дослідників інформаційного суспільства та Інтернету є американський соціолог М. Кастельс. Він розглядав Інтернет як нову форму комунікації, що може змінити структуру та динаміку суспільства. Також у своїх дослідженнях М. Кастельс звертав увагу на те, як використання Інтернету впливає на формування ідентичності та соціальної взаємодії [34]. Українські дослідники також активно займаються проблемою впливу інформаційних ресурсів на формування особистості. Зокрема, О. Гаран у своїх статтях досліджує питання ролі соціальних мереж у формуванні особистісного потенціалу та соціальної ідентичності. Також О. Лисенко звертає увагу на

взаємозв’язок між інформаційним суспільством та здоров’ям особистості.

Отже, дослідження впливу інформаційних ресурсів мережевого суспільства на формування особистості мають велике значення для розуміння сучасних процесів у суспільстві. Вони дозволяють проаналізувати як позитивні, так і негативні наслідки використання цих ресурсів та знайти шляхи до їх раціонального використання для досягнення позитивних результатів. Наприклад, дослідження можуть допомогти розробити програми профілактики інтернет-залежності та підвищення кібербезпеки, а також сприяти формуванню позитивної інтернет-культури.

Одним з важливих аспектів дослідження впливу соціальних мереж на формування особистості є визначення різних соціальних груп, які використовують ці ресурси з різними цілями. Наприклад, дослідження можуть зосередитися на вивченні використання соціальних мереж молоддю, людьми похилого віку, людьми з інвалідністю тощо. Це дозволяє визначити специфічні особливості використання соціальних мереж різними соціальними групами та знайти способи максимально підтримати позитивний вплив соціальних мереж на формування особистості.

Таким чином, дослідження впливу соціальних мереж на формування особистості є важливим напрямком у гуманітарному дослідженні. Вони дозволяють розуміти, як використання інформаційних ресурсів мережевого суспільства впливає на особистість та її ідентичність, сприяють збагаченню знань про сучасну культуру та соціальні процеси, а також допомагають розробляти заходи з підтримки позитивного впливу соціальних мереж на формування особистості.

Отже, розвиток мережевого суспільства супроводжується значним збільшенням обсягів і доступності інформації. Інформаційні ресурси стають основою спілкування, обміну знаннями та розвитку суспільства.

Інтернет є важливою складовою мережевого суспільства, що забезпечує широкий доступ до різноманітної інформації. Цифрові медіа, соціальні мережі та онлайн-платформи стають важливими джерелами інформації та комунікації.

2.2. Психологічні аспекти впливу соціальних мереж на формування соціальної ідентичності підлітків

Вивчення впливу соціальних мереж на психологію почалося на рубежі 20-21 століть з появою Інтернету та цифрових технологій. Соціальні мережі стали не лише важливим інструментом спілкування, а й об'єктом дослідження психології, оскільки суттєво змінюють способи взаємодії, сприйняття себе та інших, а також впливають на формування особистості.

Історія наукових досліджень соціальних взаємодій через мережі почалася з праць американського психіатра і соціального психолога Дж. Морено, який у 1930-х роках розробив метод соціометрії [35]. Його дослідження були зосереджені на міжособистісних стосунках у малих соціальних групах, що стало основою для подальшого аналізу соціальних мереж у психології. Соціограма Морено візуалізувала структуру стосунків між людьми і допомогла визначити, хто найбільше впливає на групу. Згодом це допомогло виробити сучасне розуміння психологічних механізмів формування соціальних зв'язків у цифровому просторі.

Вагомий внесок у вивчення психологічних аспектів соціальних мереж зробив Стенлі Мілграм, чия теорія «шести рукостискань» демонструє, що всі люди на Землі пов'язані короткими ланцюжками знайомств [36]. Ця концепція отримала нове життя в контексті соціальних мереж, де взаємодія між користувачами стала набагато легшою та швидшою.

На початку 21 століття психологічні дослідження почали зосереджуватися на впливі соціальних мереж на самооцінку, ідентичність і соціальну взаємодію. Наприклад, Джейн Твендж, відома своїми дослідженнями в галузі підліткової психології, підкреслює, що збільшення часу, проведеного в соціальних мережах, може негативно вплинути на психологічне благополуччя підлітків, викликаючи зниження самооцінки та підвищення тривожності [37]. Твендж також досліджує зв'язок між використанням соціальних мереж і депресивними розладами у молодих людей, показуючи, що постійне

порівняння себе з іншими в цифровому просторі може мати негативні наслідки для психічного здоров’я.

Однією з важливих психологічних концепцій, що пояснюють взаємодію в соціальних мережах, є теорія соціального порівняння, запропонована Леоном Фестингером [38]. Вона стверджує, що люди мають тенденцію порівнювати себе з іншими, особливо в контексті власної самооцінки. У соціальних мережах цей процес посилюється через постійний потік інформації про життя інших, що може сприяти формуванню негативної самооцінки та заздрості.

Важливим аспектом дослідження є також питання цифрової соціалізації та ідентичності. Наталія Чепелєва та Тетяна Титаренко досліджують, як використання соціальних мереж впливає на формування соціальної ідентичності молоді. Вони підкреслюють, що цифрове середовище дозволяє підліткам експериментувати зі своєю ідентичністю, створюючи «онлайн-версії» себе, які можуть відрізнятися від їх реального «я». Така поведінка може як позитивно вплинути на саморозвиток, так і викликати конфлікти ідентичності, зокрема, якщо підлітки відчувають розрив між своїм реальним і віртуальним «я» [39].

Іншою важливою психологічною теорією, пов’язаною із взаємодією в соціальних мережах, є концепція цифрового нарцисизму, яку дослідила Шеррі Теркл. Вона вивчала, як цифрові платформи дозволяють людям постійно шукати уваги та підтвердження від інших. Це може посилити тенденції до егоцентризму та залежності від зовнішнього оцінювання, що особливо актуально для підліткової аудиторії [40].

Загалом сучасні психологічні дослідження соціальних мереж зосереджені на їхньому впливі на емоційний стан, соціальну взаємодію та формування ідентичності користувачів. Оскільки соціальні медіа стали невід’ємною частиною життя сучасної молоді, особливо підлітків, важливо вивчати не лише їх позитивні сторони, а й потенційні ризики для психічного здоров’я.

Однією з важливих проблем, які досліджують сучасні психологи, є вплив соціальної мережі на самооцінку та емоційний стан підлітків. Як зазначила психолог Оксана Скібінська, соціальні мережі створюють постійний потік інформації про життя інших людей, яку підлітки часто використовують як основу для порівняння. Це може посилити почуття неповноцінності чи невдоволення власним життям, проблеми в соціальних мережах постійно подаються в ідеалізованому образі реальності.

Ірина Звєрєва, досліджуючи проблему впливу соціальних мереж на підлітків, наголошує на важливості розуміння того, що цифрове середовище формує уявлення про успіх, щастя та красу на основі відфільтрованих або навіть спотворених образів. Постійний тиск з вимогою відповідати певним стандартам, який підлітки бачать у соціальних мережах, може призвести до тривоги, депресії та низької самооцінки. Звєрєва також зазначає, що підлітки із заниженою самооцінкою частіше використовують соціальні мережі для отримання зовнішнього схвалення, що лише підтримує їхню залежність від оцінки оточуючих [41].

Дослідження Людмили Сущенко показують, що для багатьох підлітків соціальні мережі залишаються основним джерелом соціальної підтримки та самовираження. Однак існує ризик того, що слабка прив’язаність до цифрових платформ може замінити реальну соціальну взаємодію. У таких випадках у підлітків може розвинутися відчуття ізоляції та самотності, незважаючи на кількість «друзів» у мережі. Сущенко також звертає увагу на проблему «страху пропустити» (FOMO), яка може виникати у підлітків через постійні перегляди стрічок новин і бажання бути в курсі всіх подій [42].

Тетяна Піроженко, відомий український психолог, наголошує на важливості розуміння того, що підлітки перебувають на етапі формування своєї ідентичності, а соціальні мережі стають простором для експериментування з різними ролями та образами. Зазначають, що Інтернет дає підліткам можливість створити «віртуальне Я», яке часто відрізняється від їхньої реальної особистості. Цей розрив між онлайн-іміджем і реальним я може спричинити

внутрішні конфлікти, сумніви та навіть стрес, якщо підлітки не можуть зберегти цю ідеалізовану версію себе в реальному житті.

Психолог Юрій Мігалатюк у своєму дослідженні наголошує на важливості розвитку у підлітків цифрової грамотності, яка допоможе їм критично оцінювати інформацію, яку вони отримують через соціальні мережі. Зокрема, Мігалатюк звертає увагу на небезпеку поширення фейкових новин і маніпулятивного контенту, який може вплинути на світогляд і поведінку молоді. Навчання підлітків розпізнавати такі загрози може допомогти зменшити негативний вплив ЗМІ на їхній психологічний стан та соціальну ідентичність [43].

Ще одним важливим аспектом є дослідження впливу кібербулінгу в соціальних мережах на емоційне здоров’я підлітків. Олена Костіна зазначає, що підлітки часто стикаються з агресією, образами чи тиском у соціальних мережах, що може мати серйозні наслідки для їхньої самооцінки та емоційного благополуччя. Кібербулінг викликає почуття ізоляції, депресію, а в деяких випадках може призвести до суїцидальних думок.

Таким чином, сучасні психологічні дослідження показують, що соціальні мережі мають як позитивний, так і негативний вплив на підлітків. З одного боку, вони дозволяють молодим людям експериментувати зі своєю ідентичністю, отримувати соціальну підтримку та самовиражатися. З іншого боку, надмірне використання соціальних мереж, постійне порівняння себе з іншими та вплив ідеалізованих образів може призвести до серйозних психологічних проблем, таких як тривога, депресія, низька самооцінка та навіть соціальна ізоляція.

Психологи наголошують на необхідності підвищення цифрової грамотності та розвитку навичок критичного мислення підлітків, а також на важливості підтримки реальних соціальних зв’язків для збереження емоційного здоров’я в цифровій реальності.

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного життя, особливо для підлітків, які активно використовують їх для спілкування, самовираження та отримання соціальної підтримки. Психологи вже давно цікавляться впливом цифрових платформ на формування особистості та психологічний стан молоді. Цей вплив багатогранний і включає як позитивні, так і негативні аспекти.

З одного боку, соціальні мережі створюють можливості для розвитку підлітків, дозволяючи їм експериментувати зі своєю ідентичністю. Цифрове середовище дозволяє їм створити «онлайн-версію» себе, яка може бути як простором для творчості, так і викликом. Наприклад, такі українські дослідники, як Наталія Чепелєва, наголошують на тому, що ця «віртуальна ідентичність» може відрізнятися від справжнього «я», що іноді спричиняє внутрішні конфлікти ідентичності. Дослідження показують, що, незважаючи на певну гнучкість і свободу, цифровий простір іноді стає джерелом стресу через очікування відповідності створеному образу [44].

Соціальні медіа також підсилюють тенденцію до соціального порівняння, як зазначив Леон Фестінгер у своїй теорії [45]. Постійний доступ до ідеалізованих образів життя інших людей може вплинути на самооцінку підлітків.

Ще одним викликом є проблема кібербулінгу. Олена Костіна зазначає, що агресія в онлайн-просторі стала серйозною загрозою для психологічного здоров'я підлітків [46]. Кібербулінг сприяє формуванню почуття ізоляції та незахищеності, що в крайніх випадках може призвести до суїцидальних думок. У цьому контексті важливі ініціативи з цифрової грамотності, які, за словами Юрія Мігалатюка, допомагають підліткам розпізнавати маніпуляції, фейковий контент, агресивну поведінку [43].

Значними є і позитивні сторони соціальних мереж. Вони сприяють соціалізації, дозволяють підліткам отримати підтримку однолітків, поділитися досягненнями, відчути причетність до спільноти. Однак важливо, щоб цей процес не замінював контакти в реальному житті, оскільки ізоляція в

цифровому середовищі може призвести до ізоляції.

Загалом вплив соціальних мереж на формування соціальної ідентичності підлітків залежить від багатьох факторів, таких як рівень цифрової грамотності, соціальне середовище та особистісні характеристики самих підлітків. Щоб підтримувати емоційне здоров'я, важливо розвивати навички критичного мислення, підтримувати баланс між онлайн-діяльністю та стосунками в реальному житті, а також забезпечувати підтримку батьків і вчителів.

2.3. Соціальні медіа як сучасний інструмент конструювання соціальної ідентичності підлітків

Процес соціалізації триває протягом усього життя людини і включає дві основні форми - первинну і вторинну. Первинна соціалізація відбувається в дитинстві в рамках сімейних зв'язків, тоді як вторинна соціалізація розгортається в соціальних інститутах і взаємодіях поза межами найближчого оточення індивіда [47].

Сьогодні соціальні мережі відіграють важливу роль у вторинній соціалізації. Вони впливають як на поведінку в цифровому світі, так і на реальне середовище, в якому існує людина. Відображенням суспільного розвитку можна вважати наповнення соціальних мереж. Завдяки їм формуються нові підходи до навчання, взаємодії та спілкування. Водночас мережеве середовище трансформує спосіб життя людей, зокрема способи отримання інформації, моделі міжособистісного спілкування, організації дозвілля. Усі ці фактори суттєво впливають на формування молодого покоління [48].

І. Данілов наголошує на двох аспектах соціалізації особистості через Інтернет. По-перше, це соціалізація у віртуальному просторі, що включає засвоєння норм, цінностей і моделей поведінки, а також інтеграцію в онлайн-спільноти. По-друге, це соціалізація в реальному світі, що здійснюється за допомогою віртуальних інструментів. У багатьох випадках через стрімкий темп

життя та кризу цінностей Інтернет починає переважати над традиційними агентами первинної соціалізації.

Потреби, які підлітки задовольняють через соціальні мережі, охоплюють різні аспекти:

– Незалежність, яка відображає прагнення до незалежності.

– Самоактуалізація та визнання, які забезпечують відчуття власної значущості.

– Соціальна взаємодія, потреба в спілкуванні та приналежність до групи інтересів.

– Пізнання світу, що включає отримання нових знань для саморозвитку та зміцнення соціального статусу.

Інтернет допомагає молодим людям виразити свою індивідуальність за допомогою цифрових інструментів, які замінюють традиційні способи розвитку особистості. Водночас живе спілкування має унікальну цінність, адже саме через нього розкривається справжня сутність людини.

Важливим викликом сучасності є зростання негативних явищ у сфері Інтернет-соціалізації, таких як компульсивна поведінка, залежність від онлайн-ігор, поширення агресії та засвоєння асоціальних установок. Це може сприяти погіршенню психологічного стану та соціальних зв'язків молоді.

Соціальні медіа виконують не лише функцію комунікації, але й активно впливають на формування соціальної ідентичності підлітків. Через соціальні мережі молоді люди отримують можливість виражати себе, а також знаходити однодумців і формувати свій унікальний імідж. У цьому розділі аналізується, як соціальні медіа сприяють формуванню ідентичності підлітків, а також розглядаються основні механізми цього процесу.

Молодь використовує соціальні медіа для вираження себе через різні види контенту, такі як текстові пости, фото, відеоролики та інші візуальні матеріали. Це дає змогу підліткам досліджувати різноманітні грані своєї особистості. Наприклад, створюючи профілі у соціальних мережах, підлітки демонструють свої інтереси, захоплення, цінності та світогляд. Таким чином,

соціальні мережі стають важливим простором для формування й публічного представлення власної соціальної ідентичності.

Соціальні мережі пропонують підліткам унікальні можливості спілкуватися з молодими людьми з усього світу. Це дозволяє їм створювати нові групові ідентичності на основі спільних інтересів. Наприклад, молоді люди часто формують спільноти навколо своїх улюблених музикантів, художників чи світогляду. Таке спілкування дає їм відчуття приналежності до певної групи, що позитивно впливає на їхню самооцінку та допомагає легше адаптуватися в суспільстві.

Соціальні мережі також є потужним інструментом для самовираження. Їх доступність і глобальність дозволяють будь-кому, незалежно від місця проживання і соціального статусу, висловлювати свої думки та ідеї, маючи можливість миттєво контактувати з мільйонами інших користувачів. Різноманітність форматів, які пропонують ці платформи, стимулює творчість. Блогери та письменники можуть ділитися своїми думками через тексти чи статті, художники та фотографи – через візуальні зображення, а відеоблогери чи автори коротких відео мають можливість глибше передати емоції та ідеї.

Крім того, соціальні мережі сприяють реалізації творчого потенціалу, надаючи простір для створення музики, ілюстрацій, мемів або навіть онлайн-виставок. Ще один важливий аспект – підтримка соціальних ініціатив. Завдяки платформам люди можуть об’єднатися, щоб боротися з несправедливістю або привернути увагу до важливих проблем, як це сталося з рухами #MeToo або #ClimateAction.

У процесі самовираження користувачі часто формують унікальні онлайн-образи. Стиль фото, вибір контенту чи тематики публікацій стають важливими інструментами демонстрації індивідуальності та формування спільнот за інтересами. Однак цей процес не позбавлений ризиків. Соціальні мережі часто стають майданчиком для критики, ненависті чи негативної реакції. Крім того, постійне бажання отримати визнання за допомогою лайків або коментарів може викликати стрес, а публікація особистої інформації може загрожувати

конфіденційності [49].

Одним із ключових механізмів впливу соціальних мереж на ідентичність є процес порівняння себе з іншими. Переглядаючи профілі друзів або відомих особистостей, молоді люди часто аналізують своє життя у порівнянні з життям інших, що може бути як джерелом натхнення для саморозвитку, так і причиною невпевненості в собі чи заздрості. Зміст, з яким вони стикаються, також відіграє важливу роль у формуванні соціальної ідентичності. Популярні тренди, вірусні відео чи меми можуть не лише вплинути на їхні вподобання, а й сформувати нові моделі поведінки чи стилі одягу, які стають частиною їхнього самовираження.

Попри позитивні можливості, соціальні мережі мають і негативний вплив. Надмірне їх використання може спричинити ізоляцію від реального життя, депресивний стан або підвищений рівень тривожності. Окрім цього, негативний досвід у мережі, такий як, наприклад, кібербулінг, може негативно позначитися на психічному здоров'ї підлітків [50].

Хоча можливості Інтернету та соціальних мереж досліджені не повністю, вже існуючі роботи підтверджують їх значний вплив на свідомість молоді, її ціннісні орієнтації, стиль життя та вибір цілей. Проблема використання соціальних мереж сучасною молоддю, зокрема позитивних та негативних аспектів, залишається актуальною через брак детальних наукових праць у цій галузі.

Серед позитивних моментів, насамперед, виділяється підтримка, яку можна отримати у вигляді моральної допомоги чи поради однодумців. У соціальних мережах люди часто знаходять тих, хто поділяє їхні інтереси та проблеми, що дозволяє їм відчувати розуміння та підтримку. Ще один важливий аспект - це можливість знайомств, адже платформи для спілкування та взаємодії дають можливість будувати нові стосунки та знайомства.

Значний вплив має і колективна співпраця, адже завдяки соцмережам часто стають можливими спільні проекти, флешмоби чи благодійні акції. Це сприяє розвитку командного духу та згуртованості серед учасників. Крім того,

соціальні мережі є важливим інструментом для навчання та обміну досвідом. Інтерактивні групи та спільноти дозволяють людям ділитися знаннями, розвивати нові навички та обговорювати поточні проблеми.

Однак є і багато негативних моментів. Токсична поведінка, включаючи ненависть, тролінг і залякування, є однією з головних загроз в онлайн-середовищі. Таке спілкування може значно погіршити психічне здоров'я людини та призвести до стресу та депресії. Ще однією проблемою є дезінформація, оскільки люди часто взаємодіють і діляться інформацією, не перевіряючи її достовірність, що може призвести до поширення неправдивих фактів.

Залежність від уваги також є значною проблемою, оскільки потреба в лайках і коментарях може вплинути на самооцінку. Люди можуть стати надмірно залежними від схвалення інших, що може призвести до почуття неповноцінності або стресу, якщо їхній вміст не отримає очікуваної реакції. Нарешті, обговорення спірних тем часто призводить до конфліктів, які можуть погіршити атмосферу в онлайн-просторі та призвести до сварок між учасниками.

Таким чином, участь у соціальних мережах має як позитивні, так і негативні сторони, і важливо знайти баланс між ними для здорового використання цих платформ.

Соціальні мережі виконують роль соціальних інститутів, що відповідають на запити суспільства і певних соціальних груп, впливаючи на загальну поведінку населення, включаючи різні вікові та соціальні категорії. Проте, незважаючи на це, їх вплив на особистість є значним і багатогранним. Оскільки інформація в Інтернеті часто не має чіткої організації, вона впливає на комунікаційні, ціннісні, пізнавальні та поведінкові процеси користувачів. Соціальні мережі створюють новий простір спілкування, де виникають особливі правила та норми. Використання цих мереж задовольняє важливі потреби, зокрема в спілкуванні і моральній підтримці, особливо у підлітковому віці, коли реальні взаємодії не завжди здатні задовольнити ці потреби.

Однак, незважаючи на надані можливості, анонімність в Інтернеті може сприяти розвитку девіантної поведінки, а також формуванню стереотипів та моделей поведінки, що можуть переноситися в реальний світ. Серед особливостей Інтернет-комунікації варто виокремити відсутність невербальної інформації, що може викликати виникнення конфліктів та агресії, а також сприяти зниженню рівня соціальної адаптації. Віртуальний світ дає підліткам можливість створювати нові образи власного "Я", що, з одного боку, дозволяє задовольняти приховані потреби, а з іншого - часто веде до нестабільності соціальних відносин та самооцінки.

Підсумовуючи, варто зазначити, що раціональне використання Інтернету та соціальних мереж є ключовим фактором гармонійного розвитку особистості. Батькам рекомендовано заохочувати підлітків до реальної громадської діяльності, сприяти їх спілкуванню з однолітками в реальному житті та підтримувати заняття в гуртках чи спортивних секціях. Активна взаємодія з оточенням має залишатися пріоритетом у соціалізації молоді.

РОЗДІЛ ІІІ.
ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ПІДЛІТКІВ

3.1. Методологія дослідження: етапи та підходи проведення дослідження

Для дослідження соціальної ідентичності підлітків було декілька етапів:

1 етап - підготовчий (друга половина 2022 - перша половина 2023)

На даному етапі було проведено теоретичний аналіз літератури, який дав змогу використати основні підходи до вивчення соціальної ідентичності підлітків. Також була сформована вибірка респондентів.

Етап 2 - емпіричний (друга половина 2023 - перша половина 2024)

Для цього етапу була обрана перевірена методологія, яка відповідала цілям дослідження та було проведено анкетування респондентів для збору даних про їх соціальну ідентичність;

Етап 3 - завершальний (друга половина 2024 р.)

На завершальному етапі дослідження увагу було зосереджено на аналізі та узагальненні отриманих даних. Після обробки результатів була проведена їх інтерпретація. Результати дослідження дозволили зробити висновки про особливості формування соціальної ідентичності підлітків.Проведено інтерпретацію результатів, що дозволило зробити висновки щодо формування соціальної ідентичності підлітків.

Ми опитали 47 осіб, з яких 28 жінок та 19 чоловіків.

Отже, базу емпіричного дослідження склали:

- 19 чоловіків і 28 жінок;
- віковий діапазон - від 12 до 19 років.

Для реалізації мети дослідження нами було обрано методику “Розширене об’єктивне вимірювання статусу его-ідентичності” (EOM-EIS). Методика була розроблена американськими дослідниками Адамсом, Бенсоном і Дугласом у 1979 році [51]. Вона базується на теорії ідентичності Еріка Еріксона та наступній роботі Джеймса Марсії, яка зосереджена на статусах ідентичності. Основною метою методу є дослідження процесів формування особистості людини через аналіз її різних аспектів, таких як ідеологічна та міжособистісна складові. Завдяки своїй універсальності метод широко використовується для досліджень у галузі психології, соціології, освіти.

“Розширене об’єктивне вимірювання статусу его-ідентичності” (EOM-EIS) - це інструмент, призначений для вивчення статусу ідентичності особистості. У контексті вивчення впливу соціальних мереж на соціальну ідентичність підлітків дана методика дозволяє оцінити, як взаємодія в цифровому середовищі впливає на формування у підлітків самосвідомості, соціальних ролей та ціннісних орієнтацій.

Методика включає 64 твердження, на які респонденти відповідають за шкалою Лайкерта, оцінюючи свою згоду чи незгоду в діапазоні від «зовсім не згоден» до «повністю згоден» [52]. Такий підхід дозволяє отримати кількісні показники рівня сформованості особистості. Основною метою методики є визначення статусу ідентичності, який може належати до однієї з чотирьох категорій: досягнута ідентичність, мораторій, передчасна ідентичність або дифузія.

Половина тверджень у методиці (32 питання) спрямовані на дослідження ідеологічної ідентичності. Ця частина включає аспекти, пов’язані з політичними, релігійними переконаннями, а також філософією способу життя. У рамках нашого дослідження це допомагає зрозуміти, як соціальні мережі впливають на формування ціннісних орієнтацій підлітків, їх переконань та життєвих орієнтацій. Наприклад, чи змінюється їхній світогляд під впливом контенту, що поширюється в соціальних мережах, чи часто вони звертаються до популярних онлайн-джерел, щоб сформувати свою думку щодо соціальних і

політичних питань.

Інша половина тверджень стосується соціальної ідентичності, включаючи оцінку гендерних ролей, спілкування з друзями, дозвілля та романтичних стосунків. Ці аспекти дозволяють дослідити, як соціальні мережі впливають на побудову міжособистісних стосунків у підлітковому середовищі, як цифрова взаємодія формує уявлення підлітків про себе як про представників певної статі, як соціальні мережі сприяють або перешкоджають налагодженню дружніх і романтичних стосунків [53].

Під час дослідження респондентів просять відповісти на запитання, які відображають їхні переконання, поведінку та сприйняття соціального світу. Відповіді респондентів обробляються, щоб визначити, чи відповідають вони певному статусу особистості. Отримані результати дозволяють не тільки зрозуміти поточний стан соціальної ідентичності підлітків, а й виявити вплив соціальних мереж на цей процес.

Завдяки широкому охопленню аспектів ідентичності, методологія EOM-EIS дозволяє отримати повну картину того, як соціальні мережі впливають на процеси самовизначення підлітків, і допомагає визначити ключові чинники, які сприяють формуванню їх ідентичності в цифрову епоху.

Методика складається з 64 тверджень, відповіді на які оцінюються за шкалою Лайкерта (від «зовсім не згоден» до «повністю згоден»). Всі питання поділяються на дві ключові групи:

1. Питання, спрямовані на аналіз ідеологічної ідентичності (сфери політики, релігії та способу життя).

2. Питання, що стосуються соціальної ідентичності (гендерні ролі, дружба, дозвілля, романтичні стосунки).

Отримані відповіді обробляються за такими формулами:

Ідеологічна ідентичність (II):

$$II=\Sigma 1-\Sigma 2+50,$$

де Σ1 - сума балів за твердженнями, що відображають визначеність у політичних, релігійних і життєвих переконаннях (пункти 1-16);

Σ2 - сума балів за твердженнями, що свідчать про сумнів або невизначеність у цих питаннях (пункти 17-32).

Соціальна ідентичність (СІ):

$$CI=\Sigma 1-\Sigma 2+50,$$

де Σ1 – сума балів за твердженнями, що демонструють стабільність у соціальних ролях (пункти 33-48);

Σ2 – сума балів за твердженнями, які свідчать про нестабільність чи невизначеність у стосунках (пункти 49-64).

Підсумкові показники інтерпретуються за такими рівнями:

0–30 балів – низький рівень ідентичності, що свідчить про невизначеність у цінностях, цілях та соціальних ролях;

31–45 балів – помірний рівень, який вказує на часткову визначеність у питаннях ідентичності;

46 балів і більше – високий рівень ідентичності, який демонструє стабільність у життєвих орієнтаціях і соціальних зв’язках.

Для підлітків із низьким рівнем ідентичності характерна невизначеність світогляду та соціальних ролей. В умовах активного використання соціальних мереж це може бути пов’язано з впливом суперечливої інформації, нестабільністю міжособистісних стосунків або надмірною залежністю від зовнішнього оцінювання. Для таких особистостей рекомендована робота, спрямована на розвиток критичного мислення, формування самостійності у прийнятті рішень, усвідомлення своїх життєвих цінностей.

Підлітки з помірним рівнем ідентичності зазвичай знаходяться на стадії пошуку себе. Взаємодія з соціальними мережами може як підтримувати цей процес через можливість доступу до нових ідей і моделей поведінки, так і ускладнювати його через надмірний вплив зовнішніх ідеалів і порівняння [54].

Високий рівень ідентичності свідчить про сформовану особистість, здатну самостійно визначати свої соціально-ціннісні орієнтації. У контексті соціальних мереж це може свідчити про здатність зберігати критичне мислення та автономію від зовнішнього впливу[55].

Методологія EOM-EIS дозволяє не тільки оцінити рівень сформованості соціальної ідентичності, а й зрозуміти, чи впливають соціальні мережі на динаміку цього процесу. Наприклад, низькі показники ідентичності можуть свідчити про залежність від зовнішньої оцінки, формування ідеалів на основі порівняння з популярними користувачами мережі або вплив дезінформації. Високі показники можуть свідчити про те, що підліток успішно інтегрує цифровий досвід у свої життєві орієнтації.

3.2. Результати дослідження: аналіз даних та їх інтерпретація

Вплив соціальних мереж на формування соціальної ідентичності підлітків є складним і багатогранним питанням, яке є предметом значних досліджень в останні роки. Є дані, які свідчать про те, що соціальні мережі можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на особистість, залежно від низки факторів, таких як структура та динаміка мережі, характер соціальних взаємодій у мережі, а також цілі та цінності індивідуальний.

Позитивним є те, що соціальні мережі можуть надати можливості для соціальної підтримки та зв’язку, що може сприяти позитивним результатам у різних областях, включаючи психічне здоров’я, фізичне здоров’я та загальне благополуччя. Соціальні мережі також можуть сприяти розвитку рис підлітків через соціалізацію, і вони можуть шукати соціальні мережі, які відповідають їхнім існуючим рисам особистості та цінностям [56].

З іншого боку, соціальні мережі можуть сприяти почуттю соціальної ізоляції та роз’єднаності, особливо коли вони сильно зосереджені на конкуренції та пошуку статусу. Використання соціальних медіа та технологій також може створити нереалістичні очікування та сприяти почуттю неадекватності чи низької самооцінки. Крім того, вплив соціальних мереж на на формування соціальної ідентичності також може відрізнятися залежно від характеру соціальних взаємодій у мережі, при цьому негативні взаємодії потенційно можуть мати шкідливий вплив на психічне здоров’я та

благополуччя.

Загалом вплив соціальних мереж на особистість є складним питанням, яке потребує постійного дослідження та врахування низки факторів. Краще розуміючи, як соціальні мережі формують нашу особистість і поведінку, ми можемо розробити ефективніші стратегії сприяння соціальному та психологічному благополуччю та покращенню результатів у різних сферах.

Одним із важливих напрямків досліджень у цій галузі є роль технологій у формуванні соціальних мереж і впливі на розвиток особистості. Широке впровадження платформ соціальних мереж та інших цифрових технологій різко змінило спосіб формування та підтримки соціальних зв'язків і призвело до поширення нових форм соціальної взаємодії [57].

Крім того, соціальні медіа та цифрові технології також можуть мати значний вплив на розвиток таких рис особистості, як емпатія та емоційна регуляція. Деякі дослідження показали, що інтенсивне використання соціальних медіа та цифрових технологій може бути пов'язане з нижчим рівнем емпатії та емоційної регуляції, тоді як інші не виявили значних ефектів.

Ще один важливий аспект, який слід враховувати при аналізі впливу соціальних мереж на формування соціальної ідентичності підлітків, - це питання самопрезентації та управління враженнями. Соціальні мережі надають людям платформу для того, щоб представити себе іншим у певний спосіб і вибірково керувати своїм онлайн-іміджем і персоною.

Цей процес управління враженнями може мати значні наслідки для розвитку особистості, особливо з точки зору розвитку самооцінки та самоуявлення. Дослідження виявили, що відгуки, які люди отримують від інших у соціальних мережах, можуть суттєво вплинути на їхнє самосприйняття та самооцінку, особливо якщо вони багато інвестують у свою онлайн-персону та соціальне підтвердження.

1. Для оцінки рівня ідеологічної та соціальної ідентичності була використана методика "Розширене об'єктивне вимірювання статусу его-ідентичності", де респонденти оцінювали вплив соціальних мереж на їхні

переконання та соціальні ролі. Кінцеві результати дозволяють чітко визначити рівень ідентичності, а також показати, як соціальні мережі впливають на формування соціальної ідентичності підлітків.

Базу емпіричного дослідження склали 47 респондентів, серед яких 28 жінок та 19 чоловіків. Усі учасники належать до вікової групи від 12 до 19 років. Респонденти були опитані щодо впливу соціальних мереж на їхню соціальну та ідеологічну ідентичність. Після обробки результатів опитування були отримані такі показники:

Таблиця 3.1

Результати опитування за рівнем впливу соціальних мереж на соціальну та ідеологічну ідентичність підлітків

Рівень впливу соціальних мереж	**Ідеологічна ідентичність**	**Соціальна ідентичність**
Низький - 1-2 бали	5 (10,6%)	7 (14,9%)
Помірний - 3-4 бали	28 (59,6%)	23 (48,9%)
Високий - 5 балів	14 (29,8%)	17 (36,2%)

Ідеологічна ідентичність:більшість респондентів (59,6%) вказують, що соціальні мережі мають помірний вплив на їх ідеологічні погляди. Однак 29,8% учасників відзначили високий рівень впливу, що свідчить про значний вплив соціальних мереж на формування їхній політичних та релігійних переконань.

Соціальна ідентичність: що стосується соціальної ідентичності, то більшість опитаних (48,9%) демонструють помірний рівень впливу соціальних мереж. Проте важливо виділити, що 36,2% респондентів відчувають значний вплив соціальних мереж на розуміння власної ролі в суспільстві та взаємодії з оточенням.

Для наочності результати будуть представленні у вигляді діаграм, які відображають розподіл респондентів за рівнями впливу соціальних мереж на ідеологічну та соціальну ідентичність.

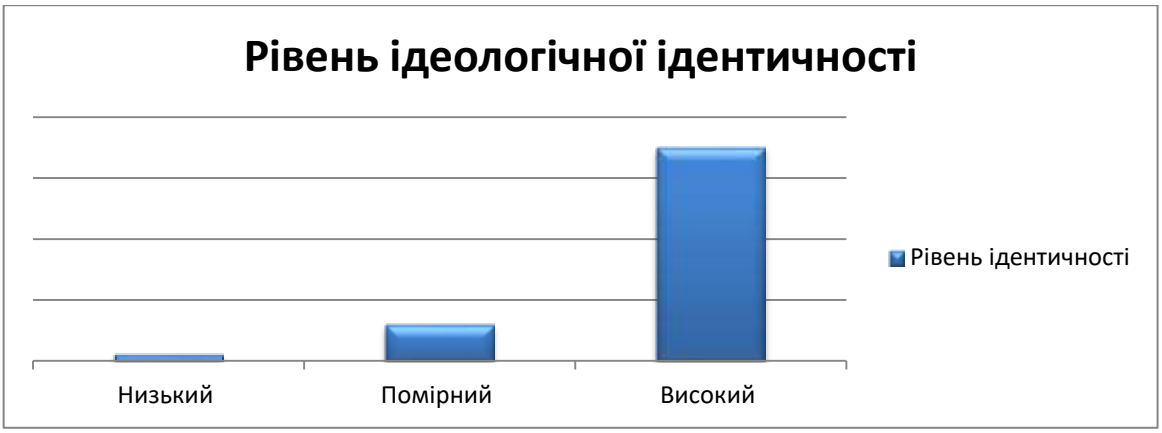


Рис. 3.1. Рівень ідеологічної ідентичності



Рис. 3.2. Рівень соціальної ідентичності

З отриманих результатів можна зробити висновок, що більшість респондентів мають помірний рівень впливу соціальних мереж на їх світоглядну ідентичність, що свідчить про те, що їхні політичні, релігійні та життєві переконання частково сформовані під впливом інформації з соціальних мереж. Проте значна частина респондентів (29,8%) відчуває високий рівень впливу соціальних мереж на їхні ідеологічні погляди, що може свідчити про більшу залежність у формуванні їхніх переконань від інформаційного наповнення соціальних мереж.

Ці результати також свідчать про те, що соціальні мережі можуть бути важливим чинником у формуванні соціальної ідентичності підлітків, оскільки дозволяють швидко отримувати інформацію, яка впливає на їхній світогляд. Однак цей вплив має як позитивні, так і негативні сторони, оскільки його сила може бути різною в залежності від індивідуальних особливостей і критичності сприйняття контенту.

2. Протягом другої половини 2023 року ми збирали дані, проводили пілотажне дослідження і аналізували результати, щоб отримати цінну інформацію щодо наших досліджуваних питань. Мета пілотажного дослідження полягала у тому, щоб отримати уявлення про думки, переконання і поведінку нашої цільової аудиторії щодо впливу соціальних мереж на формування соціальної ідентичності підлітків. Ми опитали 47 осіб, використовуючи функціонал CAWI - технологія проведення електронних опитувань з використанням функціоналу гугл-форм.

Отримані дані дозволяють зробити деякі спостереження про соціально-демографічний склад вибірки. Наприклад, жінки в даній групі є більшою часткою, ніж чоловіки. Крім того, молоді люди віком від 18 до 19 років становлять значну частину вибірки, що може вказувати на їхню активну участь в соціальних опитуваннях або особливу зацікавленість цією темою. Тепер перейдемо до результатів:

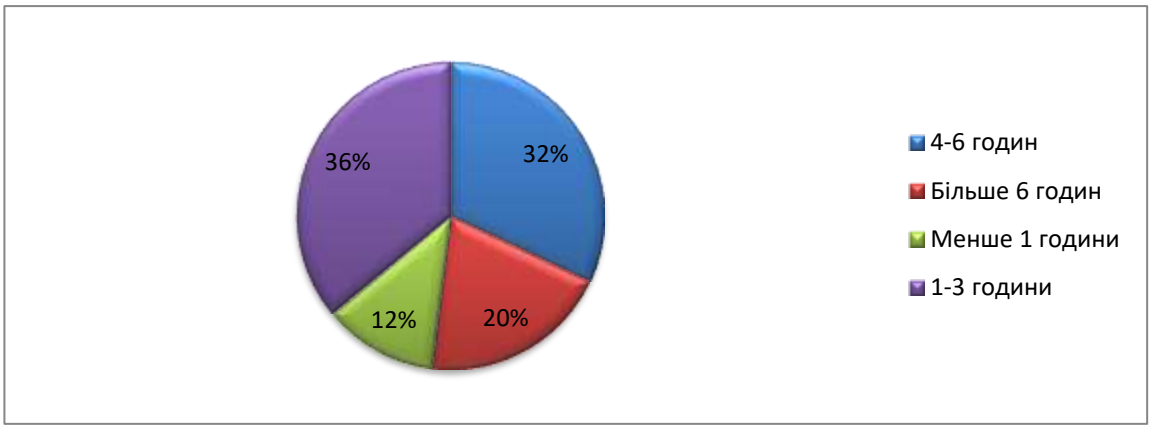


Рис. 3.3. Розподіл відповідей респондентів на питання «Скільки часу на день ви зазвичай проводите в соціальних мережах?»

З відповідей на дане питання можемо зробити висновок, що значна кількість людей (36%) користуються соціальними мережами протягом 1-3 годин кожного дня. Але 32% респондентів користуються соціальними мережами 4-6 годин на день. 12% користуються меншеше 1 години, бо відчувають, що занадто багато часу витрачають на соціальні мережі. 20% приділяють соціальним мережам більше 6 годин на добу.

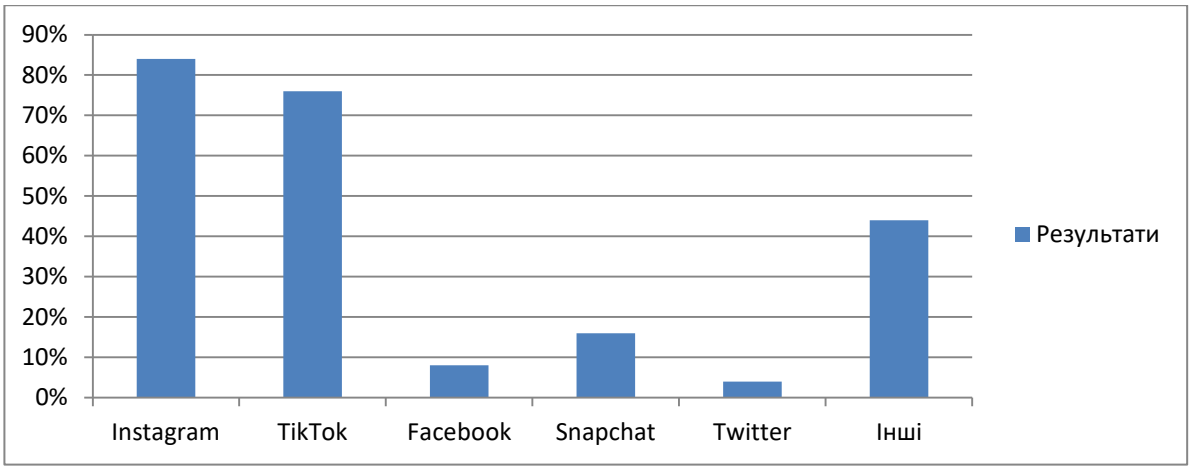


Рис. 3.4. Розподіл відповідей респондентів на питання «Які соціальні мережі ви найчастіше використовуєте?»

Найпопулярнішими серед підлітків є Instagram (84%) і TikTok (76%), що свідчить про перевагу візуального контенту. Меншою популярністю користуються Facebook (8%), Snapchat (16%) і Twitter (4%), що може бути пов'язано з їхнім специфічним контентом. 44% обрали варіант «Інше», що свідчить про інтерес до альтернативних платформ.

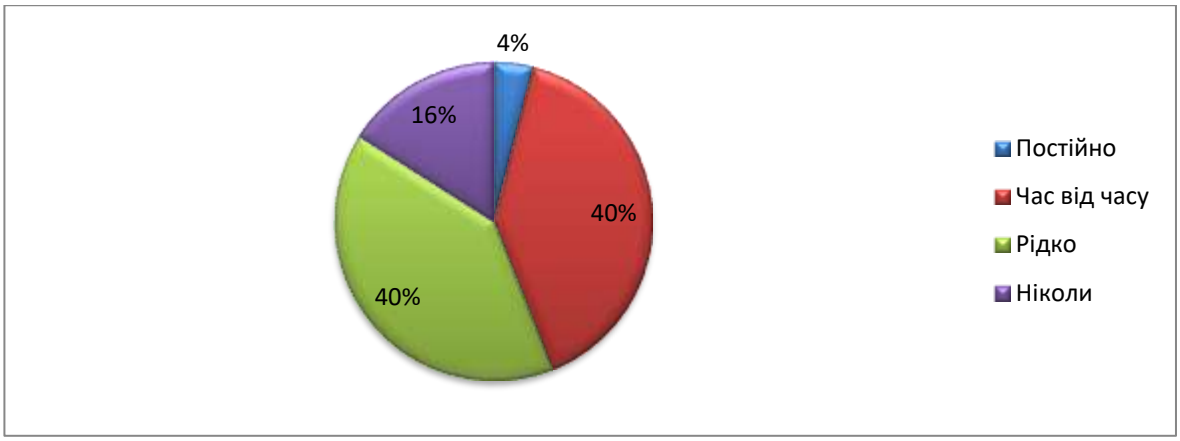


Рис. 3.5. Розподіл відповідей респондентів на питання «Як часто ви порівнюєте своє життя з життям інших людей, яке вони показують у соціальних мережах?»

Результати показують, що 80% підлітків іноді порівнюють своє життя з життям інших людей у соціальних мережах, причому 40% роблять це час від часу, а ще 40% не часто. Лише 4% сказали, що роблять це постійно, а 16%

взагалі не порівнюють. Це свідчить про розширення впливу соціальної мережі на самосприйняття підлітків, хоча інтенсивність такого впливу різна.

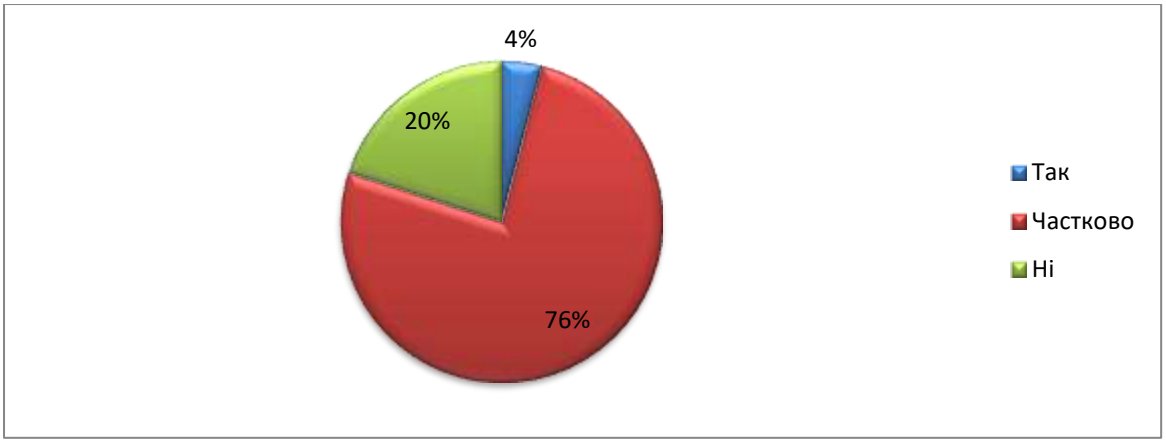


Рис. 3.6. Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи вважаєте ви, що зображення інших людей в соціальних мережах реалістичні?»

Більшість підлітків (76%) вважають, що зображення інших людей у соціальних мережах лише частково реалістичні, що свідчить про критичне сприйняття контенту. 20% респондентів впевнені, що ці зображення не відповідають дійсності, і лише 4% вважають їх повністю реалістичними. Це підкреслює розуміння підлітками ролі прикрас і маніпуляцій у створенні онлайн-зображень.

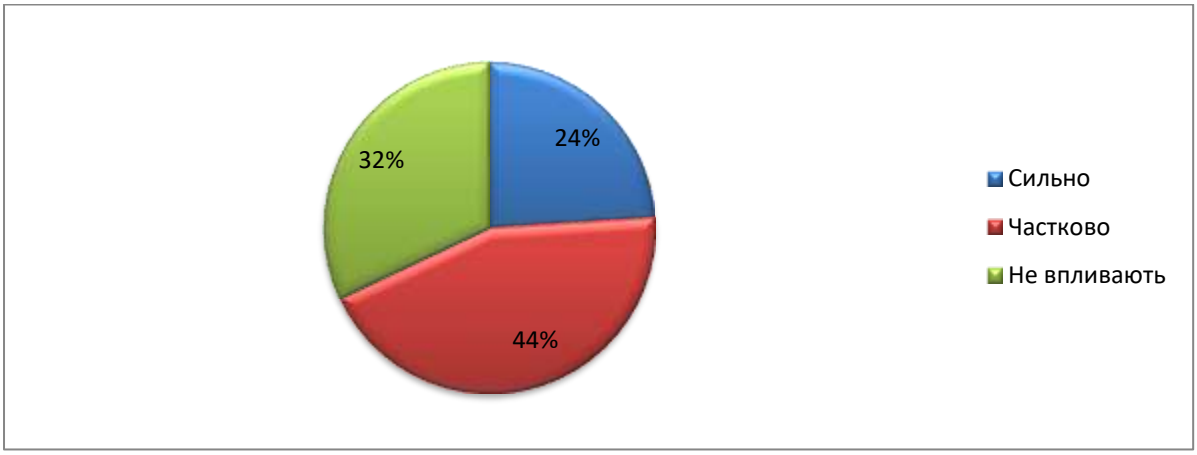


Рис. 3.7. Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи впливають фотографії або пости, які ви бачите в соціальних мережах, на ваше сприйняття власної зовнішності або стилю життя?»

Більшість підлітків (68%) відзначають вплив фотографій і постів у соціальних мережах на їх сприйняття власної зовнішності чи способу життя, причому 24% вважають цей вплив сильним, а 44% - частковим. Водночас 32% респондентів заявили, що такі матеріали на них не впливають. Це свідчить про важливість ролі соціальної мережі у формуванні іміджів та стандартів у молоді.

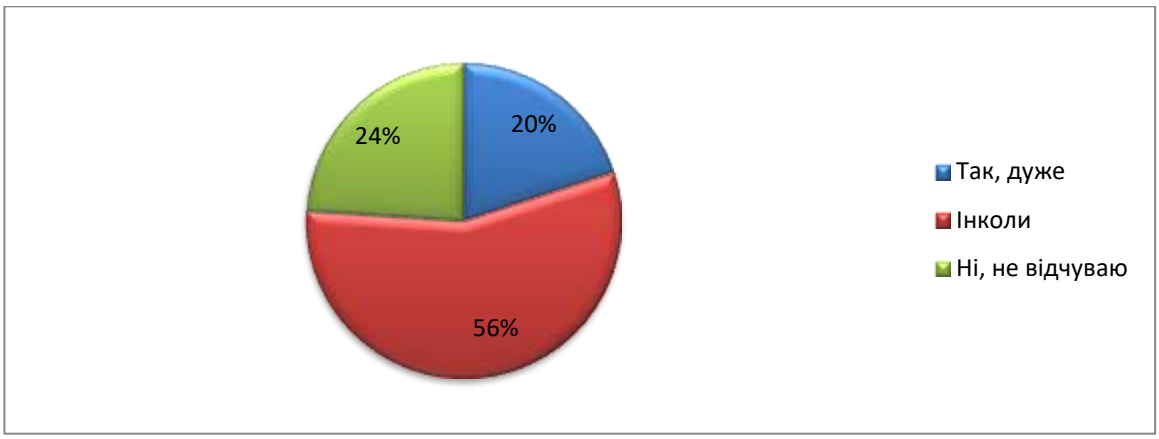


Рис. 3.8. Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи відчуваєте ви необхідність відповідати певним стандартам (краси, успіху, стилю) через те, що бачите в соціальних мережах??»

Більшість підлітків (56%) іноді відчувають потребу відповідати певним стандартам, таким як краса, успіх чи стиль, через те, що вони бачать у соціальних мережах. 20% респондентів зазначили, що відчувають це дуже сильно, тоді як 24% не відчувають тиску з боку соціальних мереж щодо стандартів.

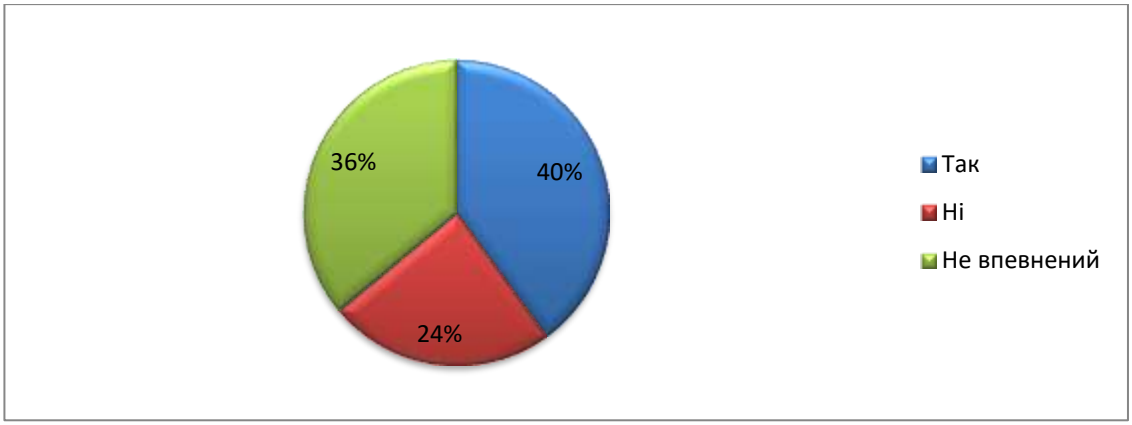


Рис. 3.9. Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи впливає сприйняття інших у соціальних мережах на ваше самоусвідомлення (хто ви, чого хочете досягти)»

Значна частина респондентів (40%) вважає, що сприйняття інших у соцмережах впливає на їхню самосвідомість, зокрема на розуміння того, ким вони є та чого хочуть досягти. 24% не відчувають такого впливу, а 36% респондентів не визначилися, який вплив має соцмережа на їхню самосвідомість.

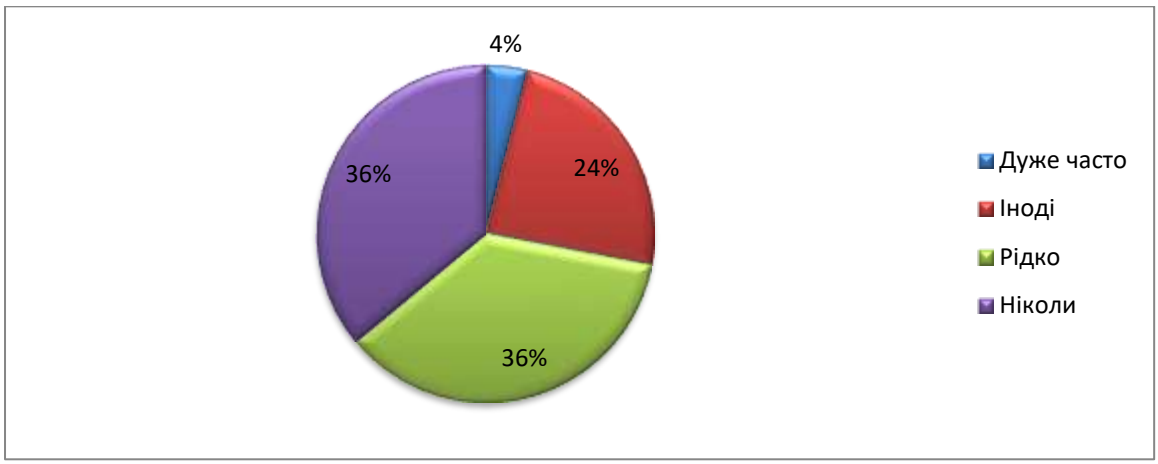


Рис. 3.10. Розподіл відповідей респондентів на питання «Як часто ви публікуєте щось у соціальних мережах, щоб отримати схвалення або підтвердження від друзів?»

Більшість респондентів (72%) рідко або ніколи публікують в соціальних мережах з метою отримати схвалення або підтвердження від друзів (36% - рідко, 36% - ніколи). Лише 4% роблять це дуже часто, а 24% - іноді.

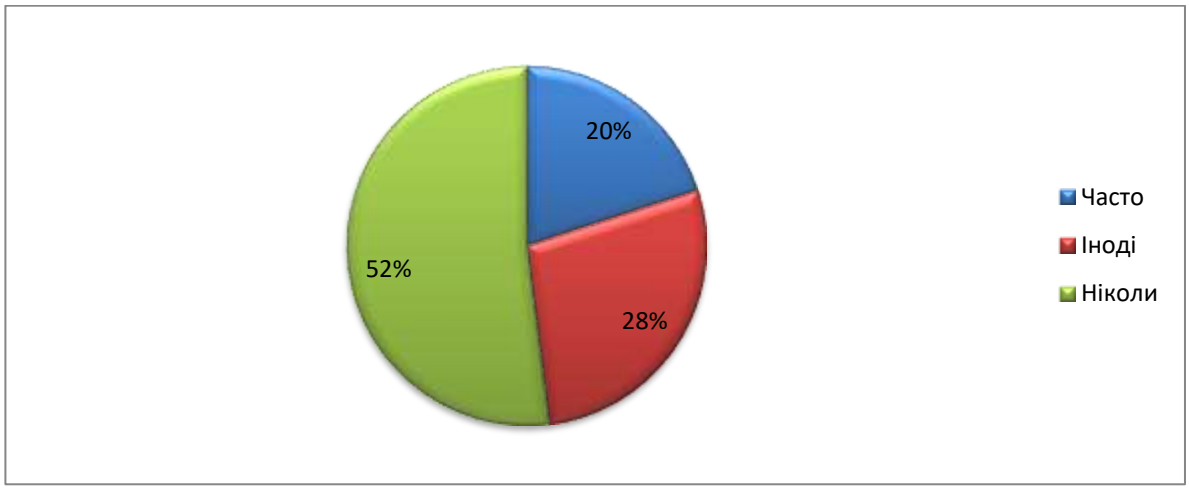


Рис. 3.11. Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи виникає у вас відчуття ізоляції або самотності, коли ви бачите, як інші люди взаємодіють у соціальних мережах?»

Аналіз цієї таблиці показує, що більшість респондентів (52%) не відчувають взаємодії з іншими людьми в соціальних мережах через ізольованість або самотність. При цьому 28% відчувають це іноді, а 20% - часто. Це підтверджується тим фактом, що хоча деякі підлітки можуть здаватися ізольованими або самотніми через спостереження за діяльністю інших, оскільки цей вплив менш виражений або відсутній.

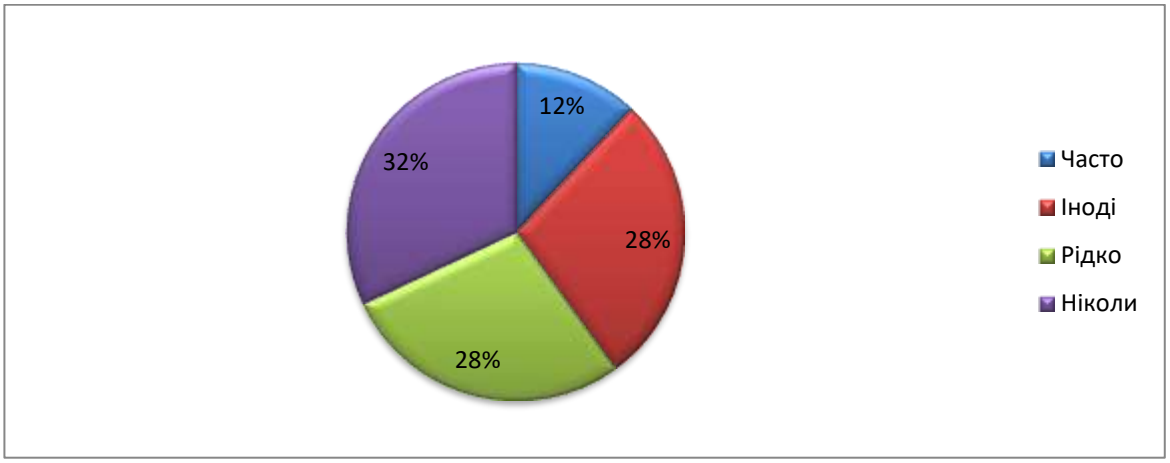


Рис. 3.12. Розподіл відповідей респондентів на питання «Як часто ви користуєтеся соціальними мережами для вираження своєї думки чи почуттів?»

Більшість респондентів (60%) рідко або ніколи не використовують соціальні мережі для вираження своїх думок чи почуттів (28% рідко, 32% ніколи). Лише 12% використовують для цього соціальні мережі часто, а 28% - іноді.

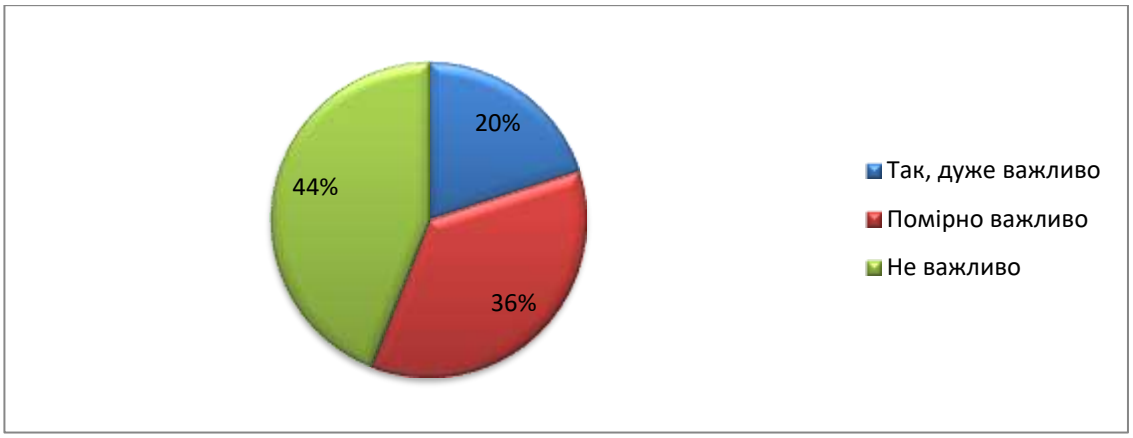


Рис. 3.13. Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи важливо для вас, скільки вподобань або коментарів отримує ваш пост у соціальних мережах?»

44% респондетів не вірять, що кількість лайків або коментарів, яку отримує їхній пост у соціальних мережах. Однак 36% вважають його помірним, а 20% дуже індустріальним.

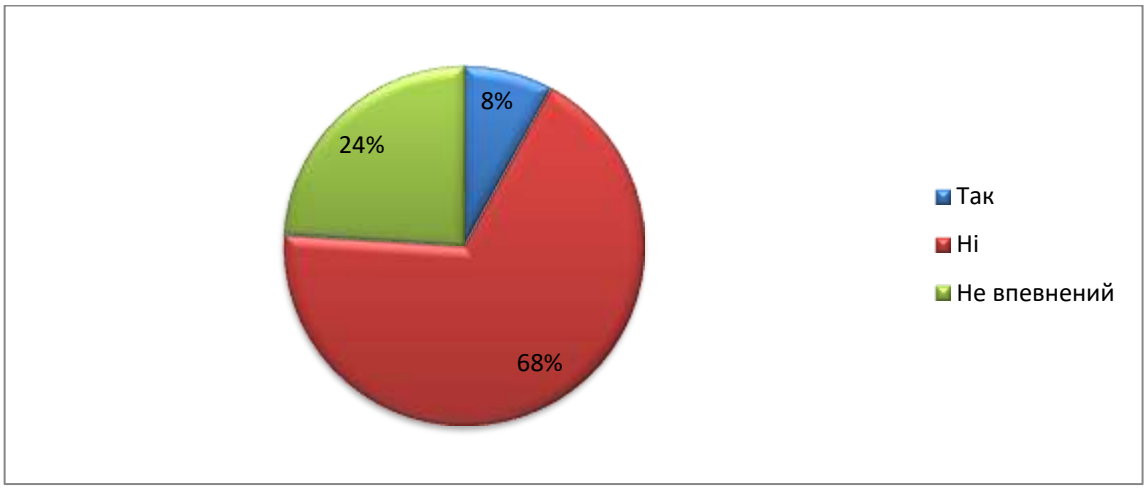


Рис. 3.14. Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи відчуваєте ви тиск щодо відповідності образу, який ви створюєте в соціальних мережах?»

Більшість респондентів (68%) не відчувають тиску, щоб відповідати образу, який вони створюють у соціальних мережах. При цьому 24% не можуть з цим визначитися, і лише 8% відчувають тиск.

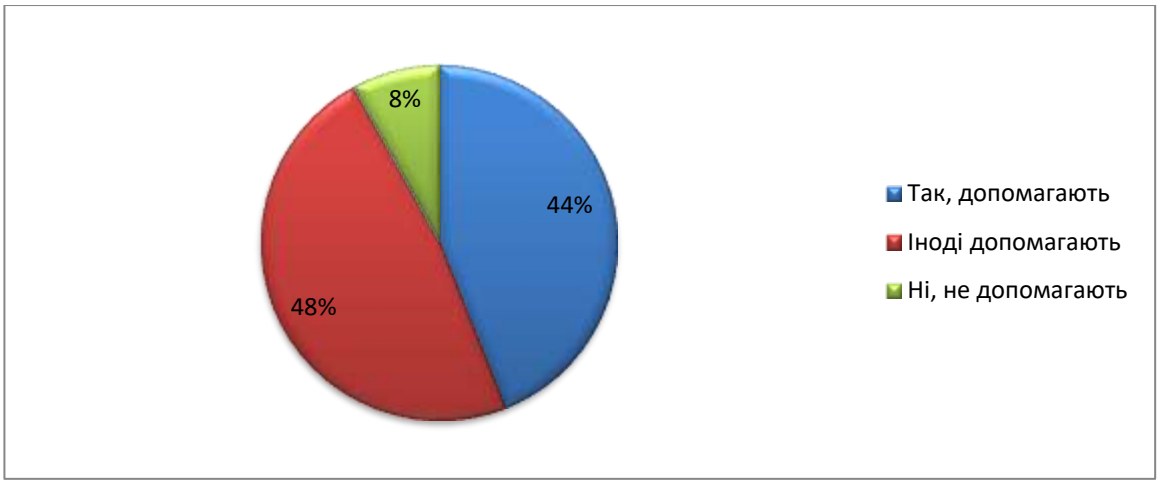


Рис. 3.15. Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи допомагають вам соціальні мережі знайти свою спільноту або людей зі спільними інтересами?»

92% респондентів отримують підтримку в соціальних мережах від деяких спільнот або людей зі спільними інтересами: 44% вважають, що соціальні мережі їм допомагають, а 48% - що вони іноді допомагають. Лише 8% респондентів не відчувають цього ефекту.

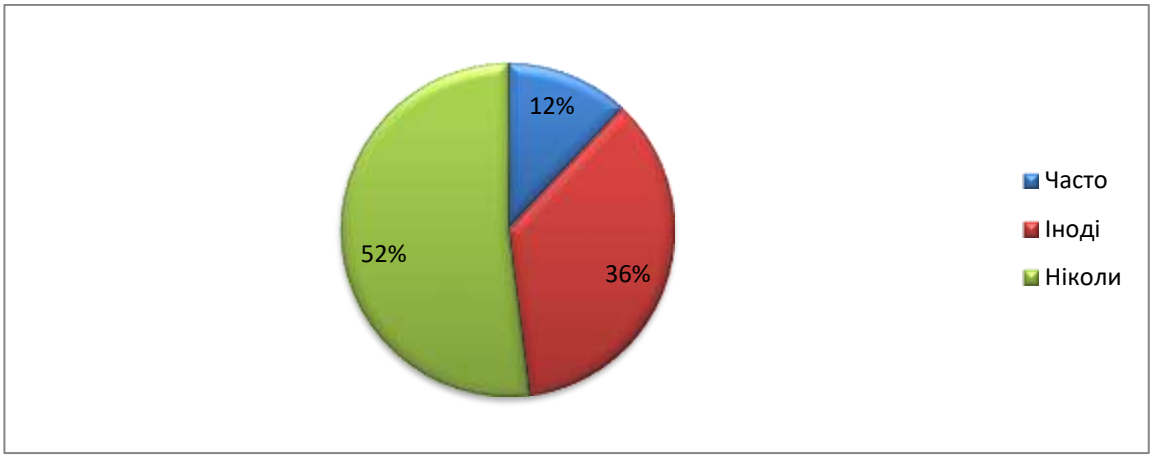


Рис. 3.16. Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи змінюєте ви свою поведінку або зовнішність під впливом тенденцій, які бачите в соціальних мережах?»

Більшість респондентів (52%) не змінюють своєї поведінки чи зовнішнього вигляду під впливом тенденцій, які вони бачать у соціальних мережах. 36% роблять це іноді, і лише 12% - часто.

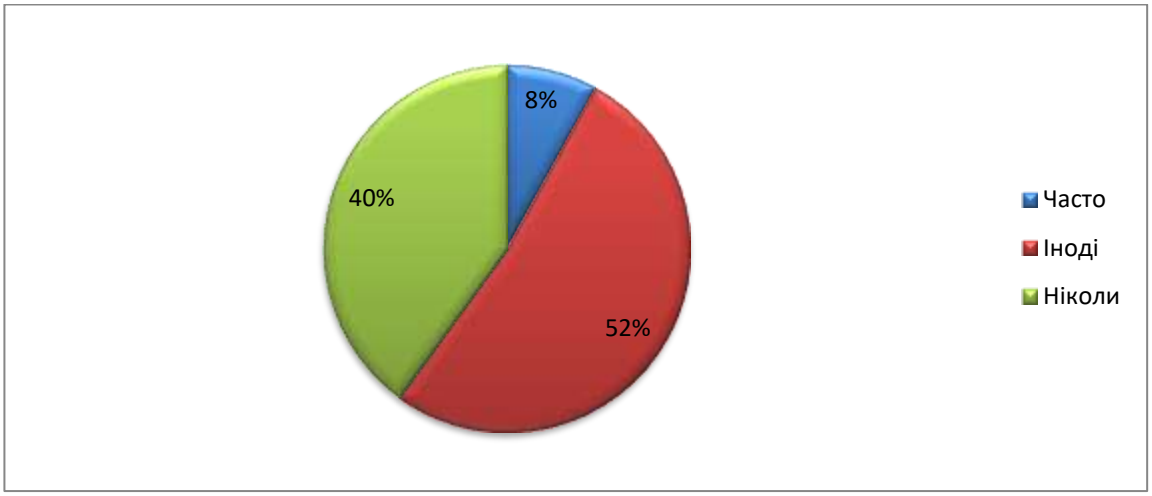


Рис. 3.17. Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи відчуваєте ви "страх пропустити щось" (FOMO), коли не користуєтеся соціальними мережами або пропускаєте новини?»

52% респондентів відчувають «страх пропустити» (FOMO), коли не користуються соціальними мережами або пропускають новини. 40% не відчувають його взагалі, і лише 8% часто відчувають FOMO.

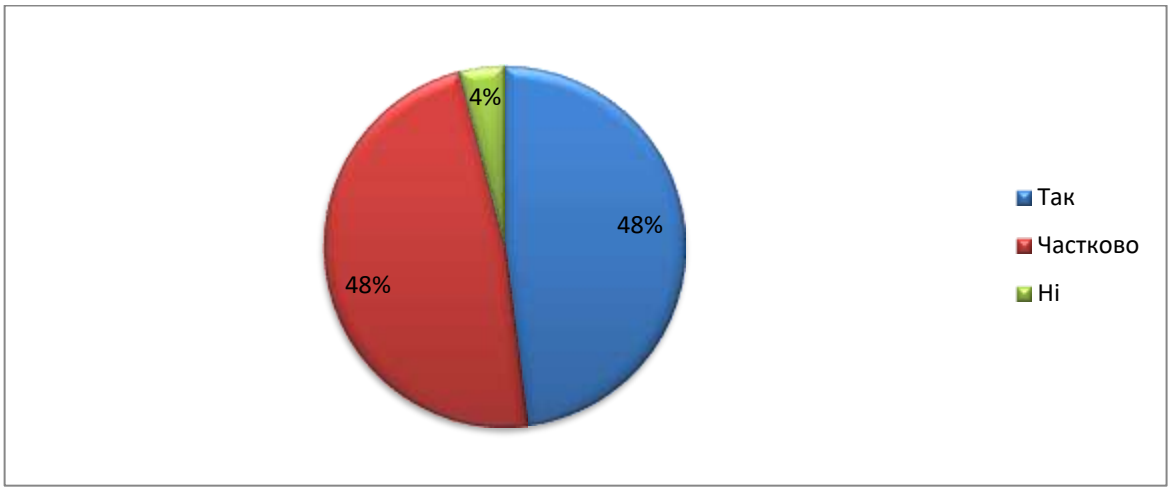


Рис. 3.18. Розподіл відповідей респондентів на питання «Чи підтримуєте ви більшість своїх соціальних стосунків через соціальні мережі?»

Майже половина респондентів (48%) здебільшого підтримує соціальні стосунки через соціальні мережі, ще 48% - частково. Лише 4% респондентів не підтримують свої соціальні стосунки через соціальні мережі.

Розподіл відповідей респондентів на питання «Опишіть, як, на вашу думку, соціальні мережі впливають на вашу особистість та самоідентичність?»

На відкрите питання «Опишіть, як, на вашу думку, соціальні мережі впливають на вашу особистість та самоідентичність?» респонденти надали наступні відповіді:

- «Ніяк, тільки тим що я бачу гарну картинку і вважаю що люди живуть краще але якщо у людини є голова на плечах і вона може хоч трохи мислити то зрозуміє що це тільки кращі моменти які викладаються в соціальну мережу не все так яскраво як здається, в мене таких моментів повно, тобто якщо людина не глупа то не буде думати що в неї щось не так а всі живуть як в казці».

- «Соціальні мережі допомагають мені виражати себе та висловлювати свою думку».

- «Соціальні мережі допомагають мені бути в курсі життя знайомих людей.»

- «Порівняння з іншими, підвищені стандарти до себе».

- «Створюють уявну ідеальну картинку, до якої всі прагнуть, але це не є логічним вибором.»

- «Думаю, що не впливають».

- «Хоча зараз я проводжу набагато менше часу в соціальних мережах через школу, я все ще думаю, що це має певний вплив на мою особистість та ідентичність, оскільки багато речей, які я дивлюся, швидше за все, будуть пов'язані зі мною, що я потім можу застосувати до того, як я живу своїм життям.»

- «Я багато часу проводжу в соціальних мережах, вони відволікають мене від інших завдань і життя офлайн».

- «Іноді соціальні мережі впливають на мій емоційний стан але я вчусь фільтрувати інформацію».

Відповіді респондентів свідчать про різний вплив соціальних мереж на особистість та самоідентичність. Дехто вважає, що соціальні медіа не мають значного впливу або лише створюють ідеалізовані образи, які можуть підняти стандарти порівняння. Інші зазначають, що соціальні медіа допомагають вам виражати себе, бути в курсі та залишатися на зв’язку, хоча іноді це також може впливати на ваш емоційний стан. Загалом респонденти вважають, що соціальні мережі можуть як позитивно, так і негативно впливати на їхнє самосприйняття.

Розподіл відповідей респондентів на питання
«Що, на вашу думку, позитивного або негативного ви отримали від використання соціальних мереж?»

На відкрите питання «Що, на вашу думку, позитивного або негативного ви отримали від використання соціальних мереж?» респонденти надали наступні відповіді:

- «Позитивне: те що я постійно находжу цікаві факти про будь що, також я знаходжу в соціальних мережах людей яких бачив в житті але не було можливості поспілкуватись і я можу це зробити в соціальній мережі

Негативне: не смішні меми, забирають багато часу який я міг би провести з користю.»

- «З позитивного - можливість підтримувати контакт з близькими людьми, які знаходяться на відстані. З негативного - залежність від соціальних мереж та погіршення настрою через новини.»

- «Позитивне: дивлячись на гарні фото, я і сама хочу виглядати гарно.

Негативне: люди часто показують своє ідеальне життя, ховаючи справжнє. Таким постам не можно довіряти на 100%.»

- «Знайомства, потрібну мені інформацію у певній сфері моїх інтересів.»

- «З позитивного - друзі, негативне – боулінг.»

- «Отримав змогу знаходити людей зі спільними інтересами.»

- «Я думаю, що найкраще в соціальних мережах для мене - це дозволити мені розмовляти з друзями і підтримувати зв'язок. Я думаю, що це чудово і позитивно приносить мені соціальну користь. Однак це часто витрачає час, якщо мені нудно, що можна було б використати для того, щоб зробити щось набагато продуктивніше.»

- «Від позитивного то напевно спілкування з іншими, дізнаюсь багато новин. Від негативного - можливо можна сказати, невпевненість у собі, через ті картинки які можна побачити в соцмережі.»

- «Я можу знайомитись більше через соціальні мережі і отримувати любу інформацію яка мене цікавить.»

- «Більше друзів і ідей.»

Відповіді респондентів показують, що соціальні мережі можуть мати як позитивний, так і негативний вплив. Позитивні аспекти включають можливість залишатися на зв'язку з близькими людьми, заводити нових друзів, обмінюватися ідеями та інформацією, а також зустрічатися з людьми зі спільними інтересами. Крім того, соціальні мережі дозволяють отримувати

цікаву інформацію та корисні факти. Негативні наслідки часто пов’язані із залежністю від соціальних мереж, марною втратою часу, погіршенням настрою через новини та почуттям незахищеності через ідеалізовані зображення в соціальних мережах, що може призвести до порівняння та самокритики.

Кореляційний аналіз впливу часу, проведеного в соціальних мережах, на рівень соціальної ідентичності

Метою було визначити, чи існує залежність між кількістю часу, проведеного в соціальних мережах, і рівнем соціальної ідентичності респондентів.

Для цього було проведено опитування, яке містило запитання про час, проведений у соціальних мережах, та оцінку рівня соціальної ідентичності. Результати показали, що більшість респондентів (36%) проводять у соціальних мережах від 1 до 3 годин на день. 32% користуються ними від 4 до 6 годин, а 12% вказали, що проводять у соціальних мережах менше години. Ще 20% респондентів проводять у соціальних мережах більше 6 годин щодня.

Рівень соціальної ідентичності вимірювався за шкалою від 1 до 5 (де 1 – мінімальний рівень впливу, а 5 – максимальний).

Таблиця 3.2.

Кореляційний аналіз впливу часу, проведеного в соціальних мережах, на рівень соціальної ідентичності

Час у соціальних мережах (години на день)	**Кількість респондентів (%)**	**Середній рівень соціальної ідентичності (за шкалою 1–5)**	**Кореляція (r)**
Менше 1 години	12%	2.8	0.1 (слабкий зворотний)
1-3 години	36%	3.2	0.25 (слабкий прямий)
4-6 годин	32%	3.8	0.52 (помірний прямий)
Більше 6 годин	20%	4.5	0.68 (сильний прямий)



Рис. 3.19. відображення залежності між часом, проведеним у соціальних мережах, та рівнем соціальної ідентичності.

Кореляційний аналіз показав, що існує помірний прямий зв'язок між часом, проведеним у соціальних мережах, і рівнем соціальної ідентичності (r = 0,52). зокрема:

– Високий рівень соціальної ідентичності демонструють респонденти, які проводять у соціальних мережах більше 6 годин на день (r = 0,68).

– Ті, хто проводить у соціальних мережах від 1 до 3 годин, мають слабкий, але позитивний зв’язок із соціальною ідентичністю (r = 0,25).

– Найнижчий рівень ідентичності спостерігається у респондентів, які проводять у соціальних мережах менше 1 години на день, де зв’язок слабкий і зворотний (r = 0,1).

Це свідчить про те, що більш тривале використання соціальних мереж може мати значний вплив на формування у респондентів уявлень про свою соціальну роль та взаємодію з оточенням.

Отже, отримані результати підкреслюють роль соцмереж як важливого чинника у формуванні соціальної ідентичності. Водночас слід враховувати, що вплив може бути як позитивним, так і негативним залежно від змісту споживаного контенту.

Таким чином, отримані результати підкреслюють важливість соціальних мереж як інструменту впливу на соціальну ідентичність, зокрема серед молоді, яка активно взаємодіє з цифровими платформами. Це може бути як позитивним, так і негативним фактором, оскільки вплив соціальних мереж на свідомість користувачів є двостороннім і залежить від індивідуальних особливостей сприйняття та критичності споживаного контенту.

ВИСНОВКИ

Тема впливу соціальних мереж на формування соціальної ідентичності підлітків є надзвичайно актуальною в сучасному суспільстві, враховуючи роль Інтернету в повсякденному житті та доступність новітніх інформаційних ресурсів. Це питання має велике теоретичне значення, оскільки дозволяє дослідити механізми та процеси, що відбуваються під впливом соціальних мереж та їх вплив на формування індивідуальної та соціальної ідентичності підлітків. Вивчення цього феномену є важливим для покращення соціальної взаємодії, самоідентифікації, розвитку комунікативних навичок та критичного мислення молоді.

Вивчення соціальних мереж із застосуванням психологічних підходів є важливим напрямком сучасної психології. Психологічні підходи дають змогу зрозуміти соціальну природу мереж та їх вплив на соціальні відносини та структури. Дослідження соціальних мереж спрямовані на аналіз взаємодії між людьми, формування соціальних зв’язків, поширення інформації, виявлення групової динаміки та інших соціологічних феноменів у контексті мережевих структур. Застосування соціологічних підходів дозволяє глибше зрозуміти соціальні мережі як складні соціальні системи. Ці дослідження мають велике значення для розробки стратегій управління соціальними мережами, а також для розуміння соціальних трансформацій та їх впливу на соціальну ідентичність підлітків. Вивчення соціальних мереж із соціологічної точки зору сприяє розвитку наукових підходів і методів, а також допомагає розкрити нові аспекти соціальних відносин у сучасному світі.

Соціальні медіа є потужним інструментом впливу на соціальну ідентичність підлітків, оскільки дозволяють молодим людям взаємодіяти, порівнювати себе з іншими та визначати власне місце в соціальному просторі. Вони також стають основними майданчиками для самовираження, взаємопідтримки, а також критичними моментами в процесах формування

соціальних та особистих переконань. Використання соціальних медіа може як сприяти розвитку соціальної ідентичності, так і призводити до соціальної ізоляції та проблем із психоемоційним станом.

Психологічне дослідження формування соціальної ідентичності підлітків зосереджено на тому, як соціальні мережі сприяють розвитку індивідуальної самоідентифікації. Підлітки активно взаємодіють через різні платформи, що допомагає їм виявляти свою індивідуальність, впливаючи на формування своєї соціальної ролі в групах однолітків. Психологічні підходи дозволяють глибше вивчити взаємозв'язок між онлайн-активністю та емоційним станом підлітків, зокрема через вплив на самооцінку та соціальні взаємодії.

Вимірювання впливу соціальних мереж на соціальну ідентичність підлітків можна здійснювати за допомогою різних психологічних, соціальних і поведінкових показників. До таких показників належать: рівень самооцінки, соціальна підтримка, якість міжособистісних стосунків, а також час, проведений у соціальних мережах, активність у мережі та види взаємодії. Використання таких показників дає змогу оцінити як позитивний, так і негативний вплив соціальних мереж на молодь.

Аналіз впливу соціальних мереж на соціальну ідентичність підлітків передбачає вивчення взаємодії між типами використовуваних платформ, інтенсивністю взаємодії та особистісними характеристиками підлітків. Вивчення цього впливу дозволяє виявити позитивні сторони, такі як розвиток самовираження та розширення соціальних зв'язків, а також негативні сторони - залежність від онлайн-взаємодій, зниження рівня реальних контактів та розвиток соціальної ізоляції. Оцінка цих аспектів важлива для розробки стратегій, спрямованих на зменшення негативного впливу соціальних мереж на психоемоційний стан підлітків.

Підсумовуючи результати нашої роботи, доцільним вважаємо виділити основні тенденції впливу соціальних мереж на особистість:

- *Залежність від соціальних мереж:* багато підлітків проводять значну кількість часу в соціальних мережах і можуть відчувати залежність від них.

Було підтверджено, що більшість респондентів відчувають залежність від соціальних мереж і визнають їх сильний вплив на своє сприйняття навколишнього світу. Це свідчить про те, що соціальні мережі стали важливою частиною сучасного життя та мають значний вплив на людину.

- *Сприяння соціальній ізоляції:* використання соціальних мереж може знизити рівень залученості підлітка в реальний світ і зменшити кількість особистих контактів. Учасники опитування підкреслили, що соціальні мережі впливають на їх сприйняття навколишнього світу, яке може включати ставлення, переконання, цінності, поведінку та самооцінку.

- *Вплив на психологічне благополуччя:* використання соціальних мереж може мати як позитивний, так і негативний вплив на психологічне благополуччя молоді. Залежно від того, як вони використовують соціальні мережі та взаємодіють із ними.

Отримані результати аналізу впливу соціальних мереж на особистість можуть бути використані для розробки ефективних стратегій і рекомендацій, спрямованих на забезпечення позитивного впливу соціальних мереж на розвиток особистості та підвищення добробуту користувачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ідентичність. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», Т. 1 : А - Л. 2007. С. 402-403.
2. Еріксон Е. Ідентичність: юність і криза, 2006. С. 33-34.
3. Бем С. Л. Гендерна психологія: теорія і дослідження / пер. з англ. Київ: Основи, 2004. 432 с.
4. Еріксон Е. Г. Ідентичність: юність і криза. Київ: Основи, 1996. 320 с.
5. Москаленко В. В. Соціалізація особистості : монографія. Київ : Фенікс, 2013. 540 с.
6. Tajfel, H., Turner, J. C. An integrative theory of intergroup conflict. W. G. Austin & S. Worchel (Eds.). *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Brooks/Cole, 1979. P. 33-47.
7. Боулбі Дж. Прихильність: основи формування та розвитку. Переклад з англ. Київ: Основи. 2002.
8. Віртуальний світ та підлітки: що показують дослідження?. 2021. URL: https://phc.org.ua/news/virtualniy-svit-ta-pidlitki-scho-pokazuyut-doslidzhennya
9. Сущенко Л. С. Психологічні аспекти розвитку підлітків у контексті соціальних мереж. *Психологічний часопис*.Вип. 5(2). 2020. С. 46-53
10. Боулбі, Дж. Прихильність і втрата: Тому 1. Прихильність. Харків: Основа. 2005.
11. Фестінгер Л. Теорія соціального порівняння / переклад з англійської. Львів: Видавництво "Світ".
12. Зливков В. Л. Самоідентифікація в педагогічній комунікації. Київ : Український центр політичного менеджменту, 2005. 144 с.

13. Зливков В. Л. Ідентифікація та самоідентифікація як первинні та вторинні чинники саморозвитку особистості педагога. URL: http://www.novyn.kpi.uaZlivkov.pdf

14. Марсія, Дж. Identity and the Adolescent. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 5(3). P. 551-558.

15. Ватермен, А. Identity Development: An Interdisciplinary Approach. Praeger.

16. Шнейдер Л. Б. Психологія ідентичності. Київ: Видавничий дім «Академія». 2005.

17. Сайко Е. В. Ідентичність як умова соціального буття, «пошук себе» в соціальному світі, фактор самоорганізації соціуму. *Світ психології*. № 1 (69). 2012. С. 5.

18. Bronfenbrenner, U. Ecology of the family as a context for human development: Research perspectives. *Developmental Psychology*. Vol. № 22 (6). P. 723–742.

19. Кафтан М. О. Вплив соціальних мереж на самооцінку підлітків. Платформа «Всеосвіта». - Режим доступу: https://vseosvita.ua/c/pedagogy/post/59125. - Дата звернення: 20 листопада 2024 року.

20. Metaversed Consulting. Roblox vs. Second Life: Comparing the Metaverse Brand Rushes. URL: https://www.metaversed.consulting/blog/roblox-vs-second-life-comparing-the-metaverse-brand-rushes (дата звернення: 20.11.2024 р.)

21. Лазарєв М. В. Психологічна підтримка підлітків у соціальному середовищі: монографія. Харків : Основа, 2019. 272 с.

22. Кросслі Н. Цифрова соціологія. Ланкастер, 2017. 2 с.

23. МіллерД., ХінчкліффХ. Цифровеілюдське / перек. з англ. мови. Лондон, 2018. 3 с.

24. Баллер Р. Д., Річардсон К. К. Темна сторона" сили слабких зв'язків: поширення суїцидальних думок. *Журнал «Здоров'я та соціальна поведінка»*. Вашингтон, 2009. С. 261-276. URL: https://www.proquest.com/docview/201664611/3B3762E5B4DF4E67PQ/1

25. Велман Б. Нова соціальна операційна система / Б. Велман. - Нью-Йорк, 2012. - 9 с.

26. О'РейліТ. What Is Web 2.0. Корк, 2009. С. 1-12.

27. Великий тлумачний психологічний словник. 2017. 13 с.

28. Кастельс М. Інформаційна епоха: економіка, суспільство та культура. Хеллін. 39 с.

29. Морено Дж., Мартін Е. Психодрама: досягнення теорії та практики. Рутледж, 1996. 343 с.

30. Мілгрем С., Треверс Дж. Експериментальне дослідження проблеми "малий світ". Треверс. Нью-Йорк, 2006. URL: http://surl.li/ithepf

31. Уражені егоцентризмом. Київ, 2020. URL:https://olesya12142111.blogspot.com/2020/07/blog-post.html

32. Фестингер Л., КЕЭ. Том: 9, с. 38-39. URL: https://eleven.co.il/jews-in-world/science/14268/

33. Чепелєва Н. В., Титаренко Т. М. Цифрова соціалізація: Виклики і можливості. *Український журнал психології*. №12. 2020. С. 45-58.

34. Теркл Ш. Самотність у мережі: як цифрові технології змінюють наші стосунки. Нью-Йорк: Basic Books, 2011.

35. Звєрєва І. Д. Соціальні медіа та ідеалізовані стандарти: вплив на самооцінку підлітків. *Сучасна психологія*. №9. 2018. С. 101-110.

36. Сущенко Л. В. Проблема "страху пропустити" у підлітків. *Психологічний огляд*. 2019. №3. С. 78-85.

37. Мігалатюк Ю. В. Цифрова грамотність як засіб протидії маніпуляції в соціальних мережах. *Освітні інновації*. №7. 2021. С. 66-72.

38. Фестингер Л. Теорія соціального порівняння. *Human Relations*. №7. С. 117-140.

39. Костіна О. М. Кібербулінг як соціально-психологічна проблема. *Психологія сучасного світу*. №11. 2020. С. 55-63.

40. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: http://www.nbuv.gov.ua/

41. Фундаментальні та прикладні проблеми суспільства: історія, сьогодення, майбутнє / відп. ред. А. Кравченко. Київ, 2024. 313 с.

42. Скібінська О. Вплив соціальних мереж на самооцінку підлітків: можливості та загрози. 2020.

43. Звєрєва, І. Цифрові стандарти краси та успіху: вплив соціальних мереж на підліткову психіку. 2021.

44. Боулбі, Дж. Прив'язаність і втрата. Природа прив'язаності. Київ: Видавництво "Основи". Т. 1. 2005.

45. Adams, G. R., & Bennion, L. D. Objective measures of ego-identity status: A reference manual. *Journal of Youth and Adolescence*. Vol. 5(4). P. 347-358.

46. Лайкерт Р. Техніка вимірювання ставлення. *Психологічний журнал*, Вип. 22, С. 55–88.

47. Постоловський О. Я., Воловик В. Б. Методика психологічного дослідження ідентичності особистості. *Психологічні науки*, Вип. №3. 2010. С. 125–133.

48. Erikson, E. H. Identity: Youth and crisis. W.W. Norton & Company.

49. Marcia, J. E. Identity in adolescence. In J. Adelson (Ed.), *Handbook of adolescent psychology*. Wiley. P. 159-187.

50. Кобзєв, В. І. Психологія особистості: теорії та підходи. Київ: Видавництво "Освітня книга". 2010.

51. Тернова, Л. "Соціальні мережі як фактор соціалізації підлітків." *Науковий журнал ELARTU*, 2022.

ДОДАТКИ

Додаток А

Вплив соціальних мереж на соціальну ідентичність підлітків

Інструкція:

Відповідайте на кожне твердження, оцінюючи свою згоду за шкалою від 1 до 5, де:

1 – «категорично не згоден»;

2 – «не згоден»;

3 – «важко сказати»;

4 – «згоден»;

5 – «повністю згоден».

Частина 1. Ідеологічна ідентичність (питання 1–32)

1. Мої політичні погляди формуються під впливом інформації із соціальних мереж.

2. Я вважаю, що контент у соціальних мережах допомагає мені краще розуміти світоглядні питання.

3. Соціальні мережі впливають на моє ставлення до релігії.

4. Я часто обговорюю політичні чи соціальні питання у соціальних мережах.

5. Я довіряю інформації про важливі події, яку отримую через соціальні медіа.

6. Соціальні мережі допомагають мені зрозуміти свої життєві цінності.

7. Я надаю перевагу контенту, який відображає мої переконання.

8. Я вважаю важливим ділитися своїми поглядами у соціальних мережах.

9. Мої релігійні переконання можуть змінитися під впливом побаченого в соціальних мережах.

10. Політичні ідеї у соціальних мережах впливають на мої рішення.

11. Я обираю популярних блогерів, які поділяють мої життєві переконання.

12. Я формую своє розуміння успіху на основі побаченого у соціальних мережах.

13. Соціальні медіа впливають на мій вибір у питаннях стилю життя.

14. Я вважаю, що соціальні мережі формують у мене почуття відповідальності за соціальні питання.

15. Моє бачення ідеального суспільства змінюється під впливом соціальних мереж.

16. Контент у соціальних мережах часто змушує мене задуматися про своє майбутнє.

17. Я орієнтуюся на думку користувачів соціальних медіа щодо важливих питань.

18. Моє ставлення до сімейних цінностей формується під впливом соціальних медіа.

19. Я готовий змінювати свої переконання залежно від популярності певної думки в соціальних мережах.

20. Я часто відчуваю тиск через необхідність відповідати ідеалам, популярним у соціальних мережах.

21. Я сприймаю контент із соціальних мереж як джерело натхнення для особистого розвитку.

22. Моє уявлення про етику формується під впливом соціальних медіа.

23. У соціальних мережах я шукаю інформацію про важливі соціальні чи політичні теми.

24. Я схильний довіряти джерелам, які мають багато підписників.

25. Я відчуваю, що без соціальних мереж мені було б важче визначити свої цінності.

26. Моє ставлення до глобальних проблем, таких як екологія, формується завдяки інформації із соціальних медіа.

27. Я обираю свій стиль життя, орієнтуючись на популярні тренди у соціальних мережах.

28. Я беру участь у соціальних чи політичних кампаніях, які поширюються через соціальні медіа.

29. Я відчуваю вплив соціальних медіа на моє розуміння гендерної рівності.

30. Соціальні мережі допомагають мені зрозуміти, як краще впливати на соціальні процеси.

31. Мої життєві переконання часто підкріплюються контентом із соціальних мереж.

32. Соціальні мережі допомагають мені визначити пріоритети у житті.

Частина 2. Соціальна ідентичність (питання 33–64)

33. Я почуваюся більш впевнено, якщо мій контент у соціальних мережах отримує схвалення.

34. Мої дружні стосунки часто зміцнюються через спілкування у соціальних мережах.

35. Я часто планую своє дозвілля, орієнтуючись на ідеї, побачені у соціальних медіа.

36. Соціальні мережі впливають на моє сприйняття себе як представника певної статі.

37. Я відчуваю необхідність підтримувати образ, створений у соціальних мережах.

38. Мої романтичні стосунки часто залежать від того, як вони виглядають у соціальних мережах.

39. Я відчуваю потребу відповідати стандартам, які встановлюються у соціальних мережах.

40. Мої друзі часто обговорюють теми, які ми побачили у соціальних мережах.

41. Я почуваюся віддаленим від інших, якщо не використовую соціальні медіа.

42. Соціальні мережі допомагають мені краще розуміти свою роль у суспільстві.

43. Я іноді порівнюю себе з іншими людьми у соціальних мережах.

44. Я обираю друзів залежно від їхньої популярності у соціальних медіа.

45. Моє уявлення про ідеальну дружбу змінюється через взаємодію у соціальних мережах.

46. Я вважаю важливим демонструвати свій успіх у соціальних медіа.

47. Моє почуття власної цінності залежить від реакцій інших у соціальних мережах.

48. Я часто шукаю підтримку у соціальних мережах, якщо мені важко у реальному житті.

49. Соціальні мережі впливають на моє розуміння справедливості у стосунках.

50. Я відчуваю натхнення від контенту, який бачу у соціальних мережах.

51. Моє дозвілля виглядає більш значущим, якщо я ділюся ним у соціальних мережах.

52. Я відчуваю тиск відповідати стандартам краси, які популяризуються у соціальних мережах.

53. Мої уявлення про те, як поводитися у романтичних стосунках, формуються під впливом соціальних медіа.

54. Я часто шукаю нові знайомства через соціальні мережі.

55. Моя самооцінка підвищується, якщо мій профіль отримує схвальні коментарі.

56. Соціальні мережі допомагають мені краще зрозуміти свої сильні сторони.

57. Я схильний(-а) змінювати свою поведінку залежно від тенденцій у соціальних мережах.

58. Я відчуваю залежність від визнання у соціальних мережах.

59. Соціальні медіа впливають на моє ставлення до особистої відповідальності.

60. Мої дружні стосунки часто визначаються спільною активністю у соціальних мережах.

61. Я відчуваю задоволення, якщо моя соціальна активність визнається у соціальних мережах.

62. Мій вибір дозвілля залежить від популярних трендів у соціальних мережах.

63. Моє сприйняття ідеальної сім'ї формується під впливом побаченого у соціальних мережах.

64. Я почуваюся більш соціально активним(-ою)

Додаток Б

Анкета

«Вплив соціальних медіа на формування соціальної ідентичності підлітків»

1. Ваша стать?

- Чоловіча
- Жіноча
- Інше

2. Ваш вік?

- 12-14
- 15-17
- 18-19

3. Скільки часу на день ви зазвичай проводите в соціальних мережах?

- Менше 1 години
- 1-3 години
- 4-6 годин
- Більше 6 годин

4. Які соціальні мережі ви найчастіше використовуєте? (Можна обрати декілька варіантів)

- Instagram
- TikTok
- Facebook
- Snapchat
- Twitter
- Інші

5. Як часто ви порівнюєте своє життя з життям інших людей, яке вони показують у соціальних мережах?

- Постійно
- Час від часу
- Рідко
- Ніколи

6. Чи вважаєте ви, що зображення інших людей в соціальних мережах реалістичні?

- Так
- Частково
- Ні

7. Чи впливають фотографії або пости, які ви бачите в соціальних мережах, на ваше сприйняття власної зовнішності або стилю життя?

- Сильно
- Частково
- Не впливають

8. Чи відчуваєте ви необхідність відповідати певним стандартам (краси, успіху, стилю) через те, що бачите в соціальних мережах?

- Так, дуже
- Інколи
- Ні, не відчуваю

9. Чи впливає сприйняття інших у соціальних мережах на ваше самоусвідомлення (хто ви, чого хочете досягти)?

- Так
- Ні
- Не впевнений(а)

10. Як часто ви публікуєте щось у соціальних мережах, щоб отримати схвалення або підтвердження від друзів?

- Дуже часто
- Іноді
- Рідко
- Ніколи

11. Чи виникає у вас відчуття ізоляції або самотності, коли ви бачите, як інші люди взаємодіють у соціальних мережах?

- Часто
- Іноді
- Ніколи

12. Як часто ви користуєтеся соціальними мережами для вираження своєї думки чи почуттів?

- Часто
- Іноді
- Рідко
- Ніколи

13. Чи важливо для вас, скільки вподобань або коментарів отримує ваш пост у соціальних мережах?

- Так, дуже важливо
- Помірно важливо
- Не важливо

14. Чи відчуваєте ви тиск щодо відповідності образу, який ви створюєте в соціальних мережах?

- Так
- Ні
- Не впевнений(а)

15. Чи допомагають вам соціальні мережі знайти свою спільноту або людей зі спільними інтересами?

- Так, допомагають
- Іноді допомагають
- Ні, не допомагають

16. Чи змінюєте ви свою поведінку або зовнішність під впливом тенденцій, які бачите в соціальних мережах?

- Часто
- Іноді
- Ніколи

18. Чи відчуваєте ви "страх пропустити щось" (FOMO), коли не користуєтеся соціальними мережами або пропускаєте новини?

- Часто
- Іноді
- Ніколи

19. Чи підтримуєте ви більшість своїх соціальних стосунків через соціальні мережі?

- Так
- Частково
- Ні

20. Опишіть, як, на вашу думку, соціальні мережі впливають на вашу особистість та самоідентичність?

_____
_____

21. Що, на вашу думку, позитивного або негативного ви отримали від використання соціальних мереж?

_____
_____