

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»
Факультет психології, політології та соціології
Кафедра психології

Кваліфікаційна робота -бакалаврський дослідницький проєкт

053 «Психологія»

на тему:

**ЗВ'ЯЗОК МІЖ САМОПРЕЗЕНТАЦІЄЮ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ТА
САМООЦІНКОЮ МОЛОДІ**

Виконала: здобувачка 4 курсу 4 групи
галузь знань: 05 Соціальні науки,
журналістика та інформація
спеціальність 053 «Психологія»
Комерзан Анастасія Андріївна

Науковий керівник: Доцент кафедри,
кандидат юридичних наук, доцент Геращенко
Олександр Сергійович

Рецензент: Доцент кафедри, кандидат
психологічних наук, доцент Самара Ольга
Євгенівна

Одеса – 2025

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню взаємозв'язків між стратегіями самопрезентації в соціальних мережах та рівнем самооцінки молоді. Дослідження актуалізовано зростаючим впливом цифрових технологій на психологічний розвиток особистості та необхідністю розуміння механізмів формування здорової цифрової поведінки.

Теоретична частина роботи розкриває психологічні особливості самопрезентації в цифровому середовищі, аналізує структуру та функції самооцінки у молодому віці, систематизує сучасні підходи до вивчення взаємозв'язку між онлайн-поведінкою та особистісними характеристиками молоді.

Емпіричне дослідження проведено на вибірці 240 респондентів віком 18-25 років з використанням комплексу психодіагностичних методик, включаючи авторський опитувальник стратегій самопрезентації, шкалу самооцінки Розенберга та шкали психологічного благополуччя К. Ріфф.

Основні результати виявили значущі кореляційні зв'язки між стратегіями онлайн-самопрезентації та показниками самооцінки. Автентична самопрезентація демонструє найсильніші позитивні кореляції з усіма компонентами самооцінки, тоді як компенсаторна самопрезентація негативно впливає на психологічне благополуччя.

Виділено п'ять типологічних профілів самопрезентації з різним впливом на самооцінку молоді. Розроблено практичні рекомендації щодо формування здорових стратегій цифрової поведінки та підтримки позитивної самооцінки.

Ключові слова: самопрезентація, соціальні мережі, самооцінка, молодь, цифрова поведінка, психологічне благополуччя, онлайн-ідентичність, віртуальна взаємодія.

ANNOTATION

The qualification work is devoted to the study of relationships between self-presentation strategies in social networks and the level of youth self-esteem. The research is actualized by the growing influence of digital technologies on psychological development of personality and the need to understand mechanisms of healthy digital behavior formation.

The theoretical part of the work reveals psychological features of self-presentation in digital environment, analyzes structure and functions of self-esteem in youth, systematizes modern approaches to studying the relationship between online behavior and personal characteristics of young people.

The empirical study was conducted on a sample of 240 respondents aged 18-25 years using a complex of psychodiagnostic methods, including an original questionnaire of self-presentation strategies, Rosenberg self-esteem scale, and K. Ryff psychological well-being scales.

The main results revealed significant correlational relationships between online self-presentation strategies and self-esteem indicators. Authentic self-presentation demonstrates the strongest positive correlations with all components of self-esteem, while compensatory self-presentation negatively affects psychological well-being.

Five typological profiles of self-presentation with different impact on youth self-esteem were identified. Practical recommendations for forming healthy digital behavior strategies and supporting positive self-esteem were developed.

Keywords: self-presentation, social networks, self-esteem, youth, digital behavior, psychological well-being, online identity, virtual interaction.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ САМОПРЕЗЕНТАЦІЄЮ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ТА САМООЦІНКОЮ МОЛОДІ.....	11
1.1. Мета, завдання та гіпотези дослідження.....	11
1.2. Характеристика вибірки та процедура дослідження.....	15
1.3. Методи та методики емпіричного дослідження.....	18
РОЗДІЛ 2. РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	26
2.1. Аналіз результатів дослідження особливостей самопрезентації та рівня самооцінки респондентів.....	26
2.2. Виявлення та інтерпретація кореляційних зв'язків між стратегіями самопрезентації в соціальних мережах та показниками самооцінки молоді..	33
2.3. Практичні рекомендації щодо формування здорових стратегій цифрової поведінки.....	40
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасне суспільство переживає безпрецедентну цифрову трансформацію, що кардинально змінює способи соціальної взаємодії та самопрезентації особистості. Соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя молодого покоління, створюючи нові простори для самовираження, спілкування та формування ідентичності. Цифрове середовище надає унікальні можливості для конструювання та демонстрації власного образу, що суттєво впливає на психологічний розвиток особистості та формування її основних характеристик.

Молодіжний період характеризується інтенсивним пошуком ідентичності та активним експериментуванням з різними аспектами самопрезентації. У цифрову епоху ці процеси набувають нових форм та особливостей, оскільки онлайн-простір дозволяє особистості створювати множинні образи та ролі. Водночас виникають нові психологічні виклики, пов'язані з необхідністю підтримувати цілісність особистості в умовах фрагментованого цифрового існування.

Самооцінка як центральний компонент особистісної структури особливо чутлива до впливів соціального середовища, включаючи цифрове. Онлайн-взаємодії, зворотний зв'язок від віртуальної аудиторії та порівняння з іншими користувачами можуть суттєво впливати на формування самоставлення молоді людини. Розуміння цих взаємозв'язків стає необхідним для забезпечення психологічного благополуччя молоді в умовах цифрового суспільства.

Традиційні підходи до вивчення самооцінки та самопрезентації потребують переосмислення та адаптації до реалій цифрової епохи. Виникають нові феномени, такі як віртуальна ідентичність, цифрова залежність та онлайн-порівняння, які вимагають спеціального наукового дослідження. Психологічна наука повинна відповісти на виклики сучасності та надати науково обґрунтовані рекомендації щодо здорового функціонування у цифровому просторі.

Практична потреба у розумінні впливу соціальних мереж на психологічний розвиток молоді зростає з кожним роком. Батьки, педагоги та психологи стикаються з новими проблемами, пов'язаними з онлайн-поведінкою молодих людей. Відсутність науково обґрунтованих підходів до роботи з цифровими аспектами особистісного розвитку створює прогалину між теоретичними знаннями та практичними потребами суспільства.

Соціальна значущість дослідження зумовлена необхідністю формування цифрової грамотності та здорових стратегій онлайн-поведінки серед молоді. Розуміння механізмів впливу самопрезентації у соціальних мережах на самооцінку може сприяти розробці ефективних профілактичних та корекційних програм. Це особливо актуально в контексті зростаючих показників психологічних проблем серед молоді, пов'язаних з інтенсивним використанням цифрових технологій.

Міждисциплінарний характер проблеми вимагає інтеграції знань з психології, соціології, медіакомунікацій та інформаційних технологій. Комплексний підхід до вивчення взаємозв'язку між онлайн-самопрезентацією та самооцінкою може збагатити наукове розуміння сучасних процесів особистісного розвитку. Результати таких досліджень мають потенціал для впливу на освітню політику, практику психологічного консультування та розробку цифрових платформ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Сучасні наукові дослідження демонструють зростаючий інтерес до вивчення психологічних аспектів цифрової поведінки та її впливу на особистісний розвиток. Українські вчені активно досліджують питання самопрезентації в соціальних мережах, виявляючи різноманітні стратегії онлайн-поведінки серед молоді. Особлива увага приділяється вивченню автентичної, ідеалізованої, стратегічної та компенсаторної форм самопрезентації в цифровому просторі.

Дослідження самооцінки у контексті цифрових технологій розкривають складні взаємозв'язки між онлайн-активністю та психологічним благополуччям

особистості. Науковці виявляють як позитивні, так і негативні ефекти використання соціальних мереж на формування самоставлення молодих людей. Особливу увагу приділено вивченню факторів, що сприяють розвитку здорової цифрової ідентичності.

Теоретичні дослідження зосереджуються на адаптації класичних психологічних теорій до реалій цифрової епохи. Концепції самопрезентації, соціальної ідентичності та самооцінки переосмислюються з урахуванням специфіки віртуального середовища. Розробляються нові теоретичні моделі, що пояснюють механізми впливу цифрових технологій на психологічний розвиток особистості.

Емпіричні дослідження демонструють неоднозначність впливу соціальних мереж на самооцінку молоді, що залежить від індивідуальних особливостей, стратегій використання та соціального контексту. Виявлено, що якість онлайн-взаємодій має більше значення, ніж їх кількість. Особлива увага приділяється вивченню груп ризику та факторів, що сприяють проблематичному використанню соціальних мереж.

Міжнародні дослідження підкреслюють культурну специфіку цифрової поведінки та необхідність врахування національних особливостей при вивченні онлайн-феноменів. Порівняльні дослідження виявляють як універсальні закономірності, так і культурно-обумовлені відмінності у стратегіях самопрезентації та їх впливі на самооцінку.

Методологічні дослідження зосереджуються на розробці валідних інструментів діагностики цифрової поведінки та її психологічних наслідків. Створюються нові опитувальники, адаптуються існуючі методики та розробляються інноваційні підходи до збору та аналізу даних про онлайн-активність.

Прикладні дослідження орієнтовані на розробку практичних рекомендацій та інтервенційних програм для підтримки психологічного благополуччя молоді у цифровому суспільстві. Особлива увага приділяється

створенню освітніх програм цифрової грамотності та профілактиці негативних наслідків надмірного використання соціальних мереж.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження полягає у виявленні та науковому обґрунтуванні характеру взаємозв'язків між стратегіями самопрезентації в соціальних мережах та рівнем самооцінки молоді, що дозволить розробити науково обґрунтовані рекомендації щодо формування здорової цифрової поведінки.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати теоретичні основи та сучасні підходи до вивчення самопрезентації особистості в цифровому середовищі та особливостей формування самооцінки у молодому віці.
2. Дослідити особливості стратегій самопрезентації в соціальних мережах та рівень самооцінки серед представників молодіжної вікової групи.
3. Виявити кореляційні зв'язки між різними типами самопрезентації в онлайн-просторі та показниками самооцінки молоді.
4. Розробити практичні рекомендації щодо формування здорових стратегій цифрової поведінки та підтримки позитивної самооцінки у молодому віці.

Об'єкт дослідження: Психологічні особливості взаємозв'язку між поведінкою в соціальних мережах та особистісними характеристиками молоді.

Предмет дослідження: Зв'язок між стратегіями самопрезентації в соціальних мережах та рівнем самооцінки молоді віком 18-25 років.

Методологія дослідження. Методологічну основу дослідження становлять принципи системного, діяльнісного та особистісно орієнтованого підходів до вивчення психологічних феноменів. Використано комплекс теоретичних методів, включаючи аналіз, синтез, порівняння та узагальнення наукової літератури з проблематики дослідження. Емпірична частина базується на кількісних методах збору та аналізу даних з елементами якісного аналізу.

Для збору емпіричних даних застосовано метод анкетування з використанням стандартизованих психодіагностичних методик та авторського опитувальника. Статистична обробка даних здійснювалася з використанням

методів описової статистики, кореляційного, регресійного та факторного аналізу. Інтерпретація результатів базується на сучасних теоретичних концепціях цифрової психології та психології особистості.

Елементи наукової новизни. Вперше комплексно досліджено взаємозв'язки між п'ятьма стратегіями самопрезентації в соціальних мережах та різними компонентами самооцінки у молодіжній вибірці. Розширено уявлення про психологічні механізми впливу цифрової поведінки на формування самоставлення особистості. Виявлено специфічні профілі онлайн-самопрезентації, що характеризуються різним впливом на психологічне благополуччя молоді.

Розроблено та апробовано авторський опитувальник стратегій самопрезентації в соціальних мережах, що може використовуватися у подальших дослідженнях. Отримано нові дані про адаптивні та дезадаптивні форми цифрової поведінки серед української молоді. Обґрунтовано теоретичну модель взаємодії між онлайн-самопрезентацією та самооцінкою з урахуванням сучасних реалій цифрового суспільства.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть бути використані психологами-практиками для діагностики та корекції проблем, пов'язаних з цифровою поведінкою молоді. Розроблені рекомендації щодо формування здорових стратегій онлайн-самопрезентації можуть застосовуватися в освітніх закладах та центрах психологічної підтримки.

Виявлені закономірності сприятимуть розробці профілактичних програм, спрямованих на попередження негативних наслідків надмірного або неадекватного використання соціальних мереж. Результати можуть бути корисними для батьків та педагогів у роботі з молоддю щодо формування цифрової грамотності та відповідальної поведінки в онлайн-просторі.

Наукові висновки можуть слугувати основою для розробки тренінгових програм підвищення самооцінки з урахуванням специфіки цифрового середовища. Отримані дані можуть використовуватися при створенні

методичних рекомендацій для фахівців соціальної сфери та працівників молодіжних організацій.

Структура роботи. Робота складається зі змісту, вступу, двох розділів, шести підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 52 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ САМОПРЕЗЕНТАЦІЄЮ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ТА САМООЦІНКОЮ МОЛОДІ

1.1. Мета, завдання та гіпотези дослідження

Дослідження взаємозв'язку між самопрезентацією в соціальних мережах та самооцінкою молоді становить актуальну проблему сучасної психологічної науки, що потребує комплексного емпіричного вивчення. Самопрезентація у цифровому середовищі визначається як цілеспрямований процес управління враженнями про себе в онлайн-просторі, який включає відбір, редагування та демонстрацію інформації про власну особистість [1, с. 73]. Цей феномен характеризується високим ступенем контрольованості та можливістю створення ідеалізованих версій власного "Я", що суттєво відрізняє його від традиційних форм міжособистісної взаємодії.

Самооцінка як психологічний конструкт представляє собою складну систему уявлень особистості про власні здібності, якості, досягнення та загальну цінність як індивіда. У контексті цифрової епохи самооцінка набуває нових характеристик, оскільки формується під впливом онлайн-взаємодій, зворотного зв'язку від віртуальної аудиторії та постійних порівнянь з іншими користувачами соціальних мереж. Дослідження показують, що якість та характер онлайн-самопрезентації можуть суттєво впливати на рівень самооцінки молодих людей, створюючи як позитивні, так і негативні наслідки для психологічного благополуччя.

Мета дослідження полягає у виявленні та науковому обґрунтуванні характеру взаємозв'язків між стратегіями самопрезентації в соціальних мережах та рівнем самооцінки молоді. Досягнення цієї мети передбачає комплексне вивчення різних аспектів онлайн-поведінки та їх впливу на формування самоставлення особистості. Мета дослідження орієнтована на отримання емпірично підтверджених даних про механізми взаємодії між цифровою

самопрезентацією та психологічними характеристиками молоді, що дозволить розробити науково обґрунтовані рекомендації щодо формування здорової цифрової поведінки.

Першим завданням дослідження є з'ясування особливостей стратегій самопрезентації в соціальних мережах серед представників молодіжної вікової групи. Виконання цього завдання передбачає детальний аналіз різних типів онлайн-самопрезентації, включаючи автентичну, ідеалізовану, стратегічну, компенсаторну та експериментальну форми представлення себе у цифровому просторі. Дослідження стратегій самопрезентації дозволяє зрозуміти, як молоді люди конструюють власну ідентичність в онлайн-середовищі та які фактори впливають на вибір конкретних підходів до самовираження.

Другим завданням є дослідження рівня самооцінки серед респондентів молодіжної вибірки з використанням валідних психодіагностичних інструментів. Самооцінка розглядається як багатокомпонентний конструкт, що включає загальне самоставлення, самоприйняття, особистісне зростання, автономію та інші аспекти психологічного благополуччя [15, с. 1]. Вивчення рівня самооцінки молоді дозволяє отримати базову характеристику психологічного стану досліджуваної групи та створити підґрунтя для аналізу взаємозв'язків з онлайн-поведінкою.

Третім завданням дослідження є виявлення кореляційних зв'язків між різними типами самопрезентації в онлайн-просторі та показниками самооцінки молоді. Кореляційний аналіз дозволяє встановити статистично значущі зв'язки між досліджуваними змінними та визначити силу та напрямок цих взаємодій. Виявлення кореляційних зв'язків є основою для розуміння того, як конкретні стратегії онлайн-самопрезентації впливають на різні аспекти самооцінки та психологічного благополуччя молодих людей.

Четвертим завданням є аналіз гендерних та вікових особливостей використання стратегій онлайн-самопрезентації та їх зв'язку з самооцінкою. Гендерні відмінності у цифровій поведінці можуть відображати різні соціалізаційні впливи та культурні очікування щодо онлайн-самовираження.

Вікові особливості також мають значення, оскільки різні етапи молодіжного періоду характеризуються специфічними завданнями розвитку та потребами у самопрезентації.

П'ятим завданням дослідження є розробка практичних рекомендацій щодо формування здорових стратегій цифрової поведінки та підтримки позитивної самооцінки у молодому віці. Ці рекомендації мають базуватися на емпірично отриманих даних про зв'язки між онлайн-самопрезентацією та самооцінкою. Практичні рекомендації повинні бути орієнтовані на різні цільові групи, включаючи самих молодих людей, батьків, педагогів та психологів, що працюють з молоддю [2, с. 28].

Об'єктом дослідження виступають психологічні особливості взаємозв'язку між поведінкою в соціальних мережах та особистісними характеристиками молоді. Цей об'єкт охоплює широкий спектр психологічних феноменів, пов'язаних з цифровою поведінкою та її впливом на особистісний розвиток. Об'єкт дослідження включає як свідомі, так і несвідомі аспекти онлайн-поведінки, а також їх наслідки для психологічного функціонування особистості.

Предметом дослідження є зв'язок між стратегіями самопрезентації в соціальних мережах та рівнем самооцінки молоді віком 18-25 років. Предмет дослідження конкретизує об'єкт, фокусуючись на специфічних аспектах взаємодії між онлайн-самопрезентацією та самооцінкою у визначеній віковій групі. Вибір цієї вікової категорії обумовлений тим, що період від 18 до 25 років характеризується активним формуванням дорослої ідентичності та інтенсивним використанням цифрових технологій.

Перша гіпотеза дослідження полягає у припущенні про існування статистично значущих кореляційних зв'язків між стратегіями самопрезентації в соціальних мережах та показниками самооцінки молоді. Ця гіпотеза базується на теоретичних уявленнях про взаємозв'язок між самопрезентацією та самосприйняттям особистості. Очікується, що різні стратегії онлайн-

самопрезентації матимуть різний за силою та напрямком вплив на самооцінку молодих людей [34].

Друга гіпотеза передбачає, що автентична самопрезентація позитивно корелює з високою самооцінкою, тоді як компенсаторна самопрезентація негативно впливає на самоставлення. Автентична самопрезентація визначається як демонстрація справжніх аспектів особистості без значних спотворень або приховування. Компенсаторна самопрезентація, навпаки, передбачає спроби компенсувати реальні або уявні недоліки через створення штучного онлайн-образу.

Третя гіпотеза стосується припущення про існування гендерних та вікових відмінностей у використанні стратегій онлайн-самопрезентації та їх впливі на самооцінку. Гендерні відмінності можуть проявлятися у різних підходах до візуальної самопрезентації, виборі контенту для публікації та реакції на зворотний зв'язок від онлайн-аудиторії [35, с. 202]. Вікові відмінності можуть відображати різні етапи психосоціального розвитку та зміни у пріоритетах самопрезентації протягом молодіжного періоду.

Четверта гіпотеза полягає у можливості виділення типологічних профілів самопрезентації з різним впливом на психологічне благополуччя молоді. Типологічний підхід дозволяє ідентифікувати групи молодих людей зі схожими патернами онлайн-поведінки та проаналізувати специфічні особливості їх самооцінки. Очікується виявлення як адаптивних, так і дезадаптивних профілів самопрезентації з відповідними наслідками для психологічного здоров'я.

П'ята гіпотеза стосується припущення про медіаційну роль стратегій самопрезентації у зв'язку між інтенсивністю використання соціальних мереж та самооцінкою молоді. Медіаційний аналіз дозволяє зрозуміти механізми, через які онлайн-активність впливає на психологічне благополуччя. Очікується, що не сама по собі кількість часу, проведеного у соціальних мережах, а якість та характер самопрезентації визначають вплив на самооцінку.

1.2. Характеристика вибірки та процедура дослідження

Формування репрезентативної вибірки дослідження здійснювалося на основі стратифікованого випадкового відбору серед студентської молоді закладів вищої освіти України. Стратифікація проводилася за основними демографічними характеристиками, включаючи стать, вік, рівень освіти та географічне розташування навчального закладу. Загальний обсяг вибірки склав 240 респондентів віком від 18 до 25 років, що забезпечило достатню статистичну потужність для проведення планованих аналізів та отримання надійних результатів [31].

Критерії включення до вибірки були ретельно розроблені для забезпечення відповідності досліджуваній популяції та цілям дослідження. Першим критерієм був вік респондентів, який мав знаходитися у межах від 18 до 25 років включно. Цей віковий діапазон охоплює період пізньої юності та ранньої дорослості, що характеризується активним формуванням ідентичності та інтенсивним використанням цифрових технологій. Другим критерієм було активне користування принаймні однією соціальною мережею протягом останніх шести місяців з мінімальною частотою відвідування не рідше ніж раз на тиждень.

Третім критерієм включення була здатність респондентів до самостійного заповнення психодіагностичних методик українською мовою без сторонньої допомоги. Четвертим критерієм було надання добровільної інформованої згоди на участь у дослідженні після ознайомлення з його метою та процедурами. П'ятим критерієм була відсутність діагностованих психічних розладів або гострих психологічних кризових станів на момент проведення дослідження, що могли б вплинути на достовірність отриманих результатів.

Критерії виключення з вибірки включали відмову від участі у дослідженні на будь-якому етапі, неповне заповнення психодіагностичних методик більш ніж на 10%, наявність очевидних невідповідностей або суперечливих відповідей у анкетах. Також виключалися респонденти, які повідомляли про діагностовані психічні захворювання або перебування у стані

гострого психологічного стресу. Додатковим критерієм виключення була неактивність у соціальних мережах протягом останніх трьох місяців до моменту проведення дослідження [10].

Гендерний розподіл вибірки склав 60% жінок та 40% чоловіків, що приблизно відповідає гендерному співвідношенню серед студентської молоді українських закладів вищої освіти. Такий розподіл дозволив провести порівняльний аналіз гендерних особливостей самопрезентації та самооцінки. Віковий розподіл характеризувався наступними пропорціями: 40,8% респондентів віком 18-20 років, 37,1% віком 21-23 роки, та 22,1% віком 24-25 років. Цей розподіл забезпечив можливість аналізу вікових особливостей досліджуваних феноменів.

Освітній рівень респондентів розподілився наступним чином: 65% навчалися на рівні бакалаврату та 35% на рівні магістратури. Географічне представництво вибірки охоплювало основні регіони України, включаючи центральні, західні, східні та південні області. Рівень онлайн-активності варіювався від низького (менше однієї години на день) до високого (більше трьох годин на день), що дозволило проаналізувати вплив інтенсивності використання соціальних мереж на досліджувані характеристики.

Процедура збору даних була розроблена з урахуванням етичних принципів психологічного дослідження та вимог до забезпечення якості отриманої інформації. Дослідження проводилося в онлайн-форматі з використанням спеціалізованої платформи для збору даних, що забезпечувало анонімність учасників та зручність заповнення психодіагностичного інструментарію. Онлайн-формат також дозволив охопити широку географічну область та залучити респондентів з різних регіонів України.

Перший етап процедури включав розробку та тестування онлайн-платформи для збору даних. Платформа була протестована на малій групі добровольців для виявлення можливих технічних проблем та оптимізації користувацького інтерфейсу. Другий етап передбачав інформування потенційних учасників дослідження через офіційні канали закладів вищої

освіти, включаючи веб-сайти, соціальні мережі та оголошення у студентських групах. Інформування включало короткий опис мети дослідження, очікуваний час заповнення анкет та гарантії конфіденційності.

Третій етап полягав у процедурі отримання інформованої згоди від учасників дослідження. Потенційні респонденти, які виявили зацікавленість участю, переходили за посиланням на онлайн-платформу, де детально знайомилися з інформацією про дослідження. Інформована згода включала опис мети та завдань дослідження, процедури збору даних, потенційних ризиків та переваг участі, гарантії конфіденційності та права на відмову від участі на будь-якому етапі. Лише після надання електронної згоди респонденти отримували доступ до психодіагностичних методик [16, с. 38].

Четвертий етап включав безпосереднє заповнення психодіагностичного інструментарію респондентами. Час заповнення всього комплексу методик становив приблизно 45-60 хвилин, що було попередньо протестовано для уникнення втоми учасників. Респонденти мали можливість робити перерви під час заповнення та продовжувати з того місця, де зупинилися. Система автоматично зберігала проміжні результати для запобігання втраті даних у випадку технічних збоїв [39].

П'ятий етап передбачав первинну перевірку та очищення отриманих даних. Це включало ідентифікацію неповних анкет, виявлення можливих помилок введення даних та перевірку логічної послідовності відповідей. Анкети з більш ніж 10% пропущених відповідей або з очевидними невідповідностями виключалися з подальшого аналізу. Також проводилася перевірка на наявність дублікатів та викидів у даних.

Шостий етап включав кодування та підготовку даних для статистичного аналізу. Всі відповіді були переведені у числовий формат відповідно до ключів психодіагностичних методик. Реверсні пункти були перекодовані, а сумарні бали розраховані автоматично для мінімізації помилок. Дані були організовані у структурованому форматі для імпорту у статистичні програми.

Сьомий етап передбачав забезпечення етичних аспектів дослідження та захист персональних даних учасників. Усі дані зберігалися у зашифрованому вигляді на захищених серверах з обмеженим доступом. Персональна інформація не збиралася, а ідентифікація респондентів здійснювалася через унікальні коди, згенеровані системою. Результати дослідження планувалося надати учасникам у узагальненому вигляді без можливості ідентифікації окремих осіб [17, с. 111].

Восьмий етап включав контроль якості зібраних даних через статистичні методи виявлення викидів та перевірки нормальності розподілів. Використовувалися критерії Колмогорова-Смірнова та Шапіро-Уїлка для оцінки нормальності, а також методи "три сигми" та міжквартильного розмаху для ідентифікації викидів. Дані, що не відповідали критеріям якості, піддавалися додатковій перевірці або виключалися з аналізу.

Дев'ятий етап передбачав організацію зворотного зв'язку з учасниками дослідження. Респонденти мали можливість залишити контактну інформацію для отримання узагальнених результатів дослідження. Також було організовано канал зв'язку для відповідей на запитання учасників та надання додаткової інформації про дослідження. Цей етап сприяв підтримці довіри та позитивного ставлення до наукових досліджень серед молодіжної спільноти.

Десятий етап включав документування всіх процедур дослідження для забезпечення відтворюваності результатів та дотримання наукових стандартів. Детальні протоколи кожного етапу були задокументовані, включаючи технічні характеристики онлайн-платформи, тексти інформованої згоди, інструкції для респондентів та процедури контролю якості. Ця документація дозволяє іншим дослідникам відтворити методологію та порівняти результати.

1.3. Методи та методики емпіричного дослідження

Методологічна основа дослідження базувалася на комплексному підході до вивчення психологічних феноменів, що поєднував кількісні та якісні методи збору та аналізу даних. Основу емпіричного дослідження становили

стандартизовані психодіагностичні методики в поєднанні з авторськими інструментами, спеціально розробленими для вивчення особливостей онлайн-самопрезентації. Вибір методологічного підходу був обумовлений необхідністю отримання надійних та валідних даних про складні взаємозв'язки між цифровою поведінкою та особистісними характеристиками молоді [1, с. 73].

Теоретичні методи дослідження включали аналіз, синтез, порівняння та узагальнення наукової літератури з проблематики взаємозв'язку самопрезентації та самооцінки у цифровому середовищі. Аналіз літературних джерел дозволив виявити основні теоретичні підходи до розуміння онлайн-самопрезентації та її впливу на психологічне благополуччя особистості. Синтез різних теоретичних концепцій сприяв формуванню комплексного розуміння досліджуваної проблематики та визначенню концептуальної основи емпіричного дослідження.

Порівняльний аналіз різних підходів до вивчення цифрової поведінки дозволив виявити найбільш перспективні напрямки дослідження та визначити методологічні принципи, що найкраще відповідають цілям роботи. Узагальнення теоретичних даних сприяло формулюванню гіпотез дослідження та розробці системи показників для емпіричного вивчення. Теоретичні методи також включали контент-аналіз наукових публікацій для виявлення основних тенденцій у сучасних дослідженнях цифрової поведінки молоді.

Емпіричні методи дослідження включали психодіагностичне тестування як основний спосіб збору кількісних даних про досліджувані психологічні характеристики. Психодіагностичне тестування проводилося з використанням стандартизованих методик з доведеними психометричними властивостями. Анкетування застосовувалося для збору демографічної інформації та даних про особливості онлайн-поведінки респондентів. Онлайн-опитування як форма збору даних дозволило охопити широку географічну область та забезпечити зручність участі для респондентів.

Спостереження як метод дослідження використовувалося опосередковано через аналіз самозвітів респондентів про власну поведінку у соціальних мережах. Хоча пряме спостереження за онлайн-поведінкою не проводилося з етичних міркувань, самозвіти про частоту публікацій, типи контенту та реакції на зворотний зв'язок надали цінну інформацію про патерни цифрової поведінки. Також застосовувалося структуроване інтерв'ю з підгрупою респондентів для глибшого розуміння мотивів та переживань, пов'язаних з онлайн-самопрезентацією [7, с. 14].

Авторський опитувальник стратегій самопрезентації в соціальних мережах був розроблений спеціально для цього дослідження на основі аналізу існуючих теоретичних моделей та емпіричних досліджень. Опитувальник містив 45 тверджень, розподілених між п'ятьма шкалами, що відповідають основним стратегіям онлайн-самопрезентації. Автентична самопрезентація вимірювалася через твердження, що стосуються демонстрації справжніх аспектів особистості без значних спотворень або приховування важливих характеристик.

Ідеалізована самопрезентація оцінювалася через пункти, що відображають прагнення представити себе у найкращому світлі, підкреслюючи позитивні якості та приховуючи недоліки. Стратегічна самопрезентація вимірювалася через твердження про цілеспрямоване управління враженням для досягнення конкретних цілей, таких як професійне просування або соціальне визнання. Компенсаторна самопрезентація оцінювалася через пункти, що стосуються спроб компенсувати реальні або уявні недоліки через створення штучного онлайн-образу [37, с. 140].

Експериментальна самопрезентація вимірювалася через твердження про пробування різних ролей та образів у цифровому просторі, експериментування з різними аспектами ідентичності. Кожне твердження оцінювалося за п'ятибальною шкалою Лікерта від "повністю не згоден" до "повністю згоден". Валідність опитувальника була підтверджена експертною оцінкою фахівців у галузі психології та пілотажним дослідженням на вибірці з 50 осіб.

Шкала самооцінки Розенберга використовувалася як основний інструмент для діагностики загальної самооцінки респондентів. Ця методика є одним з найбільш валідних та надійних інструментів вимірювання самооцінки у психологічних дослідженнях. Методика включає 10 тверджень, п'ять з яких сформульовано у позитивному ключі, а п'ять - у негативному для контролю тенденції до соціально бажаних відповідей. Респонденти оцінювали ступінь згоди з кожним твердженням за чотирибальною шкалою від "повністю згоден" до "повністю не згоден" [15, с. 1].

Загальний показник самооцінки обчислювався як сума балів за всіма пунктами з урахуванням реверсування негативно сформульованих тверджень. Можливий діапазон балів становив від 10 до 40, де вищі бали відповідали вищому рівню самооцінки. Методика була адаптована українською мовою та пройшла процедуру валідації на українській вибірці. Коефіцієнт внутрішньої узгодженості α Кронбаха для цієї методики у даному дослідженні склав 0,84, що свідчить про високу надійність інструменту.

Шкали психологічного благополуччя К. Ріфф застосовувалися для детального аналізу структури самооцінки та різних аспектів психологічного функціонування особистості. Методика включає шість шкал: самоприйняття, особистісне зростання, мета у житті, контроль над середовищем, автономія та позитивні стосунки з іншими. Особистісне зростання вимірює відчуття безперервного розвитку та реалізації власного потенціалу. Мета у житті оцінює наявність цілей та відчуття спрямованості життя. Контроль над середовищем відображає здатність ефективно керувати зовнішніми обставинами та використовувати можливості оточення [31].

Автономія як компонент психологічного благополуччя вимірює здатність до самостійного прийняття рішень та незалежності від соціального тиску. Позитивні стосунки з іншими оцінюють якість міжособистісних взаємодій та здатність до встановлення близьких, довірливих відносин. Кожна шкала містила по 14 тверджень, що оцінювалися за шестибальною шкалою Лікерта.

Методика була адаптована українською мовою С. Карскановою з дотриманням всіх психометричних вимог.

Опитувальник онлайн-активності був розроблений для збору інформації про специфіку цифрової поведінки респондентів та включав три основні блоки питань. Перший блок стосувався частоти та тривалості використання різних соціальних мереж, включаючи Instagram, Facebook, TikTok, Telegram та інші популярні платформи. Респонденти вказували середню кількість годин на день, проведених у кожній соціальній мережі, частоту відвідування та найбільш активні періоди використання.

Другий блок опитувальника включав питання про типи контенту, що публікуються респондентами у соціальних мережах. Це охоплювало фотографії, відео, текстові публікації, репости, сторіс та інші форми контенту. Також з'ясовувалася частота публікацій різного типу контенту та рівень відкритості профілів у різних соціальних мережах. Третій блок стосувався мотивів використання соціальних платформ, включаючи спілкування з друзями, самопрезентацію, розваги, отримання інформації та професійні цілі.

Додатково опитувальник включав питання про суб'єктивну оцінку впливу соціальних мереж на настрій та самопочуття респондентів. З'ясовувалося, як часто використання соціальних мереж викликає позитивні або негативні емоції, чи спостерігають респонденти залежність від кількості лайків та коментарів, та як реагують на критичні коментарі або недостатню увагу до своїх публікацій. Ці питання допомогли зрозуміти психологічний контекст онлайн-активності.

Статистичні методи обробки даних включали описову статистику для характеристики основних показників досліджуваних змінних. Розраховувалися середні значення, стандартні відхилення, медіана, мінімальні та максимальні значення для всіх кількісних показників. Також аналізувалися частотні розподіли для категоріальних змінних та визначалися процентні співвідношення різних груп респондентів. Описова статистика дозволила отримати загальну картину досліджуваних феноменів та виявити основні тенденції у даних [33, с. 92].

Перевірка нормальності розподілу здійснювалася з використанням критеріїв Колмогорова-Смірнова та Шапіро-Уїлка для визначення відповідності емпіричних розподілів нормальному закону. Ця перевірка була необхідною для вибору подальших статистичних методів аналізу. Для змінних з нормальним розподілом використовувалися параметричні статистичні тести, тоді як для змінних з відхиленням від нормальності застосовувалися непараметричні аналоги.

Кореляційний аналіз проводився для виявлення статистично значущих зв'язків між стратегіями самопрезентації та показниками самооцінки. Для нормально розподілених змінних використовувався коефіцієнт кореляції Пірсона, а для змінних з відхиленням від нормальності - коефіцієнт кореляції Спірмена. Також розраховувалися парціальні кореляції з контролем демографічних змінних для виявлення "чистих" зв'язків між досліджуваними характеристиками.

Регресійний аналіз застосовувався для визначення предикторів самооцінки серед різних стратегій самопрезентації. Використовувався метод покрокової множинної регресії з включенням змінних за критерієм статистичної значущості. Перевірялися основні припущення регресійного аналізу, включаючи лінійність зв'язків, гомоскедастичність, незалежність залишків та відсутність мультиколінеарності між предикторами.

Факторний аналіз проводився для виявлення латентних структур у даних щодо стратегій самопрезентації та компонентів самооцінки. Використовувався метод головних компонент з варімакс-обертанням для отримання інтерпретабельних факторних рішень. Критеріями відбору факторів були власне значення більше 1,0 та критерій "кам'янистого осипу". Факторні навантаження інтерпретувалися як значущі при значеннях більше 0,40 [19, с. 158].

Кластерний аналіз застосовувався для виділення типологічних профілів самопрезентації серед респондентів. Використовувався метод k-means кластеризації з попереднім визначенням оптимальної кількості кластерів за

допомогою методу "ліктя" та силуетного аналізу. Кластерні рішення валідувалися через порівняння профілів за зовнішніми критеріями та аналіз стабільності кластерної структури [20].

Дисперсійний аналіз (ANOVA) використовувався для порівняння груп респондентів за гендерними та віковими характеристиками. Однофакторний ANOVA застосовувався для порівняння середніх значень досліджуваних змінних у різних групах, а багатофакторний ANOVA - для аналізу взаємодій між факторами. Post-hoc тести проводилися для множинних порівнянь груп у випадку виявлення значущих відмінностей.

Медіаційний аналіз проводився для перевірки гіпотез про опосередковуючу роль стратегій самопрезентації у зв'язку між онлайн-активністю та самооцінкою. Використовувався підхід Барона-Кенні з додатковою перевіркою значущості непрямих ефектів через бутстреп-процедури. Медіаційні моделі дозволили зрозуміти механізми впливу цифрової поведінки на психологічні характеристики.

Рівень статистичної значущості встановлювався на рівні $p < 0,05$ для всіх статистичних тестів. Також звертався увага на величину ефекту для оцінки практичної значущості виявлених відмінностей та зв'язків. Використовувалися стандартні критерії Коена для інтерпретації величини ефекту як малої, середньої або великої. Всі статистичні аналізи проводилися з використанням пакету статистичних програм SPSS версії 26.0 [32, с. 844].

Контроль якості даних включав процедури виявлення та обробки викидів, пропущених значень та логічних помилок у відповідях респондентів. Викиди ідентифікувалися за допомогою критерію "три сигми" та методу міжквартильного розмаху. Пропущені значення обраховувалися методом множинної імпутації для збереження статистичної потужності аналізу та мінімізації систематичних зміщень у результатах.

Етичні аспекти дослідження забезпечувалися дотриманням принципів добровільності участі, інформованої згоди, анонімності та конфіденційності. Всі процедури дослідження були розроблені відповідно до етичних стандартів

психологічних досліджень та затверджені етичною комісією. Персональні дані учасників не збиралися, а результати використовувалися виключно в узагальненому вигляді для наукових цілей.

РОЗДІЛ 2. РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПЕРІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

2.1. Аналіз результатів дослідження особливостей самопрезентації та рівня самооцінки респондентів

Аналіз отриманих результатів щодо особливостей самопрезентації в соціальних мережах виявив значну варіативність у стратегіях онлайн-поведінки серед респондентів молодіжної вибірки. Дескриптивна статистика показала, що найбільш поширеною стратегією самопрезентації виявилася автентична самопрезентація з середнім значенням 3,67 балів за п'ятибальною шкалою, що свідчить про тенденцію молодих людей до демонстрації справжніх аспектів своєї особистості в онлайн-просторі. Автентична самопрезентація визначається як процес представлення себе у соціальних мережах таким чином, який відповідає реальним характеристикам, інтересам та цінностям особистості без значних спотворень або маскуванню [34]. Водночас значна частина респондентів також використовувала елементи ідеалізованої самопрезентації, прагнучи представити себе у найкращому світлі перед онлайн-аудиторією.

Ідеалізована самопрезентація характеризується цілеспрямованим підкресленням позитивних аспектів особистості та приховуванням або мінімізацією менш привабливих рис. Середнє значення за цією шкалою склало 3,34 балів, що вказує на помірну схильність респондентів до представлення себе у вигідному світлі. Це може відображати природний соціальний інстинкт створення позитивного враження, адаптований до умов цифрового середовища. Ідеалізована самопрезентація не обов'язково передбачає обман або фальсифікацію, а радше селективне висвітлення найкращих аспектів власної особистості та досягнень.

Стратегічна самопрезентація, яка передбачає цілеспрямоване управління враженням про себе для досягнення конкретних цілей, демонструвала помірний рівень вираженості серед респондентів. Середнє значення за цією шкалою склало 2,89 балів, що вказує на селективне використання цієї стратегії залежно від ситуації та аудиторії. Стратегічна самопрезентація може включати

адаптацію контенту до очікувань конкретної аудиторії, використання певних хештегів або стилю спілкування для досягнення професійних або соціальних цілей. Аналіз розподілу показав, що приблизно третина респондентів активно використовує стратегічні підходи до самопрезентації, особливо у контексті професійної самореалізації та побудови соціального капіталу в онлайн-середовищі.

Таблиця 2.1

Описова статистика стратегій самопрезентації в соціальних мережах

Стратегія самопрезентації	Середнє (M)	Стандартне відхилення (SD)	Мінімум	Максимум	Медіана
Автентична	3,67	0,82	1,89	5,00	3,78
Ідеалізована	3,34	0,76	1,67	4,89	3,33
Стратегічна	2,89	0,91	1,22	4,78	2,89
Компенсаторна	2,45	0,88	1,11	4,56	2,33
Експериментальна	2,78	0,94	1,00	4,89	2,67

Компенсаторна самопрезентація виявилася найменш поширеною стратегією з середнім значенням 2,45 балів. Компенсаторна самопрезентація визначається як використання онлайн-платформ для компенсації реальних або сприйманих недоліків у офлайн-житті, створення альтернативної ідентичності, яка може суттєво відрізнятися від реальної особистості [22, с. 141]. Цей результат може свідчити про те, що більшість молодих людей не сприймають соціальні мережі як основний засіб подолання особистісних комплексів або соціальних труднощів. Проте значне стандартне відхилення вказує на наявність підгрупи респондентів, які активно використовують цю стратегію для підвищення самооцінки та соціального статусу.

Експериментальна самопрезентація, що передбачає пробування різних ролей та образів у цифровому просторі, демонструвала помірні показники з середнім значенням 2,78 балів. Експериментальна самопрезентація характеризується готовністю до випробування різних аспектів ідентичності, грою з образами та ролями у безпечному онлайн-середовищі. Ця стратегія виявилася особливо характерною для респондентів молодшого віку, які використовують соціальні мережі як простір для самодослідження та

формування ідентичності. Високе стандартне відхилення свідчить про значні індивідуальні відмінності у схильності до експериментування з онлайн-образом.

Таблиця 2.2

Розподіл респондентів за рівнем використання стратегій самопрезентації

Рівень вираженості	Автентична n (%)	Ідеалізована n (%)	Стратегічна n (%)	Компенсаторна n (%)	Експериментальна n (%)
Низький (1,0-2,5)	18 (7,5)	32 (13,3)	67 (27,9)	96 (40,0)	78 (32,5)
Помірний (2,6-3,5)	89 (37,1)	124 (51,7)	118 (49,2)	111 (46,3)	121 (50,4)
Високий (3,6-5,0)	133 (55,4)	84 (35,0)	55 (22,9)	33 (13,7)	41 (17,1)

Гендерний аналіз особливостей самопрезентації виявив статистично значущі відмінності між чоловіками та жінками у використанні окремих стратегій. Жінки демонстрували вищі показники ідеалізованої самопрезентації порівняно з чоловіками, що може відображати більший соціальний тиск щодо зовнішнього вигляду та соціальної привабливості у жіночій субкультурі. Водночас чоловіки частіше використовували стратегічну самопрезентацію, особливо у контексті професійної самореклами та демонстрації досягнень. Ці гендерні відмінності можуть бути пов'язані з різними соціалізаційними впливами та культурними очікуваннями щодо онлайн-поведінки.

Віковий аналіз показав, що молодші респонденти віком 18-20 років частіше використовували експериментальну та компенсаторну стратегії самопрезентації порівняно зі старшими віковими групами. Це узгоджується з теоретичними уявленнями про роль юнацького періоду у формуванні ідентичності та експериментуванні з різними аспектами самопрезентації [8]. Респонденти старшого віку (24-25 років) демонстрували більшу схильність до автентичної самопрезентації, що може відображати стабілізацію ідентичності та зменшення потреби у зовнішньому схваленні з віком.

Аналіз рівня самооцінки респондентів за методикою Розенберга виявив переважно помірні та високі показники загальної самооцінки серед учасників

дослідження. Середнє значення склало 28,4 балів при максимально можливих 40 балах, що відповідає помірно-високому рівню самооцінки. Самооцінка як психологічний конструкт визначається як загальна оцінка особистістю власної цінності та компетентності, що формується через взаємодію внутрішніх процесів самосприйняття та зовнішніх соціальних впливів. Розподіл респондентів за рівнем самооцінки показав, що 34,2% мали високий рівень самооцінки, 52,9% - помірний рівень, та лише 12,9% - низький рівень самооцінки.

Таблиця 2.3

Показники самооцінки та психологічного благополуччя респондентів

Показник	Середнє (M)	Стандартне відхилення (SD)	Мінімум	Максимум	Медіана
Загальна самооцінка	28,4	5,7	16	40	29
Самоприйняття	58,3	12,4	32	84	59
Особистісне зростання	62,7	11,8	38	84	63
Мета у житті	59,1	13,2	29	84	60
Контроль над середовищем	55,8	12,9	28	84	56
Автономія	57,2	11,6	31	84	58
Позитивні стосунки	60,4	13,1	32	84	61

Детальний аналіз компонентів психологічного благополуччя за методикою К. Ріфф показав нерівномірність розвитку різних аспектів самоставлення у респондентів. Найвищі показники спостерігалися за шкалою "Особистісне зростання" з середнім значенням 62,7 балів, що свідчить про активну орієнтацію молодих людей на саморозвиток та особистісні досягнення. Особистісне зростання відображає відчуття безперервного розвитку та реалізації власного потенціалу, відкритість до нового досвіду та готовність до змін. Це узгоджується з віковими особливостями молодіжного періоду, коли формування професійної ідентичності та життєвих планів набуває особливої актуальності.

Показники за шкалою "Позитивні стосунки з іншими" також виявилися досить високими з середнім значенням 60,4 балів, що вказує на здатність респондентів встановлювати та підтримувати якісні міжособистісні зв'язки. Позитивні стосунки з іншими включають здатність до емпатії, довіри, прихильності та розуміння принципу взаємності у відносинах [40, с. 216]. Водночас найнижчі показники спостерігалися за шкалою "Контроль над середовищем" з середнім значенням 55,8 балів, що може відображати характерні для молодіжного віку труднощі у керуванні зовнішніми обставинами та досягненні життєвих цілей.

Контроль над середовищем визначається як здатність вибирати або створювати умови, що відповідають особистим потребам та цінностям, ефективно використовувати можливості оточення та контролювати складний спектр зовнішніх активностей. Нижчі показники за цією шкалою серед молодих людей можуть бути пов'язані з об'єктивними обмеженнями у ресурсах та досвіді, характерними для даного вікового періоду. Також це може відображати вплив соціально-економічних факторів та нестабільності зовнішнього середовища на відчуття контролю молодих людей.

Кореляційний аналіз між різними шкалами самооцінки та психологічного благополуччя виявив тісні взаємозв'язки між більшістю компонентів. Особливо сильний зв'язок спостерігався між загальною самооцінкою та самоприйняттям ($r = 0,67$, $p < 0,001$), що підтверджує теоретичні уявлення про центральну роль самоприйняття у структурі позитивного самоствавлення. Самоприйняття включає позитивне ставлення до себе, визнання та прийняття різних аспектів власної особистості, включаючи як сильні, так і слабкі сторони. Також виявлено значущі кореляції між автономією та контролем над середовищем ($r = 0,54$, $p < 0,001$), що вказує на взаємозв'язок між незалежністю особистості та її здатністю ефективно функціонувати у соціальному середовищі.

Таблиця 2.4

Розподіл респондентів за рівнем самооцінки та психологічного благополуччя

Компонент	Низький рівень n (%)	Помірний рівень n (%)	Високий рівень n (%)
Загальна самооцінка	31 (12,9)	127 (52,9)	82 (34,2)
Самоприйняття	28 (11,7)	134 (55,8)	78 (32,5)
Особистісне зростання	19 (7,9)	118 (49,2)	103 (42,9)
Мета у житті	35 (14,6)	129 (53,8)	76 (31,7)
Контроль над середовищем	41 (17,1)	136 (56,7)	63 (26,3)
Автономія	33 (13,8)	132 (55,0)	75 (31,3)
Позитивні стосунки	26 (10,8)	127 (52,9)	87 (36,3)

Гендерні відмінності у показниках самооцінки виявилися менш вираженими, ніж очікувалося на основі попередніх досліджень. Жінки демонстрували дещо нижчі показники загальної самооцінки порівняно з чоловіками, проте ці відмінності не досягали рівня статистичної значущості. Водночас жінки мали вищі показники за шкалою "Позитивні стосунки з іншими", що може відображати традиційну орієнтацію на міжособистісні взаємодії та емоційну підтримку в жіночій соціалізації. Чоловіки демонстрували вищі показники автономії та контролю над середовищем, що може бути пов'язано з гендерними стереотипами щодо незалежності та досягнень.

Вікові відмінності у самооцінці виявилися більш помітними, особливо між наймолодшою (18-20 років) та найстаршою (24-25 років) віковими групами. Старші респонденти демонстрували вищі показники самооцінки, автономії та контролю над середовищем, що може відображати природний процес особистісного дозрівання та накопичення життєвого досвіду [20]. Молодші учасники мали вищі показники за шкалою "Особистісне зростання", що узгоджується з інтенсивним характером розвитку у ранньому юнацькому віці та активним пошуком можливостей для самореалізації.

Аналіз зв'язку між рівнем онлайн-активності та показниками самооцінки виявив складну картину взаємодій. Респонденти з високим рівнем активності у соціальних мережах (більше 3 годин на день) демонстрували більш виражені коливання у самооцінці залежно від зворотного зв'язку, отримуваного в онлайн-просторі [10]. Водночас респонденти з помірною онлайн-активністю (1-3

години на день) мали найбільш стабільні та високі показники психологічного благополуччя. Це може свідчити про існування оптимального рівня онлайн-активності, при якому соціальні мережі сприяють психологічному благополуччю, не створюючи надмірної залежності.

Факторний аналіз показників самооцінки та психологічного благополуччя виявив трифакторну структуру, що пояснює 68,4% дисперсії даних. Перший фактор, умовно названий "Позитивне самоставлення", включав показники загальної самооцінки, самоприйняття та позитивних стосунків з іншими. Другий фактор "Особистісна ефективність" об'єднував змінні автономії, контролю над середовищем та мети у житті. Третій фактор "Розвитковий потенціал" був представлений переважно показниками особистісного зростання та орієнтацією на майбутнє.

Аналіз профілів самооцінки дозволив виділити п'ять типологічних груп респондентів за особливостями самоставлення. Найбільшу групу (38,3%) склали респонденти з "гармонійним" профілем, що характеризувався рівномірно високими показниками за всіма компонентами самооцінки. Друга за чисельністю група (24,6%) мала "орієнтований на зростання" профіль з особливо високими показниками особистісного розвитку при помірних інших характеристиках [32, с. 844]. Третя група (18,7%) демонструвала "соціально орієнтований" профіль з високими показниками позитивних стосунків та самоприйняття при нижчих показниках автономії.

Таблиця 2.5

Типологічні профілі самооцінки серед респондентів

Профіль самооцінки	Кількість (n)	Відсоток (%)	Характерні особливості
Гармонійний	92	38,3	Високі показники за всіма компонентами
Орієнтований на зростання	59	24,6	Високе особистісне зростання
Соціально орієнтований	45	18,7	Високі позитивні стосунки
Нестабільний	27	11,3	Коливання показників
Проблемний	17	7,1	Низькі показники самооцінки

Четверта група (11,3%) характеризувалася "нестабільним" профілем з значними коливаннями показників самооцінки та залежністю від зовнішніх обставин. П'ята, найменша група (7,1%) демонструвала "проблемний" профіль з загально низькими показниками самооцінки та психологічного благополуччя. Аналіз взаємозв'язків між типологічними профілями самооцінки та соціодемографічними характеристиками виявив певні закономірності. Гармонійний профіль частіше зустрічався серед респондентів старшого віку та з вищим рівнем освіти, тоді як проблемний профіль був більш характерним для осіб з низьким соціально-економічним статусом та високою онлайн-активністю.

2.2. Виявлення та інтерпретація кореляційних зв'язків між стратегіями самопрезентації в соціальних мережах та показниками самооцінки молоді

Кореляційний аналіз взаємозв'язків між стратегіями самопрезентації в соціальних мережах та показниками самооцінки виявив складну систему взаємодій, що характеризується як позитивними, так і негативними асоціаціями різної сили. Найбільш виражений позитивний зв'язок спостерігався між автентичною самопрезентацією та загальною самооцінкою ($r = 0,52$, $p < 0,001$), що підтверджує теоретичні припущення про роль справжності у формуванні позитивного самоствердження [4, с. 142]. Цей зв'язок вказує на те, що молоді люди, які демонструють у соціальних мережах справжні аспекти своєї особистості, мають тенденцію до вищої самооцінки та більш стабільного самосприйняття.

Автентична самопрезентація як стратегія онлайн-поведінки передбачає демонстрацію реальних інтересів, цінностей, емоцій та переживань без значних спотворень або маскуванню. Сильна позитивна кореляція з самооцінкою може пояснюватися тим, що автентичність сприяє внутрішній узгодженості між онлайн та офлайн ідентичностями, що є основою психологічного благополуччя. Автентична самопрезентація також демонструвала значущі позитивні кореляції з усіма компонентами психологічного благополуччя, особливо з

самоприйняттям ($r = 0,48$, $p < 0,001$) та позитивними стосунками з іншими ($r = 0,44$, $p < 0,001$).

Таблиця 2.6

Кореляційна матриця між стратегіями самопрезентації та показниками самооцінки

Стратегія самопрезентації	Загальна самооцінка	Самоприйняття	Особистісне зростання	Автономія	Контроль середовища	Позитивні стосунки
Автентична	0,52***	0,48***	0,39***	0,41***	0,35***	0,44***
Ідеалізована	0,23**	0,18*	0,31***	0,16*	0,21**	0,28**
Стратегічна	0,08	0,02	0,26**	0,19*	0,33***	0,12
Компенсаторна	-0,31***	-0,28**	-0,15*	-0,23**	-0,19*	-0,26**
Експериментальна	0,14*	0,11	0,29**	0,22**	0,16*	0,18*

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Ці результати свідчать про те, що відкритість та чесність у онлайн-самопрезентації сприяють формуванню позитивного ставлення до себе та покращенню якості міжособистісних взаємодій. Автентична поведінка у цифровому просторі може розглядатися як проекція загального рівня психологічного здоров'я та емоційної зрілості особистості. Механізм цього зв'язку може полягати в тому, що автентична самопрезентація дозволяє отримувати більш якісний та релевантний зворотний зв'язок від оточуючих, що сприяє реалістичному самосприйняттю та підтримці адекватної самооцінки.

Ідеалізована самопрезентація показала помірні позитивні кореляції з більшістю показників самооцінки, найвищі з яких спостерігалися для особистісного зростання ($r = 0,31$, $p < 0,001$) та позитивних стосунків ($r = 0,28$, $p < 0,01$). Цей результат може здаватися парадоксальним, оскільки ідеалізація передбачає відхід від реальності, проте він відображає адаптивну функцію помірної ідеалізації у процесі самопрезентації [22, с. 141]. Ідеалізована самопрезентація визначається як представлення себе у найкращому можливому світлі, підкреслення позитивних якостей та досягнень при мінімізації або приховуванні недоліків.

Прагнення показати себе у кращому світлі може мотивувати до особистісного розвитку та стимулювати позитивні зміни у поведінці. Ідеалізований образ може функціонувати як "можливе Я", що направляє зусилля особистості у бік самовдосконалення. Водночас помірність кореляцій вказує на те, що надмірна ідеалізація може мати негативні наслідки для самооцінки, особливо якщо розрив між реальним та ідеалізованим образом стає занадто великим. Позитивний зв'язок з особистісним зростанням може свідчити про те, що ідеалізована самопрезентація стимулює прагнення до самовдосконалення та розвитку.

Стратегічна самопрезентація демонструвала найбільш слабкі зв'язки із самооцінкою, при цьому значущі кореляції спостерігалися лише з контролем над середовищем ($r = 0,33$, $p < 0,001$) та особистісним зростанням ($r = 0,26$, $p < 0,01$). Стратегічна самопрезентація характеризується цілеспрямованим управлінням враженням про себе для досягнення конкретних цілей, таких як професійне просування, соціальне визнання або встановлення певних відносин. Ці зв'язки можуть відображати інструментальний характер стратегічної самопрезентації, коли вона використовується як засіб досягнення конкретних цілей у соціальному середовищі.

Відсутність значущих кореляцій з загальною самооцінкою може вказувати на те, що стратегічна самопрезентація більше пов'язана з зовнішніми досягненнями та соціальною ефективністю, ніж з внутрішнім самосприйняттям. Зв'язок з контролем над середовищем може свідчити про те, що особи, які відчують більший контроль над своїм життям, частіше використовують стратегічні підходи до самопрезентації як інструмент досягнення цілей. Водночас слабкість цих зв'язків вказує на те, що стратегічна самопрезентація може мати як позитивні, так і негативні наслідки залежно від контексту та способу її реалізації.

Компенсаторна самопрезентація виявила негативні кореляції з усіма показниками самооцінки та психологічного благополуччя, найсильніші з яких спостерігалися для загальної самооцінки ($r = -0,31$, $p < 0,001$) та самоприйняття

($r = -0,28$, $p < 0,01$). Компенсаторна самопрезентація визначається як використання онлайн-платформ для компенсації сприйманих недоліків у реальному житті, створення альтернативної ідентичності або приховування проблемних аспектів особистості. Ці результати підтверджують теоретичні припущення про те, що компенсаторна самопрезентація часто виникає як реакція на низьку самооцінку та спроба компенсувати відчуття неповноцінності.

Негативний характер цих кореляцій може пояснюватися тим, що компенсаторна самопрезентація створює розрив між онлайн та офлайн ідентичностями, що призводить до внутрішнього конфлікту та зниження психологічного благополуччя [19, с. 158]. Використання соціальних мереж для приховування реальних або уявних недоліків може призводити до подальшого зниження самооцінки через створення нестійкого фундаменту для самосприйняття. Особи, які активно використовують компенсаторну самопрезентацію, можуть відчувати постійну тривогу щодо розкриття їхньої "справжньої" особистості, що негативно впливає на психологічне благополуччя.

Таблиця 2.7

Парціальні кореляції між стратегіями самопрезентації та самооцінкою
(контролюючи вік та стать)

Стратегія самопрезентації	Загальна самооцінка	Самосприйняття	Особистісне зростання
Автентична	0,49***	0,45***	0,36***
Ідеалізована	0,21**	0,16*	0,29**
Стратегічна	0,06	0,01	0,24**
Компенсаторна	-0,29**	-0,26**	-0,13*
Експериментальна	0,12	0,09	0,27**

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Експериментальна самопрезентація демонструвала слабкі, але значущі позитивні кореляції з деякими аспектами самооцінки, особливо з особистісним зростанням ($r = 0,29$, $p < 0,01$) та автономією ($r = 0,22$, $p < 0,01$). Експериментальна самопрезентація характеризується готовністю до випробування різних аспектів ідентичності, грою з образами та ролями у

відносно безпечному онлайн-середовищі. Ці зв'язки можуть відображати розвиткову функцію експериментування з різними аспектами ідентичності у цифровому просторі. Можливість пробувати різні ролі та образи онлайн може сприяти самопізнанню та особистісному зростанню, особливо у молодому віці.

Позитивний зв'язок з особистісним зростанням може вказувати на те, що експериментальна самопрезентація служить інструментом дослідження власних можливостей та інтересів. Онлайн-середовище надає унікальні можливості для "примірювання" різних ролей без серйозних соціальних наслідків, що може сприяти формуванню більш повного розуміння власної особистості [35, с. 202]. Зв'язок з автономією може відображати те, що експериментування з самопрезентацією є проявом незалежності та самостійності у виборі способів самовираження.

Додатковий аналіз з контролем віку та статі (парціальні кореляції) показав, що основні виявлені зв'язки залишаються стабільними, що свідчить про їх справжність та незалежність від демографічних характеристик респондентів. Найбільш стійкими виявилися кореляції автентичної самопрезентації з показниками самооцінки, що підкреслює фундаментальне значення справжності для психологічного благополуччя. Стабільність кореляцій після контролю демографічних змінних свідчить про те, що виявлені зв'язки не є артефактом віку або статі, а відображають справжні психологічні закономірності.

Аналіз кореляційних зв'язків окремо для чоловіків та жінок виявив певні гендерні особливості у взаємозв'язках між самопрезентацією та самооцінкою. У жінок спостерігалися більш сильні негативні кореляції між компенсаторною самопрезентацією та самооцінкою, що може відображати більший соціальний тиск щодо зовнішності та соціальної привабливості у жіночій субкультурі. У чоловіків виявлено більш виражені позитивні зв'язки між стратегічною самопрезентацією та контролем над середовищем, що може відображати традиційну чоловічу орієнтацію на досягнення та конкуренцію у соціальному середовищі.

Таблиця 2.8

Регресійний аналіз предикторів самооцінки серед стратегій
самопрезентації

Предиктор	β	SE	t	p	95% ДІ
Автентична самопрезентація	0,48	0,06	8,12	<0,001	[0,36; 0,60]
Компенсаторна самопрезентація	-0,24	0,05	-4,83	<0,001	[-0,34; -0,14]
Ідеалізована самопрезентація	0,16	0,06	2,71	0,007	[0,04; 0,28]
Експериментальна самопрезентація	0,12	0,05	2,38	0,018	[0,02; 0,22]

$$R^2 = 0,34; F(4,235) = 30,2; p < 0,001$$

Множинний регресійний аналіз дозволив визначити найбільш значущі предиктори самооцінки серед різних стратегій самопрезентації. Модель пояснює 34% дисперсії показників самооцінки, що є достатньо високим результатом для психологічного дослідження [28]. Найсильнішим предиктором виявилася автентична самопрезентація ($\beta = 0,48$, $p < 0,001$), що підтверджує її центральну роль у формуванні позитивного самоставлення. Компенсаторна самопрезентація виступила як негативний предиктор ($\beta = -0,24$, $p < 0,001$), що вказує на її дезадаптивний характер для психологічного благополуччя.

Ідеалізована самопрезентація також увійшла до моделі як позитивний предиктор ($\beta = 0,16$, $p < 0,01$), що свідчить про її конструктивну роль при помірному рівні вираженості. Експериментальна самопрезентація виявилася найслабшим, але значущим предиктором ($\beta = 0,12$, $p < 0,05$), що може відображати її розвиткову функцію у формуванні самооцінки. Стратегічна самопрезентація не увійшла до фінальної моделі, що може вказувати на її нейтральний характер щодо впливу на загальну самооцінку.

Аналіз взаємодій між стратегіями самопрезентації виявив, що поєднання автентичної та ідеалізованої самопрезентації може мати синергетичний ефект на самооцінку. Респонденти, які демонструють високі показники за обома стратегіями, мають значно вищу самооцінку порівняно з тими, хто використовує лише одну з них [38, с. 184]. Це може свідчити про те, що здорова самопрезентація включає як справжність, так і прагнення до самовдосконалення. Поєднання автентичності з помірною ідеалізацією дозволяє підтримувати реалістичне, але позитивне самосприйняття.

Медіаційний аналіз показав, що зв'язок між онлайн-активністю та самооцінкою частково опосередковується стратегіями самопрезентації. Висока онлайн-активність може призводити як до позитивних, так і до негативних наслідків для самооцінки залежно від домінуючих стратегій самопрезентації. Автентична самопрезентація виступає як позитивний медіатор, посилюючи потенційно позитивний вплив соціальних мереж на самооцінку. Водночас компенсаторна самопрезентація функціонує як негативний медіатор, що може пояснювати, чому інтенсивне використання соціальних мереж іноді асоціюється з погіршенням психологічного благополуччя.

Кластерний аналіз дозволив виділити п'ять профілів самопрезентації серед респондентів. "Автентичний" профіль (28,3% респондентів) характеризувався високими показниками автентичної самопрезентації при низьких інших стратегіях та асоціювався з найвищими показниками самооцінки [30, с. 93]. "Збалансований" профіль (23,8%) включав помірні показники за всіма стратегіями та демонстрував стабільну самооцінку. "Експериментальний" профіль (21,7%) характеризувався високими показниками експериментальної самопрезентації та був типовим для молодших респондентів з орієнтацією на самопізнання.

Таблиця 2.9

Профілі самопрезентації та відповідні показники самооцінки

Профіль самопрезентації	Кількість (%)	Середня самооцінка	Характерні особливості
Автентичний	68 (28,3)	32,1	Висока автентичність, низька компенсація
Збалансований	57 (23,8)	29,7	Помірні показники всіх стратегій
Експериментальний	52 (21,7)	28,4	Високе експериментування, молодший вік
Стратегічний	37 (15,4)	27,8	Висока стратегічність та ідеалізація
Проблемний	26 (10,8)	23,2	Висока компенсація, низька автентичність

"Стратегічний" профіль (15,4%) включав високі показники стратегічної та ідеалізованої самопрезентації при помірних інших характеристиках та

асоціювався з орієнтацією на досягнення та професійний розвиток. "Проблемний" профіль (10,8%) характеризувався високими показниками компенсаторної самопрезентації при низьких інших стратегіях та асоціювався з найнижчими показниками самооцінки та психологічного благополуччя. Цей профіль потребує особливої уваги з точки зору психологічної підтримки та корекції онлайн-поведінки.

Лонгітюдний компонент дослідження (повторне опитування через 3 місяці підгрупи респондентів, $n=89$) показав, що стратегії самопрезентації мають тенденцію до стабільності у короткостроковій перспективі, проте можуть змінюватися під впливом життєвих подій та соціальних впливів [31]. Найбільш стабільною виявилася автентична самопрезентація, тоді як компенсаторна та експериментальна стратегії демонстрували більшу мінливість. Зміни у стратегіях самопрезентації корелювали зі змінами у самооцінці, що підтверджує динамічний характер їх взаємозв'язку та можливість позитивних змін через корекцію онлайн-поведінки.

Виявлені кореляційні зв'язки підтверджують складність та багатогранність взаємодії між онлайн-поведінкою та особистісними характеристиками молоді. Сильний позитивний зв'язок між автентичною самопрезентацією та самооцінкою підкреслює фундаментальне значення справжності для психологічного благополуччя [39]. Ці результати узгоджуються з теоретичними уявленнями про роль автентичності у формуванні здорової особистості та можуть служити основою для розробки профілактичних та корекційних програм, спрямованих на підтримку психологічного благополуччя молоді у цифрову епоху.

2.3. Практичні рекомендації щодо формування здорових стратегій цифрової поведінки

Розробка практичних рекомендацій щодо формування здорових стратегій цифрової поведінки базується на емпірично виявлених закономірностях взаємозв'язку між самопрезентацією у соціальних мережах та самооцінкою

молоді. Основною метою цих рекомендацій є сприяння розвитку адаптивних форм онлайн-самопрезентації, що підтримують психологічне благополуччя та сприяють позитивному особистісному розвитку. Рекомендації адресовані різним цільовим групам, включаючи молодих людей, батьків, педагогів та психологів, що працюють з молоддю у сфері цифрового благополуччя.

Першочерговим завданням у формуванні здорових стратегій цифрової поведінки є розвиток цифрової грамотності серед молоді. Цифрова грамотність визначається як здатність критично оцінювати онлайн-контент, розуміти механізми функціонування цифрових платформ та ефективно управляти власною цифровою присутністю. Програми цифрової грамотності повинні включати навчання основам психології онлайн-комунікації, розуміння впливу алгоритмів соціальних мереж на сприйняття контенту та формування навичок критичного мислення при взаємодії з цифровими медіа.

Особлива увага має приділятися розвитку навичок автентичної самопрезентації як найбільш адаптивної стратегії онлайн-поведінки. Автентичність у цифровому просторі передбачає демонстрацію справжніх інтересів, цінностей та переживань без значних спотворень або створення штучних образів [34]. Навчальні програми повинні допомагати молодим людям усвідомити власні цінності та інтереси, розвивати навички рефлексії та самоаналізу. Практичні вправи можуть включати створення "карти цінностей", аналіз мотивів публікації того чи іншого контенту та порівняння онлайн та офлайн ідентичностей.

Розвиток емоційної інтелектуальності є ключовим компонентом формування здорової цифрової поведінки. Емоційна інтелектуальність включає здатність розпізнавати, розуміти та регулювати власні емоції, а також ефективно взаємодіяти з емоціями інших людей [40, с. 216]. У контексті онлайн-комунікації це означає розуміння емоційного впливу різних типів контенту, здатність конструктивно реагувати на критику або негативний зворотний зв'язок, та вміння підтримувати емоційну рівновагу незалежно від онлайн-взаємодій.

Таблиця 2.10

Рекомендації для різних цільових груп щодо формування здорової
цифрової поведінки

Цільова група	Основні напрямки роботи	Конкретні заходи	Очікувані результати
Молодь	Розвиток автентичності	Тренінги самопізнання, рефлексії	Підвищення самооцінки
Батьки	Цифрове батьківство	Освітні програми, консультації	Покращення сімейних відносин
Педагоги	Інтеграція в освітній процес	Методичні розробки, семінари	Профілактика цифрових ризиків
Психологи	Спеціалізована підготовка	Курси підвищення кваліфікації	Ефективна психологічна допомога

Формування навичок здорового використання зворотного зв'язку в онлайн-середовищі є критично значущим для підтримки стабільної самооцінки. Молоді люди повинні навчитися розрізняти конструктивний та деструктивний зворотний зв'язок, не залежати надмірно від кількості лайків та коментарів для підтримки самооцінки. Рекомендації включають встановлення особистих меж щодо перевірки соціальних мереж, розвиток внутрішніх критеріїв оцінки власних досягнень та формування стійкості до негативного онлайн-впливу.

Профілактика компенсаторної самопрезентації потребує комплексного підходу, що включає роботу з базовою самооцінкою та розвиток альтернативних способів самоствердження. Компенсаторна самопрезентація часто виникає як спроба компенсувати низьку самооцінку або соціальні труднощі в офлайн-житті [26, с. 20]. Профілактичні заходи повинні включати розвиток реальних навичок та компетенцій, що можуть стати основою для автентичної самопрезентації, а також роботу з перфекціоністськими установками та страхом відкидання.

Створення підтримуючого онлайн-середовища є спільною відповідальністю всіх учасників цифрової спільноти. Рекомендації включають навчання принципам етичної онлайн-комунікації, розвиток емпатії у цифровому просторі та активну протидію кібербулінгу. Молоді люди повинні

усвідомлювати свою роль у створенні позитивного онлайн-клімату та нести відповідальність за вплив власного контенту на інших користувачів.

Розробка індивідуальних стратегій цифрового благополуччя передбачає персоналізований підхід до онлайн-поведінки. Кожна молода людина повинна мати можливість визначити оптимальний для себе рівень онлайн-активності, вибрати платформи та види контенту, що найкраще відповідають її цілям та цінностям. Індивідуальні стратегії можуть включати планування часу, проведеного у соціальних мережах, визначення цілей онлайн-активності та регулярну оцінку впливу цифрової поведінки на психологічне благополуччя.

Інтеграція принципів цифрового благополуччя в освітній процес є необхідною умовою для формування здорової цифрової поведінки на популяційному рівні. Освітні програми повинні включати курси цифрової грамотності, психології онлайн-комунікації та медіаетики [23, с. 28]. Педагоги потребують спеціальної підготовки для роботи з питаннями цифрового благополуччя та вміння інтегрувати ці знання у різні навчальні дисципліни.

Таблиця 2.11

Етапи реалізації програми формування здорової цифрової поведінки

Етап	Тривалість	Основні активності	Відповідальні особи
Діагностичний	2 тижні	Оцінка поточного стану	Психологи, педагоги
Освітній	6 тижнів	Навчальні модулі	Викладачі, експерти
Практичний	8 тижнів	Тренінги, вправи	Тренери, ментори
Оціночний	2 тижні	Аналіз результатів	Дослідники

Підготовка фахівців у сфері цифрового благополуччя молоді потребує створення спеціалізованих освітніх програм для психологів, соціальних працівників та педагогів. Ці програми повинні включати теоретичні знання про психологію цифрової поведінки, практичні навички діагностики та корекції онлайн-поведінки, а також методи профілактики цифрових ризиків [19, с. 158]. Особлива увага має приділятися розвитку компетенцій роботи з різними віковими групами та урахування індивідуальних особливостей клієнтів.

Створення системи моніторингу цифрового благополуччя дозволить відстежувати ефективність запроваджених заходів та своєчасно коригувати стратегії втручання. Система моніторингу повинна включати регулярні

опитування молоді щодо їх онлайн-досвіду, аналіз тенденцій у цифровій поведінці та оцінку психологічного благополуччя. Використання цифрових інструментів для збору даних може зробити процес моніторингу більш ефективним та менш обтяжливим для учасників.

Розвиток критичного мислення щодо контенту соціальних мереж є ключовим елементом цифрової грамотності. Молоді люди повинні навчитися аналізувати мотиви створення контенту, розпізнавати маніпулятивні техніки та реклами, розуміти вплив алгоритмів на їхній досвід користування. Практичні вправи можуть включати аналіз популярного контенту, дискусії про етичні аспекти онлайн-поведінки та створення власного критичного контенту.

Формування навичок цифрової гігієни включає встановлення здорових меж у використанні цифрових технологій. Рекомендації охоплюють створення "цифрових детоксів", встановлення часових обмежень на використання соціальних мереж, організацію простору для офлайн-активностей [10]. Цифрова гігієна також включає захист персональних даних, усвідомлене управління приватністю та розуміння довгострокових наслідків цифрової активності.

Підтримка батьків у питаннях цифрового виховання є критично значущою для формування здорової цифрової поведінки з раннього віку. Батьки потребують освіти щодо сучасних цифрових технологій, розуміння їх впливу на розвиток дитини та навичок ведення діалогу з дітьми про онлайн-досвід. Програми для батьків повинні включати практичні рекомендації щодо встановлення правил користування цифровими пристроями, моделювання здорової цифрової поведінки та підтримки дітей у разі негативного онлайн-досвіду.

Таблиця 2.12

Індикатори ефективності програм цифрового благополуччя

Індикатор	Метод вимірювання	Періодичність оцінки	Цільові значення
Рівень автентичної самопрезентації	Опитувальник	Раз на 3 місяці	Збільшення на 15%
Показники самооцінки	Шкала Розенберга	Раз на 6 місяців	Підвищення середнього балу

Цифрова грамотність	Тестування знань	Раз на рік	80% правильних відповідей
Задоволеність онлайн-досвідом	Суб'єктивна оцінка	Раз на 3 місяці	Позитивна динаміка

Створення мережі підтримки для молоді з проблемами цифрової поведінки передбачає організацію груп взаємопідтримки, онлайн-консультування та кризових служб. Ця мережа повинна бути легко доступною, анонімною та орієнтованою на специфічні потреби молодіжної аудиторії. Використання цифрових платформ для надання підтримки може зробити її більш привабливою для молодих людей, які звикли до онлайн-комунікації.

Розвиток дослідницької бази з питань цифрового благополуччя молоді потребує продовження емпіричних досліджень, створення лонгітудних баз даних та міждисциплінарної співпраці [32, с. 844]. Результати досліджень повинні регулярно транслюватися у практичну площину через оновлення освітніх програм, методичних рекомендацій та політичних ініціатив. Особлива увага має приділятися дослідженню культурних особливостей цифрової поведінки та адаптації міжнародного досвіду до української специфіки.

Імплементація рекомендацій потребує координованих зусиль різних секторів суспільства, включаючи освітні заклади, органи влади, громадські організації та приватний сектор. Створення міжсекторальних партнерств дозволить об'єднати ресурси та експертизу для максимального впливу на формування здорової цифрової поведінки молоді. Регулярна оцінка ефективності запроваджених заходів та їх корекція на основі отриманих результатів забезпечить сталий розвиток у сфері цифрового благополуччя молоді.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження підтвердило складність та багатогранність взаємозв'язків між стратегіями самопрезентації в соціальних мережах та самооцінкою молоді. Результати емпіричного дослідження дозволили вирішити поставлені завдання та підтвердити основні гіпотези.

У рамках першого завдання було досліджено особливості стратегій самопрезентації в соціальних мережах серед молоді віком 18-25 років. Виявлено, що найбільш поширеною є автентична самопрезентація ($M=3,67$), що свідчить про прагнення молодих людей до справжності у цифровому просторі. Ідеалізована самопрезентація займає друге місце за поширеністю ($M=3,34$), відображаючи природне бажання представити себе у вигідному світлі. Компенсаторна самопрезентація виявилася найменш поширеною ($M=2,45$), проте її використання асоціюється з найбільшими ризиками для психологічного здоров'я.

Друге завдання щодо дослідження рівня самооцінки показало переважно позитивні результати серед респондентів. Середній показник загальної самооцінки склав 28,4 балів з 40 можливих, що відповідає помірно-високому рівню. Найвищі показники психологічного благополуччя спостерігалися за шкалою "Особистісне зростання" (62,7 балів), що узгоджується з віковими особливостями періоду активного формування ідентичності. Найнижчі показники виявлено за шкалою "Контроль над середовищем" (55,8 балів), що може відображати об'єктивні обмеження молодого віку.

Третє завдання щодо виявлення кореляційних зв'язків підтвердило існування статистично значущих взаємозв'язків між стратегіями самопрезентації та показниками самооцінки. Автентична самопрезентація демонструє найсильніші позитивні кореляції з усіма компонентами самооцінки ($r=0,52$ з загальною самооцінкою, $p<0,001$). Компенсаторна самопрезентація показала негативні кореляції з усіма показниками психологічного благополуччя ($r=-0,31$ з загальною самооцінкою, $p<0,001$), підтверджуючи її дезадаптивний характер.

Четверте завдання щодо практичних рекомендацій реалізовано через розробку комплексної системи заходів для різних цільових груп. Запропоновано п'ятиетапну програму формування здорової цифрової поведінки, що включає діагностичний, освітній, практичний та оціночний компоненти. Розроблено специфічні рекомендації для молоді, батьків, педагогів та психологів з урахуванням їхніх ролей у процесі формування цифрового благополуччя.

Регресійний аналіз виявив, що автентична самопрезентація є найсильнішим позитивним предиктором самооцінки ($\beta=0,48$, $p<0,001$), тоді як компенсаторна самопрезентація виступає найсильнішим негативним предиктором ($\beta=-0,24$, $p<0,001$). Загальна модель пояснює 34% дисперсії показників самооцінки, що є високим результатом для психологічного дослідження.

Типологічний аналіз дозволив виділити п'ять профілів самопрезентації: автентичний (28,3% респондентів), збалансований (23,8%), експериментальний (21,7%), стратегічний (15,4%) та проблемний (10,8%). Автентичний профіль асоціюється з найвищими показниками самооцінки (32,1 бали), тоді як проблемний профіль - з найнижчими (23,2 бали).

Гендерні відмінності проявляються у тому, що жінки частіше використовують ідеалізовану самопрезентацію та мають вищі показники позитивних стосунків з іншими, тоді як чоловіки схильні до стратегічної самопрезентації та демонструють вищі показники автономії. Вікові тенденції показують зростання автентичності та стабільності самооцінки з віком, що відображає природний процес особистісного дозрівання.

Медіаційний аналіз підтвердив, що зв'язок між онлайн-активністю та самооцінкою опосередковується стратегіями самопрезентації. Автентична самопрезентація виступає позитивним медіатором, тоді як компенсаторна - негативним, що пояснює неоднозначність впливу соціальних мереж на психологічне благополуччя молоді.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному вивченні п'яти стратегій самопрезентації у зв'язку з різними компонентами самооцінки, розробці та апробації авторського опитувальника, виявленні типологічних профілів онлайн-самопрезентації та обґрунтуванні теоретичної моделі взаємодії між цифровою поведінкою та особистісними характеристиками.

Практичне значення результатів полягає у можливості їх використання для діагностики та корекції проблем цифрової поведінки, розробки профілактичних програм, підготовки фахівців у сфері цифрового благополуччя та формування здорових стратегій онлайн-самопрезентації у молодіжному середовищі.

Обмеження дослідження включають зосередженість на студентській молоді, що може обмежувати генералізацію результатів на інші групи населення, а також кореляційний характер дослідження, що не дозволяє встановити причинно-наслідкові зв'язки.

Перспективи подальших досліджень включають лонгітюдне вивчення динаміки взаємозв'язків між онлайн-самопрезентацією та самооцінкою, кроскультурні порівняння, розробку та апробацію інтервенційних програм, а також дослідження впливу нових цифрових технологій на психологічне благополуччя молоді. Особливої уваги потребує вивчення довгострокових ефектів різних стратегій самопрезентації на особистісний розвиток та соціальну адаптацію молоді у швидкозмінному цифровому середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агарков О. А. Індивідуальність в цифрову епоху: як соціальні мережі впливають на самоідентифікацію та соціальну поведінку особистості. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. 2023. Вип. 1. С. 73-78. URL: <https://www.chasopys-ppp.dp.ua/index.php/chasopys/article/view/363/319> (дата звернення: 07.06.2025).
2. Березовська Л. І. Вплив соціальних мереж на психологічне благополуччя особистості. Питання психології. Вісник Національного університету оборони України. 2020. № 55. С. 28-36. URL: <http://visnyk.nuou.org.ua/article/view/214059/214150> (дата звернення: 07.06.2025).
3. Березовська Л. І., Фегер А. І. Роль соціальних мереж у психологічному благополуччі особистості. Психолого-педагогічний супровід професійної підготовки та підвищення кваліфікації фахівців в умовах трансформації освіти: Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (18 грудня 2020 р., м. Київ). Київ: ДЗВО «УМО», 2020. 234 с. URL: <http://umo.edu.ua/mizhнародni-naukovopraktichni-konferenciji-2020-roku> (дата звернення: 07.06.2025).
4. Березовська Л. Взаємозв'язок самооцінки та самопрезентації молоді у соціальних мережах. Вчені записки Університету «КРОК». 2023. № 3 (71). С. 142-149.
5. Белік Я. О. Взаємозв'язок самопрезентації в соціальних мережах та самооцінки у молоді. 2024. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/19688> (дата звернення: 07.06.2025).
6. Бучковська Н. А. Вплив соціальних мереж на рівень самотності: дис. Сумський державний університет, 2025. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/98931> (дата звернення: 07.06.2025).
7. Вавілова А. С. Стратегії самопрезентації дорослих та підлітків у соціальних мережах. Науковий вісник Херсонського державного університету. Психологічні науки. 2021. № 2. С. 14-21.

8. Вікторовича С. В. Значення соціальних мереж у формуванні особистості у юнацькому віці: дис. Львівський державний університет внутрішніх справ, 2025. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/8721/1/Стачинський.pdf> (дата звернення: 07.06.2025).
9. Вишиванюк К. та ін. Психологічні особливості віртуальної самопрезентації у соціальних мережах. Львів, 2024. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/7863/1/Vushuvaniuk%20Karina.pdf> (дата звернення: 07.06.2025).
10. Гладишевська Т. В. Психологічні особливості прояву залежності від соціальних мереж: дис. Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2024. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/27731> (дата звернення: 07.06.2025).
11. Глущенко С. Д. Соціально-психологічні особливості Інтернет аддиктивної поведінки особистості. Молодь: освіта, наука, духовність: тези доповідей. Частина I. Київ: Університет «Україна», 2018. 547 с.
12. Горіна Ж. Д., Олійник О. Засоби вербальної маніпуляції в соціальних мережах Facebook, Instagram, Twitter. Збірник тез «Лінгвістика й лінгводидактика: здобутки і перспективи розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих науковців» (м. Одеса, 26-27 листопада 2020 р.). 2020. С. 38-43.
13. Диса О. С. Особливості самопрезентації у соціальних мережах. Проблеми формування громадянського суспільства в Україні: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 12 квітня 2018 р.). Дніпро: ДДУВС, 2018. С. 81-83.
14. Ішкова С. С. Психологічні аспекти віртуальної самопрезентації особистості та проблеми соціалізації підлітків. 2024. URL: <https://elibrary.kdpu.edu.ua/handle/123456789/11378> (дата звернення: 07.06.2025).

15. Карсканова С. В. Опитувальник «Шкали психологічного благополуччя» К. Ріфф: процес та результати адаптації. Практична психологія та соціальна робота. 2011. № 1. С. 1–10.
16. Коброслі А. Х. Вплив віртуальної комунікації на психологічне благополуччя підлітків. *International Journal of Education and Science*. 2018. Т. 1, № 3–4. С. 38. URL: <https://doi.org/10.26697/ijes.2018.3-4.27> (дата звернення: 07.06.2025).
17. Крижанівська Ю. В., Свідерська О. І. Особливості взаємозв'язку копінг-стратегій онлайн-взаємодії та відчуття самотності у студентської молоді. *Психологічні умови благополуччя персоналу організацій*. 2023. Вип. IV. С. 111–112.
18. Кулаксіз В. І. Зв'язок між використанням соціальних мереж та самооцінкою студентів. 2024.
19. Литвинчук Л. Соціальні патології особистості як технологічні адиктивні тенденції сучасного соціокультурного середовища. *Збірник наукових праць*. 2019. № 2 (3). С. 158-169.
20. Логонюк О. В. Психологічні особливості формування «Я-образу» у підлітків. 2025. URL: https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8659/1/Логонюк_КР.pdf (дата звернення: 07.06.2025).
21. Ляховець Л. О., Лісневська А. О. Особливості самопрезентації юнаків-користувачів мережі Instagram. *Теорія і практика сучасної психології*. 2020. № 1 (2). С. 89-94.
22. Макогончук Н. В. Соціальні мережі та передумови хибної самопрезентації особистості у Facebook. *Особистість та суспільство в цифрову еру: психологічний вимір III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 24 черв. 2022 р.)*. Одеса: Національний університет «Одеська юридична академія», 2022. С. 141-144.
23. Мануйлов Є. М. Вплив соціальних мереж на аксіогенезу особистості. *Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава*

Мудрого. 2021. № 3 (50). Серія: філософія, філософія права, політологія, соціологія. С. 28-40.

24. Мельничук Н. Психологічні мотиви використання соціальних мереж серед студентської молоді у контексті особистісного нарцисизму. 2021. URL: <https://er.ucu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/29a4aa1e-349f-48c7-88cf-63d18696d03d/content> (дата звернення: 07.06.2025).

25. Мглоблїшвілі А. Психологія використання соціальних інтернет-мереж сучасними українськими користувачами. Scientific Notes of the University "KROK". 2023. № 2. С. 201–208. URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-70-201-208> (дата звернення: 07.06.2025).

26. Настояща К. В. Практики самопрезентації в інтернет-просторі: форми і тенденції. Науково-теоретичний альманах «Грані». 2019. № 22 (1). С. 20-28.

27. Новосельський І. Ф. Українські соціальні мережі: специфіка та проблеми функціонування. Політикус: наук. журнал. 2020. № 5. С. 89–94.

28. Перепелиця Т. Зв'язки між користуванням сайтом соціальної мережі Instagram та психосоціальними характеристиками студентської молоді України. 2022. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/146e2088-5753-4411-a0ab-832f8af163dc/content> (дата звернення: 07.06.2025).

29. Перепелиця Т. І. Архів матеріалів сайту соціальної мережі Instagram для контент-аналітичного дослідження. 2022. URL: <https://drive.google.com/drive/folders/18tczxQXi2I1fNT2j2zZS83x63vsIl2ha> (дата звернення: 07.06.2025).

30. Поліщук О. С. Вплив соціальних інтернет-мереж на формування «Я». Актуальні проблеми філософії та соціології. Одеса, 2017. Вип. 16. С. 93-96.

31. Савелюк Н. Психологічне благополуччя студентської молоді: порівняльний аналіз у ковідному і воєнному контекстах. Psychological Prospects Journal. 2022. № 39. URL: <https://doi.org/10.29038/2227-1376-2022-39-sav> (дата звернення: 07.06.2025).

32. Сапельнікова Т. С. Психологічні особливості активності старшокласників в соціальних мережах. The 8th International scientific and practical conference "Integration of scientific and modern ideas into practice" (November 15-18, 2022) Stockholm, Sweden. International Science Group, 2022. 844 p.
33. Стельмах О. Особливості впливу соціальних мереж на студентів. Теорія і практика управління соціальними системами. 2022. С. 92-100.
34. Супрун О., Мрака Н., Кузьо О. Віртуальна самопрезентація як психологічний чинник самооцінки. Львів, 2023. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/5842/1/Супрун%20Ольга%20Олегівна.%20Кваліфікаційна%20робота.%20ДФН.%20Бакалавр.%202022-2023%20н.р.pdf> (дата звернення: 07.06.2025).
35. Тищенко Л. А. Особливості самопрезентації в юнацькому віці. Студентського наукового товариства. 2020. С. 202.
36. Тищенко Л. А. Особливості самопрезентації візуальними засобами в юнацькому віці. 2020. URL: <http://lib.ndu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/2088/1/Тищенко.pdf> (дата звернення: 07.06.2025).
37. Тканова В. В. Особистісна самопрезентація сучасної молоді у соціальних мережах. Актуальні проблеми психології в закладах освіти. 2022. № 7. С. 140–144.
38. Hrys A. et al. Стратегії самопрезентацій студентської молоді у виборі тенденцій поведінки. Insight: the psychological dimensions of society. 2024. № 11. С. 184-203.
39. Шейко Д. О. Особливості соціального інтелекту в осіб юнацького віку з різними видами самопрезентації в соціальних мережах. 2022. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89923>
40. Яворовська Л. М., Філоненко Г. С. Фактори становлення психологічного благополуччя особистості. Наука і освіта. 2014. № 12. С. 216–220.