

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ,  
ІСТОРІЇ ТА СОЦІОЛОГІЇ  
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ

САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ПІДЛІТКІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Кваліфікаційна робота (проект)  
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: здобувачка 2 курсу 232 Мз групи  
Спеціальності 053 Психологія  
Заочної форми навчання  
Освітньо-професійної програми «Психологія»  
Христина Білошицька  
Науковий керівник: к. психол.н., доцентка  
Білоус Р.М.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ЯВИЩА САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ПІДЛІТКІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	7
1.1 Загальна характеристика самопрезентації підлітків у науково- психологічній літературі.....	7
1.2. Соціально-психологічні особливості спілкування підлітків в соціальних мережах.....	11
1.3 Соціально-психологічні аспекти самопрезентації підлітків в онлайн- середовищі.....	23
Висновки до першого розділу .....	32
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ПІДЛІТКІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	34
2.1 Характеристика вибірки та методів дослідження психологічних аспектів самопрезентації підлітків у соціальних мережах.....	34
2.2. Психологічний аналіз дослідження, опис результатів .....	40
Висновки до другого розділу.....	53
ВИСНОВКИ .....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	57
ДОДАТКИ .....	62

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Самопрезентація – це процес, під час якого індивід свідомо формує та представляє певний образ себе перед іншими людьми. У підлітковому віці цей процес є особливо важливим, оскільки саме в цей період відбувається активне формування самосвідомості, власної ідентичності та соціальних зв'язків. Соціальні мережі сьогодні є одним з основних інструментів, за допомогою яких підлітки представляють себе перед своїм оточенням. Вони створюють онлайн-персони, формують свої профілі та взаємодіють з іншими, впливаючи на сприйняття себе і на власну самосвідомість.

Дослідження феномену самопрезентації підлітків у соціальних мережах є надзвичайно актуальним у сучасному світі. Соціальні медіа стали інтегральною частиною життя підлітків, надаючи їм можливість постійно взаємодіяти з великою кількістю людей, що робить їхню самопрезентацію більш складною та багатогранною. Оскільки підлітковий вік характеризується пошуком свого місця в суспільстві та встановленням власної ідентичності, соціальні мережі стають основним простором для цієї діяльності. З огляду на їхній вплив на самооцінку та поведінку підлітків, вивчення цих процесів є важливим для психологічного розуміння формування особистості.

Крім того, в умовах зростання популярності соціальних мереж, такі платформи, як Instagram, ТікТок та Facebook, стають не лише засобами комунікації, а й важливими каналами для соціального підтвердження та формування самооцінки. Підлітки часто використовують ці платформи для демонстрації своїх досягнень, фізичних характеристик чи інших аспектів, які вони вважають важливими для суспільного визнання. Дослідження того, як соціальні мережі впливають на процеси самопрезентації, дозволить краще зрозуміти, які ризики та можливості надає цей онлайн-простір для молодих людей.

Таким чином, актуальність дослідження полягає не лише у психологічних

аспектах, але й у соціально-культурному контексті, в якому живуть сучасні підлітки. Важливо вивчити, як змінилися їхні взаємини із собою та оточенням через активну участь у соціальних мережах, і які виклики це ставить перед педагогами, батьками та психологами.

Актуальні психологічні дослідження феномену самопрезентації особистості, його структури та компонентів, представлені в працях І. Гоффмана, Е.Джонса, Б. Шленкера й А. Шутцата, Е. Михайлової. Також проблему психологічних особливостей самопрезентації особистості в соціальному середовищі досліджували такі вчені як Є. Бакушина, А. Жичкіна, Д. Погонцева, О. Капустюк, Баррі Шленкер досліджував, як люди управляють враженням, яке вони справляють на інших, особливо коли їхнє реальне «я» не відповідає ідеалізованому образу. Він також вивчав мотивації і тактики самопрезентації.

**Метою дослідження** є вивчення психологічних аспектів самопрезентації підлітків у соціальних мережах, зокрема, виявлення основних мотивів, які використовуються для створення образу особистості у віртуальному просторі.

Мета дослідження передбачає виконання таких **завдань, як:**

- 1) розкрити суть самопрезентації підлітків у науково-психологічній літературі;
- 2) проаналізувати соціально-психологічні особливості спілкування підлітків в соціальних мережах;
- 3) визначити психологічні аспекти самопрезентації підлітків;
- 4) провести емпіричне дослідження самопрезентації підлітків у соціальних мережах;
- 5) здійснити психологічний аналіз дослідження, опис результатів.

**Об'єктом дослідження** є процес самопрезентації підлітків у соціальних мережах.

**Предметом дослідження** є особливості самопрезентації підлітків, зокрема, використання тактик самопрезентації у соціальних мережах, їхні мотиви, психологічні наслідки для самооцінки та взаємодії з іншими, а також

гендерні відмінності у цих процесах.

**Для проведення даного дослідження використано такі методи:** теоретичні методи – аналіз літературних джерел; емпіричні – спостереження, анкетування та тестування, а саме анкетування – основний метод збору даних про самопрезентацію підлітків у соціальних мережах. Анкета розроблена спеціально для даного дослідження та містить запитання, що охоплюють різні аспекти поведінки підлітків в соціальних мережах, мотиви та ставлення до самопрезентації. Другий метод – методика О. Сидоренко, що доповнює модель стратегій самопрезентації Є. Джонса, акцентує увагу на розширенні теоретичних засад самопрезентації в соціальних мережах. Анкетування проведено за допомогою Google Forms, що забезпечило анонімність відповідей. Методика «Шкала виміру тактик самопрезентації» (автори С. Лі та Б. Куїглі) – використана для визначення домінуючих тактик самопрезентації підлітків у соціальних мережах. Ця методика дозволяє дослідити, які стратегії використовують респонденти для створення свого образу в онлайн-просторі; кількісні та якісні методи аналізу даних – для обробки та інтерпретації результатів анкетування. Кількісний аналіз дозволить отримати статистичні дані щодо поширеності певних тактик та стратегій самопрезентації, а якісний аналіз надасть можливість глибше зрозуміти мотиви та наслідки самопрезентації для підлітків; математично-статистичні методи використані для аналізу, обробки та перевірки достовірності отриманих даних, а також для виявлення статистично значущих взаємозв'язків у результатах дослідження.

**Наукова новизна** полягає в тому, що дане дослідження розкриває аспекти психологічної самопрезентації підлітків у соціальних мережах. На основі емпіричних даних було встановлено взаємозв'язок між тактиками самопрезентації і соціально-психологічними особливостями поведінки підлітків, а також їх мотивацією щодо використання різних соціальних мереж.

**Практичне значення результатів та рекомендації.** Практичне значення полягає у можливості використання результатів дослідження для розробки психологічних рекомендацій батькам, педагогам, а також підліткам, що

стосуються ефективної та безпечної самопрезентації в інтернет-просторі.

Результати цього дослідження можуть бути корисними для педагогів, психологів та батьків, які прагнуть глибше зрозуміти вплив соціальних медіа на самопрезентацію та самооцінку підлітків. Рекомендовано використовувати ці дані для розробки освітніх програм, що сприяють розвитку здорового ставлення до соціальних мереж і формуванню стійкої самооцінки. Також матеріали дослідження можуть стати основою для проведення тренінгів та бесід з підлітками щодо безпечного використання цифрових платформ.

**Апробація результатів дослідження** здійснена у статті «Психологічні аспекти спілкування підлітків в соціальних мережах» в електронному альманаху «Магістерські студії» (Випуск XXIV, листопад 2024 р.).

**База дослідження:** Ліцей №20, м. Івано-Франківськ, вік респондентів: 13-15 років. Загальна кількість респондентів: 136 осіб (89 дівчат та 47 хлопців). середній вік: 14 років.

**Структура кваліфікаційної роботи.** Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел (51 найменування), 8 додатків, 7 таблиць, 14 рисунків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 55 сторінок.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ЯВИЩА САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ПІДЛІТКІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

### 1.1 Загальна характеристика самопрезентації підлітків у науково-психологічній літературі

У наукових джерелах представлені різні точки зору на поняття «пубертатний» період. Однак у сукупності вони підкреслюють, з одного боку, ідею переломного моменту, головним чином різкої зміни в діяльності та розвитку індивіда, необхідної та значної зміни світогляду, мислення та сприйняття, а з іншого – розуміння підліткової кризи як психологічного відхилення, що супроводжується стражданнями, депресією, страхом і тривогою.

Опис підліткового віку має довгу історію. Ж.-Ж. Руссо був першим, хто описав проблеми підліткового віку. Схожу ідею, але вже в сучасній психології, описав на початку ХХ століття С. Голл, автор перших фундаментальних праць із підліткового віку. Ця праця вважається основоположною для розуміння пубертатного періоду, і саме в ній Холл охарактеризував підлітковий вік як «шторм і натиск» (*sturm und drang*), вказуючи на турбулентність цього періоду через фізіологічні та психологічні зміни.

Він визначив суть підліткового віку як «кризу самопізнання». Тільки подолавши цю кризу, молода людина набуває «почуття індивідуальності». Поки цього не сталося, вона перебуває в стані пошуку свого «Я», що характеризується нестабільністю, яка проявляється по-різному. Наприклад, висока активність змінюється слабкістю, упевненість – сором'язливістю, егоїзм – альтруїзмом і т. д.». [44]. Це дослідження заклало основи сучасної психології підліткового віку і продовжує впливати на наукові дискусії в цій галузі.

Також не менш важливим здобутком у розумінні психології підлітка є книга Е. Шпрангера «Психологія юнацького віку», яка була представлена читачам у 1924 р. Ця книга є вагомим внеском у розуміння психології підліткового та юнацького віку, оскільки Шпрангер розглядав юність як період формування цінностей та світогляду, наголошуючи на індивідуальних особливостях розвитку.

У цій роботі описано три основні типи підліткового розвитку. Перший тип розвитку – «підліткова криза», коли дитина переживає свій вік як «друге народження». Другий тип розвитку – стабільний і поступовий, коли дитина поступово залучається до «дорослої діяльності». Третій тип розвитку характеризується активним самовихованням» [50].

В. Штерн каже: «Перехідний період характеризується не тільки особливим напрямком думок, почуттів, бажань та ідеалів, а й особливим способом поведінки». Штерн описував перехідний вік як етап, де підлітки балансують між дитячою грою та дорослою відповідальністю, називаючи цей процес «серйозною грою», під час якої відбувається навчання самоконтролю та розвитку цілей. Серйозна гра особливо важлива для розвитку підлітка, тому що в ній підліток вчиться стримувати свої цілі загартовувати свої сили [50].

Девід Елкінд (David Elkind) у своїх дослідженнях, зокрема в книзі «The Hurried Child» та інших роботах, описував феномен підліткового егоцентризму. Елкінд зазначав, що в результаті значних психофізіологічних змін, підлітки починають більше звертати увагу на себе і часто припускають, що інші люди так само зосереджені на їхній поведінці та зовнішності, як і вони самі. Це явище він назвав «уявною аудиторією», коли підлітки вірять, що вони постійно перебувають у центрі уваги інших [41].

Ерік Еріксон (Erik Erikson), відомий своїми дослідженнями психосоціального розвитку, розглядав підлітковий вік як один із найважливіших періодів у житті людини. У своїй теорії психосоціальних стадій розвитку він зазначав, що підлітковий вік пов'язаний з кризою ідентичності та ролевої плутанини (іншими словами, конфлікт між самосприйняттям і



суспільними очікуваннями). Еріксон підкреслював, що формування ідентичності є не тільки біологічним процесом, але й значною мірою залежить від соціокультурного контексту, в якому знаходиться людина [43].

Він дотримувався такої точки зору: «Психологічна напруженість у формуванні цілісної особистості залежить не тільки від фізіологічної зрілості, а й від духовної атмосфери суспільства, в якому живе людина» [43]. Згідно з концепцією Еріксона, «Я» постає як самостійна структура. Його теорія фокусується на якостях «Я», які з'являються в очікувані періоди життя.

Аналізуючи внесок українських учених у розвиток психології особистості, особливо підліткової, варто зазначити, що значний внесок у розвиток підліткової психології зробили М. Боришевський та С. Хорунжий. У своєму дослідженні, присвяченому розвитку моральних переконань у підлітковому віці, вони зазначили, що формування моральних емоцій у підлітковому віці є важливим елементом у структурі моральних переконань підлітків [33].

Анатолій Фурман, доктор психологічних наук, український психолог і педагог, досліджував важливість соціальних зв'язків і суджень інших людей для формування самосвідомості підлітків. Він вважав, що думки найближчого оточення (родичів, батьків, братів і сестер) мають вирішальне значення на початкових етапах формування самосвідомості дитини. Саме ці люди допомагають дитині сформувати уявлення про себе і свою роль у суспільстві [32].

Таким чином, об'єднавши різні теоретичні та методологічні підходи до вивчення підліткового віку, можна виокремити основні критерії та показники, що визначають підлітковий вік.

Більшість дослідників акцентують увагу на основні психологічні новоутворення даної вікової категорії – це відкриття «Я», виникнення рефлексії, розвиток самосвідомості, побудова уявлень про своє майбутнє (мрійливість), потреба у спілкуванні, формування світогляду, засвоєння моральних норм, формування підґрунтя для самовизначення та прагнення до

незалежності.

При цьому практично всі дослідники виокремлюють два впливові чинники, які впливають на розвиток і вкорінення цих нейророзвитків у підлітковому віці. Це, безсумнівно, провідна роль найближчого соціального оточення і безпосереднього середовища, в якому перебуває підліток.

Самопрезентація є одним із найважливіших понять соціальної психології та містить у собі усвідомлену й неусвідомлену поведінку, спрямовану на створення певного враження в оточення. На сьогодні в науковій і психологічній літературі представлено понад 30 різних підходів до визначення поняття самопрезентації, деякі з яких наведено в табл. 1.1.

*Таблиця 1.1*

Наукові підходи до трактування поняття «самопрезентація»

Автор	Визначення поняття
Н.Є. Бондар, Ю.І. Бондар, К.М. Дубовська [3, с. 262]	Процес створення та підтримки певного образу себе перед іншими, який базується на свідомих та несвідомих діях індивіда.
Л.О. Ляховець, А.О. Лісневська [16, с.90]	Спосіб управління враженнями, що включає використання різних стратегій та технік для формування бажаного образу в очах оточуючих.
К.В. Настояща [18, с. 21]	Свідомий або несвідомий процес комунікації, спрямований на створення позитивного враження про себе в соціальному контексті.
А.С. Вавілова [4, с. 15]	Комплекс вербальних та невербальних дій, спрямованих на досягнення соціального схвалення та підтримки з боку інших.
В.В. Тканова [28, с.140]	Процес, під час якого індивід демонструє свої сильні сторони, приховуючи або мінімізуючи свої слабкі сторони для досягнення певних цілей.
І.Я. Гриник [10, с. 52]	Активна діяльність, що спрямована на контроль за тим, як індивіда сприймають інші, та включає вибіркове розкриття інформації про себе.

Актуальні психологічні дослідження феномена самопрезентації

особистості, її структури та компонентів представлено в працях І. Гоффмана, Б. Шленкера, А. Шутца та Е. Михайлової (Шленкер, 1994; Шутц, 1998; Хоффман, 2000; Михайлова, 2007). Питання про психологічні особливості самопрезентації в соціальному середовищі також вивчали такі вчені, як А. Жичкіна, О. Капустюк [12]. Проте проблема віртуальної самопрезентації в підлітків і дорослих, які представляють покоління з різними цінностями та світоглядом, ще недостатньо вивчена.

Отже, сьогодні феномен самопрезентації є буденним явищем і значно відрізняється від самопрезентації в реальному житті у зв'язку з глобальною віртуалізацією суспільства. Проте самопрезентація молодих людей має психологічні особливості, і цей феномен потребує більш детального вивчення.

## **1.2. Соціально-психологічні особливості спілкування підлітків в соціальних мережах**

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя сучасних підлітків. Вони виступають не тільки платформами для спілкування, але й середовищем, де формується особистість, будується соціальна ідентичність та розвиваються комунікативні навички. Визначаючи соціальні мережі, можна сказати, що це онлайн-платформи, де люди взаємодіють через публікації, повідомлення, коментарі та інші форми обміну інформацією. Для підлітків ці платформи є головним простором для самовираження, пошуку підтримки та участі в різноманітних спільнотах. Найпоширеніші соціальні мережі наведено у додатку А.

Актуальність цієї теми полягає в тому, що комунікація у соціальних мережах радикально змінила те, як підлітки будують свої стосунки з оточенням. Якщо раніше більша частина спілкування відбувалася в реальному житті, то тепер значна його частина перемістилася в онлайн-простір. Соціальні мережі стали головною ареною для взаємодії підлітків, що впливає на їхню самооцінку, соціальні зв'язки та формування особистих цінностей. З огляду на

постійний розвиток цифрових технологій, важливість вивчення цих змін стає ще більш очевидною. Підлітки, котрі проводять багато часу в соціальних мережах, змушені пристосовуватися до нових правил онлайн-взаємодії, що впливає на їхню поведінку як в мережі, так і поза нею.

Підлітковий вік є першою віковою сходинкою переходу дитинства до зрілості. Якісні зміни, що відбуваються в інтелектуальній та емоційній сферах особистості підлітка породжують новий рівень його самосвідомості, потреби у самоствердженні. Становлення й формування особистості має багаторічну історію. Чільне місце в ході осмислення цього процесу посідає такий віковий період людини як підлітковий.

У підлітковому віці, як і в початковій школі, основним соціальним середовищем для дітей є школа. Саме в цей період змінюється зміст навчання, оскільки набуття знань стає самостійним і виходить за рамки школи та навчальної програми.

Іntenсивно змінюється і зміст основних мотиваційних потреб особистості підлітка. На цьому етапі в дітей виникають специфічні запити, що виражаються в прагненні знайти своє місце серед однолітків і включитися в сучасне життя поза межами класу та дому.

Учені пояснюють психологічні особливості підліткового віку тим, що основою розвитку в цей період є статеве дозрівання. Також встановлено, що сильною позицією підлітка в процесі діяльності є прагнення задовольнити пізнавальні потреби та зробити все «по-іншому». Підлітки намагаються використати всі свої сили і знання в процесі діяльності. При цьому теж допомагає характер, але в цей період підліток намагається навчитися чомусь новому, цікавому для нього, а також відбувається своєрідний вибір майбутньої професії.

Важливою психологічною подією в підлітковому віці є відчуття дорослості. Воно являє собою новий рівень прагнення, що передбачає майбутній стан переваги, якого підліток ще не досяг. Тому типові вікові конфлікти з дорослими відображаються в пам'яті дитини і визначають її

майбутній сценарій створення власної сім'ї. Підлітковий вік – це новий етап розвитку нервової діяльності, і в цей період відбуваються зміни в психіці. У дівчаток спостерігається виражена схильність до емоційних розладів, таких як підвищена агресивність, плаксивість та ірраціональні перепади настрою, а в хлопчиків – зміни в поведінці та рухових реакціях.

Для підлітків важливо «належати» до числа своїх однолітків. Іншими словами, почуття приналежності. Мода – це засіб самовираження, спілкування та самоідентифікації.

Для цього періоду характерні чутливість, тимчасові й різкі перепади настрою, боязнь насмішок і низька самооцінка. Основним видом діяльності в підлітковому віці є інтимне та особисте спілкування з однолітками.

Основні психологічні потреби підлітків – приналежність до групи, спілкування з однолітками, досягнення автономії та незалежності, «звільнення» від дорослих і визнання своїх прав іншими людьми.

Розвиток самосвідомості та самооцінки – одна з ключових характеристик розвитку особистості. Підліткам вкрай важливо усвідомлювати свою поведінку, ідентифікувати себе з іншими людьми, аналізувати свої помилки та перемоги. Саме рівень самооцінки визначає статус підлітка в суспільстві. Вона проявляється у сфері спілкування та емоційних контактів.

Характерною рисою цього віку є почуття приналежності, тобто бажання належати до групи собі подібних. Самооцінка свого місця в суспільстві відіграє велику роль у розвитку особистості та визначає соціальну адаптацію і дезадаптацію. Якщо самооцінка підлітка не знаходить підтримки в суспільстві, а його потреби в самоповазі залишаються незадоволеними, розвивається гостре відчуття непотрібності. Один із найпоширеніших способів розв'язання цієї проблеми – переміщення підлітка в затишну, комфортну для нього групу, іноді там, де його здібності, які важливі для підлітка, переоцінюються групою. Залежно від типу неформальної групи, до якої потрапляє підліток, такий підхід може мати негативні наслідки [2, с. 456].

Сьогодні існують серйозні проблеми, пов'язані зі ступенем самостійності

підлітків. Саме тому одні батьки готові дозволити своїм родичам робити за них усі елементарні речі – від зав'язування шнурків до вибору майбутнього університету, а інші, навпаки, взагалі не втручаються в життя своїх дітей і надають їм абсолютну свободу та незалежність. І ті, й інші чинять неправильно.

Підготовка дітей до дорослого життя вкрай важлива. Починати її потрібно з раннього віку і поступово прищеплювати почуття відповідальності за власні вчинки, вміння розв'язувати проблеми та ухвалювати важливі рішення. Батьки мають прищеплювати дітям навички грамотного спілкування та етичної поведінки. Вони мають подавати приклад того, як виконувати свої обіцянки та приймати самостійні рішення. Дітям слід надавати свободу вибору, коли рішення приймаються ними самими. Навчайте підлітків не здаватися при невдачах і шукати інші шляхи досягнення своїх цілей.

Ступінь самостійності впливає на всі аспекти розвитку особистості підлітка. По-перше, вона впливає на стосунки дитини з родиною. Дорослі можуть делегувати певні завдання, якщо знають, що підліток уже здатен їх виконати. У результаті підвищується їхня самооцінка та статус серед однолітків. Це відбувається тому, що відповідальні та самостійні люди високо цінуються підлітками в їхньому колі спілкування.

Підлітки сваряться, бувають забіякуваті, проявляють жорстокість і агресію, потрапляють під чужий вплив і можуть вступити у вуличні банди. У цьому віці з'являються елементи деструктивної поведінки (потяг до куріння, крадіжки, обману тощо).

Підлітки іноді недисципліновані, енергійні, тривожні та дуже активні. Вони особливо проявляють активність при виконанні будь-яких доручень чи завдань, що в свою чергу говорить про високу фізіологічну енергійність. Для них важливо бути в центрі уваги.

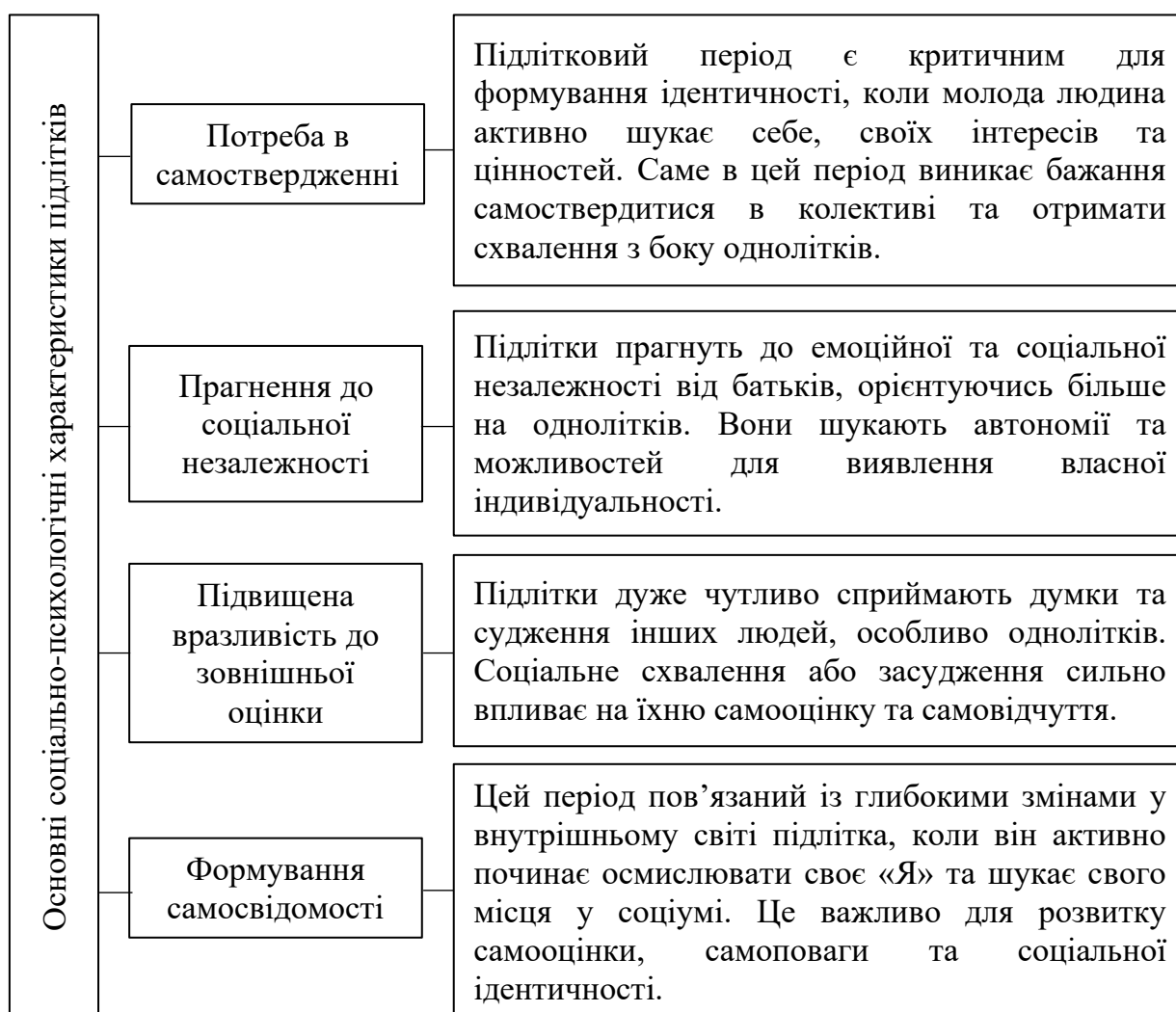
Багато підлітків переоцінюють свої здібності («я знаю, як усе зробити», «я можу про себе подбати») і виявляють егоїзм, намагаючись самоствердитися за рахунок невдач чи неприємностей в однокласників.

Підлітковий вік – критичний час для будь-якого підлітка, коли

змінюється емоційний стан і з'являються почуття страху, тривоги та невпевненості.

Цей період характеризується становленням нового соціального статусу дитини, в якому чітко формується усвідомлене ставлення до того, що вона є членом суспільства. Становлення підлітка членом суспільства вимагає від нього самовираження, сильного бажання проявити свою індивідуальність і самооцінку. Що старший підліток, то сильніше бажання виразити свою індивідуальність.

Перш ніж дослідити соціально-психологічні особливості спілкування підлітків у соціальних мережах, важливо підсумувати основні психологічні характеристики підліткового віку та зрозуміти, яку роль відіграють соціальні мережі в їхньому розвитку. На рис.1.1 наведено основні соціально-психологічні характеристики підлітків.



### Рис.1.1 – Основні соціально-психологічні характеристики підлітків

Підсумовуючи, можна сказати, що підлітковість характеризується не лише специфічними змінами у фізичному розвитку дитини, а й певними психологічними особливостями. Усі підлітки потребують уваги, але не нав'язаної уваги з боку дорослих, вчителів або психологів. Крім звикання до свого нового тіла, підліткам необхідно навчитися правильно поводитися в суспільстві, розвинути почуття відповідальності за себе і свою поведінку, словом, стати дорослими.

Таким чином, можна сказати, що сучасний розвиток особистості підлітка характеризується такими соціально-психологічними особливостями:

- виникнення почуття дорослості визначає спрямованість і зміст діяльності сучасних підлітків;
- зростаюче прагнення до самостійності за високої чутливості до засвоєння норм, цінностей і способів поведінки;
- доброзичливе ставлення і такт постійно вимагаються від дорослих;
- сучасні підлітки ставлять цілі у своїй діяльності, розробляють плани дій і обирають засоби. Однак вони часто не цілком усвідомлюють власну поведінку і не намагаються займатися самоаналізом. Їхня поведінка характеризується імпульсивністю;
- сучасні підлітки дуже цікавляться оточуючими. Вони люблять аналізувати поведінку та думки своїх друзів, розповідати про своє внутрішнє життя, переживання та почуття.

Одна з ключових ролей соціальних мереж полягає в тому, що вони слугують засобом спілкування та соціалізації. Підлітки використовують такі платформи, як Instagram, TikTok та багато інших, щоб ділитися фотографіями, відео та враженнями. Це дає їм змогу висловлювати свою індивідуальність і спілкуватися з однолітками по всьому світу [31]. Соціальні мережі також можуть слугувати інструментом для навчання і виховання. Багато молодих людей використовують їх для обміну інформацією, вступу в групи зі спільними



інтересами та отримання нових знань. Вони також корисні для самоосвіти і розвитку компетенцій у різних галузях.

Крім того, соціальні мережі несуть у собі загрозу безпеці. Кіберзалякування та кіберзлочинність зростають і наражають на небезпеку психічне здоров'я молодих людей.

В Україні було проведено кілька досліджень, спрямованих на визначення впливу соціальних медіа на підлітків віком від 10-ти до 17-ти років (Додаток Б).

Дослідження, проведене в п'ять етапів у рамках міжнародного проєкту «Здоров'я та поведінкові орієнтації школярів», показало місце соціальних медіа та віртуального спілкування в житті молоді [30]. Вибірка становила 817 класів/груп, було опитано 13 337 респондентів (6 570 хлопчиків і 6 767 дівчаток) (Додаток В).

Домашні комп'ютери та мобільні пристрої, такі як смартфони та планшети, дають змогу молодим людям «мандрувати» віртуальними світами. Вони можуть шукати інформацію, грати в комп'ютерні онлайн-ігри, обмінюватися різноманітними аудіо- та відеоматеріалами, робити покупки, спілкуватися з друзями та незнайомими людьми, створювати сторінки в соціальних мережах з унікальними «ніками», що слугують персональними ідентифікаторами [24, с. 82].

За даними опитування, майже кожен четвертий підліток віком 10-17 років повідомив, що протягом останнього року регулярно відчував, що не може думати ні про що інше, окрім як про той момент, коли він знову зможе користуватися соціальними мережами. Найвищий відсоток був серед 10-річних хлопчиків (35,2 %) та учнів професійних училищ (28,5 %).

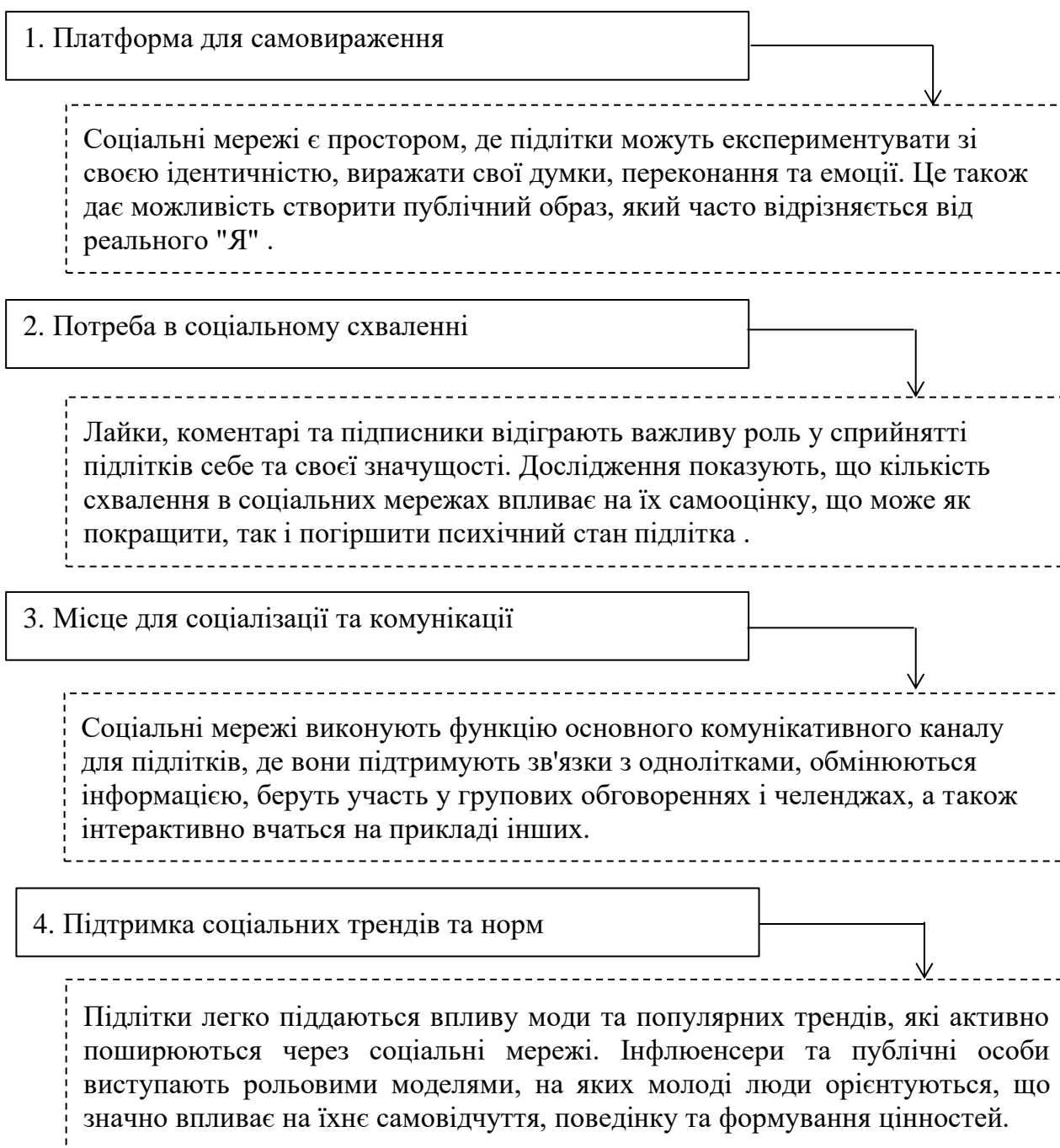
15,1 % учнів покаржилися на те, що не можуть користуватися соціальними мережами. Значних гендерних відмінностей виявлено не було [24, с. 83].

13,5 % підлітків пережили конфлікт із батьками або братами та сестрами через використання соціальних мереж. Найчастіше це відбувалося серед дівчаток 14 (17,3%), 15 (16,9%) і 16 (15,8%) років. Серед учнів/студентів різних

типів навчальних закладів учні ПТУ (15,8%) частіше за інших повідомляли про серйозні конфлікти з родичами (Додаток Г).

Соціальні медіа та онлайн-комунікації відіграють важливу роль у розвитку особистості підлітка. Батьки і всі, хто бере участь в освітньому розвитку підлітків, повинні розповідати про небезпеки і ризики, пов'язані з використанням Інтернету, спілкуванням з незнайомими людьми і обміном особистою інформацією [30].

Розглянемо роль соціальних мереж для підлітків на рис.1.2



## Рис.1.2 – Роль соціальних мереж для підлітків

Отже, результати дослідження підкреслюють значний вплив соціальних мереж на повсякденне життя підлітків. Важливо зазначити, що соціальні мережі не лише впливають на взаємини з близькими, а й на загальний психологічний стан підлітків. Нехтування іншими важливими аспектами життя, конфлікти з родиною, регулярне обманювання близьких і використання соціальних мереж як способу уникнення негативних емоцій – все це свідчить про те, що користування соціальними мережами потребує обережного та усвідомленого підходу.

Важливо, щоб батьки, педагоги та інші особи, які займаються вихованням підлітків, були обізнані про ці проблеми і активно працювали над формуванням здорового підходу до користування соціальними мережами. Це включає навчання підлітків основам безпеки в інтернеті, розвитку критичного мислення щодо інформації, яку вони отримують онлайн, та формування культури відповідального спілкування в мережі.

Таким чином, підвищення обізнаності про можливі ризики і розробка ефективних стратегій для підтримки позитивного онлайн-досвіду є ключовими завданнями для покращення соціальної та емоційної стійкості підлітків у цифровому середовищі.

У дослідженні соціально-психологічних особливостей спілкування підлітків в соціальних мережах потрібно розкрити важливість соціального схвалення і вплив лайків та коментарів на самооцінку підлітків.

Соціальне схвалення є однією з ключових потреб підлітків, особливо в процесі їхньої самоідентифікації. У сучасному цифровому світі лайки та коментарі у соціальних мережах стали новими маркерами цього схвалення. Ці прості, на перший погляд, інструменти комунікації виконують важливу роль у формуванні самооцінки підлітків.

Багато підлітків сприймають лайки як пряме відображення власної цінності: чим більше лайків отримує їхній пост або фото, тим більш

«успішними» вони себе почувають. Це підкріплює їхнє бажання відповідати очікуванням оточуючих та створювати контент, який матиме популярність серед їхніх однолітків.

Дослідження Пенсильванського університету (2018) показало, що скорочення часу, проведеного в соціальних мережах, призводить до значного покращення показників самооцінки та зниження симптомів депресії серед підлітків. Виявлено, що зменшення уваги до кількості лайків і коментарів допомагає молодим людям менше залежати від зовнішнього схвалення [45].

Отже, наслідки лайків, коментарів та схвалення у соцмережах мають наслідки для самооцінки підлітків, а детальніше розкрито на рис.1.3.



Рис.1.3 – Наслідки для самооцінки лайків, коментарів та схвалення у соцмережах

В цілому, лайки та коментарі у соціальних мережах стали важливими соціальними індикаторами для підлітків. Хоча вони можуть позитивно

впливати на самооцінку, надмірна залежність від цього зворотного зв'язку може мати негативні наслідки для їхнього психічного здоров'я.

Також, варто розглянути, які психологічні потреби підлітків, задовольняються через соціальні мережі, а саме:

*1) Потреба в ідентифікації (пошук власного «Я» через комунікацію з іншими).*

Потреба в ідентифікації є однією з ключових психологічних потреб підлітків, яку вони намагаються задовольнити через соціальні мережі. У цьому періоді життя підлітки активно шукають своє «Я», експериментують зі своєю ідентичністю та прагнуть належати до певних соціальних груп. Соціальні мережі надають їм платформу для цього процесу, оскільки дозволяють підліткам створювати й змінювати свій онлайн-образ, порівнювати себе з іншими та отримувати визнання від однолітків.

Згідно з дослідженням, проведеним Лондонським університетом (2019), підлітки використовують соціальні мережі для експериментування зі своєю ідентичністю та відображення різних аспектів особистості. Вони часто створюють альтернативні образи або профілі, намагаючись знайти ту версію себе, яка отримує найбільше соціальне схвалення [37].

Дослідження підкреслює, як підлітки використовують соціальні мережі для експериментування зі своєю ідентичністю та створення альтернативних образів. Це дозволяє їм дослідити, які аспекти їхньої особистості отримують більше соціального схвалення.

*2) Потреба в належності (групова ідентичність, прагнення до прийняття і схвалення в онлайн-середовищі).*

Потреба в належності є ключовою в розвитку підлітків і відіграє важливу роль у формуванні їхньої ідентичності. У підлітковому віці ця потреба стає особливо виразною, оскільки молоді люди починають активно шукати своє місце в соціумі та визначати свою ідентичність через взаємодію з групами однолітків.

– підлітки прагнуть знайти себе в межах соціальних груп, таких як друзі, однокласники. Приєднання до певних соціальних груп і прийняття їхніх норм дозволяє підліткам краще зрозуміти себе і знайти підтримку;

– з розвитком цифрових технологій та соціальних медіа, підлітки все більше взаємодіють через онлайн-платформи. Онлайн-середовище дозволяє підліткам створювати та підтримувати образи, які відповідають їхнім прагненням, що може як позитивно, так і негативно впливати;

– потреба бути приналежним до онлайн-середовища може викликати як позитивні, так і негативні емоції. З одного боку, підтримка та схвалення з боку онлайн-групи можуть сприяти підвищенню самооцінки і відчуттю приналежності. З іншого боку, відсутність схвалення або негативні коментарі можуть призвести до відчуття ізоляції, тривожності та депресії.

Потреба в належності у підлітків, зокрема через групову ідентичність і прагнення до схвалення в онлайн-середовищі, є критично важливими для їхнього розвитку та самопізнання. Розуміння цих аспектів може допомогти батькам, вихователям і психологам краще підтримувати підлітків у їхньому процесі соціалізації і розвитку.

Так, існує ряд досліджень, що розглядають потребу в належності в контексті групової ідентичності та прагнення до прийняття і схвалення в онлайн-середовищі.

Наприклад, дослідження проведене Primack et al. у 2017, ілюструє зв'язок між активним використанням соціальних медіа і відчуттям соціальної ізоляції. Це дослідження було опубліковане в журналі «Computers in Human Behavior» [36]. Дослідження показує, що активне використання соціальних медіа може бути пов'язане з відчуттям соціальної ізоляції, яке, в свою чергу, пов'язане з потребою в належності та прийнятті. Це підкреслює, як бажання бути прийнятим у віртуальному середовищі може впливати на психологічний стан молодих людей.

### *3) Потреба в самовираженні та популярності.*

Потреба в самовираженні та популярності є важливими аспектами

підліткового розвитку, оскільки цей період характеризується активним пошуком ідентичності та соціального визнання.

Потреба в самовираженні та популярності у підлітків є важливими аспектами їхнього розвитку. Соціальні медіа відіграють значну роль у цьому процесі, надаючи платформи для самовираження та досягнення соціального визнання, але також можуть впливати на їхню самооцінку та психологічний стан.

Таким чином, соціальні мережі відіграють важливу роль у соціальному та психологічному розвитку підлітків. Вони сприяють розвитку комунікативних навичок, надаючи можливість для активного обміну думками і ідеями. Підлітки використовують соціальні мережі для самовираження, знаходження підтримки і участі в соціально значущих темах, що допомагає їм бути більш обізнаними і соціально відповідальними. Проте, разом із цими позитивними аспектами існують і проблеми, такі як кібербулінг, соціальна ізоляція і вплив надмірного використання соцмереж на психічне здоров'я.

Зокрема, важливо звернути увагу на психологічні аспекти самопрезентації підлітків, які є ключовими для розуміння їхньої поведінки в онлайн-середовищі. Підлітки активно формують і підтримують певний імідж у соціальних мережах, що часто пов'язано з потребою в належності, популярності та визнанні.

### **1.3 Соціально-психологічні аспекти самопрезентації підлітків в онлайн-середовищі**

У сучасних умовах активна інформатизація та глобалізація соціальних процесів підвищує значущість самопрезентації в соціальних мережах. Пошук, конструювання, формування та інтеграція в якості себе, або свого «Я», відповідної самопрезентації є важливим підґрунтям для формування і позитивного розвитку особистості та суспільства загалом. Сьогодні феномен самопрезентації ускладнюється у зв'язку зі стрімким розвитком технологій та

створенням нових сфер людської діяльності (наприклад, інтернет-середовища), тож вплив інтернет-середовища, а особливо соціальних мереж, на феномен самопрезентації в сучасній молоді потребує більш детального вивчення.

Самопрезентацію часто визначають як процес формування уявлень і вражень про себе в соціальному середовищі. Мету самопрезентації розуміють як створення та передачу свого образу іншим [15]. Сьогодні молоді люди, особливо підлітки, багато часу проводять у спілкуванні через соціальні мережі, іноді навіть замінюючи реальне життя віртуальним.

Віртуальна самопрезентація, що відрізняється від реального образу, створюється людьми для здобуття нового досвіду і зумовлена пошуком себе. У цей час самооцінка переживає своєрідну кризу і схильна до змін під впливом зовнішніх чинників. Участь у віртуальній комунікації сприяє формуванню певного змісту особистісної ідентичності.

Самопрезентація, як практичний засіб формування образу себе, або свого «Я», забезпечує «точку перетину» соціального і психологічного в структурі особистості в системі особистісних орієнтацій. Вважається, що вона виникає на основі соціальних критеріїв, сформованих у суспільстві (розрізнення реального та ідеального образів, створення поведінкової моделі, яка відповідає виконуваним на даний момент ролі, образу і соціально схвалюваній моделі), і водночас зачіпає глибші психологічні підструктури, як-от особистісні типологічні відмінності [4, с. 16].

Форми самопрезентації в соціальних мережах можуть бути різноманітними (рис. 1.4).

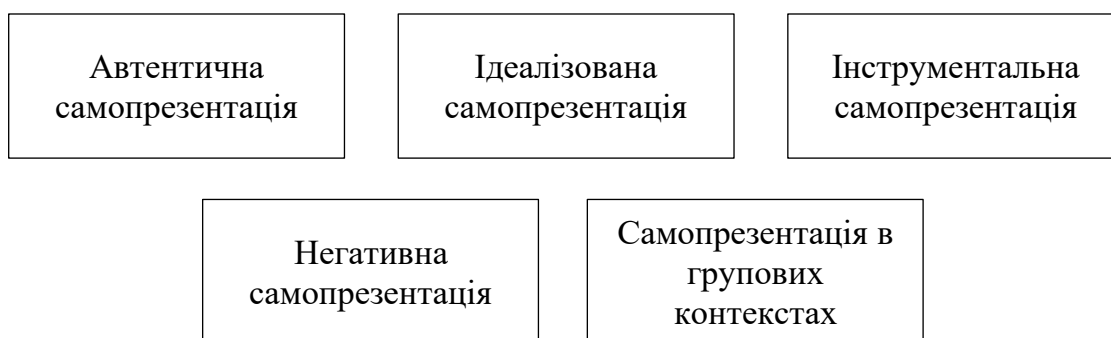


Рис. 1.4 – Форми самопрезентації в соціальних мережах



Залежно від мети та контексту самопрезентація може набувати різних форм:

1. Автентична самопрезентація – це форма самопрезентації, за якої люди намагаються бути максимально чесними і відкритими та демонструють свої справжні емоції, думки і почуття. Така форма самопрезентації часто асоціюється з високою самооцінкою та емоційним благополуччям, оскільки люди не відчувають необхідності приховувати свої справжні якості.

2. Ідеалізована самопрезентація – це форма самопрезентації, за якої людина намагається представити себе якнайкраще, наголошуючи на своїх сильних сторонах і приховуючи слабкі. Така самопрезентація може мати як позитивні, так і негативні наслідки для самооцінки. З одного боку, вона може підвищити впевненість у собі, а з іншого – створити додатковий тиск і тривогу через необхідність підтримувати створений образ.

3. Інструментальна самопрезентація – це форма самопрезентації, за якої люди використовують соціальні мережі для досягнення конкретних цілей, наприклад, професійних, соціальних або особистих. У цьому разі самопрезентація стає інструментом для досягнення конкретного результату, а значущість іміджу залежить від його ефективності в досягненні поставленої мети.

4. Негативна самопрезентація – це форма самопрезентації, за якої людина свідомо або несвідомо демонструє свої негативні якості, слабкості та проблеми. Така самопрезентація може бути пов'язана з низькою самооцінкою, депресією та іншими психічними розладами.

5. Самопрезентація в груповому контексті – це форма самопрезентації, яка враховує соціальні та культурні особливості конкретної групи, до якої належить людина. У цьому випадку самопрезентація може включати елементи групової ідентичності, символи та інші атрибути, що підкреслюють приналежність до певної спільноти [5, с. 210].

Самопрезентація в соціальних мережах також тісно пов'язана з поняттям «управління враженням» («impression management»). До цього входять різні

стратегії та техніки, які спрямовані на створення та підтримку певного враження про себе у оточуючих. Управління враженням може бути свідомим або несвідомим і включає в себе як вербальні, так і невербальні елементи комунікації (рис. 1.5).



Рис. 1.5 – Стратегії управління враженнями в соціальних мережах

Джерело: складено автором на основі [21, с.278]

Основні стратегії управління враженням у соціальних мережах включають:

1. Вербальні стратегії, які передбачають використання текстових повідомлень, коментарів, статусів та інших текстових елементів для створення певного образу. Вони включають в себе як позитивні, так і негативні повідомлення, а також різні стилі і тональності спілкування.

2. Невербальні стратегії передбачають використання фотографій, відео, графіки та інших візуальних елементів для створення і підтримки іміджу. Візуальні елементи можуть чинити значний вплив на враження, оскільки вони часто сприймаються більш емоційно та інтуїтивно.

3. Селективне розкриття інформації – це одна з ключових стратегій управління враженням у соціальних мережах. Вона передбачає свідомий вибір того, що саме користувач хоче показати іншим, акцентуючи увагу на позитивних аспектах свого життя або особистості. Підлітки, наприклад, можуть ділитися досягненнями, успіхами чи красивими моментами, приховуючи або мінімізуючи менш привабливі сторони свого досвіду. Цей підхід дозволяє створити контрольований і бажаний образ, який відповідає соціальним

очікуванню чи особистим цілям, але може призвести до виникнення напруги між реальним «я» та представленим «я» в мережі.

4. Створення контексту – це стратегія, за якої люди створюють або використовують певні контексти для зміцнення свого іміджу. Це може включати участь у певних групах, заходах, проєктах або кампаніях, які підкреслюють певні якості або досягнення.

5. Взаємодія з аудиторією означає реакцію на коментарі, запитання, «лайки» та інші відгуки, і це стратегія, за якої люди активно взаємодіють з аудиторією. Це дає змогу створити більш інтерактивний та динамічний досвід, який є більш переконливим та емоційним [28, с. 141].

Самопрезентація в соціальних мережах має значний вплив на психологічний стан людини та її самооцінку. Залежно від того, як людину сприймають і оцінюють інші, це може бути позитивним або негативним. Позитивна реакція і схвалення можуть підвищити самооцінку і дати відчуття підтримки, тоді як негативні коментарі та критика можуть призвести до тривоги і депресії. Крім того, постійне порівняння себе з іншими користувачами може створити нереалістичні стандарти й негативно вплинути на відчуття спокою та рівноваги (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

#### Позитивні та негативні психологічні аспекти самопрезентації

Позитивні психологічні аспекти самопрезентації	Негативні психологічні аспекти самопрезентації
1. Підвищення самооцінки	1. Зниження самооцінки
2. Задоволення від соціальної підтримки	2. Тривожність
3. Зміцнення соціальних зв'язків	3. Стрес
4. Відчуття приналежності до спільноти	4. Депресія
5. Позитивний образ себе	5. Почуття неповноцінності
6. Збільшення впевненості у власних силах	6. Незадоволеність собою
7. Мотивація до досягнення нових цілей	7. Відчуття самотності та ізолюваності
8. Соціальне схвалення	8. Зацикленість на негативних коментарях

9. Позитивне порівняння з іншими	9. Заздрість
10. Емоційна залученість	10. Постійне порівняння себе з іншими

Джерело: складено автором на основі [28, с.278]

Позитивні психологічні аспекти самопрезентації включають підвищення самооцінки, задоволення від соціальної підтримки, зміцнення соціальних зв'язків і почуття приналежності. Позитивний зворотний зв'язок і підтримка з боку оточення сприяють формуванню позитивного самосприйняття, підвищенню впевненості в собі та мотивації до досягнення нових цілей.

Негативні психологічні аспекти самопрезентації охоплюють тривогу, стрес, депресію, почуття неповноцінності та розчарування. Критика, негативні коментарі та брак уваги з боку оточення можуть призвести до заниженої самооцінки, відчуття ізоляції та самотності.

На особливу увагу заслуговує феномен «порівняння з іншими», який часто зустрічається в контексті самопрезентації в соціальних мережах. Постійне порівняння себе з іншими користувачами, особливо з тими, хто представляє ідеальний спосіб життя, призводить до почуття заздрості та незадоволеності собою і своїм життям. Це може стати джерелом хронічного стресу і негативно позначитися на психічному здоров'ї [21, с. 279].

Самопрезентація в соціальних мережах також має значний вплив на соціальну взаємодію та комунікацію. Вона впливає на те, як людину сприймають інші люди, як вона взаємодіє з іншими користувачами і як формуються соціальні зв'язки та мережі (рис. 1.6).

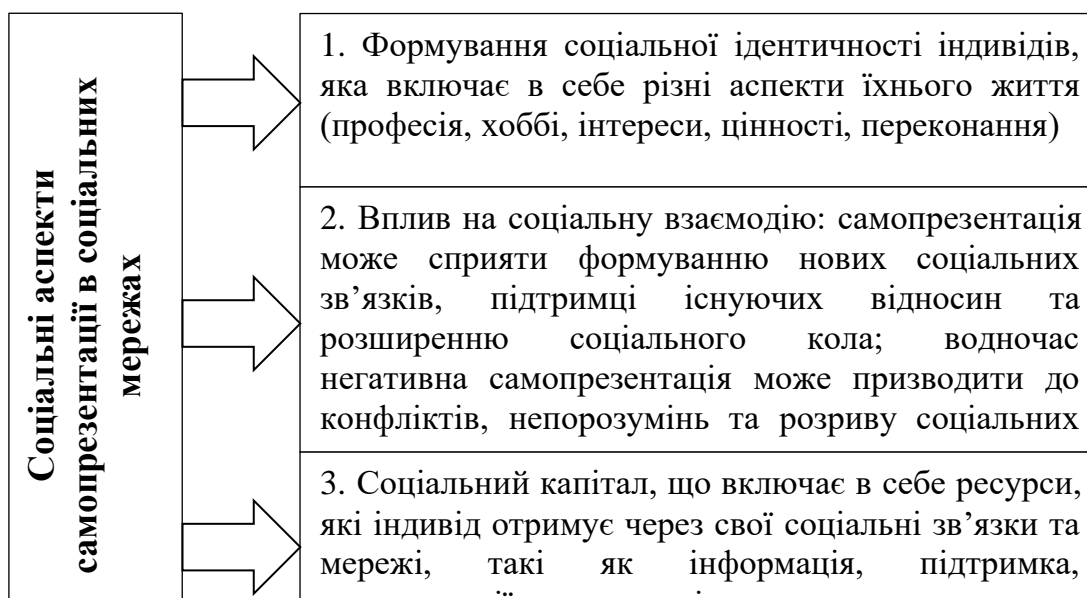


Рис. 1.6 – Соціальні аспекти самопрезентації в соціальних мережах  
[35, с.3]

Самовираження в соціальних мережах також порушує низку етичних питань, пов'язаних із приватністю, автентичністю, маніпуляціями та відповідальністю. Наприклад, користувачі можуть розмити межі між своїм приватним і публічним життям, що може поставити під загрозу їхнє приватне життя. Крім того, створення ідеальних або спотворених образів себе може призвести до маніпулювання сприйняттям інших людей і створення нереалістичних очікувань (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Етичні аспекти самопрезентації в соціальних мережах

Етичний аспект	Характеристика
Конфіденційність	Індивіди повинні усвідомлювати ризики, пов'язані з розкриттям особистої інформації в онлайн-середовищі, та дотримуватися правил конфіденційності та безпеки.
Автентичність	Індивіди повинні прагнути до автентичності та чесності у своїй самопрезентації, уникати створення фальшивих або оманливих образів, які можуть призвести до негативних наслідків як для них самих, так і для їхнього оточення.
Маніпуляція	Самопрезентація в соціальних мережах може використовуватися для маніпуляції оточуючими, наприклад, для отримання вигоди, впливу або контролю. Це піднімає питання про етичність таких дій та їхні можливі наслідки.
Відповідальність	Індивіди повинні усвідомлювати свою відповідальність за те, як вони представляють себе в соціальних мережах, та враховувати можливі наслідки своїх дій для себе та оточуючих.

Джерело: складено автором на основі [1, с.144]

Дані етичні аспекти самовираження в соціальних мережах підкреслюють

важливість конфіденційності, надійності, відповідальності та недопущення маніпуляцій у цифровому середовищі. Дотримання цих аспектів сприяє створенню здорового та безпечного онлайн-середовища для всіх користувачів.

Опитування, проведене в рамках міжнародного проєкту «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнів-підлітків» [24, с. 84], показує, що 17,5 % хлопчиків і 14,5 % дівчаток кажуть, що вони частіше говорять про секрети в Інтернеті, аніж віч-на-віч; кожен п'ятий хлопчик у віці 13 і 15 років говорить, що вони частіше говорять про секрети в Інтернеті, ніж віч-на-віч; більшість дівчаток у віці 11 і 13 років (15,4 % та 16,6 % відповідно) притримуються аналогічної думки [24, с. 84].

15,2% хлопчиків і 12,9% дівчаток «погодилися» з твердженням, що «в Інтернеті легше говорити про свої проблеми, ніж під час особистої зустрічі». Зі збільшенням віку респондентів їхня стурбованість цим питанням, як правило, зростає (Додаток Д).

Таким чином, інтернет і соціальні мережі відіграють важливу роль у розвитку особистості підлітка. Більшість опитаних підлітків є користувачами соціальних мереж і постійно підключені до Інтернету. Для формування безпечної поведінки молоді в онлайн-просторі необхідно розробляти й упроваджувати освітні програми, які інформують підлітків і батьків про небезпеки та ризики, пов'язані з використанням Інтернету та різноманітних соціальних мереж, спілкуванням із незнайомими людьми та обміном особистою інформацією.

Підсумовуючи, можна сказати, що психологічні аспекти самопрезентації підлітків у соціальних мережах включають кілька ключових елементів, які впливають на їхнє самовідчуття, соціальні взаємодії та розвиток ідентичності. Соціальні мережі є потужним інструментом для створення і поширення особистого образу, що викликає в підлітків бажання контролювати, коригувати та покращувати власне «Я» в онлайн-просторі. У таблиці 1.5 розглянемо основні психологічні аспекти самопрезентації.

*Таблиця 1.4*

## Основні психологічні аспекти самопрезентації

№	Психологічні аспекти	Їх характеристика
1	Пошук ідентичності	Підлітковий період є критичним для формування особистої ідентичності, і соціальні мережі надають підліткам можливість експериментувати з різними образами себе. Через публікації, фото, відео і коментарі підлітки можуть створювати і підтримувати своє ідеалізоване «Я», яке часто відрізняється від реального «Я».
2	Соціальне підтвердження та схвалення	Лайки та коментарі, отримані від однолітків або навіть незнайомих, відіграють важливу роль у формуванні самооцінки підлітків. Однак цей аспект самопрезентації може призвести до залежності від зовнішнього схвалення, коли самооцінка стає надмірно залежною від реакцій інших людей. За відсутності позитивних реакцій, самооцінка може різко впасти, що потенційно шкодить психічному здоров'ю.
3	Керування враженням	У соціальних мережах підлітки активно використовують фільтри, ретушування фотографій, вибір вигідних ракурсів та демонстрацію лише позитивних аспектів життя. Даний процес дозволяє створити певний образ, який вони бажають представити суспільству.
4	Потреба в соціальній належності	Соціальні мережі сприяють соціальній інтеграції, дозволяючи підліткам приєднуватися до різних груп за інтересами, слідувати трендам, спілкуватися з однолітками та дотримуватися певних соціальних норм.
5	Наслідки для психічного здоров'я	З одного боку, успішна самопрезентація, яка отримує схвалення, може підвищити впевненість у собі та самооцінку. З іншого боку, залежність від зовнішнього схвалення може призвести до тривожності, депресії та відчуття невідповідності, особливо якщо реакції виявляються негативними або недостатньо активними.
6	Тиск відповідати соціальним стандартам	Підлітки часто відчувають тиск бути «досконалыми» у своїй самопрезентації, що може стимулювати порівняння з іншими і викликати незадоволеність собою. Вони прагнуть відповідати певним трендам або естетичним стандартам, які диктують інфлюенсери або однолітки.

Соціальні мережі впливають на формування ідентичності підлітків через самопрезентацію, надаючи їм простір для творчого самовираження і соціальної взаємодії. Однак негативний аспект цієї діяльності – залежність від зовнішнього схвалення та тиску соціальних норм – може стати причиною психологічних проблем. Тому важливо забезпечити підтримку з боку батьків та

педагогів у розвитку здорової самооцінки підлітків, спрямованої на зміцнення їхньої реальної особистості, а не тільки «ідеального» образу в соцмережах.

Таким чином, самопрезентація в соціальних мережах – це складний і багатогранний процес, що містить у собі різні форми, стратегії та психологічні аспекти. Вона має значний вплив на психологічний стан, соціальні взаємодії та ідентичність людей, а також порушує низку етичних проблем. Розуміння та вивчення самопрезентації в соціальних мережах – важливе завдання для психологів, соціологів та інших спеціалістів, які вивчають сучасні соціальні та психологічні процеси. Важливо зазначити, що самопрезентація в соціальних мережах – це динамічний та адаптивний процес, який варіюється залежно від контексту, ситуації та потреб індивідів. Це створює широкі можливості для подальших досліджень і розроблення нових підходів до розуміння та підтримки самопрезентації в цифрову епоху.

Підсумовуючи, варто наголосити на важливості усвідомленого підходу до самопрезентації та соціальних медіа загалом. Стратегічне використання соціальних медіа для самопрезентації має включати в себе розвиток критичного мислення, емоційної стійкості та навичок здорового спілкування.

### **Висновки до першого розділу**

Таким чином, досліджено основні соціально-психологічні особливості спілкування підлітків у соціальних мережах та вплив даних платформ на їхню самопрезентацію. Соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні соціальної ідентичності підлітків, забезпечуючи простір для експериментів з різними ролями та образами. Завдяки можливостям створення публікацій, коментування та участі у групових чатах, підлітки задовольняють потребу в соціальному схваленні та отримують швидкий доступ до великої кількості соціальних контактів.

Одним із важливих аспектів спілкування в соцмережах є потреба в соціальному підтвердженні через лайки та коментарі, що безпосередньо впливає на самооцінку підлітків. Дослідження показали, що залежність від



кількості лайків може як підвищувати рівень самоповаги, так і знижувати її, коли зовнішнє схвалення відсутнє. Це створює потенційний ризик для психічного здоров'я, підвищуючи рівень тривожності та сприяючи формуванню залежності від соціальних мереж. Самопрезентація – це не просто розміщення фото чи відео, це спосіб показати, хто ти є, і як ти хочеш бути сприйнятий іншими.

Також, розглянуто роль групової взаємодії, соціальних норм та трендів, які значно впливають на стандарти самопрезентації та визначають, як підлітки конструюють свій образ онлайн. Важливо зазначити, що соціальні мережі не лише відображають реальні соціальні зв'язки підлітків, але й створюють нові форми взаємодії, що може як позитивно, так і негативно впливати на процеси соціалізації.

Аналіз соціально-психологічних особливостей спілкування в соціальних мережах показує, що ці платформи є потужним інструментом для самовираження та соціального взаємодії, але водночас можуть створювати серйозні проблеми для психічного здоров'я підлітків.

## РОЗДІЛ 2

### ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ПІДЛІТКІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

#### **2.1 Характеристика вибірки та методів дослідження психологічних аспектів самопрезентації підлітків у соціальних мережах**

Дослідження самопрезентації підлітків у соціальних мережах є великим аспектом розвитку сучасної психології, а соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного життя підлітків. Саме в підлітковому віці відбувається активний пошук власної ідентичності та побудова соціальних взаємозв'язків. У цьому контексті самопрезентація в онлайн-середовищі набуває особливого значення, що дозволяє підліткам контролювати образ, який вони хочуть представити оточуючим, а також отримувати відгуки та соціальне підтвердження через лайки, коментарі та підписки.

Емпіричне дослідження самопрезентації підлітків дозволяє глибше зрозуміти, як ця вікова група використовує сучасні цифрові платформи для формування та демонстрації свого «Я». У підлітковому віці люди особливо чутливі до думки інших, прагнуть соціального схвалення і активно шукають ідентичність. Соціальні мережі стають головним майданчиком для цього процесу, де підлітки можуть спілкуватися, ділитися своїми думками, зовнішністю та інтересами, отримуючи миттєвий зворотний зв'язок у вигляді лайків, коментарів та кількості підписників.

Дослідження дозволить оцінити психологічні аспекти цього процесу: як самопрезентація впливає на самооцінку, соціальну тривожність та емоційне благополуччя підлітків. Через емпіричний підхід можна отримати конкретні дані, що допоможуть виявити як позитивні, так і негативні сторони самопрезентації в інтернеті, а також краще зрозуміти, які механізми та мотиви лежать в основі цього явища.

*Основною метою дослідження є виявлення основних аспектів*

самопрезентації підлітків у соціальних мережах і їх впливу на психологічний стан та розвиток особистості, також дослідження спрямоване на визначення рівня залежності від соціальних мереж, зокрема впливу лайків і коментарів на самооцінку.

*Завдання дослідження:*

- вивчити основні моделі самопрезентації підлітків у соціальних мережах;
- оцінити вплив соціальних мереж на самооцінку підлітків;
- дослідити зв'язок між кількістю лайків, коментарів та рівнем соціальної тривожності;
- визначити, як соціальні мережі формують соціальні взаємодії та відносини підлітків;
- запропонувати рекомендації щодо здорової самопрезентації та використання соціальних мереж підлітками.

Дане дослідження допоможе краще зрозуміти, як підлітки взаємодіють з соціальними мережами, що сприятиме розвитку ефективних стратегій для підтримки їх психічного здоров'я та здорового самовизначення в умовах цифрового середовища.

*Характеристика вибірки:*

- вік респондентів: 13-15 років.
- загальна кількість респондентів: 136 осіб (89 дівчат та 47 хлопців).
- середній вік: 14 років.
- навчальний заклад: Ліцей №20, м. Івано-Франківськ.

Вибір вікового діапазону досліджуваних підлітків обумовлений тим, що на цьому етапі життя основною потребою стає потреба у спілкуванні з однолітками, яка реалізується у сучасних реаліях через соціальні мережі.

Емпіричне дослідження складалося з 3-х етапів.

Перший етап – теоретично-методологічний, був спрямований на вивчення і аналіз теоретичної бази дослідження, вітчизняної та зарубіжної психолого-педагогічної літератури і вибір методів дослідження.

Другий етап – діагностичний. У цей етап здійснювалася діагностика і збір даних за обраними раніше методиками.

Третій етап – узагальнюючо-інтерпретаційний. На цьому етапі відбувалася кількісна та якісна обробка результатів дослідження, аналіз та інтерпретація результатів дослідження, подання та оформлення в закінчену роботу.

У дослідженні самопрезентації підлітків виділено три домінуючі мотиви, що спонукають досліджуваних користуватися соціальними мережами: цікавість, друзі та бажання показати себе.

Серед підлітків-користувачів соціальних мереж виявлено три групи:

- 1) користувачі, які прагнуть сподобатись і отримати соціальне схвалення;
- 2) користувачі, спрямовані на самоствердження
- 3) користувачі, які прагнуть підтримки.

З'ясовано, що в умовах активної інформатизації існують відмінні мотиви користування соціальними мережами у підлітків.

Дане дослідження дозволяє вивчити відмінності у мотиваціях самопрезентації між дівчатами та хлопцями, що важливо для глибшого розуміння гендерних особливостей у поведінці підлітків в інтернет-просторі.

Для виявлення мотиваційних процесів самопрезентації підлітків в соціальних мережах було обрано методи дослідження:

– теоретичні методи: аналіз та синтез теорій самопрезентації, класифікація науково-психологічних джерел інформації, що дозволило узагальнити та систематизувати погляди вчених на феномен самопрезентації;

– емпіричні методи: тестування у Google Forms за допомогою анкети «Анкета для вивчення мотиваційних аспектів самопрезентації підлітків у соціальних мережах», тестування у Google Forms за допомогою авторської анкети «Самопрезентація особистості в соціальних мережах» та використання «Шкали виміру тактик самопрезентації», розробленої С. Лі та Б. Куіглі; статистичні методи.

Перше дослідження було проведене для вивчення мотиваційних аспектів

та поведінкових тактик самопрезентації підлітків у соціальних мережах. Для цього було розроблено опитування «Анкета для вивчення мотиваційних аспектів самопрезентації підлітків у соціальних мережах» та використано тестування в Google Forms, що дозволило забезпечити анонімність респондентів і створило комфортні умови для відвертих відповідей. Усього у дослідженні взяли участь 189 учнів.

Анкета призначена для вивчення мотиваційних аспектів самопрезентації підлітків у соціальних мережах. Її мета – з'ясувати, як підлітки використовують соціальні платформи для самовираження, які тактики самопрезентації обирають, і як вони сприймають реакції оточуючих на свою активність. Анкета містить питання про частоту використання соціальних мереж, типи контенту, що публікуються, роль лайків і коментарів у формуванні самооцінки, а також відмінності у підходах до самопрезентації серед підлітків різної статі.

Методологія дозволила не лише виявити домінуючі тактики самопрезентації, але й показати, як соціальні мережі впливають на психологічний стан підлітків та їхню самооцінку. Анонімність сприяла отриманню точних даних, оскільки респонденти мали змогу відкрито висловлювати свої думки та почуття без страху бути осудженими (Додаток Д). Ці питання охоплюють основні аспекти самопрезентації підлітків і допоможуть виявити мотиви та поведінкові моделі, що формуються в соціальних мережах.

Другий метод – методика О. Сидоренко, що доповнює модель стратегій самопрезентації Є. Джонса, акцентує увагу на розширенні теоретичних засад самопрезентації в соціальних мережах. Вона передбачає детальний аналіз кожної з восьми стратегій самопрезентації, запропонованих Джонсом, та адаптує їх до сучасних умов, включаючи соціально-психологічні особливості підлітків.

Методика передбачає переформулювання стратегій самопрезентації у чіткі твердження, на які респонденти повинні відповісти. Це дозволяє більш точно оцінити, які стратегії використовуються підлітками у соціальних мережах та які з них є найпоширенішими.

Вона акцентує увагу на мотиваціях, які спонукають підлітків обирати ті чи інші стратегії самопрезентації. Це може включати бажання отримати визнання, уникнути критики чи підтримати позитивний імідж.

Методика О. Сидоренко дозволяє здійснити емпіричне дослідження, що надає можливість вивчити вплив різних стратегій самопрезентації на психологічний стан підлітків, їх соціальні взаємини та самооцінку.

Вивчені дані допомагають зрозуміти, як обрані стратегії впливають на сприйняття підлітків оточуючими, а також як вони можуть впливати на формування їхньої ідентичності. Розроблена анкета на основі восьми стратегій самопрезентації, адаптованих для респондентів, з використанням шкали оцінювання Лайкерта наведена у додатку 3. Опитування проводилось за допомогою Google Forms, усього у дослідженні взяли участь 136 учнів (89 дівчат та 47 хлопчиків).

Дослідження, охоплює таку кількість учасників, дає можливість отримати репрезентативні дані про поведінку підлітків у соціальних мережах. Аналіз анкет може виявити важливі закономірності, що стосуються:

1. Популярності стратегій самопрезентації: які з восьми стратегій виявились найбільш актуальними для різних груп підлітків.

2. Гендерні відмінності: чи є відмінності в стратегіях, які використовують дівчата та хлопці, та які з них більше відповідають їхньому соціальному середовищу.

3. Мотивації самопрезентації: які психологічні аспекти впливають на вибір стратегій підлітками.

Третій метод – «Шкала виміру тактик самопрезентації» – спрямований на вивчення основних тактик, які використовують підлітки для формування свого образу в очах інших користувачів соціальних мереж. Дана шкала дозволяє визначити, як і чому підлітки демонструють себе, наприклад, через публікації, фотографії або коментарі.

Шкала виміру тактик самопрезентації, розроблена С. Лі та Б. Куїглі, є інструментом для вимірювання стратегій, які люди використовують для

керування своєю самопрезентацією в соціальних контекстах. Вона допомагає виявити, як особистості намагаються впливати на сприйняття їх іншими, зокрема в соціальних мережах чи інших публічних ситуаціях (Додаток К).

За допомогою цієї методики було виокремлено 12 тактик самопрезентації, які були об'єднані у 5 основних стратегій:

- ухилення – стратегія відходу від відповідальності та уникнення рішучих дій (виправдання з запереченням відповідальності, зречення і перешкоджання самому собі);

- атрактивна поведінка – стратегія створення сприятливого враження про суб'єкта самопрезентації (бажання сподобатися, вибачення і приклад для наслідування);

- самозвеличення – стратегія пред'явлення домінування і високої самооцінки (повідомлення про свої досягнення, перебільшення своїх досягнень і виправдання з прийняттям відповідальності);

- самоприниження – стратегія пред'явлення слабкості і беззахисності (прохання / благання);

- силовий вплив – стратегія силового і статусного тиску (залякування і негативна оцінка інших).

Під час проведення дослідження було дотримано всіх вимог конфіденційності. Підлітки брали участь добровільно, з правом відмовитися від участі у будь-який момент без жодних негативних наслідків. Анкети були анонімними, що гарантувало збереження персональних даних учасників. Це важливо, адже підлітки, особливо у віці 13-15 років, часто чутливі до публічної оцінки, і можливість зберігати анонімність дозволяє зібрати більш чесні та відверті відповіді.

Крім того, дослідження проводилося з дотриманням етичних норм, які необхідні під час роботи з неповнолітніми. Перед початком опитування було отримано згоду від батьків або опікунів на участь їхніх дітей у дослідженні, що є важливою вимогою при роботі з неповнолітніми. Підлітки були детально поінформовані про мету дослідження та його формат, а також про можливість

вільного вибору брати участь у ньому.

Таким чином, самопрезентація молодої людини – це процес, під час якого відбувається управління сприйманням навколишнього соціуму через привернення уваги задля реалізації мотивації, задоволення потреб та досягнення цілей особистості, а також формується образ «Я» і підтримується самооцінка. Самопрезентація в соціальних мережах передбачає цілеспрямоване формування власного образу «Я», який можна розглядати через призму власних цілей, мотивів, уявлень про власну зовнішність, а також як відображення особистих цінностей, ідеального бажаного «Я». Як підлітки, так і дорослі стверджують, що не намагаються отримати особливий статус та репутацію в соціальних мережах, при цьому вказують, що саме завдяки їм можна приблизити свій образ до ідеального та час від часу вдаються до цього. При цьому як дорослі, так підлітки зазначають, що їхній соціальний образ в мережі лише частково відповідає реальному.

## **2.2 Психологічний аналіз дослідження, опис результатів**

Соціальні мережі відіграють значну роль у формуванні особистості сучасних підлітків. Віртуальне середовище надає широкі можливості для самовираження та соціальної взаємодії, що впливає на розвиток самооцінки та емоційний стан молоді. Проте, разом з можливостями, ці платформи несуть ризики, зокрема, пов'язані з надмірною залежністю від схвалення інших та порівнянням себе з іншими користувачами.

Дослідження, проведене на основі анкетування у Google Forms, допомогло виявити мотиваційні чинники, поведінкові моделі та психологічні наслідки самопрезентації серед підлітків. Це дозволяє глибше зрозуміти, як соціальні мережі впливають на самооцінку та психологічне благополуччя підлітків, а також які відмінності в підходах до самопрезентації спостерігаються між різними статями.

Перейдемо до аналізу результатів дослідження, де буде розкрито деталі



виявлених мотивацій, поведінкових стратегій та психологічного впливу самопрезентації на підлітків.

1) За результатами використання анкети «Самопрезентація особистості в соціальних мережах» було проаналізовано значущість соціальних мереж у житті молоді. Емпіричними індикаторами значимості соціальних мереж у житті людини виступили питання, відповіді на які характеризують роль соціальних мереж у повсякденному житті, кількість часу, який люди проводять у віртуальному просторі, та провідні мотиви їх використання.

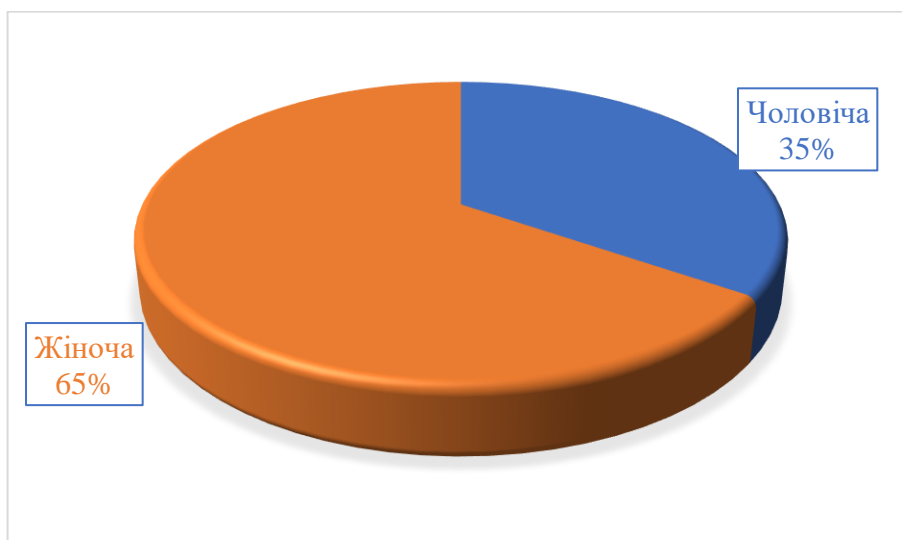


Рис. 2.1– Розподіл за статевою ознакою учасників анкетування

Аналіз даних дослідження самопрезентації підлітків у соціальних мережах базується на опитуванні, яке охопило 136 респондентів віком від 13 до 16 років, рис. 2.1-2.2. Основною метою було виявити гендерні та вікові відмінності в поведінкових стратегіях самопрезентації. Розподіл учасників за статтю показав, що серед опитаних було значно більше дівчат (89), ніж хлопців (47), що дозволяє зробити висновки щодо гендерних відмінностей у самопрезентації.

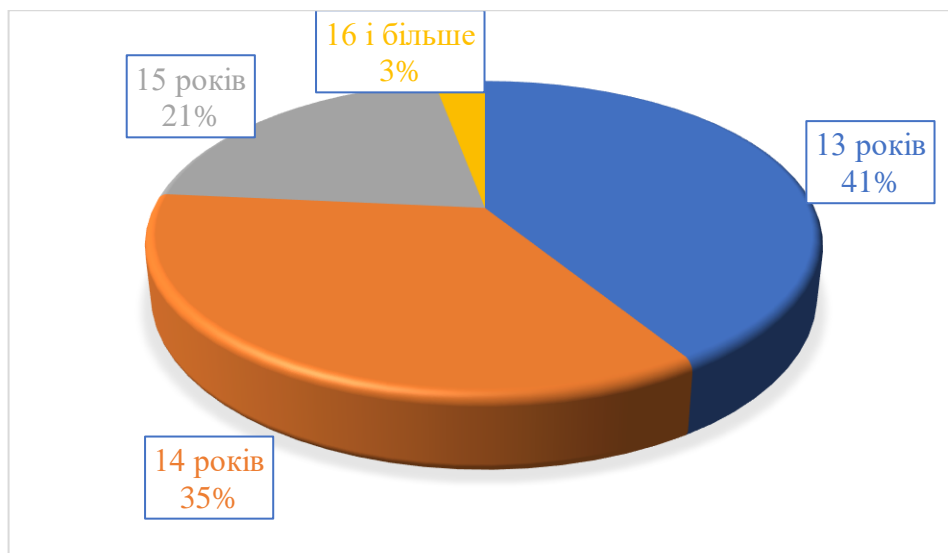


Рис.2.2 – Розподіл учасників анкетування за віком

Більшість респондентів були у віці 13-14 років, що є критичним періодом для формування особистості та розвитку самосприйняття. У цьому віці підлітки активно шукають підтвердження своєї ідентичності через соціальні мережі, що відображається у частоті публікацій та активності в соціальних платформах.

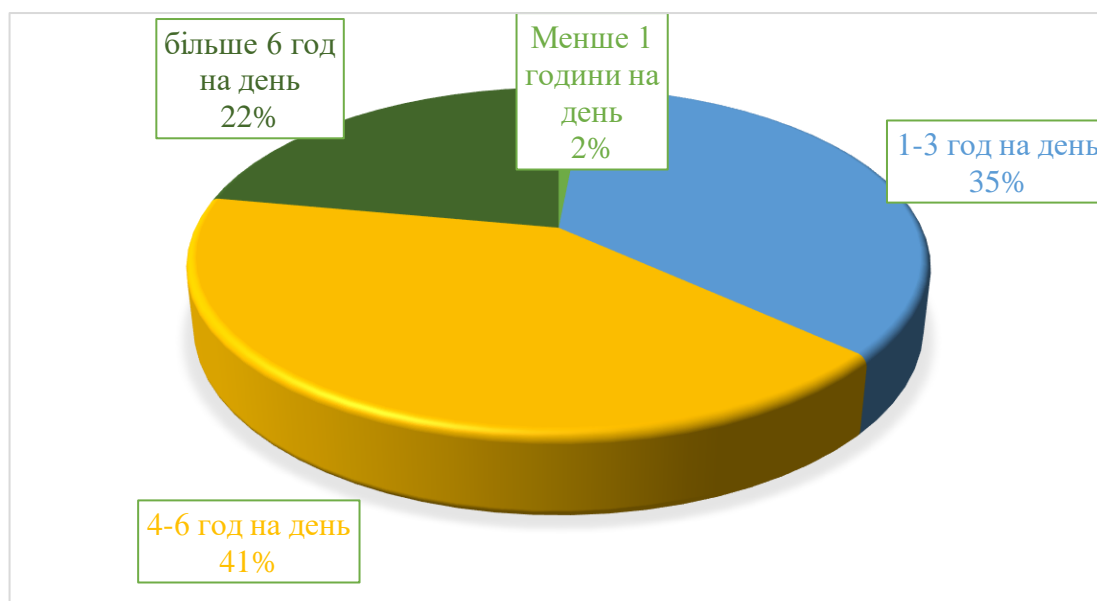


Рис.2.3 – Частота використання соціальних мереж

Аналіз відповідей рис. 2.3 показує, що більшість підлітків витрачає від 1 до 3 годин на день у соціальних мережах. Водночас значна частина використовує їх більше 6 годин щодня, що свідчить про високий рівень цифрової активності. Близько третини респондентів проводить 4-6 годин

онлайн. Це вказує на те, що соціальні мережі відіграють важливу роль у повсякденному житті підлітків, впливаючи на їхню самопрезентацію та соціальні взаємодії.

Крім того, можна відзначити, що дівчата частіше, ніж хлопці, схильні до використання соціальних мереж для самопрезентації, приділяючи більше уваги зовнішньому вигляду та соціальному схваленню у формі лайків та коментарів. Це підтверджує гіпотезу, що дівчата надають більше значення реакції аудиторії у формуванні своєї самооцінки.

За результатами відповідей рис. 2.4, найбільш популярною соціальною мережею серед підлітків є TikTok, яку використовують 44 респонденти (43,6%). Instagram також займає значне місце, його вибрали 28 осіб (27,7%). Телеграм/Вайбер використовують 18 респондентів (17,8%), тоді як YouTube обрали 6 підлітків (5,9%). Інші соціальні мережі використовують 5 осіб (4,9%), а Facebook з'являється лише один раз (1%).

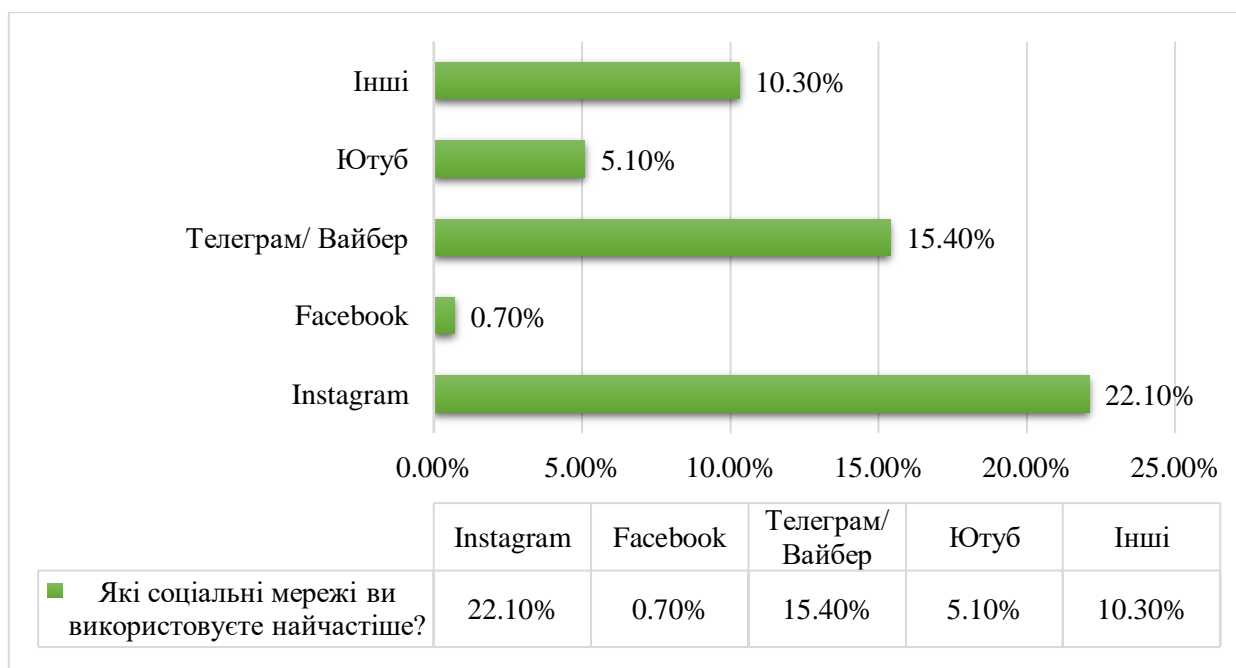


Рис.2.4 – Соціальні мережі які використовуються найчастіше

Можна припустити, що TikTok приваблює підлітків через декілька факторів. По-перше, короткі та динамічні відео добре відповідають короткій концентрації уваги, притаманній сучасним молодим людям. По-друге, TikTok

пропонує можливість креативної самовиразності через використання музики, фільтрів і трендів, що особливо важливо для підлітків, які прагнуть самовиразитися. Крім того, алгоритми ТікТок швидко підлаштовуються під інтереси користувачів, що забезпечує більш персоналізований контент.

Серед підлітків найбільш важливою характеристикою контенту є якість фотографій або відео – її обрали 55 учасників (47%). Друге місце займає самовираження через творчість, яке зазначили 40 підлітків (34%). Кількість лайків та коментарів є важливою для 19 учнів (16%), а відповідність контенту трендам – для 4 підлітків (3%). Це свідчить про те, що для більшості важлива естетична складова контенту, а також можливість самовираження, тоді як соціальне схвалення (лайки та коментарі) є менш пріоритетним.

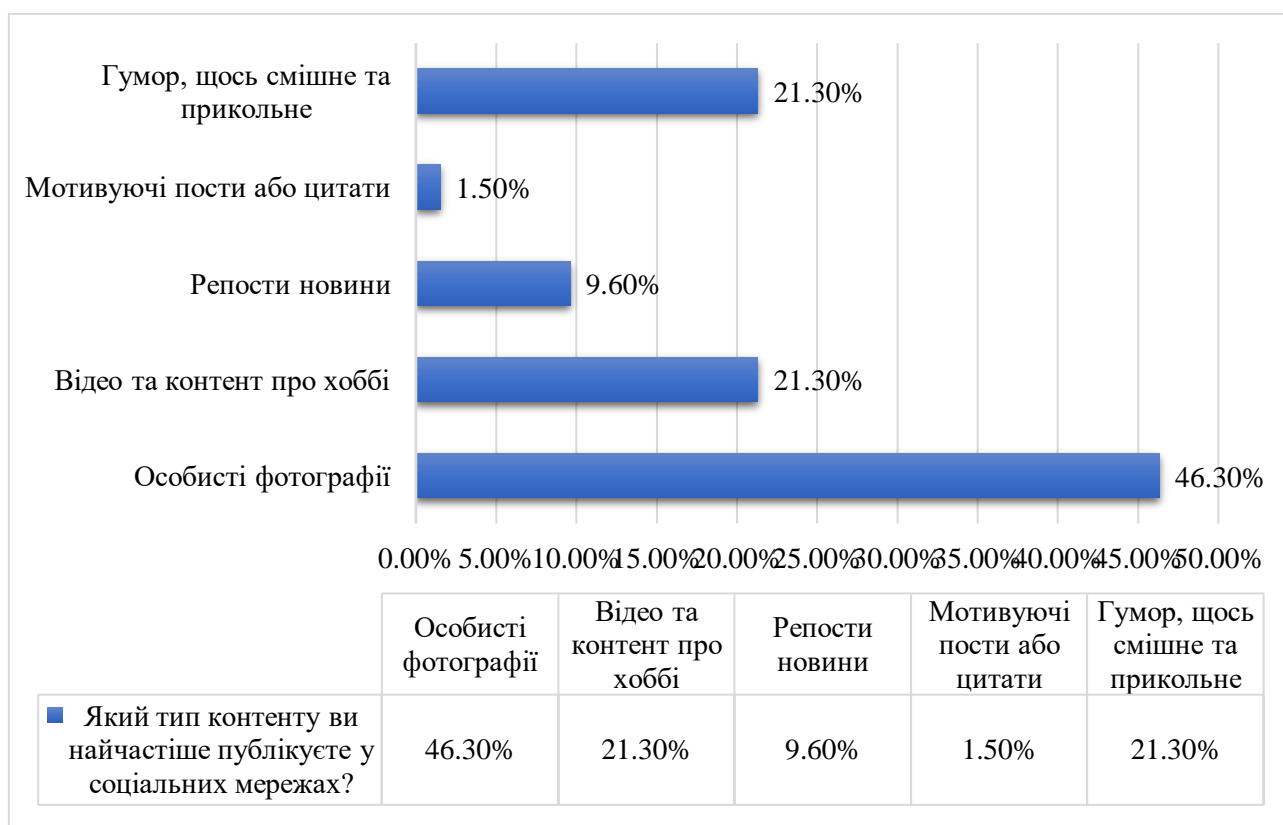


Рис. 2.5 – Контент який найчастіше підлітки публікують у соціальних мережах

Якщо аналізувати рис. 2.5. типи контенту, які підлітки найчастіше публікують у соціальних мережах, то можна виділити наступне:

- особисті фотографії – найбільш популярний тип контенту, його зазначили

45 підлітків;

- відео та контент про хобі – опубліковані 27 разів, що показує значну зацікавленість у самовираженні через особисті інтереси;
- гумор, щось смішне або прикольне – вибраний 19 разів, демонструючи, що розважальний контент є популярним серед молоді;
- репости або новини – обрані 14 разів, вказуючи на зацікавленість підлітків у суспільно-важливій або актуальній інформації;
- мотивуючі пости або цитати – з’являлися рідше, але все ж 3 рази.

Це свідчить про те, що підлітки частіше схильні ділитися своїм особистим життям та інтересами, а також гумористичним контентом.

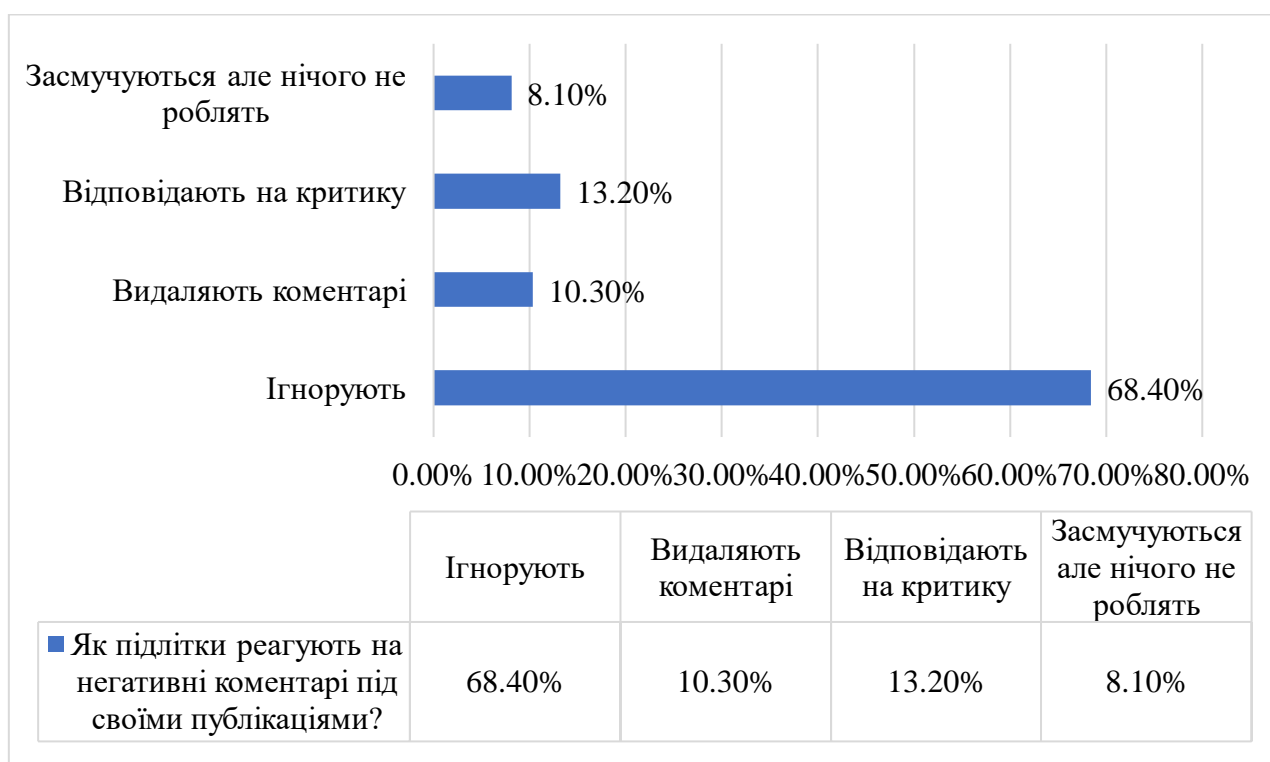


Рис.2.6 – Реакція підлітків на негативні коментарі під своїми публікаціями

Аналізуючи рис.2.6, як підлітки реагують на негативні коментарі, отримуємо такі результати: ігнорують – 82 підлітки (65,6%); відповідають на критику – 19 підлітків (15,2%); засмучуються, але нічого не роблять – 10 підлітків (8%); видаляють коментарі – 14 підлітків (11,2%).

Отже, (65,6%) підлітків обирає ігнорування негативних коментарів. Лише 15,2% активно реагують на критику, тоді як 11,2% видаляють негативні

коментарі; 8% відчуває засмучення, проте не вживає жодних дій.

72,8% школярів не надають великого значення лайкам та підписникам у соціальних мережах. Приблизно п'ята частина (20,8%) вважає лайки мотивацією для створення нового контенту. 15,2% підлітків сприймають їх як показник соціальної підтримки, а лише 8,8% бачать у них відображення своєї популярності. Отже, для більшості підлітків соціальні мережі не є основним інструментом для оцінки їхньої популярності або соціального статусу.

44,8% учнів не задумуються над дотриманням трендів або моди у соціальних мережах. Водночас, 39,2% частково вважають це важливим. Лише 11,2% підлітків чітко дотримуються трендів, тоді як 32,8% взагалі не надають цьому значення. Загалом, для значної частини підлітків тренди у соціальних мережах не є визначальними у їхній діяльності онлайн.

На рис. 2.7 показано, чи вважають підлітки, що соціальні мережі впливають на їх самооцінку.

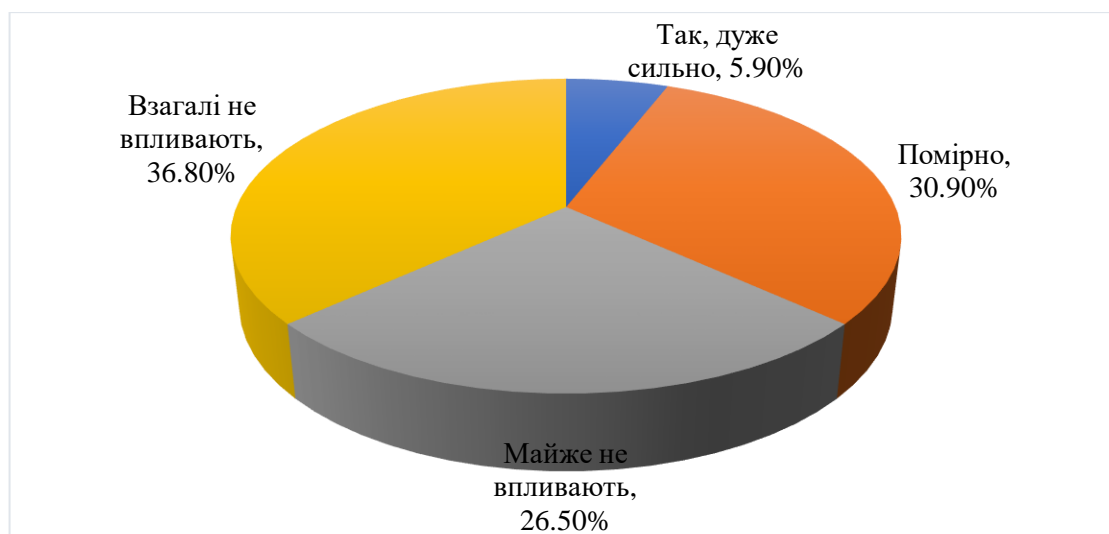


Рис.2.7 – Вплив соціальних мереж на самооцінку підлітків

Аналіз відповідей рис.2.7 показав, що переважна більшість підлітків (58,4%) вважають, що соціальні мережі взагалі не впливають на їхню самооцінку, а 34,4% зазначили, що вони впливають майже незначно. Водночас, 46,4% відчувають помірний вплив соціальних мереж на свою самооцінку, і лише 4,8% підлітків визнали, що соціальні мережі дуже сильно впливають на

них. Загалом, більшість підлітків не вважають соціальні мережі важливим чинником у формуванні їхньої самооцінки.

Аналіз відповідей на питання щодо мети публікації фото/відео в соціальних мережах, рис.2.8 показав, що більшість підлітків (65,4%) публікують фото/відео в соціальних мережах головним чином для розваги, що свідчить про їх орієнтацію на невимушене використання платформ.

26,3% підлітків використовують соціальні мережі для самовираження, демонструючи свій стиль або інтереси. Лише 7,7% ставлять собі за мету залучення нових підписників або друзів, а 1,3% прагнуть привернути увагу. Це підкреслює, що соціальні мережі для більшості підлітків є простором для відпочинку та самовираження.



Рис.2.8 – Мета публікацій фото та відео у соціальних мережах

2) Методика О. Сидоренко надає важливі інструменти для вивчення самопрезентації в соціальних мережах, дозволяючи глибше зрозуміти соціально-психологічні аспекти спілкування підлітків. Результати дослідження, представлені у таблиці 2.1

Таблиця 2.1

Результати дослідження стратегії самопрезентації серед підлітків

Стратегія самопрезентації	Відсоток респондентів	Гендерні відмінності
---------------------------	-----------------------	----------------------

Справлення враження	70%	Зазначається, що дівчата частіше намагаються справити враження.
Виправдання та заперечення відповідальності	58%	Дівчата використовують цю стратегію більше, ніж хлопці.
Бажання сподобатися	65%	Дівчата більш схильні до цієї стратегії в соціальних мережах.
Негативна оцінка інших	40%	Хлопці більш схильні до цієї стратегії, порівняно з дівчатами.
Перебільшування досягнень	55%	Хлопці, як правило, перебільшують свої досягнення більше, ніж дівчата.
Залучення уваги	52%	Цю стратегію частіше використовують дівчата.
Підтримка іміджу	48%	Хлопці виявляють менший інтерес до підтримки певного іміджу.
Адаптація до соціального середовища	45%	Як хлопці, так і дівчата часто адаптують свої публікації до аудиторії.

Опитування було організовано через онлайн-платформи та в класах, забезпечуючи анонімність учасників, що сприяло комфортності відповідей. У дослідженні взяли участь 136 учнів, серед яких 89 дівчат і 47 хлопців. Це дозволяє отримати репрезентативні дані про стратегії самопрезентації підлітків у соціальних мережах.

На основі результатів дослідження таблиці 2.1 можна зробити такі висновки:

- дівчата в цілому виявляють більшу схильність до стратегій, пов'язаних із бажанням сподобатися та справленням враження, в той час як хлопці частіше користуються стратегіями перебільшення досягнень та негативної оцінки інших.
- підлітки активно використовують різноманітні стратегії самопрезентації, що свідчить про їхню потребу в соціальному визнанні та прийнятті в умовах соціальних мереж.
- дівчата більш схильні до стратегій бажання сподобатися та виправдання, тоді як хлопці більше схиляються до перебільшування своїх досягнень.
- підлітків обирають стратегії, пов'язані із справленням враження та бажанням сподобатися.
- основними мотиваційними чинниками самопрезентації є бажання бути



прийнятим у соціумі та уникнути негативної оцінки з боку однолітків. Ці фактори можуть суттєво впливати на самооцінку підлітків.

– позитивна самооцінка корелює з використанням стратегій, що сприяють соціальній інтеграції, тоді як негативні стратегії можуть знижувати самооцінку та впевненість у собі.

Таким чином, дослідження підкреслює важливість розуміння стратегій самопрезентації підлітків для розвитку ефективних програм підтримки їх психоемоційного здоров'я в умовах сучасного цифрового середовища.

3) Статистично значущі відмінності самопрезентації у соціальних мережах для підлітків було виявлено за такими стратегіями (табл. 2.1): виправдання із запереченням відповідальності, бажання сподобатися, прохання, приписування собі досягнень, перебільшування своїх досягнень, негативна оцінка інших та приклад для наслідування. Міра вираженості середніх показників за вказаними стратегіями значно відрізняється у дорослих і підлітків користувачів соціальних мереж.

Таблиця 2.2

Порівняння стратегій віртуальної самопрезентації у підлітків за критерієм

T-Ст'юдента

Стратегії самопрезентації	Рівень статистичної значущості відмінностей	Різниця показників
Виправдання із заперечення відповідальності	0,043	-2,8
Бажання сподобатися	0,020	-6,3
Прохання/ благання	0,047	2,6
Приписування собі досягнень	0,039	3,7
Перебільшування своїх досягнень	0,012	-5,1
Негативна оцінка інших	0,023	3,8
Приклад для наслідування	0,000	-7

Аналізуючи дані з таблиці 2.2 щодо статистично значущих відмінностей у стратегіях самопрезентації підлітків у соціальних мережах, можна зробити такі висновки:

1. Виправдання із запереченням відповідальності ( $p = 0,043$ , різниця = -

2,8): Ця стратегія менш виражена у підлітків, ніж у дорослих, що свідчить про їхнє менше схильність перекладати відповідальність або виправдовувати свої дії перед оточенням.

2. Бажання сподобатися ( $p = 0,020$ , різниця = -6,3): Значно нижчий показник у підлітків порівняно з дорослими. Це може вказувати на те, що підлітки, хоча й прагнуть соціального схвалення, не так активно використовують цю стратегію.

3. Прохання/благання ( $p = 0,047$ , різниця = +2,6): Підлітки частіше використовують цю стратегію, можливо, як спосіб отримати допомогу чи підтримку від однолітків у соціальних мережах.

4. Приписування собі досягнень ( $p = 0,039$ , різниця = +3,7): Підлітки більш схильні до того, щоб підкреслювати свої досягнення у соціальних мережах, що може бути пов'язане з прагненням до самоствердження.

5. Перебільшування своїх досягнень ( $p = 0,012$ , різниця = -5,1): Підлітки рідше перебільшують свої досягнення у порівнянні з дорослими, можливо через страх бути розкритикованими.

6. Негативна оцінка інших ( $p = 0,023$ , різниця = +3,8): Ця стратегія частіше використовується підлітками, що може свідчити про більш жорстку конкуренцію або прагнення виділитися через негативне ставлення до інших.

7. Приклад для наслідування ( $p = 0,000$ , різниця = -7,0): Підлітки менше використовують цю стратегію, порівняно з дорослими, що може свідчити про їхнє ще не повністю сформоване бажання стати авторитетами для інших.

Ці дані показують різні підходи до самопрезентації серед підлітків, які відрізняються від дорослих, що відображає вікові психологічні особливості та соціальні потреби підлітків.

Для вивчення домінуючих стратегій самопрезентації у підлітків було здійснено кластерний аналіз за досліджуваними стратегіями самопрезентації. У результаті цього виокремлено групи досліджуваних серед підлітків, які відрізняються за особливостями використання стратегій самопрезентації у соціальних мережах.

Таблиця 2.3

Середні показники стратегій самопрезентації для виокремлених груп підлітків – користувачів соціальних мереж

Стратегії самопрезентації	1 група (кластер)		2 група (кластер)		3 група (кластер)	
	mean	n	mean	n	mean	n
Виправдання із запереч відповідальності	17	18	9	8	13	4
Вибачення	31		30		23	
Бажання сподобатися	35		16		27	
Залякування	8		14		31	
Прохання/ благаання	13		16		7	
Приписування собі досягнень	19		28		11	
Перебільшування своїх досягнень	16		24		12	
Негативна оцінка інших	10		16		7	
Приклад для наслідування	30		17		18	

За результатами кластерного аналізу, проведеного для визначення домінуючих стратегій самопрезентації серед підлітків у соціальних мережах, було виокремлено три основні групи (кластери), кожна з яких відрізняється особливостями використання цих стратегій (таблиця 2.2).

1. Перша група (кластер 1) характеризується високими показниками використання стратегій, таких як:

– Бажання сподобатися (mean = 35): Підлітки в цій групі намагаються досягти схвалення від інших користувачів, демонструючи позитивні аспекти своєї особистості.

– Вибачення (mean = 31) та Приклад для наслідування (mean = 30): Часто використовуються стратегії вибачень і намагання показати себе прикладом для інших, що свідчить про спробу зайняти авторитетну позицію серед однолітків.

2. Друга група (кластер 2) має інші домінуючі стратегії:

– Залякування (mean = 14) і Перебільшення своїх досягнень (mean = 24): Підлітки в цьому кластері використовують більш агресивні стратегії самопрезентації, намагаючись показати себе сильнішими або більш успішними, ніж є насправді.

– Приписування собі досягнень (mean = 28): Часто підкреслюють свої

досягнення, намагаючись виділитися серед інших.

3. Третя група (кластер 3) відрізняється іншими підходами:

– Залякування (mean = 31): У цій групі стратегія залякування є найсильнішою. Підлітки з цієї групи, ймовірно, використовують агресивну тактику, щоб домінувати в соціальних мережах.

– Низькі показники за іншими стратегіями (напр. Прохання/благання (mean = 7), Негативна оцінка інших (mean = 7)): Ця група неактивно використовує більш м'які стратегії, як-от прохання чи критику інших.

Ці дані свідчать про те, що підлітки використовують різні стратегії самопрезентації залежно від особистих характеристик і соціальних умов, що впливає на їхній стиль взаємодії в соціальних мережах.

Отже, підсумовуючи в контексті самопрезентації підлітків у соціальних мережах, можна сказати, що більшість підлітків використовують ці платформи не стільки для активної самореклами або створення чітко окресленого іміджу, скільки для розваги та неформального самовираження. Лише невеликий відсоток підлітків прагне привернути увагу чи залучити нових підписників, що свідчить про те, що для багатьох соціальні мережі є простором для демонстрації власних інтересів та стилю в дружній, невимушеній формі.

Такий підхід до самопрезентації показує, що підлітки сприймають соціальні мережі не лише як інструмент для формування соціального статусу, але і як платформу для комунікації, самовираження та взаємодії з друзями без надмірного тиску на створення ідеального образу.

Це відображає тенденцію, де цифрові платформи стають частиною їхньої повсякденності, але водночас не завжди служать виключно засобом для досягнення популярності або самопозиціонування.

## Висновки до другого розділу

Соціальні мережі надають унікальні можливості для того, щоб вивчити, як підлітки створюють та підтримують свої образи перед аудиторією. Протест процесу самопрезентації в соціальних мережах має не тільки позитивні аспекти, а й може призвести до певних психологічних ризиків, таких як розвиток незалежності від соціального схвалення, тривожності та зниження самооцінки.

В другому розділі було проведено емпіричне дослідження самопрезентації підлітків у соціальних мережах, зокрема проаналізовано психологічні аспекти цього феномену та визначено домінуючі стратегії.

На початку дослідження охарактеризовано вибірку, яка включала 136 підлітків віком 13–15 років, та методи дослідження, серед яких застосовано анкетування та шкалу виміру тактики самопрезентації (S. Lee та B. Quigley). Аналіз отриманих результатів показав різноманітність стратегій самопрезентації, які використовувалися підлітками в соціальних мережах. Було виявлено, що підлітки використовують таку тактику, як бажання сподобатися, приписування та збільшення досягнень, а також негативна оцінка інших.

Кластерний аналіз дозволяє виокремити три групи підлітків за типами стратегій самопрезентації. Перший кластер характеризувався високою частотою використання стратегії бажання сподобатися і прагнення стати прикладом для дослідження. Підлітки другого кластера активно використовували залякування та збільшення своїх досягнень. Третій кластер був найбільшим до агресивних тактик, зокрема до залякування.

Таким чином, результати дослідження свідчать про те, що самопрезентація у соціальних мережах є важливим аспектом соціальної взаємодії підлітків і залежить від їхньої особистісної орієнтації та соціальних факторів.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, після дослідження теми кваліфікаційної роботи: «Самопрезентація підлітків у соціальних мережах» можна зробити висновки:

1. Самопрезентація у соціальних мережах є багатогранним процесом, який визначається як індивідуальними особливостями підлітків, так і зовнішніми соціальними впливами. Вивчення теоретичних аспектів цього явища є важливим кроком до розуміння того, як сучасні підлітки використовують соціальні платформи для формування своєї ідентичності та взаємодії з однолітками.

2. Підлітковий вік – це період активного формування особистості, і саме соціальні мережі стали важливою платформою для самовираження та побудови власного образу в очах інших.

Вивчення соціально-психологічних особливостей спілкування підлітків в онлайн-просторі виявило, що самопрезентація у соціальних мережах є способом задоволення потреби в соціальному визнанні, належності до групи та самовираженні. Соціальні медіа надають можливість контролювати інформацію про себе, що сприяє активному використанню різних стратегій самопрезентації, зокрема таких, як побудова позитивного образу, підвищення статусу та демонстрація своїх досягнень.

3. Психологічні аспекти самопрезентації підлітків показали, що їхня поведінка в мережі залежить не тільки від особистісних характеристик, але й від соціальних і культурних контекстів. Підлітки, прагнучи до позитивного сприйняття іншими, можуть використовувати різноманітні тактики, зокрема перебільшення або спотворення інформації про себе, а також прагнути бути привабливими та прийнятними для певних соціальних груп.

4. У другому розділі було проведено емпіричне дослідження самопрезентації підлітків у соціальних мережах, яке охопило 136 респондентів віком 13-15 років. Дослідження дозволило виявити різноманітні стратегії

самопрезентації, які підлітки застосовують у взаємодії в соціальних мережах.

Зокрема, за допомогою кластерного аналізу було визначено три основні групи підлітків. Перша група (35% учасників) частіше використовувала стратегії захисту, такі як виправдання із запереченням відповідальності, при цьому 17% підлітків цієї групи демонстрували активне використання тактики вибачень. Друга група (40% респондентів) була орієнтована на бажання сподобатися та перебільшення власних досягнень – 28% підлітків використовували стратегії «приписування собі досягнень», тоді як 35% намагалися справити позитивне враження на оточення. Третя група (25% підлітків) застосовувала більш агресивні стратегії, такі як залякування і негативна оцінка інших.

Статистичний аналіз за критерієм Т-Ст'юдента показав, що рівень використання стратегій самопрезентації суттєво відрізняється залежно від віку та статі підлітків. Наприклад, стратегія «бажання сподобатися» мала статистично значущу різницю ( $p < 0.05$ ) у 6,3% серед дівчат. Стратегії «виправдання із запереченням відповідальності» та «перебільшування досягнень» були більш характерні для хлопців, у яких різниця в показниках становила  $-2,8$  та  $-5,1\%$  відповідно.

Таким чином, результати анкетування підтверджують, що самопрезентація підлітків є багатоаспектним явищем, що залежить від особистісних і соціальних факторів. Аналітичні дані свідчать про важливість врахування цих чинників при дослідженні взаємодії підлітків у соціальних мережах.

5. Отже, можна підсумувати результати дослідження, що самопрезентація підлітків у соціальних мережах є складним і багатогранним процесом, який тісно пов'язаний з їхніми соціально-психологічними особливостями та прагненням до самовираження. Підлітки активно використовують різноманітні стратегії для конструювання свого образу в онлайн-просторі, причому вибір цих стратегій значною мірою залежить від статі, віку та соціальних умов.

Однією з домінуючих стратегій є бажання сподобатися іншим, що є

типовим для більшості підлітків, особливо дівчат. Ця стратегія включає ідеалізоване представлення себе, акцентування позитивних аспектів своєї особистості та досягнень. Інші підлітки вдаються до більш захисних або агресивних стратегій, таких як виправдання із запереченням відповідальності або перебільшення своїх досягнень, що дозволяє їм відчувати себе більш впевнено та захищено в соціальних мережах.

Дослідження також показало, що агресивні стратегії, такі як негативна оцінка інших або залякування, характерні для меншості підлітків, проте можуть бути свідченням потреби у соціальному домінуванні або захисті власного статусу. У той же час, прагнення бути прикладом для наслідування та отримувати позитивні відгуки є важливим аспектом для багатьох респондентів.

Загалом, результати підтверджують, що підлітки використовують соціальні мережі як інструмент для побудови власного іміджу, а їхні стратегії самопрезентації різняться в залежності від індивідуальних психологічних та соціальних факторів.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Березовська Л.І. Взаємозв'язок самооцінки та самопрезентації молоді у соціальних мережах. Вчені записки університету «Крок». 2023. Вип. 3(71). С. 142-149. URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-71-142-149> (дата звернення: 10.09.2024)
2. Белякова С.М., Шовкова К.О. Соціально-психологічні особливості розвитку особистості сучасного підлітка. Молодий вчений. № 5 (57). травень, 2018. С. 454-458.
3. Бондар Н.Є., Бондар Ю.І., Дубовська К.М. Психологічні особливості самопрезентації студентської молоді в соціальних мережах Інтернет. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 12 : Психологічні науки : зб. наук. праць. Київ, 2012. Вип. 37 (61). С. 261-266.*
4. Вавілова А.С. Стратегії самопрезентації дорослих та підлітків у соціальних мережах. *Науковий вісник Херсонського державного університету. №2. 2021. С. 14-21.*
5. Василевська Н.С. Візуалізація як засіб самопрезентації в соціальних медіа (теоретичний аспект дослідження). *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. 2016. Випуск 10. С. 208-218.*
6. Вплив соціальних мереж на підлітків – як допомогти їм уникати негативних наслідків, 2024. URL: <https://psychologist.com.ua/vpliv-sotsialnix-merezh-na-pidlitkiv-yak-dopomogti-im-unikati-negativnix-naslidkiv/> (дата звернення: 09.09.2024)
7. Вплив соціальних мереж на розвиток дитини. URL: <https://soroban.ua/blog/vlijanie-socialnyh-setej-na-razvitiie> (дата звернення: 09.09.2024)

8. Галас І. І., Ямчук Т. Ю. Вплив інтернет-мереж на розвиток особистості підлітка. URL: <http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2164/1/%d0%92%d0%9f%d0%9b%d0%98%d0%92%20%d0%86%d0%9d%d0%a2%d0%95%d0%a0%d0%9d%d0%95%d0%a2-%d0%9c%d0%95%d0%a0%d0%95%d0%96%20%d0%9d%d0%90%20%d0%a0%d0%9e%d0%97%d0%92%d0%98%d0%a2%d0%9e%d0%9a.pdf> (дата звернення: 10.09.2024)

9. Галунко Н. В. Психологічні особливості спілкування підлітків у соціальних мережах. С.59-62. URL: [https://docs.academia.vn.ua/bitstream/handle/123456789/1112/%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_2019-%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BE-59-62.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://docs.academia.vn.ua/bitstream/handle/123456789/1112/%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_2019-%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BE-59-62.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

10. Гриник І.Я. Особливості самопрезентації особистості у студентському середовищі. *Проблеми гуманітарних наук. психологія* : зб. наук. пр. Дрогобич, 2021. С. 51-60.

11. Зінченко О. В. Характеристика мотивів користування Інтернетом у підлітковому віці URL: <http://boOk.net Zindex.php?p=achapter&bid=16570&chapter= 1> (дата звернення: 13.09.2024)

12. Капустюк О.М. Самопрезентація як засіб створення позитивного іміджу особистості. *Проблеми загальної та педагогічної психології*. 2007. Т. 2. С. 95-102

13. Кашкарьова Л.Р. Вікові психологічні особливості підлітків як чинник небезпеки їх залучення до «груп смерті», м. Бердянськ, 2017. 354 с.

14. Коброслі А. Х. Взаємозв'язок використання соціальних мереж з психологічним благополуччям підлітків. *Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. Психологія*. 2018. Том 23. Випуск 2 (48). С. 58-65

15. Кононенко А.О. Самопрезентація як важливий регулятор соціальної поведінки суб'єкта. *Теорія і практика сучасної психології*. 2012. Вип. 4. С. 45-49

16. Ляховець Л.О., Лісневська А.О. Особливості самопрезентації юнаків користувачів мережі Instagram. *Теорія і практика сучасної психології*. 2020. Вип. 1, т. 2. с. 89-94. URL: <https://doi.org/10.32840/2663-6026.2020.1-2.17>. (дата звернення: 10.09.2024)

17. Маленкоба А. О., Галушко Л. Я. Соціально-психологічні чинники включення підлітків у «груші смерті» в соціальних мережах. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку психології та соціальної роботи: Збірник доповідей Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, присвяченої 120-річчю з Дня народження Еріка Еріксона*, 2023. С.151-155.

18. Настояща К.В. Практики самопрезентації в інтернет-просторі: форми і тенденції. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2019. Т.22, № 1. С. 20-28.

19. Небога А. М., Москалюк Д. Ю. Дослідження ступеня занурення в інтернет-простір та феномену селфі-культу як еквівалентів успішності й популярності сучасних підлітків. *Сучасна освіта в реаліях та перспективах: соціально-педагогічний аспект: збірник наукових і науково-методичних праць*. Вип. 1. Кривий Ріг: КДПУ, 2018. С. 222-225.

20. Панькіна З. О. Вплив комунікації в соціальних мережах на психологічні особливості підлітка. *Психологічні проблеми творчості: матеріали XXIII Міжнародної наукової психологічної конференції, 24-25 червня 2023 року / за ред. В. О. Моляко*. Київ, 2023. С. 207-209.

21. Психологія вищої школи : підручник / О.І. Власова, В.А. Семиченко, С.Ю. Пащенко, Я.Г. Невідома / за ред. О.І. Власової. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2015. 405 с.

22. Савчин М.В., Василенко Л.П. Вікова психологія: навч. посіб. «Академвидав», оригінал-макет, 2005. 202 с.

23. Сінельнікова Т. В. Психологічні особливості підлітків – активних користувачів соціальних мереж. *Наука і освіта*. №1. 2014. С. 50-55.

24. Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків та молоді: за результатами соціологічного дослідження в межах міжнародного проекту «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді» : моногр. / О. М. Бала-

кірєва, Т. В. Бондар та ін. ; наук. ред. О. М. Балакірєва ; ЮНІСЕФ, ГО «Укр. ін-т соц. дослідж. ім. О. Яременка». К.: Поліграфічний центр «Фоліант», 2019. 127 с. URL:

<https://www.unicef.org/ukraine/media/921/file/Social%20conditionality%20and%20indicators%20of%20adolescent%20and%20youth%20health%20in%20Ukraine.pdf>

(дата звернення: 09.09.2024)

25. Справцева К. С. Психологічні аспекти самопрезентації у соціальних мережах: роль аудиторії та стратегії впливу. *Psychology and psychiatry. Portuguese Republic. Collection of scientific papers «SCIENTIA»*. Lisbon. June 14. 2024. С. 150-152. URL: <https://previous.scientia.report/index.php/archive/article/view/1914> (дата звернення: 10.09.2024)

26. Столбов Д. Особливості Інтернет-діяльності сучасного підлітка. Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. 2016. № 1 (12). С. 327-331.

27. Строцька С. А, Мамчур І.В. Соціально психологічні особливості емоційного інтелекту підлітків. *Теоретико-методологічні проблеми практичної психології та її перспективи розвитку*: Збірник доповідей Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, присвяченої 125-річчю з Дня народження Гордона Олпорта. – Кропивницький, 2022. С. 182-186.

28. Тканова В.В. Особистісна самопрезентація сучасної молоді у соціальних мережах. *Актуальні проблеми психології в закладах освіти*. 2022. Вип. 7. С. 140-144. URL: <https://doi.org/10.31812/psychology.v7i.7273> (дата звернення: 10.09.2024)

29. Токарева Н.М. Сучасний підліток у системі психолого-педагогічного супроводу: монографія. Кривий Ріг : ТОВ ВВП «Інтерсервіс». 2014. 312 с.

30. Устінов О.В. Вплив соціальних мереж на підлітків. 2021. URL: <https://umj.com.ua/uk/novyna-214665-vpliv-sotsialnih-merezh-na-pidlitkiv> (дата звернення: 09.09.2024)

31. Фоміна В. Роль соціальних мереж в житті сучасних підлітків: вплив, виклики та можливості. 2023. URL: <http://www.nasha-persha.org.ua/novini->

shkoli/21426-rol-sotsialnyh-merezh-v-zhytti-suchasnyh-pidlitkiv-vplyv-vyklyky-ta-mozhlyvosti.html#:~:text=%D0%A6%D0%B5%20%D0%B4%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8F%D1%94%20%D1%97%D0%BC%20%D0%B2%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B0%D1%82%D0%B8%20%D1%81%D0%B2%D0%BE%D1%8E,%D0%B7%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D1%8E%20%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%85%20%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%8C (дата звернення: 09.09.2024)

32. Фурман А. В. Психологічні аспекти соціалізації особистості. Київ: Наукова думка, 2004. 259 с.

33. Хорунжий С. І. Самоідентифікація особистості в підлітковому віці. Київ: Інститут психології ім. Г. С. Костюка, 2006. 154 с.

34. Як соціальні мережі впливають на психіку дітей та підлітків? URL: <https://mozok.ua/anxietydisorder/article/3795-yak-sotcaln-merezh-vplivayut-na-psihku-dtej-ta-pdltkv> (дата звернення: 09.09.2024)

35. Arnani N.P.R., Nindhita V. Please look at me? Connecting self esteem and online self-presentation among teenagers on social media Instagram. E3S Web of Conferences. 2024. Vol. 499. P. 1-5. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202449901023>. (дата звернення: 10.09.2024)

36. Brian A. Primack, Lauren M. Shensa, et al. Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. *Computers in Human Behavior*, 2017.

37. Dr. Sarah-Jayne Blakemore Exploring the Role of Social Media in Adolescent Identity Formation. *Developmental Cognitive Neuroscience*, 2019.

38. Dr. Yalda Uhls *The Impact of Social Media on Adolescent Brain Development. Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 2016.

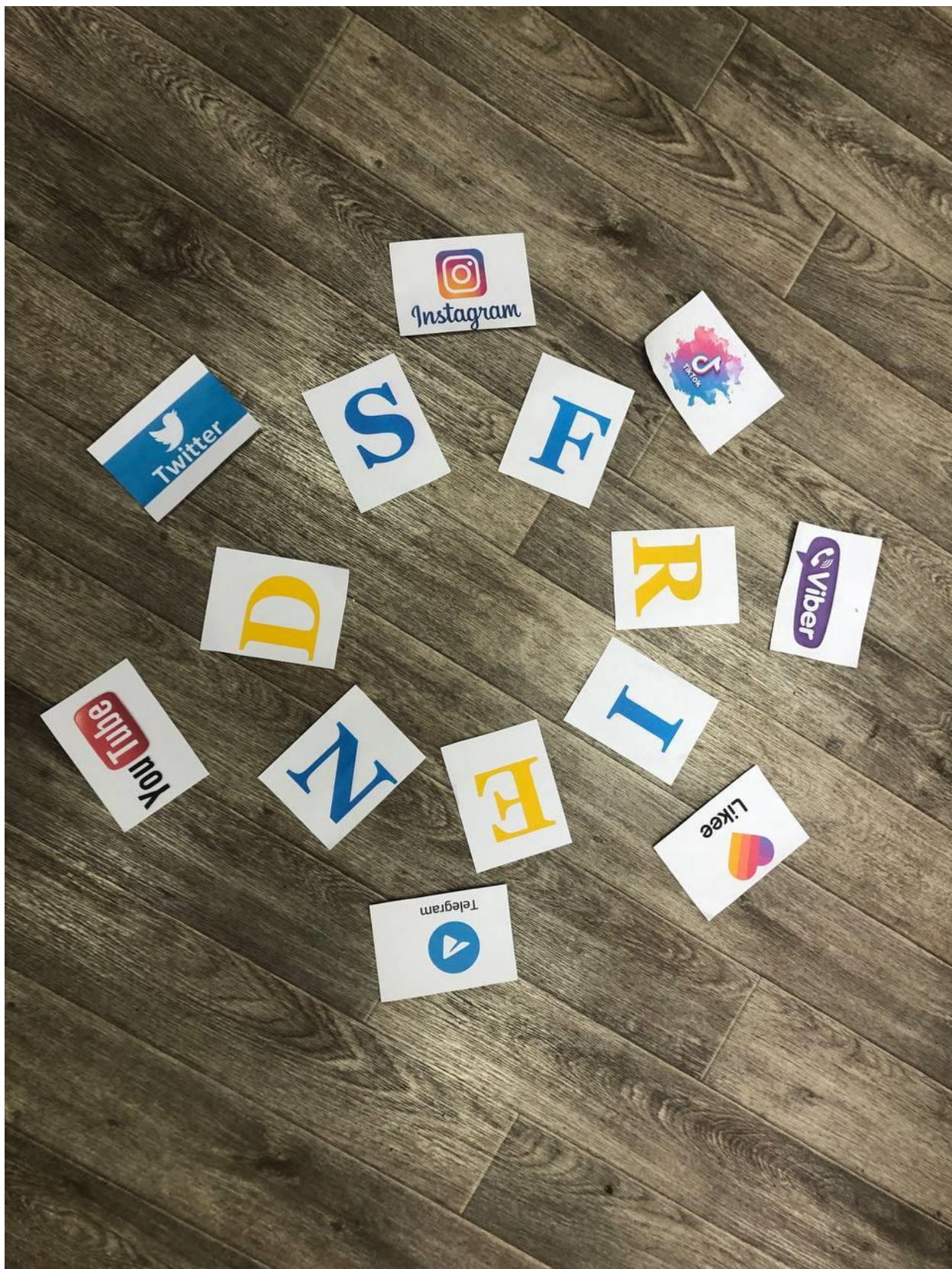
39. Dsilva M. U., Maddocs R., Collins B. Criticism on the Internet: An analysis of participant reactions. *Communication Research Reports*. 5. 2009. 180-187. URL: <https://doi.org/10.1080/08824099809362112> (дата звернення: 10.09.2024).

40. Duffy B., Pruchniewska U., Scolere L. Platform-specific self-branding: Imagined affordances of the social media ecology. *8th International International Conference on Social Media and Society*. July 2017. 5, 1–9. DOI: <https://doi.org/10.1145/3097286.3097291> (дата звернення: 10.09.2024).
41. Elkind D. *The Hurried Child: Growing Up Too Fast Too Soon*. Addison-Wesley, 1981.
42. Erikson E. H. *Childhood and Society*. Norton & Company, 1950.
43. Erikson E. H. *Identity: Youth and Crisis*. Norton & Company, 1968.
44. Hall G. S. *Adolescence: Its Psychology and Its Relations to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion, and Education*. New York: Appleton, 1904.
45. Huang W. Analysis on Self-presentation in Internet Social Media. *3rd international social sciences and education conference*. 2018. P. 19–22.
46. Hunt M. G., Marx D., & Schueller, J. V. The relationship between social media use and self-esteem: A systematic review of the literature. *Social Psychological and Personality Science*. № 9(2), 2018. P/ 218-227.
47. Jennifer J. Vogel, Gregory M. Rose, et al. Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 2014.
48. Petit J., Carcioppolo N. Associations between the Dark Triad and online communication behavior: *A brief report of preliminary findings*. *Communication Research Reports*. 5, V. 37. 2020. URL: <https://doi.org/10.1080/08824096.2020.1862784> (дата звернення: 10.09.2024).
49. Schutz A. Assertive, offensive, protective, and defensive styles of self-presentation: taxonomy. *Journ of Psychology*. 1998. № 6. P. 611–628.
50. Spranger E. *Psychologie des Jugendalters*. Leipzig: Quelle & Meyer, 1924.
51. Stern W. *Psychologie der frühen Kindheit bis zum sechsten Lebensjahr*. Leipzig: Quelle & Meyer, 1924.

## **ДОДАТКИ**

Додаток А

### **Найпоширеніші соціальні мережі**



Додаток Б

**Учні 8-А та 8-Б класів Смілянської школи-лицею № 1 під час уроку безпеки в соціальних мережах**





Б

Продовження додатку



Додаток В

Таблиця 1

### Тип та кількість навчальних закладів, де проводилося опитування

Тип закладу	Кількість
Заклади загальної середньої освіти	247
Заклади професійно-технічної освіти	20
Заклади фахової передвищої освіти	20

Таблиця 2

	Кількість класів/курсів	
	Одиниць	%
5-й клас	119	14,6
6-й клас	126	15,4
7-й клас	123	15,2
8-й клас	127	15,5
9-й клас	120	14,7
10-й клас	64	7,8
11-й клас	59	7,3
ЗПТО (після 9-го класу)	40	4,8
ЗФПО (після 9-го класу)	39	4,7
Усього	817	100,0

Таблиця 3

### Питома вага учнів/студентів, присутніх/відсутніх на момент опитування в класі

	Кількість, N	%
1. Усього за списком	17 701	100,0
2. Присутні	13734	77,6
3. Відсутні, всього:	3836	21,7
у тому числі з причин:		
1) через хворобу	1785	10,1
2) з іншої поважної причини	1742	9,8
3) без поважної причини	94	0,5
4) причина невідома	215	1,3
4. Відмовилися	131	0,7

### Типи й кількість класів/курсів, де проводилося опитування

Таблиця 4

## Кількість опитаних учнів, залежно від статі й типу навчального закладу

	Хлопці		Дівчата		Усього	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Заклади загальної середньої освіти	5794	88,2	6280	92,8	12074	90,5
Заклади професійно-технічної освіти	456	6,9	166	2,5	622	4,7
Заклади фахової передвищої освіти	320	4,9	321	4,7	641	4,8
Усього	6570	100,0	6767	100,0	13337	100,0

**Розподіл ствердних відповідей на запитання: «Нам цікаво дізнатися про твій досвід користування соціальними мережами, час, який ти присвячуєш соціальним мережам (наприклад Facebook, Vkontakte) та засобам миттєвих повідомлень (наприклад Viber, WhatsApp, Telegram, SnapChat, Facebook messenger).**

**За останній рік чи бувало таке, що ти...», %**

	11 років			13 років			15 років			17 років		
	хлопці	дівчата	усі	хлопці	дівчата	усі	хлопці	дівчата	усі	хлопці	дівчата	усі
Регулярно розумів(ла), що не можу думати ні про що інше, крім моменту, коли буде можливість знову користуватися соціальними мережами	24,3	22,9	23,6	24,3	23,4	23,8	21,0	24,8	22,9	21,2	23,1	22,1
Регулярно почувався(лася) незадоволеним(ою), тому що хотів(ла) більше часу проводити в соціальних мережах	19,4	19,3	19,3	18,7	20,8	19,7	15,3	18,0	16,6	12,8	16,8	14,0
Часто погано себе почував(ла), коли не міг(могла) користуватися соціальними мережами	14,5	15,8	15,2	13,7	14,9	14,3	15,5	15,8	15,7	14,0	16,2	15,1
Намагався(лася) менше часу витратити на соціальні мережі, але не вдавалося	33,0	36,3	34,7	32,6	41,4	36,9	28,6	43,4	35,9	27,6	46,6	36,9
Регулярно нехтував(ла) іншими справами (хобі, спорт), тому що хотів(ла) бути в соціальних	15,4	14,8	15,1	13,8	18,2	16,0	17,5	23,9	20,7	16,2	21,2	18,6

мережах													
Регулярно сварився(лася) з іншими через використання соціальних мереж	15,4	11,8	13,6	15,1	18,2	16,6	17,9	19,7	18,8	15,1	20,5	17,8	
Регулярно брехав(ла) батькам або друзям про час, який проводжу в соціальних мережах	11,6	8,7	10,2	11,4	9,8	10,6	11,5	10,9	11,2	11,6	7,6	9,6	
Часто використовував(ла) соціальні мережі, щоб позбутися негативних відчуттів	25,9	30,1	28,0	35,7	39,3	37,5	34,0	47,2	40,5	32,1	42,9	37,4	
Мав(ла) серйозні конфлікти з батьками, братом (братами), сестрою (сестрами) через використання соціальних мереж	11,9	10,1	11,1	13,7	14,4	14,1	14,1	16,9	15,4	9,2	15,8	12,4	

*Розподіл відповідей респондентів стосовно твердження про Інтернет за віком і статтю, % [24, с. 85]*

	11 років			13 років			15 років			17 років		
	хл оп ці	дівч ата	усі	хл оп ці	дів чат а	усі	хл оп ці	дів чат а	усі	хл оп ці	дівч ата	усі
<i>В Інтернеті мені легше говорити про секрети, ніж віч-на-віч</i>												
Не згоден(на)*	69,7	68,0	68,8	59,6	61,1	60,3	56,3	60,3	58,3	61,0	64,3	62,6
Наскільки згоден(на), настільки й не згоден(на)	14,6	16,6	15,6	20,2	22,3	21,2	23,6	25,1	24,4	25,1	23,9	24,5
Згоден(на)**	15,7	15,4	15,6	20,2	16,6	18,5	20,1	14,6	17,3	13,9	11,8	12,9
<i>В Інтернеті мені легше говорити про мої особисті почуття, ніж віч-на-віч</i>												
Не згоден(на)*	67,5	65,8	66,7	57,9	59,2	58,6	53,8	60,4	57,0	59,3	63,6	61,5
Наскільки згоден(на), настільки й не згоден(на)	13,7	16,0	14,8	19,9	18,7	19,3	22,6	21,1	21,9	25,9	21,8	23,8
Згоден (на)**	18,8	18,2	18,5	22,2	22,1	22,1	23,6	18,5	21,1	14,8	14,6	14,7
<i>В Інтернеті мені легше говорити про мої проблеми, ніж віч-на-віч</i>												
Не згоден(на)*	72,1	72,8	72,4	66,3	67,2	66,7	62,5	67,4	65,0	64,9	69,0	66,9
Наскільки згоден(на), настільки й не згоден(на)	14,2	15,8	15,0	16,4	18,3	17,4	21,5	19,1	20,3	22,8	20,5	21,6
Згоден(на)**	13,7	11,4	12,6	17,3	14,5	15,9	16,0	13,5	14,7	12,3	10,5	11,5

\* Сума відповідей «дуже сильно не згоден(на)», «сильно не згоден(на)», «не згоден(на)».

\*\* Сума відповідей «дуже сильно згоден(на)», «сильно згоден(на)», «згоден(на)».

**Анкета для вивчення мотиваційних аспектів самопрезентації підлітків у соціальних мережах**

1. Скільки часу ви проводите у соціальних мережах щодня?
  - a. Менше ніж 1 година
  - b. 1-3 години
  - c. 3-5 годин
  - d. Більше ніж 5 годин
2. Як часто ви публікуєте нові фотографії або відео?
  - a. Щодня
  - b. Декілька разів на тиждень
  - c. Декілька разів на місяць
  - d. Рідко/Ніколи
3. Як ви відчуваєте себе після отримання великої кількості лайків?
  - a. Дуже радісно
  - b. Досить задоволено
  - c. Нейтрально
  - d. Не надаю цьому значення
4. Чи залежить ваша самооцінка від кількості лайків/коментарів?
  - a. Так, дуже
  - b. Так, частково
  - c. Ні, не залежить
  - d. Мені байдуже
5. Чи обговорюєте ви свої публікації або пости з друзями до їх розміщення?
  - a. Так, завжди
  - b. Іноді
  - c. Рідко
  - d. Ніколи
6. Чи є у вас фіксований стиль публікацій у соціальних мережах?
  - a. Так, завжди
  - b. Іноді
  - c. Ні, публікую хаотично
  - d. Не задумуюсь про це
7. Які емоції ви відчуваєте, коли ваш пост не отримує очікуваної кількості лайків?
  - a. Розчарування
  - b. Невпевненість
  - c. Ніяк не реауюю
  - d. Інші емоції
8. Наскільки важливими для вас є коментарі до ваших публікацій?
  - a. Дуже важливі
  - b. Важливі
  - c. Малозначущі
  - d. Не мають значення
9. Як часто ви перевіряєте кількість підписників?



- a. Щодня
  - b. Декілька разів на тиждень
  - c. Раз на місяць
  - d. Не перевіряю
10. Чи відчуваєте ви тиск через необхідність підтримувати свій образ у соціальних мережах?
- a. Так, завжди
  - b. Іноді
  - c. Рідко
  - d. Ніколи
11. Чи змінюється ваша поведінка в реальному житті через вашу активність у соцмережах?
- a. Так, помітно
  - b. Частково
  - c. Ні
  - d. Не задумувався про це
12. Що мотивує викладати фото/ відео публікації?
- a. Бажання поділитися важливою інформацією
  - b. Прагнення отримати схвалення
  - c. Для самовираження
  - d. Інше
13. Як часто ви видаляєте публікації, які не набрали достатньо лайків?
- a. Часто
  - b. Іноді
  - c. Рідко
  - d. Ніколи
14. Який тип контенту ви найбільше сприймаєте як «вдалий» у соціальних мережах?
- a. Особисті фото/відео
  - b. Контент з друзями
  - c. Інформативні/новини
  - d. Меми та гумор
15. Як ви оцінюєте свою самопрезентацію у соціальних мережах?
- a. Дуже позитивно
  - b. Позитивно
  - c. Нейтрально
  - d. Негативно
16. У якій соц мережі найбільше проводите часу?
- a. Інстаграм
  - b. Тік Ток
  - c. Фейсбук
  - d. Телерам/Вайбер
  - e. Інше

## Анкета: Стратегії самопрезентації підлітків у соціальних мережах

### Інструкція

Будь ласка, оцініть, наскільки ви погоджуєтесь з кожним із наведених тверджень, використовуючи наступну шкалу: 1 - зовсім не погоджуюсь

2 - частково не погоджуюсь

3 - нейтрально

4 - частково погоджуюсь

5 - повністю погоджуюсь

### Твердження

1. Виправдання із запереченням відповідальності
  - ✓ Я завжди намагаюся знайти причини, чому в мене не вийшло щось зробити, коли ділюсь інформацією про себе в соціальних мережах.
2. Бажання сподобатися
  - ✓ Я часто прагну, щоб мої пости в соціальних мережах подобалися іншим, тому дбаю про їх зміст.
3. Прохання/благання
  - ✓ Я іноді прохаю своїх друзів поставити лайк або прокоментувати мої публікації в соціальних мережах.
4. Приписування собі досягнень
  - ✓ Я вважаю за потрібне ділитися своїми досягненнями в соціальних мережах, щоб продемонструвати свої успіхи.
5. Перебільшування своїх досягнень
  - ✓ Я іноді перебільшую свої досягнення або навички в постах у соціальних мережах, щоб справити враження на інших.
6. Негативна оцінка інших
  - ✓ Я можу іноді критикувати або принижувати інших у своїх коментарях, щоб підвищити свою самооцінку.
7. Приклад для наслідування
  - ✓ Я вважаю, що мій стиль життя чи досягнення можуть стати прикладом для інших, і тому ділюсь ними в соціальних мережах.
8. Залякування
  - ✓ Я іноді використовую погрози або залякування, щоб змусити інших реагувати на мої публікації.

*Дякуємо за вашу участь!*

*Ваші відповіді допоможуть у вивченні самопрезентації підлітків у соціальних мережах.*

**I. Шкала вимірювання тактик самопрезентації**  
(методика С. Лі, Б. Куіслі)

Інструкція. Нижче наводяться твердження, пов'язані з тим, як ви себе сприймаєте. Будь ласка, уважно прочитайте інструкцію й відповідайте якомога точно та щиро. Відповідаючи, обведіть на поданій шкалі ту цифру, що максимально відповідає вашій поведінці.

	Дуже рідко	1 2 3 4 5 6 7 8 9	Дуже часто
1	Я поводжуся так, що інші бояться мене		1 2 3 4 5 6 7 8 9
2	Я використовую свою силу для того, щоб впливати на людей, коли мені це необхідно.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
3	Якщо я ображаю когось, я вибачаюся й обіцяю більше так не робити.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
4	Я даю пояснення до того, як роблю те, що може не сподобатися іншим.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
5	Я виправдовую свої вчинки, щоб зменшити негативні реакції з боку інших.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
6	Я розповідаю людям про свої успіхи у тих справах, які інші вважають важкими.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
7	Я використовую свої слабкості для того, щоб зробити прихильними людей до себе.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
8	Я прошу від інших допомоги.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
9	Я висловлюю ту ж думку, що й інші, для того, щоб вони добре ставилися до мене.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
10	Коли мені здається, що буде невдача, заздалегідь виправдовуюся.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
11	Я використовую лестощі для того, щоб зробити людей прихильними до себе.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
12	Я почуваюся недобре під тиском "робити все бездоганно".		1 2 3 4 5 6 7 8 9
13	Я вибачаюся, коли зробив(ла) щось не так.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
14	Я схиляю інших до думки про те, що не можу щось зробити, для того, щоб отримати допомогу.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
15	Я хочу бути взірцем того, як повинна поводити себе людина.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
16	Після негарного вчинка я намагаюся, щоб інші зрозуміли, що будучи на моєму місці, вчинили так само.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
17	Я намагаюся заручитися підтримкою інших перед тим, як робити щось, що може бути негативно сприйняте.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
18	Я намагаюся заглидити будь-яку свою провину перед іншими.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
19	Розповідаючи іншим про свої речі, я згадую про їх ціну.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
20	Я звертаю увагу на некоректні положення, висловлювання опозиційних політичних партій.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
21	Я намагаюся викликати бажання наслідувати мене, будучи для інших позитивним прикладом.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
22	Коли розповідаю комусь про минулі події, я претендую на більший внесок у виконанні позитивних справ, ніж це було насправді.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
23	Я розповідаю людям про свої чесноти.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
24	Я намагаюся бути зразком для наслідування.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
25	Я заздалегідь вибачаюся за дії, які можуть не сподобатися іншим.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
26	Я намагаюся схилити інших чинити так само добре, як і я.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
27	Я притискаю інших задля того, щоб самому виглядати краще.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
28	Я роблю послугу іншим, щоб схилити їх на свій бік.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
29	Я визнаю відповідальність за поганий вчинок, якщо це стало очевидним.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
30	Я перебільшую значимість своїх досягнень.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
31	Я нерішучий(а) і сподіваюся, що інші візьмуть відповідальність за спільну поразку.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
32	Я погрожую іншим, коли впевнений, що з цього буде зиск.		1 2 3 4 5 6 7 8 9
33	Я висловлюю думки, що сподобаються іншим.		1 2 3 4 5 6 7 8 9

34	Я критично висловлююся про непопулярні групи.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
35	Я намагаюся переконати інших, що не відповідаю за невдачу.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
36	Коли справи не йдуть, пояснюю, що в цьому невинен.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
37	Я поведжуся відповідно до моїх переконань, як слід поводитися іншим.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
38	Я розповідаю іншим про свої позитивні якості.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
39	Коли мені докоряють, я вибачаюся.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
40	Я звертаю увагу на здійснені мною добрі справи, оскільки їх можуть просто не помітити.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
41	Я вказую іншим про цінність подарованих мною подарунків, якщо вони думають протилежно.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
42	Слабке здоров'я – причина моєї неуспішності у школі/на роботі.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
43	Я допомагаю іншим тому, що вони мені допоможуть також.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
44	Я висуваю схвалені іншими причини для того, щоб виправдати свою негарну поведінку.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
45	Коли моя поведінка здається іншим неправильною, я наводжу вагомі аргументи, щоб виправдатися.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
46	Коли я виконую роботу з кимось, намагаюся, щоб мій внесок здавався більш вагомим, ніж насправді.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
47	Я перебільшую негативні якості своїх конкурентів.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
48	Я вигадую вибачення за погану поведінку.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
49	Я вигадую причини виправдання за можливу невдачу.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
50	Я каюся, коли роблю щось неправильно.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
51	Я залякую інших.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
52	Коли у мене скрута, намагаюся гарно виглядати.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
53	Я погано готуюся до іспитів, оскільки у мене значні громадські доручення.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
54	Я говорю іншим, що вони сильніші й компетентніші від мене, коли хочу, щоб вони зробили щось для мене.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
55	Я претендую на довіру у процесі виконання справи, якої раніше не робив(ла).	1 2 3 4 5 6 7 8 9
56	Я негативно висловлююся про людей, які є для мене конкурентами.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
57	Я перешкоджаю власному успіху.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
58	Тривога шкодить моїм діям.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
59	Я чиню так, щоб викликати страх у інших, для того, щоб вони робили те, що потрібно мені.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
60	Коли успішно зроблю справу, підкреслюю свою значимість.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
61	Я висуваю вагомі пояснення своєї поведінки, незалежно від того, наскільки вона не сподобається іншим.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
62	Щоб уникнути дорікань, я намагаюся завірити інших, що не хотів зробити нічого поганого.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
63	Я роблю людям компліменти для того, щоб схилити їх до себе.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
64	Вчинивши погано, пояснюю людям, що на моєму місці вони вчинили так само.	1 2 3 4 5 6 7 8 9

Підрахунок балів відбувається за дев'ятибальною шкалою (від 1 – “рідко виявляється у поведінці” до 9 “дуже часто виявляється у поведінці”). Усі питання розподіляються на дванадцять груп тактик самопрезентації: з 1 до 5 – тактики захисного типу, з 6 до 12 – тактики асертивного типу самопрезентації. Кожна тактика самопрезентації включає в себе певні номери й кількість питань (тактика 6 – “бажання сподобатися” включає 8 питань, інші – по 5).

1. Виправдання із запереченням відповідальності – 35, 36, 39, 48, 62.
2. Виправдання з прийняттям відповідальності – 05, 44, 45, 61, 64.
3. Заперечення – 04, 10, 17, 25, 49.

4. Перешкода самому собі – 12, 42, 53, 57, 58.
5. Вибачення – 03, 13, 18, 29, 50.
6. Бажання/намагання сподобатися – 09, 11, 28, 33, 38, 43, 52, 63.
7. Залякування – 01, 02, 32, 51, 59.
8. Прохання/благання – 07, 08, 14, 41, 54.
9. Приписування собі досягнень – 22, 23, 40, 46, 55.
10. Перебільшення своїх досягнень – 06, 19, 30, 41, 60.
11. Негативна оцінка інших – 20, 27, 34, 47, 56.
12. Приклад для наслідування – 15, 21, 24, 26, 37.