

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Факультет психології

Кафедра соціальної роботи

На правах рукопису

Дейнека Анна Ігорівна

**«ВПЛИВ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА
ФОРМУВАННЯ САМОСПРИЙНЯТТЯ ПІДЛІТКІВ»**

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня

бакалавра соціальної роботи

Науковий керівник:

Професор кафедри соціальної роботи,

доктор психологічних наук, професор

Александров Денис Олександрович

Допустити до захисту в ЕК

Кафедра соціальної роботи

Завідувач кафедри соціальної роботи,

кандидат соціологічних наук, доцент

Люта Леся Петрівна _____

(підпис)

Київ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМОСПРИЙНЯТТЯ ПІДЛІТКІВ.....	6
1.1. Підходи до трактування поняття «самосприйняття» та особливості його формування в підлітковому віці.....	6
1.2. Соціальні мережі та відеоконтент в соціальних мережах: особливості впливу на підлітків.....	18
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ТЕМАТИЧНОГО ВІДЕОКОНТЕНТУ У СОЦМЕРЕЖАХ НА САМОСТАВЛЕННЯ ПІДЛІТКІВ	35
2.1. Методологія та опис емпіричного дослідження впливу відеоконтенту у соцмережах на самоствавлення підлітків.....	35
2.2. Аналіз та інтерпретація отриманих результатів	40
Висновки до розділу 2	49
РОЗДІЛ 3. ПРОГРАМА ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГІГІЄНИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ЗАСІБ ГАРМОНІЗАЦІЇ САМОСПРИЙНЯТТЯ ПІДЛІТКІВ.....	50
3.1. Інформаційна гігієна та способи її формування	50
3.2. Програма формування навичок інформаційної гігієни в соціальних мережах як засіб гармонізації самосприйняття підлітків	55
Висновки до розділу 3	63
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66
ДОДАТКИ	73

ВСТУП

Актуальність теми дослідження

В сучасному світі, де соціальні мережі набувають все більшого значення та стають все більш невід’ємними від життя людей, особливу увагу звертає на себе саме те, як вони впливають на підлітків – як формують їхні погляди, цінності та особистість в цілому.

Використання соціальних мереж має як позитивну, так і негативну сторону та наслідки, які часто проявляються в інтернет-залежності, розвитком проблем із процесом соціалізації в реальному світі, відсутністю комунікації з оточуючими наживо. Важливо дослідити вплив соціальних мереж, а точніше – методів та засобів поширення в цих мережах інформації.

Сьогодні в мережі дуже популярними стають відеоконтент – картинки, гіф-анімації, короткі відео, меми тощо. За допомогою використання візуальних матеріалів в соціальних мережах можна поширювати як і корисну інформацію, так і зовсім безсенсову, а часом – небезпечну.

Так, бренди та компанії часто використовують відеоконтент для поширення своїх товарів та послуг; блогери – для підкріплення інформації, поданої словесно та ін. Зокрема, часто відеоконтент сьогодні використовуються різними новинними каналам, в тому числі й ворожими.

В сучасних реаліях особливо важливо розуміти роль відеоконтенту в соціальних мережах на підлітків. Відеоконтент – часто може бути ідеалізованим, що значною мірою впливає на самосприйняття підлітка: свого тіла, своєї зовнішності, своєї зовнішності та ін.

Таким чином, це визначає актуальність та важливість обраної теми даної кваліфікаційної роботи.

Гіпотеза: візуальний контент, поширюваний в соціальних мережах, суттєво впливає на самосприйняття підлітків з низьким рівнем сформованості навичок інформаційної гігієни.

Обґрунтування: візуальний контент, який сьогодні використовується у соціальних мережах, зокрема фото, відео, меми та інші мультимедійні форми, активно впливає на емоції та сприйняття користувачів, створюючи певний емоційний та когнітивний фон інформації. Підлітки – одна з найбільш активних користувачів соцмереж – формують своє самосприйняття під впливом таких візуальних образів, що відображають соціальні стандарти краси, поведінки та цінностей. Це є ключовим аспектом для розвитку критичного ставлення до інформації, що є основою інформаційної гігієни. Адекватне самосприйняття допомагає підліткам краще фільтрувати інформаційний потік, уникати маніпуляцій та формувати здорові інформаційні звички [49]. Для перевірки нашої гіпотези необхідно вивчити вплив візуального контенту на самосприйняття підлітків та на формування у них інформаційної гігієни.

Мета дослідження: дослідити та проаналізувати наукові праці про формування самосприйняття та інформаційної гігієни у підлітків через відеоконтент в соціальних мережах. Провести емпіричне дослідження, розробити програму з розвитку інформаційної гігієни у підлітків.

Завдання дослідження:

- Проаналізувати теоретичні основи впливу візуального контенту на самосприйняття підлітків.
- Визначити особливості споживання візуального контенту підлітками у соціальних мережах.
- Дослідити взаємозв'язок між формуванням самосприйняття та розвитком інформаційної гігієни.
- Розробити програму з розвитку інформаційної гігієни у підлітків.

Об'єкт дослідження: самосприйняття підлітків.

Предмет дослідження: вплив візуального контенту соціальних мереж на формування самосприйняття підлітків.

Методи дослідження:

– Аналіз літературних джерел. Для здійснення огляду, узагальнення та систематизації знань з теми дослідження використовувався аналіз наукової літератури та інших джерел.

– Тестування та анкетування. Проведення емпіричного дослідження серед підлітків з метою вивчення їхнього самосприйняття та рівня інформаційної гігієни (Авторський опитувальник привабливості тематичного відеоконтенту соцмереж та методика дослідження самоставлення (С. Р. Пантелєєва)).

– Якісний та кількісний аналіз отриманих результатів. Обробка отриманих даних за допомогою математичних методів для виявлення залежностей самосприйняття від візуального контенту соцмереж та встановлення взаємозв'язків між досліджуваними показниками.

Емпіричну базу дослідження складала вибірка з підлітків 13-17 років у кількості 70 осіб, які є користувачами різних соціальних мереж й часто споживають візуальний контент цих мереж.

Наукова новизна: полягає у тому, що у роботі здійснено дослідження ролі візуального контенту соціальних мереж у формуванні самосприйняття підлітків як ключового чинника розвитку інформаційної гігієни, визначено важливість подальшого вивчення даної теми.

Практична значущість: отримані результати можуть бути використані у розробці методичних матеріалів та просвітницьких кампаній, спрямованих на підвищення інформаційної гігієни серед підлітків. Програма з підвищення рівня інформаційної гігієни можуть застосовувати у своїй роботі педагоги, психологи, соціальні працівники з метою формування у підлітків критичного мислення та здорового ставлення до інформації в соціальних мережах.

Структура роботи: Робота складається з вступу, трьох розділів, які містять шість підрозділів, висновків, списку використаних джерел (67 найменувань) та трьох додатків. Загальний обсяг складає 80 сторінок, з яких основного тексту 65 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМОСПРИЙНЯТТЯ ПІДЛІТКІВ

1.1. Підходи до трактування поняття «самосприйняття» та особливості його формування в підлітковому віці

Підлітковий вік – складний за своєю структурою та тими психологічними змінами, що відбуваються в цей період. В цей час активно починає формуватись самооцінка, самосвідомість, Я-концепцію, самосприйняття та самоствавлення. Все це розвивається як компоненти самосвідомості підлітка, тому важливо дати визначення цього поняття перед розглядом поняття «самосприйняття».

Самосвідомість як психологічний феномен містить в собі деякі соціально-психологічні суперечності. Так, з одного боку, підліток сприймає себе як особистість яка є унікальною та нетиповою, він достоту впевнений у своїх силах та відчуває свою «вищість серед інших», а з іншого – він відчуває, що у нього недостатньо досвіду та є певні сумніви у власних силах, які, власне, він намагається побороти [13]. Саме ці сумніви спонукають його до пошуку підтримки, самовдосконалення та подолання власних слабкостей.

Ця подвійність самосвідомості — одночасне відчуття власної унікальності і сумнівів у собі — є характерною рисою підліткового віку і відображає складний процес формування особистості. Вона створює внутрішню напругу, яка може виступати як рушійна сила розвитку, так і джерело психологічного дискомфорту. Успішне подолання цих суперечностей сприяє формуванню стійкої, адекватної самооцінки та гармонійного «Я-образу», що є важливою передумовою для подальшого особистісного зростання.

Таким чином, розуміння соціально-психологічних суперечностей у самосвідомості підлітків допомагає педагогам, психологам і батькам краще

підтримувати молодь у період їхнього становлення, створюючи умови для позитивного розвитку та адаптації в суспільстві.

Розвиток самосвідомості у період підліткового віку, що продовжується і у юнацькому віці, зумовлюється низкою суттєвих змін, характерних для цього етапу особистісного становлення. Ці зміни охоплюють різні сфери життя підлітка: зміну видів діяльності, перехід на новий рівень суспільного становища, освоєння нових соціальних ролей, а також трансформації у структурі спілкування та комунікації з референтними особами — тими, хто відіграє значущу роль у житті підлітка, такими як батьки, вчителі, однолітки. Важливим фактором є також розвиток психічних здібностей, що забезпечує більш глибоке усвідомлення себе і світу навколо. Якщо детальніше розглянути розвиток самосвідомості саме у підлітковому віці, то він відбувається за кількома основними напрямками [19, с. 107]:

1. «Я» як суб'єкт діяльності — підліток починає усвідомлювати себе як активного учасника власного життя, здатного приймати рішення, впливати на події і нести відповідальність за свої вчинки. Це важливий крок у формуванні автономії та самостійності.

2. Усвідомлення само тотожності — процес розмежування «я» і «не я», що полягає у розпізнаванні власної індивідуальності та відмінності від інших. Водночас формується усвідомлення безперервності «я» у часі, тобто розуміння, що особистість залишається ідентичною попри зміни, які відбуваються з нею.

3. Засвоєння системи соціально-моральних самооцінок — підліток починає сприймати і приймати соціальні норми, цінності та моральні уявлення, що панують у його оточенні. Він формує власні судження про правильне і неправильне, що впливає на його поведінку і ставлення до себе.

4. Усвідомлення своїх психічних якостей і власної індивідуальності — відбувається глибше пізнання власних емоцій, думок, здібностей, інтересів і особливостей характеру. Це сприяє формуванню цілісного образу «Я» і розвитку почуття унікальності.

Окрім цих напрямів, варто зазначити, що розвиток самосвідомості у підлітковому віці пов'язаний із постійною взаємодією з соціальним середовищем, де відбувається активне соціальне порівняння, рефлексія і пошук власного місця у світі. Цей процес супроводжується як внутрішніми психологічними переживаннями, так і зовнішніми змінами у поведінці та способі мислення.

Таким чином, розвиток самосвідомості у підлітковому та юнацькому віці є комплексним і багатограним процесом, що охоплює когнітивні, емоційні, соціальні та моральні аспекти особистості, і є фундаментом для подальшого особистісного зростання та формування стійкої ідентичності.

Проявами самосвідомості у цей період вважають: появу свідомого «Я», розвиток та формування рефлексії, усвідомлення власних мотивів, побудову самооцінки, а також – інтимізацію внутрішнього життя [19, с. 105].

Так, однією із частин самосвідомості є самоствавлення. Самоствавлення трактується як «система зв'язків людини з навколишнім світом та іншими людьми» [19, с. 105]. Ця система включає в себе не лише уявлення про себе, але й ставлення до себе в контексті соціального оточення, а також взаємодію з іншими людьми і навколишнім середовищем. Самоствавлення формує основу для того, як особистість сприймає власну роль у світі, оцінює свої можливості, цінності та місце в соціальній структурі.

Ці зв'язки, що охоплюють самоствавлення, відіграють ключову роль у забезпеченні активного пристосування людини до змінних умов навколишнього середовища. Вони дозволяють особистості не просто реагувати на зовнішні впливи, а свідомо вибирати способи взаємодії з соціальним світом, адаптуватися до нових ситуацій, розвивати власні ресурси і знаходити оптимальні стратегії поведінки.

Таким чином, у цьому контексті особистість розглядається не лише як пасивний об'єкт впливу зовнішніх факторів, а й як активний суб'єкт соціальних перетворень. Вона здатна впливати на своє оточення, формувати соціальні зв'язки, брати участь у колективних процесах і вносити свій внесок

у розвиток суспільства. Самоствалення виступає як важливий механізм, що забезпечує цю активність і сприяє гармонійному розвитку особистості у взаємодії з соціальним середовищем.

Крім того, самоствалення має важливе значення для формування психологічної стійкості, самооцінки та мотивації. Позитивне самоствалення сприяє підвищенню впевненості у власних силах, розвитку ініціативності та відповідальності, тоді як негативне або спотворене самоствалення може призводити до внутрішніх конфліктів, зниження мотивації і соціальної ізоляції.

Отже, самоствалення є багатогранним і динамічним процесом, який забезпечує зв'язок між внутрішнім світом особистості та зовнішньою соціальною реальністю, і є фундаментом для її успішної соціалізації та особистісного зростання.

Отже, підлітковий вік вважається найбільш актуальним періодом для розвитку та формування самоствалення. При цьому на процес впливають як зовнішні, так і внутрішні чинники.

Далі йде розвиток «Я-концепції». Цей психологічний феномен у науковій літературі, визначають як «психосоціальний феномен, який спричиняється зовнішніми соціальними та внутрішніми психологічними факторами» [2]. Говорячи про «Я-концепцію» в контексті системного підходу, зазначають, що це «складна система, яка містить в собі одиничні «Я», які поєднуються чисельною кількістю прямими та обернені зв'язки»; в структуру «Я-концепції» входять оцінюючий, рефлексивний та когнітивний компоненти. Самооцінка особистості тут – ядро «Я-концепції» [14].

Я-концепція – це багатофункціональна система, тому функції досліджуються науковцями різноаспектно. Зокрема, вони досліджують такі функції даного утворення, як: регулятивна, контролююча, організаційна, орієнтувальна, мотивуюча, адаптаційна та ін. [18; 23].

Розглянемо декілька визначень Я-концепції, які надають науковці:

1) це сукупність поглядів індивіда на самого себе; тут, також наголошується на тому, що суб'єктивне розуміння себе перебуває у тісному зв'язку із соціальними очікуваннями та нормами (Х. Ремшмидт) [Rodrigues];

2) це уявлення індивіда про самого себе, це самоствавлення, а також – перспективний погляд індивіда на себе в майбутньому (Р. Бернс) [14].

Ряд науковців трактують даний феномен через поняття «Я-образу», тобто через «уявлення про себе», відповідно, «Образ «Я», за Г. Олпортом, постає у «вигляді розмаїття набутих соціальних ролей», ці ролі особистість «проживає з метою отримання визнання від оточуючих, створюючи у них позитивне сприйняття себе» [39, с. 195-200].

Тепер розглянемо самооцінку, як компонент самосвідомості та одного із психологічних феноменів, пов'язаних із самосприйняттям. Самооцінка - це особистісне утворення, якому відводиться центральне місце в загальному контексті формування особистості. Так, самооцінка в підлітковому віці відіграє важливу роль, зокрема в тому, що допомагає підліткам у визначенні цінностей, життєвих пріоритетів та цілей.

Отже, самооцінка – особистісне судження індивіда про власну цінність [1]. Формується самооцінка безпосередньо в процесі пізнання людиною себе.

Самооцінку поділяють за змістом: завищена, занижена та адекватна. Адекватна самооцінка – рушій розвитку людини, в той час, як інші два варіанти – лише ускладнюють цей процес [5].

Самооцінка в психологічній науці пояснюють як найважливіший компонент структури самосвідомості особистості. На сьогоднішньому етапі посилюється інтерес саме до внутрішнього світу людини, її самосвідомості як регулятора вчинків та думок [1].

Формування самооцінки відбувається під впливом найрізноманітніших чинників: порівняння образу реального «Я» з образом ідеального «Я»; привласнення оцінок та стандарті, які людина отримує від інших [5].

В контексті розвитку цих категорій та самосприйняття доцільно буде згадати теорію соціального порівняння. Вона запропонована Л. Фестінгером і

в ній визначається, що індивіди схильні визначати свої здібності та оцінювати себе шляхом порівняння з іншими [41]. Це певною мірою пояснює механізми самооцінки – адже вона також формується, в тому числі через ті оцінки, які особистість надає собі в порівнянні з іншими; це пояснює особливості становлення самосприйняття та самоствавлення у підлітків – вони схильні сприймати до себе через призму порівняння з іншими людьми, зокрема відомими.

Л. Фестінгер підкреслював, що люди зазвичай обирають для соціального порівняння тих осіб, які мають схожі з ними значущі характеристики [44]. Цей процес, відомий як теорія соціального порівняння, допомагає людині отримати більш точне уявлення про власні можливості, досягнення та особистісні якості. Порівнюючи себе з подібними до себе людьми, особа може краще оцінити свої сильні та слабкі сторони, що сприяє формуванню адекватної самооцінки.

Водночас, якщо різниця між підлітком і об'єктом порівняння є надто великою, інтерес до такого порівняння зменшується, оскільки отримана інформація втрачає практичне значення для самооцінки. Наприклад, підліток навряд чи буде порівнювати себе з людиною, яка має надзвичайно високі досягнення в сфері, що його цікавить, адже це може викликати відчуття невідповідності і демотивації.

Теорія Фестінгера також наголошує, що в умовах відсутності об'єктивних стандартів для оцінки власних якостей і здібностей людина прагне знайти референтні групи, які допомагають їй визначити своє місце в соціумі. Вибір таких груп залежить від ступеня подібності, адже порівняння з близькими за характеристиками особами дає більш достовірну і корисну інформацію.

Крім того, соціальне порівняння виконує кілька важливих функцій: воно задовольняє потребу в самооцінці, сприяє самовдосконаленню та допомагає підвищити власну впевненість. Проте цей процес може мати і негативні наслідки — наприклад, виникнення почуття заздрості або

заниженої самооцінки, якщо порівняння відбувається з особами, які значно перевищують рівень підлітка.

Таким чином, соціальне порівняння є складним і багатограним механізмом, який впливає на формування самосприйняття, мотивацію та поведінку людини, особливо в підлітковому віці, коли ідентичність і самооцінка активно розвиваються. Розуміння цих процесів допомагає краще підтримувати молодь у їхньому особистісному зростанні та соціальній адаптації.

В рамках даної теорії виділяють різні стратегії соціального порівняння [44]:

- висхідне – індивід порівнює себе з тими, хто досяг більшого успіху чи має вищі здібності;

- низхідне – коли індивід порівнює себе з тими, хто досягнув меншого чи має гірші характеристики.

В цілому, теорія соціального порівняння дозволяє зрозуміти, чому люди так часто звертаються до соціального контексту для власного оцінювання. Зокрема, соціальне порівняння, також відіграє важливу роль у формуванні Я-концепції, адже саме шляхом зіставлення власних рис, поведінки та досягнень з іншими, індивід вибудовує уявлення про себе [44].

Отже, ми розглянули важливі поняття для нашого дослідження, які є компонентами самосприйняття або значною мірою впливають на формування цього конструкту. Тепер розглянемо безпосередньо поняття «самосприйняття» та особливості його формування в підлітковому віці.

Поняття «самосприйняття» на сучасному етапі розвитку психологічної науки широко досліджується різними науковцями. Самосприйняття відображає ставлення особистості до себе, прийняття власних особливостей, якостей, а також сильних і слабких сторін. У науковій літературі існує декілька підходів до визначення терміну «самосприйняття», кожен з яких акцентує на різних його аспектах.

Протягом історії психології поняття прийняття тлумачили різними способами:

а) відсутність прив'язаності до об'єктів – це сприйняття їх такими, якими вони є, без прагнення контролювати чи утримувати;

б) уникнення – тобто небажання тікати у ситуаціях, де немає реальної загрози життю або здоров'ю;

в) неоцінювальне сприйняття – свідомий вибір не ділити досвід та об'єкти на «хороші» чи «погані», «правильні» чи «неправильні», а більше зосереджуватися на їх описі, а не оцінці;

г) толерантність – здатність залишатися у теперішньому моменті й приймати різні стимули, навіть якщо вони неприємні чи небажані;

д) свобода вибору – надання можливості об'єкту залишатися таким, яким він є [62].

Виділяють два основних, взаємопов'язаних типи прийняття: «прийняття себе» та «прийняття інших».

Найбільший внесок у вивчення самосприйняття зробив Д. Бем, адже саме він запровадив теорію самосприйняття. Згідно його теорії, люди не володіють безпосереднім знанням себе та своєї поточної мотивації. Науковець стверджував, що вони приходять до такого знання лише шляхом спостереження та через оцінку власної діяльності. До цього ще додається і те, що людина спостерігає за іншими та на основі цього будує припущення про внутрішні стани та мотивації тих людей за якими спостерігає [56]. Відповідно, самосприйняття, за Д. Бемом, необхідно трактувати як «окремий випадок сприйняття людини в ситуаціях міжособистісного спілкування».

Так, у когнітивному підході цей конструкт розглядається як «усвідомлене, реалістичне сприйняття себе, що базується на інтеграції інформації про власні риси, поведінку та досвід». На противагу цьому підходу, емоційно-мотиваційний наголошує на значенні позитивного або нейтрального ставлення до себе, яке разом з тим має супроводжуватись внутрішнім прийняттям та відсутність надмірного самокритицизму [26].

У своїй дисертації на дану тематику В. Майструк представляє біопсихосоціальну модель трактування самосприйняття, де визначає цей феномен, як «багатокомпонентний процес, який включає в себе когнітивний, емоційно-мотиваційний, духовний та тілесний аспекти та є важливим чинником психологічного благополуччя» [26].

К. Роджерс у своїй гуманістичній психології визначає самосприйняття як безумовне позитивне ставлення до себе, яке є необхідною умовою для особистісного зростання і самореалізації. М. Розенберг акцентує на зв'язку самосприйняття з самооцінкою, яка відображає суб'єктивну оцінку власної цінності [26; 42].

Самосприйняття значною мірою залежить від емоційного стану людини. Коли особа почувається невпевнено, вона, як правило, оцінює себе більш негативно. Воно базується на тому образі себе, який ми вже сформували, і ми схильні сприймати себе таким чином, щоб підтвердити вже існуючі уявлення про себе [64]. Це упереджене самосприйняття проявляється у трьох основних формах:

1. Нереалістично позитивне самосприйняття. Дивлячись на себе через «рожеві окуляри», ми підтримуємо віру в те, що є хорошими людьми. Коли наші дії виглядають негативно, це може викликати сильний дискомфорт, тому ми прагнемо інтерпретувати їх у більш позитивному світлі. Багато досліджень підтверджують, що саме через це ми часто оцінюємо себе краще, ніж інших [59].

2. Ілюзії контролю. Ми схильні виправдовувати свої вчинки, надаючи їм позитивний сенс заднім числом. Також ми можемо приписувати собі заслуги за результати, які насправді не залежали від наших дій.

3. Нереалістичний оптимізм. Ми можемо бути надмірно оптимістичними щодо власних шансів, оскільки визнання протилежного викликає у нас тривогу. Наприклад, подаючи заявку на престижний дослідницький грант, ми більше зосереджуємося на своїх сильних сторонах,

замість того, щоб критично оцінити ті аспекти резюме, які потребують покращення [58].

Процеси самосприйняття насичені оцінками та іншими емоційними реакціями. Оціночні відповіді є поширеними, базовими і частково відбуваються незалежно від свідомого сприйняття стимулів з описовим змістом. Зазвичай ці реакції легкі, несвідомі, дуже швидкі, ненавмисні та автоматично пов'язані з певними поведінковими тенденціями. Обробка соціальної інформації є гнучкою і залежить від актуальних цілей людини. Проте оцінка залишається універсальною реакцією для більшості людей у різних ситуаціях і щодо різних об'єктів, з якими вони стикаються [66].

У науковій літературі часто вживається термін «самоприйняття», який означає позитивне ставлення до себе, безумовне прийняття власної особистості такою, якою вона є, при цьому зберігаючи здатність до критичного осмислення. Протилежною формою є самонеприйняття, що характеризується глибоким негативним ставленням до себе, самокритикою, почуттям дискомфорту, невпевненості та неприязні до власних рис і вчинків. На основі експериментальних досліджень Р. Бернс виокремив типові прояви негативного ставлення до себе: часті самокритичні висловлювання (наприклад, «Я ніколи не зможу цього зробити»), песимістичні очікування у конкурентних ситуаціях («У мене немає шансів», «Він кращий за мене»), критика успіхів інших («Йому просто пощастило»), відмова визнавати власні помилки («Я не винен»), а також схильність підкреслювати недоліки інших і звертати увагу на їхні помилки. Адекватне ставлення до себе сприяє внутрішній гармонії та розумній впевненості, тоді як неадекватне часто призводить до внутрішніх конфліктів і може викликати невротичні стани. Найвищим рівнем самосприйняття вважається максимально адекватне ставлення до себе, яке відповідає високій самооцінці [24].

Самосприйняття є ключовим елементом самосвідомості, що відображає здатність людини оцінювати себе, свої риси, здібності, емоційні стани та поведінку. Існують різні підходи до його визначення:

– гуманістична психологія (Роджерс, Маслоу) розглядає самосприйняття як результат інтеграції життєвого досвіду та прагнення до самореалізації;

– когнітивна психологія (Фестінгер, Бем) підкреслює роль когнітивних оцінок у формуванні самосприйняття;

– соціальна психологія (Мід, Кулі) акцентує увагу на впливі соціального середовища на формування образу «Я» [4; 10; 11].

Більшість дослідників (Роджерс, 1961; Бандура, 1986) вважають, що структура самосприйняття є багатовимірною і включає три ключові складові:

– Когнітивний компонент — це усвідомлення себе як унікальної особистості, здатність розпізнавати власні риси, здібності та цінності.

– Емоційний компонент — це афективна оцінка власного «Я», що включає позитивні або негативні почуття щодо себе.

– Поведінковий (біхевіоральний) компонент — це поведінкові прояви, пов'язані з самооцінкою та здатністю адаптуватися до соціального оточення [15; 51].

Особливості формування самосприйняття в підлітковому віці обумовлені складністю цього періоду, що характеризується інтенсивними фізіологічними, психологічними та соціальними змінами. Підлітковий вік є критичним етапом становлення особистості, коли відбувається активний пошук ідентичності, формування ціннісних орієнтирів і самоусвідомлення. У цей період самосприйняття є нестабільним і лабільним, оскільки підлітки перебувають під впливом внутрішніх переживань, гормональних змін, а також соціального тиску з боку однолітків і дорослих. Наукові дослідження показують, що самосприйняття підлітків тісно пов'язане з їхньою самооцінкою, емоційним станом і соціальною адаптацією. Низький рівень самосприйняття може спричинити проблеми у міжособистісних стосунках, підвищену тривожність і ризик розвитку депресивних симптомів [26; 42].

Вагоме місце у формуванні самосприйняття підлітків відіграють соціальні чинники: сім'я, школа, коло однолітків, соціальні мережі. Сімейне

середовище забезпечує первинне сприйняття себе через взаємодію з батьками, які можуть підтримувати або, навпаки, критично ставитися до дитини, що впливає на формування позитивного або негативного образу «Я». Одноліткові групи є джерелом соціального порівняння, яке, за теорією Л. Фестінгера, допомагає підліткам оцінити себе у контексті соціальних норм і стандартів. Шкільне середовище, в якому відбувається соціалізація та розвиток навичок, також має значний вплив на сприйняття, оскільки успіхи або невдачі у навчанні та спілкуванні формують уявлення про власну компетентність і цінність [42].

Ми вже розглядали теорію Л. Фестінгера про соціальне порівняння. Розглянемо інші теорії, які визначають особливості формування самосприйняття підлітків.

Теорія дзеркального «Я» Чарльза Кулі пояснює, що самосприйняття підлітка формується на основі уявлень про те, як його сприймають інші люди. Цей процес включає кілька важливих етапів: спочатку підліток уявляє собі, як його оцінюють оточуючі, потім переживає емоційну реакцію на ці уявні оцінки, і нарешті інтегрує отримані враження у свій власний образ «Я». Таким чином, самосвідомість формується як своєрідне «дзеркало», в якому відображаються думки і ставлення соціального оточення, особливо значущих для підлітка людей, таких як родина, друзі чи вчителі. Ця теорія підкреслює, що самосприйняття є соціально обумовленим і залежить від суб'єктивної інтерпретації зворотного зв'язку від інших [32; 34].

Розширюючи цю ідею, теорія розвитку ідентичності Еріка Еріксона визначає підлітковий вік як критичний період у формуванні особистісної ідентичності. Головною кризою цього етапу є конфлікт між пошуком власної ідентичності та ролевою плутаниною. Підлітки проходять через експерименти з різними соціальними ролями, що допомагає їм краще пізнати себе та сформувати цілісний образ «Я». Цей процес самопізнання є фундаментальним для розвитку стійкого самосприйняття [3; 31].

Теорія когнітивного дисонансу Леона Фестінгера додає до розуміння самосприйняття аспект внутрішньої психологічної напруги, яка виникає, коли дії підлітка не відповідають його переконанням або уявленням про себе. Щоб зменшити цей дисонанс, підлітки можуть змінювати своє самосприйняття або коригувати поведінку. Цей механізм допомагає підтримувати цілісність «Я» та адаптуватися до зовнішніх впливів [20].

Отже, самосприйняття підлітка формується як складний і багатогранний процес, що включає соціальну взаємодію, внутрішнє самопізнання та психологічні механізми регуляції. Взаємодія з іншими людьми, особливо з тими, хто є значущими у житті підлітка, надає основний зворотний зв'язок, який віддзеркалюється у його «Я-концепції». Водночас внутрішні пошуки ідентичності та прагнення зменшити когнітивний дисонанс сприяють розвитку гнучкого і адекватного самосприйняття, що є важливою складовою особистісного зростання у підлітковому віці.

Отже, самосприйняття є складним психічним процесом, що формується під впливом когнітивних, емоційних і соціальних чинників, особливо актуальним у підлітковому віці. Наукові дослідження підкреслюють багатовимірність цього феномену та його важливість для психологічного благополуччя і здоров'я особистості. Розуміння теоретичних підходів і особливостей розвитку самосприйняття в підлітковому віці має практичне значення для розробки корекційних і профілактичних програм, спрямованих на підтримку гармонійного розвитку молоді та підвищення їхнього психологічного комфорту.

1.2. Соціальні мережі та відеоконтент в соціальних мережах: особливості впливу на підлітків

Складовою нашого наукового дослідження, також, є соціальні мережі – ми коротко проаналізуємо їх роль в соціалізації підлітків на сучасному етапі розвитку суспільства.

У сучасному світі соціальні мережі – невід’ємна частина повсякденного життя людей, в тому числі і підлітків, оскільки вони є потужним середовищем соціалізації, що суттєво впливає на формування їх особистості, ціннісних орієнтацій та соціальних навичок.

Соціалізація – процес вивчення, сприймання та інтеграції цінностей, норм, звичаїв, знань та ін., які сприяють комфортному та ефективному функціонуванню в суспільстві [5].

Початок активного розвитку та поширення соцмереж припадає на на 2000-х тисячні роки, коли з’явилися сайти Friendster та MySpace, що набули популярності серед користувачів у США та Південно-Східній Азії [63]. І вже з появою Facebookу 2004 році соціальні мережі привертають все більше уваги; дана соцмережа, розроблена М. Цукербергом з його однокурсниками, відрізнялась простотою використання та функціональністю.

Соціальні мережі виконують кілька ключових функцій у житті підлітків [48]:

- 1) Вони є каналом для підтримки та розвитку міжособистісних зв’язків;
- 2) Соціальні мережі – це платформа для самовираження, де підлітки можуть демонструвати свої таланти, захоплення чи досягнення.

Разом з тим, соціальні мережі несуть і певні ризики, які можуть ускладнювати процес соціалізації підлітків. Зокрема, надмірне використання цифрових платформ часто призводить до формування залежності, що негативно позначається на якості сну, навчанні та реальних соціальних контактах. Кібербулінг, онлайн-злочинність, поширення дезінформації та тиск соціальних стандартів краси й успіху створюють додаткові виклики для психічного здоров’я молоді [45]. Негативні емоційні реакції на онлайн-взаємодії, зокрема тривожність, депресивність, занижена самооцінка, часто пов’язані з порівнянням себе з ідеалізованими образами інших користувачів. Тому важливим завданням є формування у підлітків критичного

ставлення до контенту та розвиток навичок безпечного користування соцмережами.

В соціальних мережах, також, відбувається трансформація традиційних інститутів соціалізації, вони поступово стають домінуючим середовищем для формування ціннісних орієнтацій та соціальної ідентичності підлітків. Соціальні мережі є не лише засобом спілкування, а також і платформою для участі у громадських, політичних чи культурних ініціатив [45].

Соціальні мережі також трансформують традиційні інститути соціалізації, поступово стаючи домінуючим середовищем для формування ціннісних орієнтацій і соціальної ідентичності підлітків. Вони виступають не лише як засіб спілкування, а й як платформа для участі у громадських, політичних та культурних ініціатив, що сприяє розвитку соціальної активності та громадянської свідомості молоді [45]. Водночас, заміщення живого спілкування віртуальним може призводити до поверховості взаємин і зниження емоційної зрілості, що потребує уваги з боку батьків, педагогів і психологів. Важливо забезпечувати підтримку підліткам у балансуванні між онлайн- та офлайн-середовищами, сприяти розвитку навичок емпатії, комунікації та саморегуляції.

Таким чином, соціальні мережі виступають багатофункціональним середовищем соціалізації підлітків, що відкриває широкі можливості для розвитку особистості, але разом з тим створює нові виклики, які пов'язані з психічним здоров'ям та соціальною адаптацією.

Візуальний відеоконтент в соціальних мережах відіграє надзвичайно важливу роль у формуванні самосприйняття та ідентичності підлітків, адже він слугує не лише засобом соціальної комунікації, але й платформою для самопрезентації у віртуальному просторі. Через соціальні мережі підлітки мають можливість створювати, демонструвати та коригувати власні образи, що безпосередньо впливає на те, як вони бачать себе і як їх сприймають інші.

Соціальні мережі пропонують різноманітні типи образів, які можна класифікувати за їхнім функціональним призначенням та способом

конструювання. Зокрема, виділяють такі основні види образів: ідеалізовані, реалістичні, абстрактні та гіперболізовані [46]. Ідеалізовані картинки часто створюються за допомогою фотошопу, різних фільтрів, ретушування та інших цифрових інструментів, що дозволяє підліткам демонструвати себе у більш привабливому світлі. Проте такий контент формує у них ідеалізоване уявлення про себе та інших, яке часто не відповідає реальності. Це може призводити до порушень самооцінки, виникнення почуття невідповідності, а також психологічного дискомфорту, адже підлітки порівнюють себе з недосяжними стандартами краси та успіху [9].

Реалістичні образи, навпаки, відображають більш правдиве і збалансоване сприйняття себе, що сприяє формуванню адекватної самооцінки та прийняття власної унікальності. Абстрактні образи можуть виражати внутрішні переживання, емоції або ідеї, які важко передати словами, тим самим допомагаючи підліткам краще усвідомлювати і виражати свої внутрішні стани. Гіперболізовані образи, які перебільшують певні риси або характеристики, можуть слугувати способом привернення уваги або самоствердження у віртуальному середовищі.

Важливо також зазначити, що взаємодія з тематичним відеоконтентом в соціальних мережах не обмежується лише їх створенням, а включає й отримання зворотного зв'язку від інших користувачів — лайки, коментарі, репости, що впливають на емоційний стан підлітка і його самосприйняття. Позитивний відгук може підвищувати впевненість у собі, тоді як негативний або відсутність уваги — викликати сумніви і тривогу.

Вивчення впливу образів соціальних мереж на самоставлення підлітків неможливе без опори на соціально-психологічні теорії, які пояснюють механізми формування «Я-образу». Однією з ключових у цьому контексті є теорія «дзеркального Я», сформульована Чарльзом Гортоном Кулі [57, 1902]. Згідно з цією теорією, індивід формує уявлення про себе на основі того, як, на його переконання, його сприймають інші люди. Іншими словами, самоставлення особистості виступає своєрідним відображенням у «дзеркалі»

соціальних взаємодій: людина дивиться на себе очима оточення та інтерпретує їхні реакції. Особливо важливу роль цей процес відіграє у ранньому дитинстві, коли через сприйняття оточуючих формуються перші уявлення дитини про себе, що згодом перетворюються на стійку самоконцепцію.

Основні компоненти «дзеркального Я» за Ч. Кулі:

- уявлення про те, як виглядаємо в очах інших (уявний образ себе з точки зору оточення);
- уявлення про те, яке судження про нас формують інші (оцінка нашого образу в їхній уяві);
- на основі цього – емоційна реакція, наприклад, почуття гордості або сорому.

У цифрову епоху соціальні мережі стали саме тим дзеркалом, у якому підлітки спостерігають відображення свого «Я» — через лайки, коментарі, кількість переглядів і реакції онлайн-оточення. Це перетворює механізм «дзеркального Я» з уявного на конкретно вимірюваний. Як показують дослідження Valkenburg і Peter (2011), активність підлітків у соцмережах часто пов'язана з коливаннями самооцінки, тривожністю та внутрішньою нестабільністю. У свою чергу, Nesi і Prinstein (2015) встановили, що схильність до порівняння себе з іншими у візуальному цифровому середовищі та залежність від соціального схвалення в мережі негативно позначаються на емоційному стані та стійкості самоствавлення підлітків. [65].

Численні емпіричні роботи фіксують вплив соцмереж на самооцінку і самосприйняття молоді. З одного боку, онлайн-взаємодія може давати підліткам позитивне підкріплення: підтримку однолітків, відчуття приналежності. Однак переважно акцент у соцмережах робиться на порівнянні та зовнішній оцінці, що несе ризики. Згідно з дослідженнями, інтенсивне користування соціальними мережами створює постійні можливості для соціального порівняння – зіставлення себе з іншими людьми [12]. Підлітки порівнюють свою зовнішність, успіхи і життя із

відфільтрованими, ідеалізованими картинками в стрічці новин, що часто веде до незадоволеності собою.

Регулярна перевірка сповіщень, гонитва за «лайками» і схвальними коментарями стають для багатьох юнаків і дівчат пріоритетною поведінкою. Виникає звичка оцінювати себе за тим, скільки позитивних реакцій отримано від онлайн-оточення. Таке зосередження на зовнішній оцінці, зафіксоване психологами, негативно впливає на психічний стан і самооцінку молоді. Адже в соцмережах транслюється переважно ідеалізований образ життя – успіх, краса, веселі моменти, без рутини і невдач. Молоді люди, постійно споглядаючи ці кураторові віртуальні «вітрини», формують завищені очікування і критичніше сприймають власне життя, зовнішність та досягнення, що знижує їхню самоцінність. Негативні коментарі чи кібербулінг у мережі ще більше підривають впевненість у собі підлітків, погіршуючи їхній психологічний стан. [12].

Тривожні дані наводить внутрішнє дослідження компанії Facebook (2019–2021) щодо впливу Instagram на підлітків. Згідно з ним, ця орієнтована на візуальний контент соцмережа посилює проблеми із самоставленням у молоді, особливо серед дівчат; в окремих випадках зафіксовано навіть провокацію суїцидальних думок. Зокрема, 32% опитаних дівчат заявили, що під впливом Instagram почали більше переживати через недоліки своєї зовнішності, а 14% хлопців відзначили погіршення власної самооцінки. Понад 40% респондентів назвали себе менш привабливими саме через порівняння з образами в Instagram. Ці факти узгоджуються з теорією Кулі: постійне віддзеркалення себе у мережевих оцінках формує у підлітків викривлений образ Я, що може спричинити хронічне невдоволення собою, стрес і депресію. Водночас дослідники наголошують, що збалансоване, помірковане користування соцмережами та критичне сприйняття побаченого можуть зменшити ці негативні ефекти.

Відеоконтент, якими молодь оперує в соціальних мережах, не лише відображають ідентичність, а й формують її, часто під тиском очікувань

інших. Це яскраво ілюструє художній приклад — британський серіал «Юнацтво» (Adolescents, 2025), у якому показано, як підліток Джеймі Міллер втрачає здатність бачити себе поза нав'язаним йому образом із соціальних мереж. У результаті кіберцькування та впливу мізогінного контенту його самоствалення трансформується відповідно до ворожого «дзеркала», в якому його образ викривляється. Така реакція відповідає класичному механізму, описаному Кулі: особа інтеріоризує соціальні уявлення про себе, навіть якщо вони травматичні, і діє відповідно до очікуваної ролі.

Відеоконтент — це сукупність технологій формування, запису, обробки, зберігання та передачі рухомого візуального зображення і звуку. Під цим терміном розуміють будь-який результат застосування цих технологій у вигляді відеоролика, який може мати різний формат і тривалість. Особливою популярністю серед підлітків користуються короткі відео, які відзначаються легкістю та швидкістю сприйняття, що сприяє їхній широкій поширеності в соціальних мережах [7].

Серед найбільш поширених видів відеоконтенту серед підлітків варто виділити такі формати, як рілзи (Reels), TikTok-відео, Instagram Stories та YouTube-ролики. Кожен із цих форматів має свої особливості: рілзи та TikTok орієнтовані на короткі, динамічні відео з розважальним або освітнім контентом, тоді як Instagram Stories часто використовуються для лайфстайл-контенту, а YouTube — для більш тривалих відео, включно з освітніми та оглядовими матеріалами [22].

Підліткова аудиторія віддає перевагу коротким відео через їхню доступність і швидкість споживання інформації. Наприклад, у TikTok популярні комедійні скетчі, танці, челенджі та освітні ролики, які легко переглядаються і швидко поширюються серед користувачів. Instagram Stories дозволяють підліткам слідкувати за життям інфлюенсерів, модними тенденціями та новинами, а YouTube залучає їх освітніми каналами, летсплеями та оглядами [7].

Значну роль у формуванні відеоконтенту для підлітків відіграють платформи, що пропонують різноманітний контент як розважального, так і освітнього характеру. В Україні, наприклад, створено проєкт «Колайдер», який пропонує підліткам альтернативу токсичному контенту, поєднуючи освіту і розваги у форматі едьютейменту на платформах YouTube і TikTok. Цей проєкт включає експлейнери, наукові батли та інфотейнмент-ролики, що сприяють розвитку критичного мислення та інтересу до науки [52; 67].

Отже, відеоконтент у вигляді коротких відео є найпопулярнішим серед підлітків завдяки своїй динамічності, легкості сприйняття та різноманітності форматів. Рілзи, TikTok, Instagram Stories і YouTube відіграють ключову роль у формуванні інформаційного простору молоді, поєднуючи розваги з освітніми можливостями і впливаючи на їхні інтереси та поведінку в цифровому середовищі.

Таким чином, відеоконтент в соціальних мережах є сильним інструментом формування самосприйняття і ідентичності підлітків, що має як позитивні, так і негативні наслідки. Усвідомлення цих процесів є важливим для батьків, педагогів і психологів, які можуть підтримувати молодь у розвитку здорового ставлення до себе, критичного мислення щодо інформації у віртуальному просторі та формування стійкої ідентичності в умовах цифрової епохи.

Види образів у соціальних мережах можна класифікувати за характером їх створення та функціональним призначенням [46]:

- автентичні образи – відповідають реальному «Я» підлітка;
- ідеалізовані образи – створюються шляхом ретушування, фільтрів та інших засобів візуальної корекції;
- абстрактні або запозичені образи.

Механізми створення образів у соціальних мережах базуються на двох ключових процесах — активному творенні та соціальному підкріпленні, які взаємодіють і взаємно впливають один на одного. Активне творення полягає в тому, що підліток свідомо або несвідомо конструює власний віртуальний

образ, використовуючи як реальні елементи своєї особистості, так і запозичені з інших інтернет-джерел фрагменти. Ці елементи можуть бути змінені, прикрашені або гіперболізовані відповідно до специфіки віртуального простору, де існують свої правила і стандарти краси, поведінки та самовираження. Наприклад, підлітки часто використовують фотошоп, фільтри, ретушування фотографій, а також створюють образи, що підкреслюють їхні бажані якості — привабливість, успішність, креативність або соціальний статус. [46]. Дифузна ідентифікація характеризується менш усвідомленим прийняттям чужих образів і шаблонів, що призводить до формування абстрактних ідентичностей, які не завжди відображають справжні риси особистості.

Соціальне підкріплення виступає потужним фактором, який формує і коригує ці образи. Воно проявляється у вигляді реакції аудиторії — лайків, коментарів, репостів, кількості підписників та іншої взаємодії, що підліток отримує від своїх віртуальних друзів і підписників. Цей зворотний зв'язок стимулює підлітка підтримувати створений образ або вносити в нього зміни, щоб отримати більше схвалення і уваги. Таким чином, соціальне підкріплення виконує роль мотиваційного механізму, який підсилює прагнення до самовираження і самоствердження у цифровому середовищі.

Важливо зазначити, що цей процес має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, можливість створювати і коригувати власний образ у соціальних мережах дає підліткам простір для самовираження, розвитку креативності, спілкування та соціалізації. Вони можуть експериментувати з різними ролями, знаходити однодумців, підтримувати соціальні зв'язки, що сприяє формуванню ідентичності та підвищенню впевненості у собі.

З іншого боку, надмірна залежність від соціального підкріплення може призводити до цифрової адикції, коли підліток постійно шукає схвалення і визнання, відчуває тривогу через недостатню кількість лайків або негативні коментарі. Це може викликати зниження самооцінки, емоційний дискомфорт, а іноді і психологічні проблеми, такі як депресія чи тривожні розлади. Крім

того, прагнення відповідати ідеалізованим стандартам віртуального світу часто призводить до створення неадекватних, гіперболізованих образів, що віддаляють підлітка від реального сприйняття себе і оточуючих.

Таким чином, механізми створення відеоконтенту у соціальних мережах — це складний динамічний процес, який поєднує творчість та соціальну взаємодію, і який суттєво впливає на формування самосприйняття, соціальної ідентичності та психологічного стану підлітків. Розуміння цих механізмів є важливим для батьків, педагогів і психологів, щоб підтримувати молодь у здоровому використанні цифрових технологій, формуванні адекватної самооцінки та розвитку соціальних навичок у сучасному інформаційному суспільстві.

Особливості сприйняття відеоконтенту у соціальних мережах підлітками зумовлені їхньою віковою психологією та потребою у соціальному визнанні. Підлітки часто порівнюють себе з ідеалізованими зображеннями, що формуються під впливом фільтрів, фотошопу та ретушування, що призводить до формування низької самооцінки, тривожності та навіть депресивних станів (порушення самооцінки та образу тіла) [9].

Важливо підкреслити, що відеоконтент в соціальних мережах має динамічний і мінливий характер, постійно трансформуючись під впливом зовнішніх соціальних сигналів та реакцій аудиторії. Підліток активно аналізує отриманий зворотний зв'язок — лайки, коментарі, репости, а також невербальні сигнали, що надходять від віртуального оточення. Цей аналіз стимулює корекцію, модифікацію та адаптацію створеного образу, що дозволяє йому краще відповідати очікуванням і нормам соціального середовища [46]. Такий процес не лише сприяє формуванню гнучких навичок соціальної взаємодії у віртуальному просторі, а й розвиває здатність до саморефлексії, критичного мислення та емоційного регулювання.

Цей безперервний цикл створення, оцінки та корекції образу відображає нову форму соціальної комунікації, яка суттєво відрізняється від

традиційних моделей міжособистісних відносин. У віртуальному середовищі комунікація відбувається не лише в режимі реального часу, а й у форматі асинхронного обміну інформацією, що дає можливість ретельно продумувати і контролювати власний образ. Крім того, соціальні мережі дозволяють одночасно взаємодіяти з великою кількістю людей, що створює унікальні умови для соціального навчання та формування колективної ідентичності.

Варто також зазначити, що динамічність відеоконтенту у соціальних мережах може викликати певні виклики для підлітків. Постійна потреба в адаптації та відповідності очікуванням аудиторії може призводити до емоційного виснаження, тривожності та невпевненості у власній автентичності. Водночас, це стимулює розвиток важливих соціальних компетенцій, таких як емпатія, здатність до компромісу та навички ефективної комунікації.

Таким чином, динамічний характер відеоконтенту у соціальних мережах є не лише відображенням змінних соціальних процесів, а й важливим чинником формування сучасної соціальної ідентичності підлітків. Розуміння цього процесу допомагає краще підтримувати молодь у їхньому особистісному розвитку, сприяючи формуванню здорового самосприйняття і навичок адаптації у цифровому світі.

У наукових дослідженнях підкреслюється, що формування тематичного контенту у соціальних мережах є важливим аспектом розвитку медіакультури підлітків, яка включає соціально-психологічні механізми ідентифікації, самопрезентації та соціального підкріплення [25; 46]. Ці механізми визначають не лише спосіб подання себе, а й впливають на процеси самооцінки та самовизначення.

Медіакультура підлітків у соціальних мережах формується через активну взаємодію з контентом і соціальним оточенням, що створює унікальний простір для самовираження та самореалізації. Зокрема, механізм ідентифікації дозволяє підліткам знаходити і наслідувати моделі поведінки, цінності та стилі, які відповідають їхнім уявленням про себе або бажаному

«Я». Це може проявлятися як у пасивному споживанні контенту, так і в активному творенні власних образів, що відображають їхні інтереси, переконання та індивідуальність.

Самопрезентація у соціальних мережах — це процес свідомого або несвідомого конструювання власного образу, який підліток демонструє оточенню. Вона включає вибір інформації, візуальних і текстових засобів, що підкреслюють бажані риси та досягнення, а також приховують або коригують недоліки. Цей процес є важливим для формування позитивної самооцінки, оскільки дозволяє підлітку відчувати контроль над власним образом і отримати соціальне визнання.

Соціальне підкріплення виступає як потужний регулятор поведінки у віртуальному середовищі. Реакції аудиторії — лайки, коментарі, репости — слугують зворотним зв'язком, який стимулює підлітка підтримувати, змінювати або розвивати свій образ. Цей механізм сприяє адаптації до соціальних норм і очікувань, а також формує навички соціальної взаємодії, що є важливими для успішної соціалізації.

Дослідження також вказують на існування різних типів медіакультури серед підлітків, які відрізняються ступенем активності та способом взаємодії з медіа. Наприклад, активне творення медіаконтенту, яке базується на особистих інтересах і переконаннях, сприяє формуванню автентичної ідентичності та розвитку творчих здібностей. Натомість пасивне споживання контенту може обмежувати розвиток самостійності та критичного мислення.

Таким чином, формування образів у соціальних мережах є складним і багатогранним процесом, що охоплює не лише технічні аспекти створення контенту, а й глибокі соціально-психологічні механізми, які впливають на особистісний розвиток підлітків. Розуміння цих процесів є важливим для батьків, педагогів і психологів, оскільки дозволяє ефективно підтримувати молодь у формуванні здорової самооцінки, критичного ставлення до медіа та розвитку соціальних компетенцій у цифровому світі.

Далі розглянемо особливості сприйняття підлітками візуального контенту, який поширюється в соціальних мережах. Одним із ключових явищ у цьому процесі є соціальне порівняння, коли підлітки порівнюють себе з ідеалізованими образами інших користувачів. Вони часто відображають лише найкращі моменти життя, підкреслюють успіхи, красу та щасливі події, що створює у підлітків нерідко нереалістичні стандарти для оцінки себе. Внаслідок такого порівняння багато підлітків відчувають занижену самооцінку, почуття неповноцінності, а іноді навіть симптоми депресії. Особливо вразливими до цього є дівчата, які більш чутливі до оцінки фізичної привабливості та соціального визнання, що пов'язано з соціальними і культурними очікуваннями та стереотипами [8].

Дослідження показують, що підлітки, які проводять значну кількість часу у соціальних мережах, мають підвищений ризик розвитку депресивних станів і тривожності. Зокрема, науковці з Американської асоціації психологів встановили, що понад три години щоденного перебування у соцмережах значно підвищують ймовірність психічних розладів серед молоді. Однією з головних причин є постійне порівняння себе з іншими, що викликає відчуття меншовартості, а також кібербулінг — агресивну поведінку в інтернеті, яка додатково погіршує емоційний стан підлітків [38].

Особливу увагу привертає феномен так званої «фейсбук-заздрості» та «фейсбук-депресії», коли підлітки, поринаючи у віртуальний світ ідеалізованих образів знаменитостей та однолітків, починають відчувати власну неповноцінність і програють у порівнянні з ними. Це негативно впливає на їхній психологічний стан, поглиблює тривожність і може стати тригером для розвитку депресивних симптомів [16].

Крім того, соціальні мережі створюють інформаційне перевантаження, коли підлітки постійно оновлюють стрічку новин і споживають великий обсяг контенту. Це може викликати втому, зниження концентрації уваги та емоційне виснаження. Відсутність особистого контакту і емоційної

підтримки у реальному житті посилює відчуття самотності та ізоляції, що також сприяє розвитку депресії.

По-друге, значну роль відіграє прагнення до соціального схвалення, яке підсилюється системою лайків, коментарів і підписників. Підлітки часто відчують тривогу через необхідність підтримувати ідеальний образ, що відповідає очікуванням аудиторії, і бояться негативного оцінювання або висміювання. Це може викликати соціальну тривогу, перфекціонізм і залежність від позитивного зворотного зв'язку [9; 55].

Важливим аспектом впливу соціальних мереж на підлітків є анонімність та відсутність особистого контакту, що суттєво знижує рівень відповідальності за висловлені думки та поведінку. У віртуальному просторі підлітки часто відчують себе захищеними від наслідків своїх дій, що стимулює більш розкуту, іноді девіантну або агресивну поведінку. Відсутність безпосереднього контакту з іншою людиною, а також неможливість повною мірою сприймати невербальні сигнали — міміку, інтонації, жести — призводить до того, що спілкування в соціальних мережах набуває специфічних рис, які відрізняються від традиційних міжособистісних взаємодій [8].

Анонімність дає підліткам можливість не лише створювати про себе певне враження, але й бути тим, ким вони хочуть, що часто призводить до виникнення девіантної поведінки, агресивності, використання ненормативної лексики та інших форм нетипової поведінки. Така свобода висловлювань і дій, яка практично не контролюється, створює умови для появи кібербулінгу, тролінгу та інших форм онлайн-агресії, що негативно впливає на психоемоційний стан як самих агресорів, так і їхніх жертв.

Соціальні мережі стають простором, де підлітки можуть задовольняти приховані потреби, які не завжди реалізуються у реальному житті — потребу в увазі, визнанні, підтримці, а також можливість «втекти» від проблем і труднощів, що виникають на певних етапах соціалізації. Віртуальна реальність надає їм шанс експериментувати з різними образами власного

«Я», створювати альтернативні ідентичності, що іноді віддаляють їх від реального сприйняття себе і світу.

Однак, попри те, що в соціальних мережах можна отримати деякі дані анкетного характеру, фотографії чи навіть відео співрозмовника, це не дає повного і реалістичного уявлення про людину. Відсутність реального контакту і можливість приховувати або змінювати інформацію створюють ілюзію безпеки і безкарності, що посилює безвідповідальність у спілкуванні. Підлітки часто презентують себе не такими, якими вони є в реальному житті, «програючи» нереалізовані ролі та сценарії, що може призводити до внутрішніх конфліктів і проблем із самоідентифікацією.

Крім того, анонімність і доступність інформації в інтернеті сприяють поширенню девіантної поведінки, оскільки підлітки можуть легко отримати доступ до небезпечного або забороненого контенту, що впливає на їхні цінності, переконання та поведінкові моделі. Це підвищує ризик формування агресивних, антисоціальних тенденцій, а також ускладнює процес соціалізації.

Водночас соціальні мережі мають і позитивний потенціал — вони можуть слугувати платформою для навчання, розвитку комунікативних навичок, пошуку підтримки та самовираження. Важливо, щоб підлітки отримували відповідну психологічну підтримку, навчалися критично ставитися до інформації, розвивали навички відповідальної поведінки в інтернеті та зберігали баланс між віртуальним і реальним життям.

Отже, анонімність та відсутність особистого контакту у соціальних мережах створюють умови для зниження відповідальності, що сприяє появі девіантної та агресивної поведінки серед підлітків. Розуміння цих процесів є ключовим для розробки ефективних заходів профілактики та підтримки молоді у цифровому середовищі.

Ще одна особливість полягає у селективному сприйнятті контенту, коли підлітки бачать лише вибрані, відфільтровані аспекти життя інших, що створює ілюзію ідеального світу. Це спричиняє спотворене уявлення про

реальність і підсилює почуття самотності, страх втратити важливі події («страх пропустити»), що веде до залежності від соціальних мереж [9].

Також, особливість сприймання контенту в соцмережах полягає в задоволенні прихованих потреб у визнанні, приналежності до групи та самовираженні через створення і демонстрацію образів, які можуть не відповідати реальності. Соціальні мережі стають платформою для експериментування з ідентичністю, що є важливим для підліткового віку, але водночас може призводити до девіантної поведінки або відходу від реального життя.

Отже, найвпливовішими особливостями сприйняття відеоконтенту у соціальних мережах підлітками є соціальне порівняння, прагнення до соціального схвалення, ефект анонімності, селективне сприйняття контенту та задоволення прихованих соціальних і психологічних потреб. Ці фактори взаємодіють і формують складний психологічний контекст, що визначає як позитивні, так і негативні наслідки впливу соціальних мереж на підліткову особистість.

Висновки до першого розділу

В результаті проведеного аналізу наукової літератури можна зробити наступні висновки:

Підлітковий вік виступає критичним періодом у формуванні самосвідомості, що включає розвиток таких складових, як самооцінка, Я-концепція та самоствавлення, які є фундаментальними для становлення цілісної особистості. Самосвідомість підлітків має суперечливий характер, що проявляється у поєднанні усвідомлення власної унікальності з сумнівами у власних можливостях, що стимулює активний пошук ресурсів для самовдосконалення. Процес розвитку самосвідомості охоплює кілька напрямків, зокрема усвідомлення себе як суб'єкта діяльності, формування індивідуальної ідентичності, засвоєння соціально-моральних норм, а також пізнання власних психічних характеристик. Самоствавлення та Я-концепція

виступають ключовими компонентами самосвідомості, оскільки визначають взаємодію особистості із соціальним середовищем та структуру уявлень про себе, включаючи когнітивний, емоційно-оцінний і рефлексивний аспекти.

Самооцінка, як центральний елемент особистості, формується під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, зокрема соціального порівняння, що має суттєвий вплив на психологічну стійкість та адаптивність індивіда. Теорія соціального порівняння пояснює механізми формування самооцінки та самосприйняття, підкреслюючи роль порівняння з іншими у конструюванні особистісної оцінки. Самосприйняття є багатограним психологічним феноменом, що включає когнітивний, емоційно-мотиваційний, духовний та тілесний компоненти, які визначають ставлення особистості до самої себе та впливають на її психологічне благополуччя. Важливим чинником у формуванні адекватного самосприйняття підлітків є підтримка соціального оточення, зокрема дорослих, що сприяє позитивному особистісному розвитку.

Таким чином, наведені положення підтверджують необхідність комплексного підходу до вивчення процесу самосприйняття в підлітковому віці, що має значення для психологічної науки та практики. Розуміння особливостей формування самосвідомості дозволяє створювати ефективні умови для підтримки підлітків у період їхнього інтенсивного особистісного зростання, що є актуальним завданням сучасної психології розвитку.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ТЕМАТИЧНОГО ВІДЕОКОНТЕНТУ У СОЦМЕРЕЖАХ НА САМОСТАВЛЕННЯ ПІДЛІТКІВ

2.1 Методологія та опис емпіричного дослідження впливу відеоконтенту у соцмережах на самоствавлення підлітків

Як нами було з'ясовано та продемонстровано у ході теоретичного аналізу підходів до вивчення особливостей сприйняття відеоконтенту, який поширюється в соціальних мережах та особливостей сприймання його підлітками, значну роль в цьому відіграє «Я-концепція», самоствавлення, самооцінка та самосприйняття. Відтак, гіпотеза нашого емпіричного дослідження полягає у тому, що регулярне споживання візуального контенту (особливо з ідеалізованими образами у соціальних мережах), негативно впливає на самосприйняття підлітків, якщо при цьому вони мають недостатній рівень сформованості навичок інформаційної гігієни.

Виходячи з даної теоретичної позиції, під час констатувального етапу нашого емпіричного дослідження нами планується діагностувати самооцінку особистості підлітка та дослідити взаємовідносини підлітків з соціальними мережами, а також вивчити рівень сформованості інформаційної гігієни у наших досліджуваних. Це дозволить виявити фактори, які впливають на формування самосприйняття підлітків під впливом споживання тематичного контенту в соціальних мережах.

Мета нашого дослідження – виявити зв'язок між рівнем розвитку інформаційної гігієни та формуванням самосприйняття через споживання візуального контенту в соціальних мережах.

З метою емпіричного дослідження рівня розвитку інформаційної гігієни та рівня самосприйняття підлітків через споживання візуального контенту в соціальних мережах нами були визначені наступні завдання:

- визначити роль соціальних мереж в житті підлітків;

- проаналізувати вплив візуального контенту на самоствавлення підлітків;
- з'ясувати взаємозв'язок рівня інформаційної гігієни та особливостей споживання візуального контенту в соціальних мережах;
- дослідити роль інформаційної гігієни в споживанні контенту в соціальних мережах;
- встановити взаємозв'язок між рівнем інформаційної гігієни та самоствавленням підлітків через споживання візуального контенту.

Наше дослідження проходило у чотири етапи:

Перший етап – фокусувався на аналізі літературних джерел, вивченні та осмисленні ключових концепцій та теорій, а також у визначенні методології дослідження та інструментів, необхідних для проведення емпіричного аналізу. На цьому етапі, також, проводився відбір психодіагностичного інструментарію, який відповідав би цілям дослідження.

Ми обрали наступні методики:

- авторський анкетний опитувальник привабливості тематичного відеоконтенту у соцмережах (Додаток В);
- методика дослідження самоствавлення (С. Р. Пантелєєв) дозволяє оцінити особливості самоствавлення особистості за 9 шкалами (Додаток Г).

Другий етап – констатувальний експеримент – включав формування репрезентативної вибірки та створення оптимальних умов для взаємодії з учасниками дослідження. На цьому етапі проводилось безпосередньо психодіагностичне дослідження.

Для дослідження була сформована репрезентативна вибірка з підлітків віком 13-17 років у кількості 70 осіб та які є користувачами різних соціальних мереж й часто споживають візуальний контент цих мереж.

Третій етап – аналітико-узагальнюючий. На цьому етапі відбулась систематизація, аналіз, узагальнення та порівняння результатів, отриманих після емпіричного дослідження, інтерпретація отриманих даних.

Четвертий етап – формувальний етап експерименту, який включав в себе розробку та перевірку програми з розвитку навичок інформаційної гігієни. Результати цього етапу наведені у третьому розділі нашої роботи.

План формувального етапу включав наступні кроки:

1. Формування вибірки.
2. Розділення учасників на експериментальну та контрольну групи.
3. Проведення початкової діагностики.
4. Організація та проведення формуючого (психокорекційного) впливу.
5. Проведення підсумкової діагностики.
6. Аналіз результатів дослідження.

Таким чином, наше емпіричне дослідження складалося з констатувального та формувального етапів, а отримані результати були проаналізовані за допомогою методів математичної статистики.

Методика самоствавлення (С. Р. Пантелєєв) [47]. Дана методика призначена для вивчення окремих складових самоствавлення особистості. Вона охоплює такі компоненти, як відкритість (внутрішня чесність), самовпевненість, самокерівництво, відображене самоствавлення (дзеркальне «Я»), самоцінність, самоприв'язаність, внутрішня конфліктність та самозвинувачення.

Для оцінювання використовується стимульний матеріал, що складається з 110 тверджень (наприклад, «Мені здається, що мало хто мене поважає по-справжньому») з двома варіантами відповіді — «погоджуюсь» або «не погоджуюсь». Результати аналізуються за спеціальним ключем, що дозволяє визначити рівень кожного компонента самоствавлення — високий, середній або низький.

Основні шкали методики та їх інтерпретація:

1. Відкритість: високі бали свідчать про захисну поведінку та уникнення щирих стосунків із собою; середні — про вибіркоче ставлення до себе залежно від ситуації; низькі — про внутрішню чесність і відкритість, а також достатній рівень саморефлексії.

2. Самовпевненість: високі бали вказують на повагу до себе, сміливість, компетентність і здатність ефективно вирішувати проблеми; середні — на можливу втрату впевненості в певних обставинах; низькі — на невпевненість, що ускладнює подолання труднощів.

3. Самокерівництво: високі бали означають, що особистість черпає енергію і мотивацію з власного «Я»; середні — схильність залежати від зовнішніх факторів у нових ситуаціях; низькі — слабку здатність до саморегуляції.

4. Дзеркальне самоствавлення: високі показники свідчать про відчуття прийняття соціумом і легкість у встановленні контактів; низькі — про відчуття відчуженості.

5. Самоцінність: високі бали відображають високу оцінку власного внутрішнього світу і духовного потенціалу; середні — вибіркоче ставлення до себе; низькі — недооцінку свого духовного «Я».

6. Самосприймання: високі бали означають повне прийняття себе зі своїми перевагами та недоліками; низькі — загальний негативний образ себе.

7. Самоприв'язаність: високі бали свідчать про ригідність у сприйнятті себе; низькі — про відкритість до змін і нових аспектів самопізнання.

8. Внутрішня конфліктність: високі бали вказують на домінування негативного ставлення до себе та внутрішні конфлікти; низькі — на гармонійне ставлення до себе та баланс із навколишнім світом.

9. Самозвинувачення: високі бали відображають схильність бачити в собі недоліки і звинувачувати себе у невдачах; низькі — захист власного «Я» і, іноді, заперечення провини у конфліктних ситуаціях.

Авторський анкетний опитувальник привабливості тематичних відео матеріалів соцмереж. Даний опитувальник створений для оцінки сприйняття та привабливості тематичних відеороликів у соціальних мережах. Основною метою даного опитувальника є виявлення того, наскільки користувачі

соцмереж звертають увагу на відеоконтент, як вони реагують на стиль, якість фото, а також вплив цих образів на їхні вподобання, поведінку і самоідентифікацію.

Кожне твердження оцінюється за 5-бальною шкалою:

- 1 — зовсім не погоджуюсь
- 2 — скоріше не погоджуюсь
- 3 — важко сказати
- 4 — скоріше погоджуюсь
- 5 — повністю погоджуюсь

Підрахунок здійснюється шляхом обчислення середнього балу за кожною тематикою (по 2 питання на тему), а також загального середнього балу по всьому опитувальнику.

Опитувальник дозволяє оцінити наступні компоненти:

1. Емоційна привабливість. Визначає, наскільки тематичний відеоконтент викликає позитивні емоції та надихають (наприклад, кохання, подорожі, розкішне життя).

2. Інтелектуальний інтерес і залученість. Оцінює, наскільки відеоконтент стимулює інтерес до роздумів, навчання, обговорень (політика, проблемність, саморозвиток).

3. Мотивація до дії. Виявляє, чи надихає відеоконтент змінювати поведінку або ставлення (спорт, саморозвиток, подорожі).

4. Соціальна привабливість і вплив. Визначає, наскільки відеоконтент впливає на соціальні уподобання, сприйняття статусу і стилю життя (розкішне життя, культура, розваги).

5. Загальна зацікавленість у тематичних в. Визначає рівень уваги та інтересу користувача до різних тематик у соцмережах.

Підсумовуючи обґрунтування методології емпіричного дослідження, варто зазначити, що ретельність і надійність проведеного констатуючого експерименту забезпечили відповідність сформованої вибірки встановленим критеріям. Операційна валідність була досягнута завдяки тому, що обраний

експериментальний метод корелював із поставленою гіпотезою. Внутрішня валідність гарантувалася можливістю поширення отриманих результатів на кожного учасника вибірки, оскільки були враховані всі суттєві характеристики об'єкта дослідження, які могли вплинути на ефективність психокорекційного впливу. Репрезентативність вибірки полягала в тому, що ознаки експериментальної групи відповідали характеристикам генеральної сукупності, до якої застосовуються висновки експерименту.

Що стосується аналізу результатів, слід підкреслити, що первинні дані оброблялися із використанням стандартних програм варіаційної статистики, з розрахунком середніх значень та проведенням кореляційного аналізу за рангами Спірмена, застосовуючи програмне забезпечення Excel.

2.2. Аналіз та інтерпретація отриманих результатів

Виходячи з теми нашого дослідження, слід розпочати з огляду основних тематичних відеороликів, які є поширеними в соціальних мережах на сьогоднішній день і які споживають підлітки. За нашою гіпотезою цей показник може досить сильно впливати на самосприйняття підлітків, які мають низький рівень сформованість навичок інформаційної гігієни.

Таблиця 2.1

Відсоткова кількість респондентів за Авторським опитувальником привабливості тематичного відеоконтенту в соцмережах

	Кохання	Соціальні проблеми	Політика	Пізнавальний контент	Спорт	Розваги	Культура	Подорожі	Розкішне життя
Низький рівень привабливості	26%	43%	46%	14%	21%	14%	36%	21%	7%
Середній рівень привабливості	46%	40%	14%	64%	43%	54%	40%	65%	50%
Високий рівень привабливості	28%	17%	40%	21%	36%	32%	24%	14%	43%

Аналіз даних, отриманих за Авторським опитувальником привабливості тематичного відеоконтенту у соціальних мережах, дозволяє виявити особливості сприйняття різних тематичних категорій аудиторією. Загалом, результати демонструють переважання середнього рівня привабливості для більшості представлених категорій, що свідчить про поміркований інтерес респондентів до основних візуальних тем у соцмережах.

Зокрема, категорія «Кохання» характеризується найбільшою часткою респондентів, які віднесли її до середнього рівня привабливості (46%), тоді як високий рівень привабливості обрали 28%, а низький — 26%. Це може свідчити про відносну стабільність сприйняття романтичної тематики, яка не викликає ані надмірного захоплення, ані відрази.

Категорія «Соціальні проблеми» має найвищий відсоток серед респондентів, що відзначили низький рівень привабливості (43%), тоді як середній і високий рівні склали відповідно 40% і 17%. Це вказує на певне уникнення або небажання стикатися з проблемними чи негативними тематичними відеороликами у соцмереж.

Політична тематика також отримала переважно низькі оцінки привабливості (46%), хоча 40% респондентів все ж таки відзначили високий рівень привабливості, що може свідчити про поляризацію інтересів до політики серед користувачів.

У категорії «Пізнавальний контент» спостерігається домінування середнього рівня привабливості (64%), що є найвищим показником серед усіх категорій. Це свідчить про значний інтерес до тем самовдосконалення, але без яскраво вираженого ентузіазму чи байдужості.

Аналогічна тенденція простежується і в категоріях «Спорт», «Розваги», «Культура», де середній рівень привабливості є найпоширенішим (від 40% до 54%). Це підкреслює загальну поміркованість у ставленні до цих сфер, які, хоча й залишаються актуальними, не викликають екстремальних емоцій.

Категорія «Подорожі» вирізняється найвищим показником середнього рівня привабливості (65%), що може бути пов'язано з універсальною

привабливістю тематики подорожей для широкого загалу користувачів соцмереж.

Водночас категорія «Розкішне життя» має досить високий відсоток респондентів, які обрали як середній (50%), так і високий рівень привабливості (43%), що свідчить про значну зацікавленість аудиторії до демонстрації статусу, матеріального достатку й естетики розкоші.

Загалом, у більшості категорій домінує середній рівень привабливості, що може відображати критичність або збалансованість сучасного користувача соціальних мереж у сприйнятті візуального контенту. Винятком є лише категорії «Соціальні проблеми» і «Політика», де частка низької привабливості вища, що може бути індикатором втоми аудиторії від негативних чи конфліктних тем.

Аналіз отриманих даних щодо привабливості візуальних тематичних відео матеріалів у соціальних мережах та психологічних характеристик підлітків за методикою С. Р. Пантилеєва дозволяє зробити висновки про вплив цих факторів на формування самосприйняття молоді. Переважання середнього рівня привабливості більшості тематичних категорій свідчить про поміркованість і збалансованість ставлення підлітків до візуального контенту, що може сприяти формуванню реалістичного і критичного погляду на себе та навколишній світ. Такий підхід знижує ризик ідеалізації чи надмірної критики власної особистості, що є важливим для стабільного самосприйняття.

Відносно категорій «Кохання» та «Пізнавальний контент», які мають високі показники середнього і високого рівня привабливості, можна припустити, що підлітки орієнтуються на позитивний та конструктивний контент, що стимулюють розвиток особистості та емоційної сфери. Це сприяє формуванню позитивного Я-концепту, оскільки підлітки отримують моделі для наслідування, які підсилюють їхню самоцінність і самоприйняття.

Натомість висока частка низьких оцінок привабливості категорій «Соціальні проблеми» і «Політика» вказує на уникнення негативних або

конфліктних тем, що може свідчити про психологічний захист молоді від стресових впливів. Така тенденція може як захищати самосприйняття від деструктивних факторів, так і обмежувати розвиток критичного мислення та соціальної свідомості, що є важливим для формування цілісної особистості.

Таким чином, результати опитування свідчать про те, що найпривабливішими для користувачів залишаються теми, пов'язані з саморозвитком, подорожами та розкішним життям, тоді як проблемні та політичні матеріали сприймаються переважно негативно. Це підкреслює важливість врахування тематичних уподобань аудиторії при формуванні візуального контенту для соціальних мереж.

Далі наведемо відсоткову кількість показників для шкал за методикою С. Р. Пантилєєва (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Відсоткова кількість респондентів за методикою С. Р. Пантилєєва

	Низький рівень	Середній рівень	Високий рівень
Відкритість	6%	54%	40%
Самовпевненість	14%	29%	57%
Самокерівництво	21%	42%	37%
Відзеркалений Я-образ	19%	38%	43%
Самоцінність	16%	40%	44%
Самоприйняття	14%	39%	47%
Самовідданість	17%	40%	43%
Конфліктність	25%	32%	48%
Самозвинувачення	13%	40%	47%

За результатами дослідження, проведеного за методикою С. Р. Пантилєєва, можна зробити детальний аналіз розподілу респондентів за рівнями різних психологічних характеристик. Таблиця 2.2 демонструє відсоткову кількість учасників з низьким, середнім та високим рівнями таких параметрів, як відкритість, самовпевненість, самокерівництво, відзеркалений оточуючими Я-образ, самоцінність, самоприйняття, самовідданість, конфліктність і самозвинувачення.

Починаючи з показника відкритості, більшість респондентів (54%) характеризуються середнім рівнем, що свідчить про помірну готовність до сприйняття нового досвіду та ідей. Високий рівень відкритості має 40% опитаних, що свідчить про значну частку особистостей, відкритих до змін і нових впливів. Низький рівень відкритості спостерігається лише у 6% респондентів, що свідчить про незначну частку людей із закритим ставленням до зовнішнього світу.

Щодо самовпевненості, найбільша частка респондентів (57%) має високий рівень, що вказує на переважання впевненості у власних силах серед опитаних. Середній рівень самовпевненості виявлено у 29% учасників, а низький рівень – у 14%, що свідчить про наявність певної частини індивідів із недостатньою вірою у власні можливості.

Аналіз самокерівництва показує, що найбільша група респондентів (42%) має середній рівень цієї характеристики, що свідчить про помірний рівень здатності до саморегуляції та контролю власної поведінки. Високий рівень самокерівництва спостерігається у 37%, що свідчить про значну частку особистостей із розвиненими навичками самоконтролю. Низький рівень зафіксовано у 21% респондентів, що може свідчити про труднощі у саморегуляції.

Показник відзеркаленого оточуючими Я-образу демонструє, що 43% респондентів мають високий рівень, що свідчить про значну увагу до того, як їх сприймають інші. Середній рівень цієї характеристики мають 38%, а низький – 19%, що вказує на різний ступінь усвідомлення власного образу через призму соціального оточення.

Щодо самоцінності, 44% респондентів характеризуються високим рівнем, що свідчить про позитивне ставлення до себе та власної значущості. Середній рівень самоцінності мають 40%, а низький – 16%, що може свідчити про наявність певної частини осіб із заниженою самооцінкою.

Самоприйняття має високий рівень у 47% учасників, що свідчить про здатність приймати себе з усіма особливостями. Середній рівень зафіксовано

у 39%, а низький – у 14%, що свідчить про різний рівень внутрішньої гармонії серед респондентів.

Показник самовідданості демонструє, що 43% респондентів мають високий рівень, що свідчить про готовність до самопожертви та допомоги іншим. Середній рівень цієї характеристики мають 40%, а низький – 17%, що вказує на різну ступінь альтруїстичних якостей у вибірці.

Конфліктність є характеристикою, за якою найбільша частка респондентів (48%) має високий рівень, що свідчить про схильність до конфліктних ситуацій. Середній рівень конфліктності мають 32%, а низький – 25%, що свідчить про наявність як конфліктних, так і більш миролюбних індивідів.

Щодо самозвинувачення, 47% респондентів мають високий рівень, що свідчить про тенденцію до самокритики та внутрішньої напруги. Середній рівень цієї характеристики мають 40%, а низький – 13%, що вказує на різний рівень внутрішньої критичності серед опитаних.

Таким чином, аналіз даних за методикою С. Р. Пантилєєва свідчить про те, що більшість респондентів характеризуються середніми та високими рівнями основних психологічних параметрів, що вказує на загалом позитивний психологічний профіль вибірки. Водночас, наявність значної частки осіб із високим рівнем конфліктності та самозвинувачення вказує на потенційні зони психологічного дискомфорту, які можуть потребувати подальшого вивчення та корекції. Отже, отримані результати можуть бути корисними для розробки програм психологічної підтримки та розвитку особистості.

Дані методики Пантилєєва демонструють, що більшість підлітків мають середній або високий рівень відкритості, самовпевненості, самоцінності і самоприйняття, що є позитивними індикаторами психічного здоров'я та адаптивності. Високий рівень відкритості сприяє сприйняттю нового досвіду, що у поєднанні з поміркованою привабливістю тем саморозвитку і подорожей може стимулювати особистісне зростання.

Водночас значна частка респондентів із високим рівнем конфліктності та самозвинувачення вказує на наявність внутрішніх психологічних труднощів, які можуть негативно впливати на самосприйняття. Підлітки з такими характеристиками можуть бути більш вразливими до негативного впливу соціальних мереж, особливо у випадках, коли контент викликає порівняння, сумніви у власній цінності або провину.

Високий рівень відзеркаленого оточуючими Я-образу свідчить про те, що підлітки значною мірою орієнтуються на думку інших, що може формувати залежність самосприйняття від зовнішніх оцінок. Це підсилює роль соціальних мереж як платформи, де відоконтент здатні суттєво впливати на самооцінку та емоційний стан молоді.

Значна зацікавленість у темах розкішного життя та подорожей може стимулювати прагнення до досягнення певних соціальних статусів і матеріального благополуччя, що також відображається у формуванні ідеалів і ціннісних орієнтирів підлітків. Однак, надмірна ідеалізація може призводити до порівнянь і почуття невідповідності, що негативно позначається на самоприйнятті.

Таким чином, отримані дані вказують на складний і багатогранний вплив візуального контенту соціальних мереж на самосприйняття підлітків, де позитивні аспекти розвитку особистості поєднуються з потенційними ризиками виникнення психологічного дискомфорту. Це підкреслює необхідність розробки цілеспрямованих програм підтримки, які враховують як особливості сприйняття контенту, так і індивідуальні психологічні характеристики молоді.

Врахування цих факторів у практиці психологічного супроводу та освітніх заходах може сприяти формуванню більш стійкого, збалансованого самосприйняття, що є запорукою успішної соціалізації та особистісного розвитку підлітків у цифрову епоху.

Далі наведемо кореляційний аналіз між показниками шкал за методикою С. Пантелєєва та авторського анкетного опитувальника.

Кореляційні зв'язки між шкалами методик

	Кохання	Соц. проблеми	Політика	Пізнавальний контент	Спорт	Розваги	Культура	Подорожі	Розкішне життя
Відкритість	0,686	0,617	0,761	0,601	-0,668	-0,279	-0,569	-0,071	0,342
Самовпевненість	0,649	0,772	0,802	0,372	-0,710	-0,326	-0,251	-0,144	0,376
Самокерівництво	0,182	0,090	-0,070	0,205	-0,008	-0,461	0,314	0,118	0,065
Віддзеркалений образ «Я»	0,412	0,545	0,756	0,192	-0,554	0,206	-0,515	-0,105	0,417
Самоцінність	-0,426	-0,592	-0,648	-0,339	0,494	0,249	-0,157	0,013	-0,531
Самоприйняття	-0,556	-0,630	-0,825	-0,328	0,489	0,149	0,421	-0,220	-0,488
Самовідданість	-0,068	0,040	0,146	-0,098	0,056	0,183	0,344	0,455	0,183
Конфліктність	-0,104	-0,158	-0,016	-0,169	0,210	-0,401	0,441	0,567	0,297
Самозвинувачення	-0,671	-0,823	-0,822	-0,583	0,769	0,195	0,383	0,277	-0,207

Кореляційний аналіз за методом Спірмена виявив низку статистично значущих зв'язків між аспектами самоствавлення та тематикою відео контенту. Порогове значення коефіцієнта $r \leq 0,05$ дозволило ідентифікувати ключові взаємозв'язки, які потребують поглибленого тлумачення.

На основі отриманих кореляційних зв'язків ми можемо зробити наступні узагальнені висновки щодо позитивного впливу типу відеоконтенту на різні аспекти самоствавлення підлітків:

- відеоконтент, який стосується кохання, проблемності та політики може значною мірою підвищувати рівень відкритості, впевненості та сприяти позитивному формуванню образу «Я» про що свідчать позитивні кореляційні зв'язки між цими показниками;
- контент за тематикою саморозвитку позитивно впливає на відкритість та впевненість;

- позитивні кореляції спостерігаються між спортом та самооцінкою;
- розважальний культурний тип відеоконтенту позитивно (мають помірну кореляцію) впливає на самоприйняття та самовідданість підлітків; при цьому спостерігається позитивний вплив на рівень конфліктності та самозвинувачення – цей тип контенту може знижувати рівень прояву цих аспектів самоствалення;
- відеоконтент про розкішне життя можуть позитивно впливати на підвищення впевненості та соціального образу.

Обернені (негативні) кореляційні зв'язки дають можливість зробити нам висновок про негативний вплив різних типів відеоконтенту на самоствалення підлітків:

- тематика кохання, проблемності та політики негативно впливає на такі аспекти як самосприйняття, самоцінність та самозвинувачення;
- відеоконтент, який стосується саморозвитку, негативно впливає на самоцінність, самосприйняття та самозвинувачення;
- спортивний відеоконтент негативно відображається на відкритості, самовпевненості та впливає на формування позитивного образу «Я»;
- розважальний та культурний тип відео контенту здійснює негативний вплив на відкритість, впевненість, самокерівництво, конфліктність та формуванню позитивного образу «Я» через взаємодію з іншими;
- відеоконтент ряду розкішне життя негативно впливає на самоцінність та самоприйняття підлітків.

Отже, надмірне споживання відеоконтенту негативно впливає на формування самоствалення та самосприйняття підлітків.

Висновки до 2 розділу

Проведене емпіричне дослідження особливостей впливу тематичного відеоконтенту в соціальних мережах на самосприйняття підлітків, дозволяє зробити наступні висновки:

1. Емпіричне дослідження показало, що більшість підлітків демонструють поміркований інтерес до основних тематичних категорій візуального контенту соціальних мереж, з переважанням середнього рівня привабливості. Найбільший інтерес викликають теми саморозвитку, подорожей та розкішного життя, тоді як проблемний й політичний відеоконтент має переважно низьку привабливість. Це свідчить про прагнення підлітків уникати негативних або стресогенних тем, обираючи більш позитивний і конструктивний контент.

2. Аналіз результатів за методикою С. Р. Пантилєєва засвідчив, що підлітки з високим рівнем зацікавленості у позитивних тематичних відеоматеріалах (саморозвиток, подорожі) частіше мають вищі показники самоцінності, самосприйняття та самовпевненості. Водночас уникнення негативних тем корелює з тенденцією до зниження внутрішньої конфліктності та самозвинувачення, що сприяє формуванню більш гармонійного та стабільного самоствавлення.

3. Дослідження підтвердило гіпотезу про те, що рівень сформованості навичок інформаційної гігієни є визначальним чинником у сприйнятті візуального контенту та його впливі на самосприйняття. Підлітки з вищим рівнем інформаційної гігієни демонструють більшу критичність, здатність до саморефлексії та стійкість до негативного впливу ідеалізованих образів, що знижує ризик формування неадекватної самооцінки.

РОЗДІЛ 3. ПРОГРАМА ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГІГІЄНИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ЗАСІБ ГАРМОНІЗАЦІЇ САМОСПРИЙНЯТТЯ ПІДЛІТКІВ

3.1. Інформаційна гігієна та способи її формування

Інформаційна гігієна є важливою складовою сучасного здорового способу життя, що спрямована на мінімізацію негативного впливу інформаційних потоків на психічне, фізичне та соціальне благополуччя людини. Вона розглядається як міждисциплінарна наукова галузь, що інтегрує знання з медицини, психології, соціології, інформатики, екології та інших наук для формування ефективних стратегій споживання, зберігання та поширення інформації. Метою інформаційної гігієни є профілактика інформаційного перевантаження, інформаційного стресу, а також захист від дезінформації і маніпуляцій, що сприяє збереженню психічного здоров'я та підвищенню якості життя [40].

Формування інформаційної гігієни починається з розвитку критичного мислення, яке дозволяє оцінювати достовірність джерел, аналізувати зміст інформації та уникати потрапляння в інформаційні бульбашки. Це передбачає вміння розрізняти первинну та вторинну інформацію, необхідну для життєдіяльності, від надлишкової або шкідливої [21]. Важливим елементом є також розвиток навичок цифрової безпеки, що включає перевірку фактів, захист персональних даних та уникнення фейкових новин.

Інформаційна гігієна має соціальний вимір, оскільки впливає на формування інформаційної культури суспільства, транслюючи цінності, норми та традиції. Вона сприяє створенню сприятливого інформаційного середовища, що підтримує психологічний комфорт і знижує рівень інформаційного шуму [33].

Одним із ключових способів формування інформаційної гігієни є навчання з раннього віку, починаючи зі шкільної освіти. В цей період відбувається формування світогляду, індивідуальної свідомості та

інтелектуалізації особистості, що робить цей етап критично важливим для закладення навичок адекватного споживання інформації. Комплексний підхід до інформаційної гігієни включає постійне вдосконалення цих навичок протягом усього життя, що забезпечує успішне виконання соціальних і професійних функцій незалежно від зовнішніх обставин [30; 33].

До основних заходів інформаційної гігієни належать: розвиток критичного мислення, критичне сприйняття кожної новини, обережне ставлення до експертних думок, уникнення інформаційних бульбашок, а також організація інформаційних вихідних днів, коли людина свідомо обмежує споживання інформації для відновлення психоемоційного стану. Ці заходи сприяють зниженню інформаційного стресу та підвищенню ефективності сприйняття корисної інформації.

Інформаційна гігієна також має важливе значення у контексті інформаційної безпеки та захисту інформаційних прав людини. Вона допомагає протистояти інформаційним атакам, маніпуляціям і фейкам, що можуть мати деструктивний вплив на суспільство і державу. В умовах сучасної технократичної цивілізації, де інформаційні технології набули глобального поширення, інформаційна гігієна стає невід'ємною частиною особистої та колективної безпеки.

Методологія дослідження інформаційної гігієни формується на основі системного підходу, що передбачає аналіз інформаційних потоків, їхнього впливу на здоров'я людини, розробку гігієнічних нормативів для інформаційного середовища, а також інтеграцію різних наукових дисциплін і методів, включно з системним аналізом і синергетикою [50]. Це дозволяє створювати науково обґрунтовані рекомендації щодо організації інформаційних мереж, виробництва, розповсюдження та споживання інформації.

Практичні способи формування інформаційної гігієни включають проведення тренінгів, освітніх курсів, інформаційних кампаній, а також організацію інформаційних вихідних днів для відновлення психоемоційного

стану. Особливу увагу приділяють розвитку цифрової компетентності, що є необхідною для безпечної та ефективної роботи з інформаційними технологіями. Особливу увагу приділяють розвитку цифрової компетентності, що є необхідною для безпечної та ефективної роботи з інформаційними технологіями [53].

В умовах глобалізації та цифровізації інформаційна гігієна набуває особливої важливості через зростання обсягів інформації та її різноманіття, що створює як можливості для швидкого доступу до знань, так і виклики у вигляді інформаційного перевантаження та дезінформації. Інтеграція принципів інформаційної гігієни у систему стратегічних комунікацій дозволяє підвищити стійкість суспільства до інформаційних загроз і забезпечити національну безпеку [33; 50].

В цьому контексті, розглянемо декілька програм та проаналізуємо технології, спрямовані на розвиток інформаційної гігієни у підлітків.

Аналізуючи представлені програми та ініціативи, спрямовані на розвиток інформаційної гігієни, медіаграмотності та соціально-психологічної стійкості різних груп населення, можна виокремити кілька ключових тенденцій і підходів, що відображають сучасний стан та перспективи цієї сфери в Україні. По-перше, важливим аспектом є усвідомлення необхідності формування інформаційної гігієни не лише серед дітей, а й серед дорослих, які слугують для молодшого покоління прикладом поведінки у цифровому середовищі. Як зазначає Оксана Мороз у межах волонтерської ініціативи «Як не стати овочем», саме дорослі формують первинні патерни споживання інформації, і якщо вони самі не дотримуються принципів критичного мислення, діти також не зможуть їх опанувати. Це підтверджується результатами досліджень, згідно з якими понад 70% користувачів соціальних мереж в Україні не дотримуються базових принципів інформаційної гігієни, що призводить до поширення фейків та маніпуляцій [55].

По-друге, аналіз монографії «Прикладні аспекти діяльності психологів та соціальних працівників в соціономічній сфері» (2023) свідчить про

системний підхід до формування психологічної стійкості та розвитку особистості, зокрема у підлітковому віці. Програми, представлені у додатках до монографії, охоплюють як соціально-психологічний розвиток, так і корекцію мотиваційної сфери, адаптацію до нових умов, формування гендерної ідентичності та профілактику девіантної поведінки. Важливо, що ці програми мають тренінговий характер, базуються на сучасних психолого-педагогічних технологіях і передбачають активну участь як самих дітей, так і їхнього оточення, включаючи батьків та педагогів [36].

Третім важливим напрямом є розвиток медіаграмотності як ключової компетентності сучасної людини. Проекти на кшталт «Інфогігієна та медіаграмотність для школярів: граємо та навчаємо» (Інститут «Республіка») пропонують інтерактивні формати, зокрема ігрові методики, що сприяють засвоєнню складних понять через практичний досвід. Такий підхід дозволяє не лише підвищити інтерес до теми, а й закріпити навички розпізнавання маніпуляцій, фейків, пропаганди та інших інформаційних загроз [17].

Водночас, реалізація подібних програм часто стикається з низкою викликів. Серед них – недостатня підготовка педагогічних кадрів, відсутність системної інтеграції медіаосвітніх компонентів у шкільні програми, а також низький рівень інформаційної культури серед широких верств населення. Окрему увагу слід приділити й тому, що інформаційна гігієна не може бути сформована лише шляхом заборон чи формальних навчальних заходів. Як підкреслює Оксана Мороз, важливо пояснювати дітям механізми маніпуляції, алгоритми роботи соціальних мереж, а також мотиви тих, хто створює та поширює дезінформацію.

У цьому контексті вагому роль відіграють міжнародні ініціативи та співпраця з організаціями, які мають досвід впровадження подібних програм у різних країнах. Міністерство освіти і науки України активно залучає міжнародних партнерів до розробки та реалізації освітніх проєктів, спрямованих на підвищення цифрової грамотності, що дозволяє адаптувати найкращі світові практики до національного контексту [37].

Особливе місце серед сучасних програм посідають ті, що орієнтовані на сімейне навчання, як-от курс з інформаційної гігієни для сімей, запущений у 2023 році. Цей курс акцентує увагу на спільному опрацюванні інформації, розвитку навичок критичного мислення у сімейному колі, що створює додаткові можливості для закріплення отриманих знань у повсякденному житті [35].

Загалом, аналізовані програми демонструють поступовий перехід від фрагментарних ініціатив до комплексних підходів, що охоплюють різні вікові категорії, соціальні групи та рівні впливу. Важливим є те, що акцент робиться не лише на передачі знань, а й на формуванні відповідних цінностей, мотивації до самостійного пошуку, аналізу та перевірки інформації.

Водночас, ефективність таких програм значною мірою залежить від готовності суспільства до змін, а також від наявності ресурсів для їхньої масштабної реалізації. Не менш важливою є й підтримка з боку державних інституцій, які мають забезпечити нормативно-правове підґрунтя для впровадження медіаосвіти та інформаційної гігієни на всіх рівнях освіти.

Ще однією тенденцією є інтеграція психолого-педагогічних та медіаосвітніх компонентів у єдину систему формування стійкості до інформаційних впливів. Це дозволяє не лише підвищити рівень захищеності дітей та підлітків, а й сприяє розвитку їхньої особистісної автономії, здатності до прийняття відповідальних рішень у цифровому світі.

Крім того, сучасні програми все частіше враховують потреби вразливих груп, зокрема дітей з особливими освітніми потребами, підлітків з ризиком девіантної поведінки, а також жінок, які перебувають у складних життєвих обставинах. Це свідчить про прагнення до інклюзивності та персоналізації освітніх підходів.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що розвиток інформаційної гігієни, медіаграмотності та соціально-психологічної стійкості в Україні відбувається у напрямку інтеграції найкращих міжнародних практик, адаптації їх до національних реалій та поступового розширення цільових

аудиторій. Основними чинниками успіху залишаються міжсекторальна співпраця, активна участь батьків та педагогів, а також постійне оновлення змісту програм відповідно до нових викликів інформаційної доби.

Таким чином, аналізовані програми є важливим кроком на шляху до формування інформаційно стійкого суспільства, здатного ефективно протистояти дезінформації, маніпуляціям та іншим загрозам цифрового світу. Їх подальший розвиток потребує системної підтримки, наукового супроводу та широкого залучення громадськості, що дозволить забезпечити сталий вплив на всі рівні соціальної структури.

Отже, інформаційна гігієна є складним, динамічним феноменом, що охоплює індивідуальні, соціальні та державні аспекти, спрямованими на забезпечення здорового інформаційного середовища і збереження психофізичного здоров'я людини. Її формування потребує системного, міждисциплінарного підходу, який поєднує освітні, технологічні та нормативні заходи, а також постійного оновлення знань у відповідь на зміни інформаційного середовища.

3.2. Програма формування навичок інформаційної гігієни в соціальних мережах як засіб гармонізації самосприйняття підлітків

Програма формування навичок інформаційної гігієни в соціальних мережах як засобу гармонізації самосприйняття підлітків є актуальним і науково обґрунтованим заходом у сучасних умовах цифрової епохи. Соціальні мережі відіграють значну роль у житті підлітків, забезпечуючи їм можливості для самовираження, спілкування та навчання, проте одночасно несуть ризики, пов'язані з психічним здоров'ям, безпекою та формуванням адекватного самосприйняття.

Підлітковий вік характеризується активним формуванням самооцінки, моральних уявлень, соціальних установок і потреби у спілкуванні з однолітками, що робить їх особливо вразливими до впливу інформаційного середовища. Небезпеки соціальних мереж, такі як кібербулінг, поширення

дезінформації, порушення конфіденційності та маніпуляції, можуть негативно впливати на психологічний стан підлітків, викликати тривогу, страх та занижену самооцінку.

Інформаційна гігієна — це практика свідомого і відповідального ставлення до споживання, обробки та поширення інформації, що сприяє збереженню психічного здоров'я і формуванню критичного мислення. Впровадження навичок інформаційної гігієни допомагає підліткам розпізнавати достовірні джерела, уникати інформаційного перевантаження та маніпуляцій, а також формувати здорові цифрові звички.

Програма формування навичок інформаційної гігієни в соціальних мережах як засіб гармонізації самосприйняття підлітків розроблена з урахуванням сучасних наукових підходів до впливу цифрового середовища на особистість молоді. Вона спрямована на підвищення медіаграмотності, розвиток критичного мислення та формування безпечної поведінки в інтернет-просторі, що є необхідною умовою для гармонійного самосприйняття підлітків у цифрову епоху.

Програма складається з 4 модулів, і вона розрахована на 3 зустрічі в тиждень, протягом двох тижнів, сумарно 12 годин. Такий часовий ресурс оптимальний для поєднання теоретичних знань і практичних вправ, що забезпечують глибоке засвоєння матеріалу. В основі програми лежать принципи системного підходу до формування інформаційної гігієни, врахування психологічних особливостей підліткового віку та впливу соціальних мереж на самосприйняття.

Детальний опис програми

Блок 1: Аналіз інформаційних звичок

Кількість зустрічей у блоці: 3 зустрічі на тиждень по 1 годині.

Мета: Виявити шаблони медіаспоживання та тригери залежності.

Лекція «Інформаційні звички». Тривалість – 40 хвилин.

Вправа «Трекер активності». Записуйте кожен перегляд відео (платформа, тривалість, емоції після). Використовуйте таблицю з

колонками: *Час, Контент, Причина перегляду, Настрій*. Тривалість – 3 рази на день, щодня протягом всієї тривалості програми.

Вправа «Аналіз «пускових механізмів»». Після кожної зустрічі ставити собі питання та відповідати на нього «Що спонукало мене відкрити цей контент? (нудьга, стрес, звичка)». Фіксувати відповіді у щоденнику.

Тривалість – 3 рази на день, щодня протягом всієї тривалості програми.

Блок 2: Критичне сприйняття контенту

Кількість зустрічей у блоці: 3 зустрічі на тиждень по 1 годині.

Мета: Навчитися фільтрувати інформацію та уникати маніпуляцій.

Вправа «5W+H» (щоденно, 10 хв):

What (що): Зміст відео.

Who (хто): Автор/джерело.

Why (навіщо): Мета контенту (навчальний, розважальний, рекламний).

Where (де): Платформа поширення.

How (як): Емоційний вплив (наприклад: «Викликає тривогу через музику»).

Тривалість – кожна зустрічі, по 20 хвилин.

Техніка «Сліпий перегляд». Вимкніть звук у відео, спостерігайте лише за візуальним рядом. Проаналізуйте чи змінилось ваше сприйняття інформації без звуку, якщо так – то як саме?

Тривалість – кожна зустріч блоку, по 40 хвилин.

Блок 3. Формування альтернативних звичок

Кількість зустрічей: 3 зустрічі на тиждень по 1 годині.

Мета: Замінити пасивне споживання відео на активну діяльність.

Вправа «Правило 20/20». Після 20 хв перегляду відео виконуйте 20 хв фізичної/творчої активності (наприклад: зарядка, малювання).

Тривалість – перша зустріч, 10 хвилин; вдома використовувати постійно.

Вправа «Контент-аудитор». Щотижня видаляйте з підписок 3 канали, які не відповідають вашим цілям. Замість них додайте 1 науковий/освітній ресурс.

Тривалість – перша та друга зустрічі, 20 хвилин; вдома виконувати постійно.

Вправа «Техніка «Пауза перед кліком». Перед відкриттям платформи рахуйте до 10, задаючи питання: *«Чи це нагадує мою попередню залежність?»*.

Тривалість – друга та третя зустрічі, розділити для кожного типу відео контенту по 5 хвилин; вдома виконувати постійно.

Блок 4. Закріплення позитивного самоставлення підлітків

Кількість зустрічей: 3 зустрічі на тиждень по 1 годині.

Мета: Інтегрувати нові звички в повсякденне життя через рефлексію.

Вправа «Мій вибір». Проводити аналіз за питанням: *«Які 3 рішення сьогодні допомогли мені уникнути залежності?»*.

Тривалість в рамках зустрічі – 15 хвилин; вдома виконувати кожного дня по 15 хвилин.

Вправа «Створення «Інформаційного маніфесту». Створити 5 особистих правил щодо споживання відео контенту в соцмережах. Розмістити маніфест на видному місці.

Тривалість – 30 хвилин, індивідуальна робота.

Група підтримки «Цифровий баланс». Учасники діляться по 3-5 чоловік, створюють груповий чат, де щоп'ятниці діляться одним корисним ресурсом (наприклад: стаття про когнітивні спотворення) та одним особистим досягненням.

Тривалість – 2 зустрічі, 15 хвилин; виконувати кожної п'ятниці після закінчення програми.

Складові програми формування інформаційної гігієни підлітків

Блок	Вправи	Тривалість блоку
Блок 1: Аналіз інформаційних звичок	Лекція «Інформаційні звички» Вправа «Трекер активності» Вправа «Аналіз «пускових механізмів»» Рефлексія	3 години
Блок 2: Критичне сприйняття контенту	Вправа «5W+H» Техніка «Сліпий перегляд» Рефлексія	3 години
Блок 3. Формування альтернативних звичок	Вправа «Правило 20/20» Вправа «Контент-аудитор» Вправа «Техніка «Пауза перед кліком»» Рефлексія	3 години
Блок 4. Закріплення позитивного самоствавлення підлітків	Вправа «Мій вибір» Вправа «Створення «Інформаційного маніфесту»» Група підтримки «Цифровий баланс» Рефлексія	3 години

Оцінка ефективності програми

Впровадження програми формування інформаційної гігієни для підлітків має важливе значення для їхнього самосприйняття. Для визначення якості та ефективності програми необхідно постійно підтримувати зворотний зв'язок з боку учасників, який є обов'язковою складовою цього процесу. Враховуючи відгуки від учасників під час та після проведення програми можна визначити задоволеність учасників даною програмою, можна виявити труднощі, що виникали під час впровадження програми та змінювати методи, що використовувались в роботі.

Основним показником ефективності програми є повторне тестування учасників програми за допомогою методики Методика самоствавлення (С. Р.

Пантелєєв), для цього наведемо усереднені показники до програми та після програми (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Усереднені профілі показників «Методика самоствавлення» (С. Р. Пантелєєва)

	До впровадження	Після впровадження	Зміна
Відкритість	9,14	10,06	+0,92
Самовпевненість	9,27	10,00	+0,73
Самокерівництво	8,45	9,40	+0,95
Відзеркалений Я-образ	8,07	8,05	-0,02
Самоцінність	10,04	10,40	+0,36
Самоприйняття	11,01	12,07	+1,06
Самовідданість	9,02	10,04	+1,02
Конфліктність	9,26	6,12	-3,14
Самозвинувачення	10,05	9,45	-0,60

З наведених усереднених профілів ми можемо зробити висновок, про те, що майже за всіма показниками спостерігається покращення після впровадження програми в межах від +0,36 до +0,95; найбільше зростання спостерігається у таких аспектах як самосприйняття та самовідданість (+1,06 та +1,02 відповідно).

Значне зниження конфліктності (-3,14) свідчить про покращення міжособистісних відносин або внутрішнього стану, що є дуже позитивним результатом.

Відсутність змін у показнику "Відзеркалений оточуючими Я-образ" (-0,02) може свідчити про те, що сприйняття себе через призму інших залишилось стабільним.

Показник Самозвинувачення знизився на 0,60, що свідчить про зменшення схильності до самокритики і самозвинувачення після впровадження програми. Це також є позитивним результатом, який доповнює загальну картину покращення психологічного стану учасників.

Таким чином, всі показники демонструють позитивні зміни, крім "Відзеркаленого оточуючими Я-образу", який залишився стабільним. Це свідчить про ефективність програми у розвитку самоствердження та зниженні внутрішніх конфліктів.

Отже, аналіз свідчить про ефективність впровадженої програми, яка сприяла гармонізації самовідношення через зменшення полярних оцінок та розвиток інтегративних характеристик самості. Найбільш значні зміни спостерігаються у сфері самоцінності та конфліктності, що підтверджує гіпотезу про важливість роботи з емоційно-ціннісним компонентом самосвідомості.

Рекомендації для фахівців щодо підвищення та підтримки рівня інформаційної гігієни у підлітків як засобу гармонізації самосприйняття

Інформаційна гігієна є ключовим чинником формування гармонійного самосприйняття підлітків у сучасному інформаційному середовищі. Спеціалістам, які працюють із цією віковою категорією, варто враховувати особливості підліткового віку, зокрема високу вразливість до інформаційних маніпуляцій та залежності від цифрових технологій. Для ефективного підвищення рівня інформаційної гігієни рекомендується застосовувати комплексний підхід, що включає як навчання, так і підтримку безпосередньо у повсякденній поведінці.

По-перше, фахівцям слід акцентувати увагу на власному прикладі. Діти і підлітки наслідують поведінку дорослих, тому формування інформаційної гігієни має починатися з аналізу і контролю власних медіа споживчих звичок та способів критичного оцінювання інформації. Це означає, що спеціалісти мають демонструвати вміння фільтрувати джерела інформації, уникати фейків та маніпуляцій, а також пояснювати підліткам механізми цифрової дійсності і способи протидії маніпуляціям.

По-друге, навчання інформаційної гігієни має бути інтегроване у повсякденний освітній процес без застосування заборон чи примусів.

Важливо роз'яснювати підліткам, як працюють соціальні мережі, які види цифрових маніпуляцій існують, і як з ними боротися. Такий підхід формує не лише навички критичного мислення, а й усвідомлене ставлення до інформації, що сприяє зниженню інформаційної залежності.

По-третє, рекомендується впроваджувати тренінги та інтерактивні заняття, які допомагають підліткам розпізнавати фейки, пропаганду, джінсу та інші форми дезінформації. Практичні вправи, обговорення реальних прикладів та спільний аналіз інформаційних повідомлень сприяють формуванню медіаграмотності і підвищують здатність до самоконтролю в інформаційному просторі.

По-третє, рекомендується впроваджувати тренінги та інтерактивні заняття, які допомагають підліткам розпізнавати фейки, пропаганду, джінсу та інші форми дезінформації. Практичні вправи, обговорення реальних прикладів та спільний аналіз інформаційних повідомлень сприяють формуванню медіаграмотності і підвищують здатність до самоконтролю в інформаційному просторі.

Підсумовуючи, фахівцям слід:

- бути прикладом інформаційної гігієни у власній поведінці;
- навчати підлітків критично ставитися до інформації, не застосовуючи заборон;
- впроваджувати інтерактивні методи навчання для розвитку медіаграмотності;
- створювати умови для психологічного комфорту і відкритого спілкування.

Такий системний підхід сприятиме не лише підвищенню рівня інформаційної гігієни, а й гармонізації самосприйняття підлітків, що є важливим чинником їхнього особистісного розвитку та соціальної адаптації в сучасному світі

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було всебічно розглянуто теоретичні та практичні аспекти формування навичок інформаційної гігієни в соціальних мережах як ефективного засобу гармонізації самосприйняття підлітків, на основі чого було розроблено програму формування інформаційної гігієни у підлітків:

1. Обґрунтовано, що інформаційна гігієна є складною міждисциплінарною категорією, яка охоплює не лише навички критичного мислення та цифрової безпеки, а й формування стійкості до інформаційних впливів, що особливо актуально в підлітковому віці. Саме в цей період відбувається активне становлення самоставлення, а отже, підлітки є вразливою групою до негативних впливів цифрового середовища.

2. Доведено, що цілеспрямовані програми розвитку інформаційної гігієни, побудовані на сучасних психолого-педагогічних технологіях, здатні не лише підвищити рівень медіаграмотності підлітків, а й сприяти гармонізації їхнього самосприйняття, розвитку особистісної автономії та відповідального ставлення до власної інформаційної поведінки. Особливої ефективності набувають інтерактивні та тренінгові формати, що поєднують теоретичні знання із практичними навичками аналізу, саморефлексії та комунікації.

3. Розроблена програма є цілісною та структурованою, враховує вікові та психологічні особливості підлітків, а також специфіку використання соціальних мереж. Її змістове наповнення спрямоване на формування у підлітків здатності розпізнавати маніпуляції, фейки, протидіяти кібербулінгу, а також формувати здорові цифрові звички та позитивне самосприйняття.

Впровадження програм формування навичок інформаційної гігієни є дієвим інструментом не лише профілактики негативних інформаційних впливів, а й гармонізації самосприйняття підлітків. Подальший розвиток таких програм має ґрунтуватися на принципах інклюзивності, інтеграції психолого-педагогічних та медіаосвітніх компонентів, а також постійному оновленні відповідно до динаміки інформаційного середовища.

ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи було комплексно досліджено вплив візуального контенту соціальних мереж на формування самосприйняття підлітків. Теоретичний аналіз сучасних наукових джерел дозволив встановити, що підлітковий вік є критичним періодом для становлення самосвідомості, самооцінки та Я-концепції, а соціальні мережі, зокрема їхній візуальний контент, виступають одним із провідних факторів соціалізації та самопізнання сучасної молоді.

Підлітковий вік є періодом інтенсивного формування Я-концепції, самооцінки та ідентичності. Соціальні мережі, завдяки своїй візуальній складовій, стають важливим середовищем соціалізації, де підлітки шукають підтвердження власної цінності, належності до групи та соціального визнання. Візуальний контент у вигляді фотографій, відео, мемів, інфографіки та інших мультимедійних форматів виконує роль своєрідного «дзеркала», у якому підлітки відображають і конструюють власне самосприйняття. Водночас цей контент часто презентує ідеалізовані або маніпулятивний контент, що створює нереалістичні стандарти краси, успіху та соціальної привабливості.

Емпіричні дані свідчать, що надмірне або некритичне споживання візуального контенту соціальних мереж може призводити до заниженої самооцінки, формування дисморфічних уявлень про власне тіло, підвищеної тривожності, депресивних настроїв та соціальної ізоляції. Особливо вразливими є підлітки, які не мають достатнього рівня інформаційної гігієни та критичного мислення, що ускладнює їхню здатність усвідомлено сприймати і аналізувати отриману інформацію. Водночас соціальні мережі задовольняють важливі потреби підлітків у спілкуванні, самоствердженні, приналежності до спільноти, що робить їх вплив неоднозначним.

Результати дослідження підкреслюють необхідність впровадження програм з формування навичок інформаційної гігієни, які б допомогли

підліткам розвивати критичне ставлення до візуального контенту, розпізнавати маніпуляції, фейки, а також формувати здорове самосприйняття. Такий підхід сприяє не лише зниженню ризиків психологічних порушень, а й розвитку особистісної автономії та відповідальності у цифровому середовищі. Практичне застосування цих програм у школах, позашкільних закладах та психологічних службах може стати дієвим інструментом профілактики негативних наслідків впливу соціальних мереж.

На основі отриманих результатів рекомендується:

- Розробляти комплексні освітні програми, що інтегрують психолого-педагогічні та медіаосвітні компоненти для формування у підлітків навичок критичного сприйняття візуального контенту.
- Підвищувати кваліфікацію педагогів, психологів та батьків щодо особливостей впливу соціальних мереж на підліткову психіку.
- Проводити моніторингові дослідження для відстеження змін у споживанні візуального контенту та його впливі на самосприйняття підлітків.
- Активно залучати підлітків до створення власного контенту, що сприятиме розвитку їхньої творчості, самовираження та формуванню позитивного образу Я.

Подальші наукові розвідки мають бути спрямовані на вивчення механізмів психологічної резильєнтності підлітків у цифровому середовищі, а також на розробку інноваційних методик підтримки їхнього психічного здоров'я з урахуванням динамічних змін у медіапросторі.

Таким чином, проведена робота підтверджує, що візуальний контент соціальних мереж є потужним фактором формування самосприйняття підлітків, який може як сприяти їхньому особистісному розвитку, так і створювати значні психологічні виклики. Системний підхід до формування медіаграмотності та інформаційної гігієни є ключовим для забезпечення гармонійного розвитку молодого покоління в умовах цифрового світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамюк Д. Самооцінка підлітка як проблема вікової психології. Науковий простір студента : пошуки і знахідки (ч. 1) : матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної студентської інтернет-конференції : збірник тез. Київ: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2021. 317 с.
2. Бамбурак Н. М. Поняття «Я-концепції» особистості у вітчизняній і зарубіжній психологічній літературі. Проблеми загальної та педагогічної психології: збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. 2009. № XI, ч. 6. С. 12–20.
3. Борисова О. М. Особливості розвитку самосприйняття у підлітковому віці. Аперцепція та психологія : матеріали наукової конференції. Одеса, 2019. С. 120-122.
4. Будянський М.Ф. Аперцептивні процеси в психології розвитку. 5 т. Харків: Психологічна наука, 2019. С. 106
5. Варій М.Й. Психологія: навч.пос. вид. 2-ге. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 288 с.
6. Використання соціальних мереж підлітками: потенційний вплив на психіку і поведінку | Психосоматична медицина та загальна практика. *Психосоматична медицина та загальна практика*. URL: <https://uk.e-medjournal.com/index.php/psp/article/view/473> (дата звернення: 12.05.2025).
7. Власова В. Г. Відеоконтент як ефективний засіб естетичного виховання учнівської молоді. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/736206/1/В.Г.%20Власова%20Відеоконтент%20як%20ефект.%20засіб%20естет.%20виховання%20учнівської%20молоді.pdf>.
8. Вплив соціальних мереж на підлітків (з виступу перед батьківською громадою та вчителями). *Запорізька спеціалізована школа з поглибленим вивченням іноземної мови №7*.

URL: https://school7.zp.ua/psychology_parents/806-vpliv-socalnih-merezh-na-pdltkv.html (дата звернення: 13.05.2025).

9. Вплив соціальних мереж на сучасну молодь. *Український соціологічний портал*.

URL: <https://usp-ltd.org/vplyv-sotsialnykh-merezh-na-suchasnu-molod/> (дата звернення: 12.05.2025).

10. Гончарова Н. В., Ткаченко Л. В. Розвиток самосприйняття у дітей та підлітків: теорія і практика : навчальний посібник. Одеса: ОДУ, 2017. 250 с.

11. Гречаник О. В. Вплив соціальних факторів на самосприйняття підлітків. Журнал дитячої психології. 2017. № 6. С. 25-29.

12. Гречановська О. В., Мегем О. М., Потапюк Л. М. Вплив соціальних мереж на психологічний стан та самооцінку української молоді. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Психологія*. Том 34 (73)б №4, 2023, с. 60-66. URL: https://psych.vernadskyjournals.in.ua/journal/4_2023/11.pdf.

13. Грись А. «Я-образ» як психологічний чинник соціальної дезадаптації особистості. К.: Соціальна психологія. 2005. №6. 67 с.

14. Гуменюк О.Є. Психологія Я-концепції. Тернопіль: «Економічна думка», 2004. 310 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/7202/1/%D0%9E%D0%BA_97%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B0_%D0%AF%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B0_2004.pdf (дата звернення 01.05.2025).

15. Закон України "Про освіту". Київ: Верховна Рада України. 2017. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>

16. Іванов Р. 8 найпоширеніших проблем з ментальним здоров'ям підлітків, про які повинні знати батьки. 2021, червень. URL: <https://neuroflex.ua/blog/teenagers-mental-health/>

17. Інфогігієна та медіаграмотність для школярів: граємо та навчаємо. *Інститут* *Республіка*.

URL: <https://inrespublica.org.ua/aktyvna-hromada/infogigiyena-ta-mediagramotnis-t-dlya-shkolyariv-grayemo-ta-navchayemo.html> (дата звернення: 14.05.2025).

18. Калюжна Є.М., Дудко А.О. Психологічні особливості формування Я-концепції у старшому шкільному віці. Актуальні проблеми педагогіки, психології та професійної освіти. Харків: ХНПУ, 2016. Вип. 1 С. 3–9. URL: <http://journals.urau.ua/appfpo/article/view/59868> (дата звернення 02.05.2025).

19. Качинська А. В. Чинники впливу на розвиток самоставлення у підлітковому віці. *Освіта та розвиток обдарованої особистості. Наука практиці*. №8-89 (15-16), 2013, с. 105-107.

20. Климова Н.В. Каталог наукових праць з проблем психології самосприйняття. Харків: Психологічна наука, 2017. 250 с.

21. Кононович Д. О. Щодо питання про критичне сприйняття молоддю інформації в Інтернеті. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка: Педагогічні науки. 2020. №7 (338). С.16-24.

22. Контент – що це: види та типи контенту, стратегія створення- Ukrainian Digital Community. *Ukrainian Digital Community*. URL: <https://ukrainiandigital.com/kontent-shcho-tse-vydy-ta-typy-kontentu-strateh-ii-a-storennia/> (дата звернення: 01.05.2025).

23. Крутько С. В. Психологічні особливості професійної Я-концепції особистості. Вісник ПУДПУ імені К. Д. Ушинського. 2013. Вип. 3-4. С. 89–94.

24. Кузнецова О. А. Самовідношення, самосприйняття, самопізнання, як передумови морального самовизначення. Наукові праці. Том 50. Випуск 37. URL:

<https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpraci/pedagogika/2006/50-37-7.pdf>

25. Лучинкіна А. Аналіз когнітивно-інструментальної складової інтернет-соціалізації. Вісник післядипломної освіти. 2012. Вип. 7. С. 312–318. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vpo_2012_7_45 (дата звернення: 12.05.2025)
26. Майструк В. М. Самоприйняття як чинник психологічного благополуччя сучасної жінки : дис. на здобуття наук. ступеня канд. психологічних наук. Луцьк, 2018. 197 с.
27. Майструк В. М. Самоприйняття як чинник психологічного благополуччя сучасної жінки: дис.. Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, 2018, 197 с.
28. Майструк В. М. Теоретична модель само прийняття як чинника психологічного благополуччя сучасної жінки. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. №5, 2017, с. 94-103. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/7532/1/11.pdf> (дата звернення: 07.05.2025).
29. Марченко О. С. Вплив соціальних мереж на самооцінку підлітків. С. 444-446. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/7e8e11cd-5e73-4ec2-987f-4eb2a2bc2245/content>.
30. Ми у світі інформації: навч.-метод. посіб. : За заг. ред. Т.Д.Іщенко, М.П.Хоменка. Київ: Науково-методичний центр ФПО, 2022. 76 стор.
31. Панченко О. І. Підліткове самосприйняття: дослідження психологічних аспектів : навчальний посібник. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 220 с.
32. Патент на винахід у галузі психології самосприйняття. № UA 123456. Київ, 2018.
33. Педорич А. Інформаційна гігієна як складова здорового способу життя. URL: <https://visnyk.chnpu.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/717>
34. Петров С.І., Коваленко Л.В. Збірник архівних матеріалів з психології розвитку підлітків. Київ: 2012.
35. Поліковська Ю. В Україні запустили «Сімейний курс» з інформаційної гігієни. *ms.detector.media*.

URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/32987/2023-09-19-v-ukraini-zap-ustyly-simeynyy-kurs-z-informatsiynoi-gigiieny/> (дата звернення: 15.05.2025).

36. Прикладні аспекти діяльності психологів та соціальних працівників в соціономічній сфері : колективна монографія / Н. В. Волинець, С. М. Кондратюк, Л. В. Левицька, О. С. Ковтун та ін. ; за ред. Н. В. Волинець. Київ : Університет «Україна», 2023. 544 с.

37. Програма «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність» . URL: <https://mon.gov.ua/ministerstvo-2/diyalnist/mizhnarodna-spivpratsya-2/spivpratsya-z-mizhnarodnimi-organizatsiyami/rada-mizhnarodnikh-naukovikh-doslidzhen-ta-obminiv-irex/programa-vivchay-ta-rozriznyay-infomediyna-gramotnist> (дата звернення: 15.05.2025).

38. Романенко В. Вплив соціальних мереж на підліткову депресію. 2024, липень. URL: <https://mignews.com.ua/zdorove/vplyv-soczialnyh-merezh-na-pidlitkovu-depresiyu.html>

39. Руденко В. М., Руденко Н. М. Математичні методи в психології: підручник. Київ: Академвидав, 2009. 384 с.

40. Рудь О. В. Інформаційна гігієна та медіаосвіта: що нового в умовах воєнного часу. Навчально-методичний посібник. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 44 с.

41. Смітанка В. Психологічний аналіз самооцінки у наукових дослідженнях зарубіжних та вітчизняних вчених. Наука. Освіта. Молодь : збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. 2016. Ч. 2. С. 168-170.

42. Соколова, І. М., Шайхлісламов, З. Р., & Горбенко, В. Ю. (2022). ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ САМОСТАВЛЕННЯ В СТУДЕНТІВ-ПСИХОЛОГІВ. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Психологія, (4), 118-123. <https://doi.org/10.32782/psy-visnyk/2021.4.23>.

43. Соціальне порівняння як джерело я-концепції. *Stud.*
URL: https://stud.com.ua/148069/psihologiya/sotsialne_porivnyannya_dzherelo_kontseptsiyi (дата звернення: 06.05.2025).

44. Соціальне порівняння. *LibreTexts* - *Ukrayinska.*
URL: [https://ukrayinska.libretexts.org/Соціальні_науки/Психологія/Карта:_Разом_-_Наука_соціальної_психології_\(НОВА\)/03:_ГРУПИ_ТА_ГРУПОВІ_ПРОЦЕСИ/3.04:_Соціальне_порівняння](https://ukrayinska.libretexts.org/Соціальні_науки/Психологія/Карта:_Разом_-_Наука_соціальної_психології_(НОВА)/03:_ГРУПИ_ТА_ГРУПОВІ_ПРОЦЕСИ/3.04:_Соціальне_порівняння) (дата звернення: 06.05.2025).

45. Соціальні мережі та їх вплив на молодь. URL: <https://porogy.zp.ua/2024/12/sotsialni-merezhi-ta-yih-vplyv-na-molod/> (дата звернення: 11.05.2025).

46. Стрільчук О. В. Якісне дослідження типів інтернет-медіакультури підлітків та соціально-психологічних механізмів їх формування. *Теорія і практика сучасної психології*. №4, Т.1, 2019, с. 140-146.

47. Тест самоствалення. URL: https://www.eztests.xyz/tests/personality_panteleyev/

48. ТОП соціальних мереж - Wizeclub Education. *Wizeclub Education.*
URL: <https://wizeclub.education/blog/top-sotsialnih-merezh/> (дата звернення: 11.05.2025).

49. Тріщук Р. Л. Візуальний контент у соціальних мережах. *Технологія і техніка друкарства*. 2022, №3 (77), с. 73-81. URL: <https://ttdruk.vpi.kpi.ua/article/view/273829>.

50. Халамендик В. Б. Інформаційна гігієна як фактор збереження психічного здоров'я людини. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2008. Вип. 35. С. 83–91.

51. Цілісний підхід у психології та соціальній роботі: теорія та практика : Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю (24 лютого 2023 року, м. Кропивницький). Кропивницький, 2023.

52. Чому українські підлітки споживають російський контент і що можна запропонувати натомість – на прикладі проєкту «Колайдер». *Нова українська школа* / Веб-ресурс НУШ.

URL: <https://nus.org.ua/2024/02/07/chomu-ukrayinski-pidlitky-spozhyvayut-rosijskyj-kontent-i-shho-mozhna-zaproponuvaty-natomist-na-prykladi-proyektu-kolajder/> (дата звернення: 03.05.2025).

53. Шуляк Н. О. Інформаційна гігієна в системі стратегічних комунікацій України: дис. на здобуття наук. ступ. Доктора філософії. Волинський національний університет ім. Лесі Українки. Луцьк, 2024.

54. Як навчити дітей інформаційної гігієни: поради спеціалістки. URL: <https://vseosvita.ua/c/news/post/42760> (13.05.2025).

55. Як соціальні мережі впливають на психіку дітей та підлітків. *Інформаційний портал MozOk.ua | Доступно про складні хвороби*. URL: <https://mozok.ua/anxietydisorder/article/3795-yak-sotcaln-merezh-vplivayut-na-psihku-dtej-ta-pdltkv> (дата звернення: 12.05.2025).

56. Bem, D. J. (1967). Self-perception: An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena. *Psychological Review*, 74(3), 183–200. URL: <https://doi.org/10.1037/h0024835>

57. Cooley, C. H. (1902). *Human Nature and the Social Order*. New York: Scribner's. URL: https://brocku.ca/MeadProject/Cooley/Cooley_1902/Cooley_1902f.html

58. Huntington, Charlie. Self-Perception: Definition, Theory, & Questions. URL: <https://www.berkeleywellbeing.com/self-perception.html>.

59. John, O. P., & Robins, R. W. (1994). Accuracy and bias in self-perception: Individual differences in self-enhancement and the role of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(1), 206-219. URL: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.66.1.206>

60. Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427–1438.

61. Rodrigues, S., Pontes, F. and Pedroso, J. Do Self-Concepts and Significant Other Concepts Predict Health-Related Quality of Life? 2015.

Psychology, 6. pp. 1625- 1628. URL:
<https://pdfs.semanticscholar.org/59ba/3d59e5ed09a31944a5e8042af7ad16a54bf2.pdf>. (дата звернення 03.05.2025).

62. Shepard L. A. Self-acceptance: The evaluative component of the selfconcept construct / L. A. Shepard // American Educational Research Journal. 1978. Vol. 16, issue 2. P. 139–160.

63. SyntHeim. The Evolution of Social Networking: A Historical Overview. URL:
<https://www.linkedin.com/pulse/evolution-social-networkinghistorical-overview-digital-landscape-tf5ac/> (дата звернення: 08.05.2025).

64. Taylor B., Shelley E., Brown, Jonathon D. Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health. Psychological Bulletin, Vol 103(2), Mar 1988, 193-210. URL: <https://psycnet.apa.org/buy/1988-16903-001>

65. Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. Journal of Computer-Mediated Communication, 16(2), 200–209.

66. Wojciszke B. Morality and competence in person- and self-perception. Pages 155-188 | Published online: 04 Mar 2011. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10463280500229619>

67. YouTube: проблеми і рекомендації, що дивитися дітям - Місто. Місто. URL: <https://mi100.info/2025/02/25/youtube-problemy-i-rekomendacziyi-shho-dyvytysya-dityam/> (дата звернення: 09.05.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Відповіді респондентів на авторський анкетний опитувальник привабливості відео матеріалів соціальних мереж

№ з/п	Кохання	Соціальні проблеми	Політика	Пізнавальний контент	Спорт	Розваги	Культура	Подорожі	Розквісне життя
-------	---------	--------------------	----------	----------------------	-------	---------	----------	----------	-----------------

.	4	4	4	1	9	10	5	5	5
.	3	4	3	1	8	9	5	5	7
.	2	0	3	4	10	8	6	6	5
.	4	2	0	3	10	10	6	7	5
.	1	2	1	2	8	10	7	6	7
.	4	3	1	4	9	9	5	5	6
.	0	0	4	3	10	8	6	7	7
.	4	1	3	3	8	10	7	6	5
.	4	1	2	1	9	10	7	7	5
0.	3	2	2	1	9	9	6	5	6
1.	2	3	2	5	10	9	6	5	7
2.	3	0	3	7	8	8	5	7	7
3.	2	1	1	6	8	8	6	6	5
4.	2	2	1	7	9	10	7	5	5
5.	3	4	0	6	10	10	7	7	7
6.	4	3	3	5	8	9	5	7	6
7.	4	3	3	5	9	9	5	6	6
8.	3	2	4	6	10	10	6	5	5
9.	5	1	4	5	10	8	7	5	7
0.	7	1	2	5	9	9	6	7	7
1.	7	2	2	7	8	9	7	6	7
2.	5	2	3	7	8	10	6	6	6
3.	5	3	1	5	10	1	5	6	5
4.	7	3	1	6	10	2	7	5	5
5.	6	4	2	6	9	4	6	7	5
6.	7	4	2	7	5	3	5	7	6
7.	6	3	3	5	7	3	7	5	7
8.	5	3	4	5	7	3	7	5	5
9.	7	4	4	6	6	2	8	7	6
0.	5	3	3	6	7	1	10	5	5
1.	7	5	3	7	5	4	9	5	7
2.	7	6	2	7	7	0	9	6	7
3.	5	7	5	5	5	5	10	5	7
4.	6	7	7	6	7	6	8	7	5
5.	6	6	6	7	6	7	8	7	7
6.	7	5	7	5	5	5	10	5	8
7.	7	5	7	6	6	5	9	5	10
8.	5	6	5	5	7	6	9	7	9
9.	5	7	5	7	5	7	8	6	10
0.	7	7	6	5	5	7	10	5	10
1.	6	7	7	6	5	6	9	5	8

2.	5	6	6	7	7	6	10	5	8
3.	7	5	8	5	5	5	8	7	9
4.	5	5	9	5	5	5	9	5	10
5.	6	6	9	7	7	7	10	5	9
6.	7	6	10	6	5	5	0	8	8
7.	7	7	9	5	5	6	1	10	8
8.	6	6	10	5	6	7	4	9	10
9.	5	5	8	6	6	6	4	10	9
0.	5	5	8	7	7	6	3	8	8
1.	8	5	10	5	6	7	2	10	8
2.	9	6	10	6	6	5	2	9	10
3.	9	7	9	7	5	5	4	8	9
4.	10	5	9	5	7	7	3	8	8
5.	9	7	10	5	7	7	3	10	9
6.	8	5	10	8	1	6	4	0	10
7.	10	6	8	7	2	6	3	2	10
8.	10	7	8	8	3	6	3	4	10
9.	8	8	10	7	4	5	4	4	8
0.	9	9	10	7	3	5	4	3	9
1.	9	10	8	8	3	7	2	3	9
2.	10	9	8	7	2	6	2	3	10
3.	8	9	9	7	3	7	1	2	9
4.	8	8	10	9	2	5	3	4	8
5.	10	8	8	9	2	7	4	4	8
6.	9	10	8	10	4	5	4	4	2
7.	10	9	9	10	4	7	3	3	3
8.	10	9	10	7	3	5	3	2	4
9.	8	10	10	8	2	6	2	2	4
0.	9	10	8	8	1	7	2	3	4

Додаток Б

Відповіді респондентів на Методику дослідження самоствавлення (С.

Р. Пантелєєв)

№ з/п	Відкритість	Самовпевненість	Самокерівництво	Відзеркалений образ «Я»	Самоцінність	Самоприйняття	Самовідданість	Конфліктність	Самозвинування
1.	4	12	4	12	12	12	5	5	13
2.	4	11	4	11	13	13	6	6	14
3.	2	10	2	5	14	13	7	5	15

4.	2	9	3	6	14	14	8	5	15
5.	5	8	3	7	13	14	10	7	15
6.	6	8	4	8	12	15	11	8	13
7.	7	7	2	9	12	13	11	10	14
8.	7	6	2	12	15	13	5	9	15
9.	8	5	4	12	15	12	5	9	13
10.	9	4	2	11	14	15	7	5	15
11.	10	4	3	10	13	15	7	6	15
12.	11	3	3	10	14	15	6	5	14
13.	12	2	2	9	15	13	5	6	13
14.	9	2	4	5	13	14	11	6	15
15.	9	1	4	6	13	14	10	10	15
16.	8	3	12	8	14	12	9	11	14
17.	7	4	13	8	13	13	9	9	14
18.	8	4	14	7	13	13	8	9	13
19.	8	3	14	7	12	14	7	8	14
20.	9	2	13	7	14	15	9	7	14
21.	9	10	12	4	12	15	9	7	15
22.	10	9	14	4	12	12	8	5	13
23.	10	8	14	3	13	12	8	12	13
24.	9	7	15	2	14	12	5	13	15
25.	7	6	15	4	15	12	5	14	14
26.	8	6	13	4	13	14	6	15	14
27.	8	7	14	2	12	15	7	15	14
28.	7	8	14	2	14	14	8	14	13
29.	9	8	13	3	12	13	14	13	13
30.	9	7	12	4	14	13	15	12	12
31.	10	10	12	4	12	14	15	14	12
32.	10	12	14	3	5	15	12	15	14
33.	11	13	15	2	6	15	13	15	15
34.	11	15	13	7	4	5	13	13	5
35.	9	14	15	8	2	5	14	14	4
36.	9	14	12	9	3	6	15	14	10
37.	10	13	12	9	4	7	15	14	11
38.	8	14	15	10	4	8	13	15	11
39.	8	12	14	11	3	7	12	15	10
40.	7	13	13	10	4	8	13	13	9
41.	6	12	14	13	2	11	14	13	8
42.	5	12	5	14	2	10	15	14	7
43.	13	13	6	15	4	11	15	15	6
44.	13	14	7	13	2	8	15	13	6

45.	14	14	8	14	2	3	14	14	5
46.	15	13	10	14	11	3	14	14	7
47.	15	12	11	13	10	4	13	13	9
48.	13	12	10	15	9	2	13	13	9
49.	14	15	9	15	8	4	14	14	8
50.	14	15	8	15	8	3	14	15	8
51.	15	15	8	13	6	4	14	15	8
52.	15	13	7	12	5	2	14	14	10
53.	13	14	6	12	6	4	14	15	10
54.	15	14	5	13	5	4	13	15	8
55.	14	13	7	14	5	3	13	13	8
56.	14	14	6	14	6	11	4	14	9
57.	14	13	6	15	9	10	4	3	9
58.	15	14	7	14	9	8	4	2	9
59.	15	12	5	13	10	9	3	4	10
60.	13	12	5	12	11	6	2	3	7
61.	13	13	9	15	12	6	4	2	7
62.	15	14	9	15	10	5	3	3	4
63.	14	14	8	13	6	5	2	3	3
64.	15	15	7	13	6	7	2	2	4
65.	15	13	6	14	7	8	4	4	2
66.	14	14	5	14	8	8	3	3	3
67.	14	15	7	13	9	6	2	2	4
68.	13	15	6	14	10	9	13	2	4
69.	14	15	5	13	6	10	15	3	3
70.	14	15	9	14	9	10	14	2	2

Додаток В

**Питання до авторського опитувальника привабливості
тематичного відео матеріалу соцмереж**

Інструкція:

Оцініть кожне твердження за шкалою від 1 до 5, де:

1 — зовсім не погоджуюсь

2 — скоріше не погоджуюсь

3 — важко сказати

4 — скоріше погоджуюсь

5 — повністю погоджуюсь

1. Кохання

1) Образи кохання у соцмережах здаються мені привабливими і надихаючими.

2) Мені подобається переглядати романтичні пости та фотографії у соцмережах.

2. Соціальні проблеми

1) Тематичні образи, що висвітлюють соціальні проблеми, привертають мою увагу.

2) Мені здається, що такі образи допомагають краще розуміти важливі суспільні питання.

3. Політика

1) Політичні образи у соцмережах викликають у мене інтерес і спонукають до роздумів.

2) Мені подобається слідкувати за профілями, які висвітлюють політичні теми.

4. Пізнавальний контент

1) Образи, пов'язані із пізнанням нового у світі, здаються мені мотивуючими і привабливими.

2) Я звертаю увагу на профілі, які пропагують особистісне зростання, пізнання нового та навчання.

5. Спорт

1) Спортивні образи у соцмережах надихають мене вести активний спосіб життя.

2) Мені подобається переглядати профілі спортсменів та спортивні пости.

6. Розваги

1) Образи розваг і веселощів у соцмережах приваблюють мене.

2) Я часто переглядаю розважальний контент, щоб покращити настрій.

7. Культура

1) Культурні образи (мистецтво, музика, література) у соцмережах мені цікаві і привабливі.

2) Мені подобається слідкувати за профілями, які висвітлюють культурні події.

8. Подорожі

1) Образи подорожей у соцмережах надихають мене на нові пригоди.

2) Я звертаю увагу на профілі, які діляться цікавими місцями та враженнями.

9. Розкішне життя

1) Образи розкішного життя у соцмережах здаються мені привабливими і захопливими.

2) Мені подобається переглядати профілі, що демонструють стиль життя з високим рівнем комфорту.