

Міністерство освіти і науки України  
Прикарпатський національний університет імені  
Василя Стефаника  
Факультет психології Кафедра  
соціальної психології

**ДИПЛОМНА РОБОТА**  
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
на тему:

**Роль соціальної мережі у формуванні самооцінки і професійної  
ідентичності студентів**

Виконав: студент IV курсу, групи  
ДПс-41  
Напряму підготовки(спеціальності)  
С4 Психологія  
**Нимирович Богдан Йосипович**  
Науковий керівник:  
кандидат психологічних наук, доцент  
Когутяк Надія Михайлівна  
Рецензент: Кандидат психологічних наук,  
доцент Гринчук Олександра Іванівна

Івано-Франківськ – 2025 р.

## ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження ролі соціальної мережі в формуванні самооцінки і професійної ідентичності у студентів.....	6
1.1 Поняття самооцінки з точки зору психології.....	6
1.2 Психологічний аналіз процесу усвідомлення професійного «Я» у студентів.....	11
1.3 Вплив соціальних мереж на самооцінку студентів.....	17
1.4 Професійна ідентичність студентів у контексті їх інформаційного поля соціальних мереж.....	27
Висновки до першого розділу.....	33
РОЗДІЛ 2. Методика та організація емпіричного дослідження ролі соціальної мережі у формуванні самооцінки і професійної ідентичності студентів.....	34
2.1 Дизайн емпіричного дослідження.....	34
2.2 Опис вибірки і методів дослідження.....	36
2.3 Основні емпіричні результати та їх інтерпретація.....	40
2.4 Дискусія.....	47
Висновок до розділу 2 .....	50
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	58

## ВСТУП

**Актуальність дослідження:** У сучасному світі соціальні мережі стали фундаментальним аспектом повсякденного життя. Звісно, вони мають вплив на такі важливі аспекти життя студентів, як формування професійної ідентичності та самооцінка. Ці платформи слугують дзеркалом суспільних ідеалів та цінностей, відіграючи все більш домінуючу роль у процесі соціалізації. Соціальні мережі стали в один рівень з такими традиційними інститутами, як сім'я та школа, в контексті основного посередника у формуванні уявлень людей про себе та про свою роль у суспільстві.

Вивчення впливу соціальних мереж на студентів має важливе значення, оскільки ця верства населення є досить вразливою до зовнішніх впливів. Студенти перебувають у критичній фазі самопізнання та розвитку професійної ідентичності, що робить їх дуже сприйнятливими як до позитивного, так і до негативного впливу соціальних мереж. Такі платформи, як Instagram, Facebook і ТікТок, надають простір для самовираження та залучення до спільноти, але також демонструють користувачам нереалістичні картини життя та досягнень. Ці зображення часто призводять до шкідливих порівнянь, викривленого самосприйняття та зниження самооцінки, що може суттєво вплинути на професійні прагнення студентів та формування їхньої фахової ідентичності. Цифрове середовище пропонує можливості для навчання та спілкування, але також несе в собі ризики, такі як залежність, кібербулінг та викривлення цінностей. Наприклад, інфлюенсери, онлайн-куратори часто транслюють недосяжні стандарти, які підривають самооцінку. Цей вплив часто поширюється на професійну сферу, впливаючи на кар'єрні прагнення та впевненість у собі.

Не менш важливим фактором важливості даного дослідження є те, що воно допоможе розробці інтервенцій, які сприятимуть здоровому використанню соціальних мереж, розвиватимуть навички критичного мислення щодо таких платформ та допомагатимуть студентам у формуванні стійкої професійної

ідентичності. Крім того, результати дослідження можуть надати освітянам, психологам і політикам практичні рекомендації щодо пом'якшення негативного впливу соціальних мереж на молодих людей.

Актуальність цього дослідження ще більше посилюється швидким розвитком комунікаційних технологій, що зумовлює необхідність розуміння їхньої ролі у формуванні поведінки молоді та інтеграції в суспільство. Вивчаючи психологічні, соціальні та культурні виміри впливу соціальних мереж, це дослідження має на меті допомогти зменшити розрив між технологічним прогресом та його наслідками для людини, сприяючи формуванню більш здорового та усвідомленого користування соціальними мережами серед молоді.

**Об'єкт даного дослідження** є професійне та особистісне становлення студентів у контексті соціальних мереж.

Водночас **предметом дослідження** є вплив соціальної мережі на самооцінку та професійну ідентичність.

**Мета** : дослідити вплив соціальної мережі на формування самооцінки та професійної ідентичності студентів.

Зазначена мета передбачає виконання наступних **завдань**:

- теоретично проаналізувати роль соціальної мережі у формуванні самооцінки і професійної ідентичності студентів;
- оцінити рівень самооцінки та професійної ідентичності студентів, які активно користуються соціальними мережами;
- виявляти кореляцію між характеристиками використання соцмереж та рівнем самооцінки та професійної ідентичності;

Основна **гіпотеза дослідження**: існує зв'язок між високим рівнем використання соціальних мереж студентами закладів вищої освіти й низькою самооцінкою та їх професійною ідентичністю.

**Теоретичне значення дослідження**: Вносить вклад у подальший розвиток теорій самооцінки та професійної ідентичності, інтегруючи в них вплив цифрового середовища та соціальних мереж. Визначає специфічні механізми,

через які візуальний та текстовий контент соціальних мереж модулюють емоційно-ціннісний і когнітивний компоненти «Я-концепції».

**Практичне значення дослідження** полягає у тому, що дані стануть у нагоді для розвитку медіаграмотності та критичного споживання контенту молоді, а також надасть практичні рекомендації для покращення самооцінки і професійної ідентичності.

**Методи Дослідження:**

- теоретичні: аналіз і синтез психолого-педагогічної літератури; дедуктивний метод; порівняння, класифікація і узагальнення;
- емпіричні: анкетування, тестування, контент-аналіз.

**Структура роботи:** Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст роботи викладено на 65 сторінках комп'ютерного набору. Наукова робота містить 7 таблиць. Список використаних джерел складається з 32 найменувань.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ В ФОРМУВАННІ САМООЦІНКИ І ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У СТУДЕНТІВ

### 1.1 Поняття самооцінки з точки зору психології

Самооцінка –це термін, що характеризує оцінку людиною своїх внутрішніх характеристик, таких як особисті якості, здібності, досягнення та поведінка в різних сферах життя. Вона охоплює зовнішній вигляд, професійні успіхи, рівень освіти, стосунки з іншими людьми, самоповагу та інші фактори .Самооцінка суттєво впливає на поведінку, діяльність та спілкування людини, визначаючи її емоційне ставлення до себе та виступаючи регулятором поведінкової активності. У сучасній психології ця тема залишається об'єктом постійної уваги дослідників, які вивчають її структуру, функції, механізми формування та зв'язок із різними аспектами особистості. Люди регулярно аналізують свій характер, виявляючи як позитивні, так і негативні риси. У психології самооцінка визначається як здатність свідомості формувати уявлення про себе, оцінювати власні навички, вміння, якості, переваги та недоліки. Вона допомагає критично сприймати себе, ставити цілі, порівнювати власні можливості з вимогами різних сфер життя, аналізувати дії та приймати виважені рішення . Самооцінка також впливає на конфліктну поведінку: вищий її рівень може підвищувати схильність до суперництва або конфліктів. Завищена самооцінка нерідко стає причиною конфліктної поведінки особистості .

Поняття "самооцінка" було введено У. Джеймсом, який пов'язував його з основними емоціями, такими як гнів чи задоволення. У широкому сенсі самооцінка відображає рівень задоволеності чи незадоволеності людини собою. Ця тематика є актуальною як у вітчизняній, так і у зарубіжній науковій літературі. Деякі вчені зазначають, що англійська мова має низку термінів для позначення самооцінки: self-regard (самоствалення), self-esteem (самоповага), self-feeling

(самопочуття), self-love (любов до себе), self-respect (самоповага), self-acceptance (самоприйняття), self-attitude (установка на себе), self-evaluation (публічна самооцінка). До цих понять додалися self-appraisal (самооцінка), self-integrity (цілісність), self-assessment (самооцінювання), self-compassion (турбота про себе), self-value (самоцінність), self-confidence (впевненість у собі), self-belief (віра у себе), self-worth (відчуття власної гідності) та інші[1].

Самооцінку можна поділити на 3 рівні: завищену, занижену, нормальну. Людям із завищеною самооцінкою властиво переоцінювати власні можливості, бути надмірно впевненими в собі, вважати свої дії безпомилковими та не сприймати критику. Вони схильні завищувати свої здібності й досягнення.

Натомість люди з заниженою самооцінкою не можуть об'єктивно оцінити власні таланти та сильні сторони. Вони недооцінюють себе, не вірять у власні сили, відчувають непевненість, сором'язливість, нерішучість і відсутність амбіцій. Такі люди рідко ставлять перед собою цілі та часто відчувають страх перед труднощами. Вони можуть бути надмірно самокритичними, вважати себе негідними своїх успіхів і страждати від численних комплексів.

Найбільш здоровою є адекватна самооцінка, яка відповідає реальності. Людина з таким рівнем самооцінки впевнена в собі та своїх рішеннях, об'єктивно оцінює свої можливості й оточення, легко встановлює гармонійні комунікації та не залежить від чужої думки. Вона вміє розрізняти ставлення інших до себе, не намагається догоджати всім і приймає себе такою, як є. Люди з адекватною самооцінкою налаштовані оптимістично та легко взаємодіють із соціумом. Завищена самооцінка, навпаки, ускладнює комунікацію та ефективну діяльність, а занижена призводить до відчуття безпорадності, відсутності самоповаги та змушує людину терпіти несприятливі обставини. Останній випадок потребує особливої уваги, оскільки він суттєво впливає на якість життя.

Важливу роль у формуванні самооцінки відіграє соціальне оточення, особливо сім'я та коло ровесників. Якщо людина зростає у несприятливих умовах і стикається з негативним ставленням, це може призвести до розвитку неадекватної, переважно заниженої самооцінки. Надалі її власна оцінка себе буде

залежати від думки однолітків і значущих для неї людей. Якщо така людина отримує позитивне визнання своїх досягнень, її самооцінка має тенденцію до покращення та наближається до адекватної. Однак у разі відсутності такого підкріплення самооцінка може ще більше знизитися. У такій ситуації необхідна цілеспрямована психологічна підтримка та допомога[2]

Самооцінка тісно пов'язана з рівнем домагань особистості, який відображає рівень уявлення про себе і проявляється у складності досягнення поставлених цілей. У. Джеймс, аналізуючи основні емоції, виділяв почуття задоволення та незадоволення собою, вважаючи, що самоповага виникає в процесі взаємодії між різними сторонами особистості. Вона залежить від співвідношення реальних здібностей до можливих.

Значущу роль у формуванні самооцінки відіграє порівняння реального «Я» з ідеальним «Я», тобто з уявленнями про те, якою людина прагне бути. У. Джеймс запропонував формулу, що демонструє залежність самооцінки від рівня домагань: Самооцінка = Успіх / Рівень домагань. Залежно від обставин, людина може або підвищувати свої домагання для досягнення більшого успіху, або знижувати їх, щоб уникнути невдач. У разі успіху рівень домагань зазвичай зростає, а при невдачах – знижується, що впливає на готовність долати складніші завдання.

Д. Мід, представник інтеракціонізму, розглядав самооцінку як результат взаємодії особистості з групою. Він вважав, що людина оцінює себе на основі характеристик, які їй приписують інші.

У закордонній психології активно розвивається поняття Я-концепції. За Р. Бернсом, це сукупність уявлень індивіда про себе, пов'язаних з їхньою оцінкою. Самооцінка є одним із ключових компонентів Я-концепції, яка відображає емоційне ставлення до власного образу. Інтенсивність цього ставлення може бути різною, оскільки окремі риси «Я» викликають сильні емоції, залежно від їх прийняття чи осуду[3]. Схожої думки дотримується О. Олійник. Він підкреслює, що самооцінка є важливою складовою «Я-концепції», оскільки вона демонструє, як людина сприймає різноманітні аспекти свого образу[4]. Л. Березовська розглядає самооцінку як фундаментальний чинник, який впливає на взаємодію

особистості з оточенням, її критичність, вимогливість до себе, а також ставлення до успіхів і невдач[5].

Самооцінка є ключовою частиною психологічної репрезентації особистості, що відображає рівень самосвідомості та емоційного ставлення до власних дій і поведінки, як зазначає Л. Папітченко[6]. Водночас У. Михайлішин вважає, що самооцінка включає в себе як інформацію, отриману від інших, так і усвідомлене сприйняття власних характеристик[7].

Ю. Козерук виділяє декілька підходів до трактування самооцінки:

- самооцінка — це сприйняття себе, яке разом із процесами самопізнання формує самосвідомість;
- це стабільне поєднання самопізнання і ставлення до себе;
- вона є результатом самопізнання і водночас виконує функцію самосвідомості, виходячи за межі простого образу «Я» або самоствавлення;
- самооцінка включає критичне ставлення до себе, оцінюючи потенціал на основі особистих цінностей, що формує позитивне або негативне ставлення до себе[8].

Якщо говорити про рекомендації, то різні вчені мають різний погляд на дане питання. Проаналізувавши їхні думки, можна виділити такі аспекти підвищення самооцінки:

- Не порівнюйте себе з іншими. Завжди знайдуться люди, які мають більше або менше, ніж ви. Постійне порівняння лише створює нескінченну кількість "суперників", яких ви не зможете перевершити.
- Уникайте самокритики. Важко розвивати впевнену самооцінку, якщо регулярно вдаєтеся до негативних висловлювань щодо себе, своєї зовнішності чи здібностей. Позитивні думки про себе є основою для підвищення самооцінки.
- Приймайте компліменти з вдячністю. Відповідаючи на похвалу словами на кшталт: "Це нічого особливого", ви самі знижуєте свою цінність.

Приймайте компліменти як належне, щоб формувати позитивний образ себе.

- Використовуйте афірмації. Напишіть позитивне твердження, наприклад: "Я люблю і приймаю себе" чи "Я заслуговую на найкраще". Зберігайте його на видному місці та повторюйте кілька разів на день, щоб посилити ефект.
- Оточуйте себе позитивними людьми. Спілкування з тими, хто підтримує та заохочує вас, сприяє зміцненню самооцінки. Уникайте людей, які пригнічують вас чи знецінюють ваші ідеї.
- Створіть список своїх переваг. Запишіть 20 своїх позитивних якостей, наприклад, чесність, креативність або доброзичливість. Регулярно переглядайте цей список, щоб сфокусуватися на своїх сильних сторонах.
- Давайте більше іншим. Робіть добрі справи для інших, надавайте підтримку чи допомогу. Це допоможе вам відчувати власну значущість та покращить ваш настрій.
- Дійте! Уникайте пасивності та страху перед новими викликами. Дія, незалежно від результату, посилює самоповагу та задоволення собою. [9].

Отже, самооцінка виступає ключовим компонентом психологічної репрезентації особистості, що визначає не лише емоційне ставлення людини до себе, а й безпосередньо впливає на її поведінку, мотивацію та здатність ефективно взаємодіяти із соціальним оточенням. Аналіз класичних та сучасних підходів до вивчення самооцінки (від У. Джеймса та Д. Міда до концепцій Я-концепції Р. Бернса та досліджень вітчизняних авторів) засвідчив, що структура самооцінки багатокomпонентна і включає як особистісні, так і соціальні детермінанти. Зіставлення реального «Я» з ідеальним «Я» та рівнем домагань дозволяє пояснити, чому в одних випадках висока самооцінка сприяє життєвому успіху, а в інших — призводить до конфліктів і соціальної дезадаптації.

## 1.2 Психологічний аналіз процесу усвідомлення професійного «Я» у студентів

Слово «ідентичність» (identitas) походить від латинського “idem”, що означає «той самий», а “identity” перекладається як «впізнання» та «ототожнення».

Деякі дослідники визначають ідентичність як «відчуття самототожності, власної істинності, повноцінності, приналежності до світу та інших людей; відчуття набуття, адекватності та стабільного володіння особистістю власним Я, незалежно від змін у зовнішніх обставинах чи внутрішніх станах; здатність особистості повноцінно вирішувати завдання, які виникають на кожному етапі її розвитку.[10, с. 91].

Варто зазначити, що в психологічній літературі існують різні, часто суперечливі погляди на природу ідентичності, її стійкість та динамічність. Наприклад, деякі науковці вважають, що ідентичність є характеристикою особистості, яка змінюється залежно від ситуаційного контексту. На думку цих дослідників, ідентичність людини не є фіксованою чи незмінною, оскільки вона варіюється залежно від ситуацій, у яких перебуває індивід, та людей, які його оточують. Крім того, ідентичність виявляється в міжособистісній взаємодії, тобто у процесі спілкування з іншими, і залежить від характеру комунікації між суб'єктами спілкування .

Існує й інша точка зору, відповідно до якої ідентичність є динамічною, але водночас достатньо стабільною характеристикою особистості. Дослідники наголошують, що в конкретний період часу під впливом різних соціальних і економічних чинників людина може по-різному сприймати себе та відносити до різних соціальних груп. Водночас, інколи людині важко відмовитися від усталених моделей поведінки, які вона сформувала, та комфортних умов, у яких вона перебуває [10].

На думку І. Русановського, поняття «професійна ідентичність» відображає уявлення особистості про власну роль у професійному середовищі, охоплюючи її

ціннісні та мотиваційні орієнтири, а також суб'єктивне ставлення до своєї професійної належності. Автор наголошує, що процес становлення професійної ідентичності студентів є поступовим: на початковому етапі навчання їхнє сприйняття обраної професії часто є поверхневим і ідеалізованим, сформованим переважно на основі літератури, медіа та розповідей. Однак у процесі навчання, з набуттям глибших знань на старших курсах, у студентів формується більш об'єктивне та реалістичне розуміння професійної діяльності. Важливим аспектом цього процесу є усвідомлення та прийняття власних якостей, здібностей, характерних рис і переконань, а також визнання того, які з них є цінними та необхідними для майбутньої професії [11].

О.П. Макарова вважає визначення професійної ідентичності, запропоноване Г.В. Ложкіним і Н. Волянюк, досить вдалим. Вони розглядають її як складне психічне явище, що становить основу особистості професіонала і є ключовим критерієм його становлення, наголошуючи на її функціонально-екзистенційному характері [12., с. 79]. Дослідження професійної ідентичності передбачає аналіз її структури, і, за словами О.П. Макарової, найбільш поширеною є концепція, яка включає три компоненти: когнітивний (професійні знання, уміння, установки, переконання), емоційно-ціннісний (емоційне ставлення до власних переконань, навичок та умінь) і поведінковий (готовність до реалізації певної поведінки). Водночас вона зазначає, що деякі дослідники доповнюють цю структуру, додаючи світоглядний та професійно-мотиваційний компоненти [12].

На основі аналізу наукових джерел Д. Бих та О. Журавльова дійшли висновку, що формування професійної ідентичності у студентів розпочинається з впевненості у правильності обраного фаху та позитивного ставлення до себе як до суб'єкта навчальної та майбутньої професійної діяльності. Вони визначають професійну ідентичність майбутнього спеціаліста як усвідомлення своєї належності до обраної професії, розуміння відповідності її вимогам, зокрема особистісним якостям, знанням і навичкам, а також зіставлення цих характеристик із професійним ідеалом. Наявність професійної ідентичності у студента свідчить

про рівень прийняття ним професійної діяльності як засобу для самореалізації та розвитку, а також про ступінь усвідомлення себе як професіонала [13, с. 56].

I. Остапенко визначає професійну ідентичність як системне явище, що закономірно формується в процесі соціалізації індивіда. Основою структурної організації професійної ідентифікації виступає особистісна позиція індивіда. Автор пропонує розглядати це поняття на трьох рівнях регуляції активності: загальна спрямованість інтересів і цінностей, узагальнені цільові установки, ситуативні конкретно-дійові установки. Як регулятор професійна ідентичність виконує стабілізуючу і перетворюючу функції. Стабілізуюча функція забезпечує сталість професійно-ментальної позиції, а перетворююча функція залежить від змін професійно важливих якостей, рівня ідентифікації з професією та системності структури ідентичності.

Професійну ідентифікацію також розглядають як результат професійної підготовки, що досягається за умов усвідомлення значущості саморозвитку й самореалізації в професії. На думку, О. Єрмолаєвої самоідентифікація сприяє розвитку креативності та творчого потенціалу особистості. Професійна ідентифікація тісно пов'язана зі структурою професійних уявлень, які включають уявлення про суб'єкта діяльності, професійні якості, мотиваційні компоненти, а також про зміст, цілі й засоби професійної діяльності. Такі уявлення є важливими інструментами адаптації і розширення можливостей професійної діяльності.

Деякі автори стверджують, що ідентичність формується на високих рівнях оволодіння професією і є узгодженням елементів професійного процесу. Вона виступає як головна мета і результат професійної підготовки. Ж. Вірна виділяє кілька форм професійної ідентичності, що виникають у процесі професійного розвитку особистості:

- Контрастно-позитивна форма характеризується гармонією між реальним "Я" і професійним "Я". Особистість чітко усвідомлює себе, значення своєї професійної діяльності та ефективно використовує ресурси й засоби, необхідні для роботи, що свідчить про розвинуте соціалізоване мислення.

- Контрастно-негативна форма демонструє повну невідповідність між реальним, ідеальним і професійним "Я". У цьому випадку особистість неадекватно сприймає себе та значущість професійної діяльності, що може призводити до втрати мотивації та навіть сенсу життя.
- Перспективно-позитивна форма відображає відповідність між реальним, ідеальним і професійним "Я". Проте така ідентичність базується на ідеалізованих уявленнях про себе як професіонала, що позбавляє самооцінку стимулюючого ефекту й не завжди відповідає реальним можливостям.
- Перспективно-негативна форма передбачає збіг між професійним і ідеальним "Я", але при цьому реальне "Я" оцінюється неадекватно. Це призводить до спотвореного уявлення про власні можливості та до зниження здатності до самоконтролю у професійній діяльності чи життєвих ситуаціях.
- Проміжна форма свідчить про розрив між уявленням особистості про себе як професіонала та її реальними досягненнями. Така форма характеризується наявністю неадекватної самооцінки та нерозумінням власних цілей і засобів їх досягнення у професійній сфері[14].
- Chávez, J., Fauré, J., Barril, J.P. виявили, що у контексті суб'єктивного досвіду навчання, пов'язаного зі змінами позицій, важливим фактором для формування стійкої професійної ідентичності є наявність свободи волі[15].
- Формування професійної ідентичності студента тісно пов'язане з його психологічною готовністю до обраної професії. На думку О. Сафіна, ключовим фактором розвитку такої готовності є ступінь сформованості потребово-мотиваційного компонента, який визначає рівень і особливості її розвитку [16., . 74].

Якщо звернути увагу на рекомендації що підвищення професійної ідентичності, то проаналізувавши різну думку вчених, можна виділити такі пункти:

- Раннє залучення до професійної діяльності: Забезпечення студентів можливістю брати участь у практичних заняттях, стажуваннях та волонтерських програмах, пов'язаних з їхньою спеціальністю, сприяє глибшому розумінню професії та формуванню професійної ідентичності.
- Професійне наставництво: Встановлення менторських відносин між студентами та досвідченими фахівцями допомагає молоді отримати практичні знання, поради та підтримку, що сприяє їхньому професійному становленню.
- Підтримка професійних спільнот: Сприяння участі студентів у професійних асоціаціях, конференціях та семінарах дозволяє їм відчувати себе частиною професійної спільноти, що зміцнює їхню ідентичність.
- Інтеграція теоретичних знань з практикою: Забезпечення навчальних програм, які поєднують теоретичні знання з практичними навичками, допомагає студентам краще зрозуміти реалії професії та сформувати чітке уявлення про свою роль у ній.
- Підтримка індивідуального підходу: Врахування індивідуальних особливостей студентів, їхніх інтересів та схильностей сприяє більш ефективному формуванню професійної ідентичності.
- Створення сприятливого освітнього середовища: Формування в закладах вищої освіти атмосфери, яка підтримує професійний розвиток, сприяє самовираженню та самореалізації студентів.
- Постійна самооцінка та рефлексія: Заохочення студентів до регулярної самооцінки та рефлексії щодо власного професійного розвитку допомагає їм усвідомити свої сильні та слабкі сторони, що сприяє формуванню професійної ідентичності[17].
- Розвиток мотиваційної спрямованості: Формування у студентів позитивного ставлення до майбутньої професійної діяльності, інтересу до праці та інтеграції норм та цінностей професії є важливим аспектом професійної ідентичності.

- Розвиток особистісної зрілості: Формування особистісної зрілості студентів, яка включає раціональність, виваженість та розсудливість, сприяє досягненню позитивної професійної ідентичності та знижує рівень професійної та особистісної тривожності[18].

Таким чином, ідентичність виступає водночас внутрішнім ресурсом особистості, що забезпечує цілісність «Я» за будь-яких змін у зовнішньому середовищі та власних станах, і відкритою системою, здатною адаптуватися до нових соціальних ролей та контекстів. Професійна ідентичність формується поступово: від поверхневого уявлення про обрану спеціальність на початкових етапах навчання до глибокого усвідомлення своїх ціннісних орієнтирів, знань, умінь та поведінкових стратегій, необхідних для професійної діяльності.

### **1.3 Вплив соціальної мережі на самооцінку студентів**

Соціальні мережі (віртуальний світ) надають молоді ширші можливості для вираження своїх емоцій, почуттів, поглядів та життєвих позицій. Вони також допомагають долати конфлікти, які можуть виникати в реальному житті – у стосунках із сім'єю та однолітками. Однак, водночас соціальні мережі істотно впливають на психологічний стан і самооцінку молодих людей.

Наприклад, через постійне порівняння себе з іншими користувачами молодь може відчувати незадоволення своїм життям, зовнішністю чи досягненнями. Регулярне перевіряння новин, очікування лайків і коментарів для багатьох стає пріоритетом, що негативно позначається на їхньому психологічному благополуччі та здоров'ї. Соціальні мережі також є платформою для кібербулінгу, де люди стикаються з образами, погрозами, шантажем та іншими проявами цифрового насильства. Це спричиняє серйозний психологічний стрес, тривогу, депресію і може стати причиною психологічних проблем серед молоді.

Крім того, у соціальних мережах часто демонструється ідеалізований образ життя, що складається виключно з успіхів, щастя та позитиву. Це формує у молодих людей нереалістичні очікування та може призводити до зниження самооцінки. Водночас отримання визнання у вигляді лайків і коментарів викликає позитивні емоції. Проте надмірна залежність від зовнішньої оцінки може негативно впливати як на самооцінку, так і на загальний психологічний стан[19].

Психологія розглядає соціальні мережі з точки зору їхнього впливу на особистість. Фахівці вважають, що ці платформи є важливим інструментом вторинної соціалізації, оскільки участь у них впливає на особистісний розвиток, психологічний стан, поведінку та систему цінностей людини. У соціальних мережах індивід засвоює стереотипи, моделі поведінки та соціальні норми, формує свою ідентичність і самооцінку, яка може бути не завжди об'єктивною. Це

становить поведінковий аспект взаємодії в соцмережах, що значно впливає на формування «Я-концепції»[20].

Для розуміння тенденцій у вивченні впливу соціальних мереж на самооцінку молоді, є емпіричне дослідження впливу соціальних мереж на особистість юнацького віку Оксани Стельмах, кандидата психологічних наук, старшого викладача кафедри практичної психології та педагогіки Львівського державного університету безпеки життєдіяльності. В рамках її дослідження було залучено 35 студентів спеціальності "Практична психологія" Львівського державного університету безпеки життєдіяльності віком від 19 до 21 року. Дослідження проводилося в 2021 році за допомогою соціальних інтернет-мереж. Участь респондентів була добровільною, а вибірка – репрезентативною. Студентів попередили про мету дослідження та надали інструкції щодо заповнення анкет.

В ході дослідження були використані такі методики:

#### 1. Анкета "Активність у соціальних мережах"

Власноруч розроблена анкета містила 12 закритих питань, спрямованих на вивчення:

- тривалості перебування студентів у соціальних мережах;
- їхньої мотивації;
- впливу соцмереж на поведінку й настрій.

У розробці анкети враховували дослідження Т. Синельнікової та К. Янг, яка визначила, що інтернет-залежність виникає за умови проведення в мережі понад 36 годин на тиждень. В результаті було визначено, що 82,9% респондентів проводять у соціальних мережах понад 3 години щодня, що робить їх активними користувачами.

Додаткові результати:

- 68,6% мають понад 500 друзів, але лише 14,3% активно спілкуються з понад 20 контактами.
- Настрій після тривалого користування соцмережами:
  - 45,7% — мотивація до змін;
  - 25,7% — погіршення настрою;

- 28,6% — невпевненість у собі.
- 88,6% студентів не готові видалити свої профілі без вагомих причин.

2. Методика діагностики рівня суб'єктивного відчуття самотності (Д. Рассел і М. Фергюсон)

Ця методика допомогла виявити рівень самотності студентів:

- 51,4% — середній рівень (помірні труднощі у спілкуванні);
- 25,7% — високий рівень (схильність до негативного ставлення до самотності);
- 22,9% — низький рівень (оптимізм, впевненість у собі).

3. Методика "Діагностика емоційних бар'єрів у міжособистісному спілкуванні" (В. Бойко)

Дослідження виявило, що більшість респондентів мають емоційні труднощі у спілкуванні, що проявляється через стриманість у вираженні почуттів та занепокоєння під час комунікації[21].

Проаналізувавши дані результати, можна зробити такі висновки:

- Соціальні мережі як впливовий фактор: вони сприяють можливості для самовираження, але водночас займають значну частину часу й обмежують реальну соціальну активність.
- Рівень самотності: переважає середній рівень, що вказує на труднощі у встановленні контактів та схильність до використання соцмереж як заміника реального спілкування.

Дане дослідження показує негативний вплив на дотичні до самооцінки фактори, як соціальна активність і рівень самотності. Спостерігається, що більшість людей, які активні в соціальних мережах, мають проблеми із реальним спілкуванням і відчувають самотність, що в свою чергу впливає на їхню самооцінку.

Наступний важливий аспект, на який важливо звернути увагу, феномен пасивного та бездумного споживання медіаконтенту. З часом це може призводити до звикання до компульсивного медіасерфінгу — форми медіазалежності, що супроводжується постійною потребою в пошуку інформації. Використання

соціальних мереж для заповнення вільного часу відображає прагнення особистості до організації свого життя, однак беззмістовний перегляд контенту здатний викликати звичку і формувати неусвідомлене бажання зберегти комфортний стан.

Дослідження включало 58 студентів вищих навчальних закладів. У ході роботи використовувалися такі психодіагностичні методики: анкета для вивчення особливостей інтернет-спілкування (О. Зінченко), тест на інтернет-залежність (К. Янг), опитувальник для оцінки психічного здоров'я МНС-SF-UA (адаптація Е. Носенко, А. Четверик-Бурчак), методика для аналізу когнітивних аспектів суб'єктивного благополуччя (КОСБ-3) (О. Калюк, О. Савченко) та скринінговий опитувальник п'яти факторів особистості BFI-10 (адаптація О. Сердюк, Б. Базима).

На основі даних, отриманих за методикою К. Янг, вибірку було поділено на три групи. 69% респондентів виявили свідомий підхід до користування соціальними мережами, тоді як у 31% зафіксована надмірна активність в інтернеті. Виявлено, що більшість студентів є відкритими до онлайн-спілкування, водночас зберігаючи комфорт у комунікаціях у реальному житті. Зокрема, 86,2% використовують власні фотографії як аватарки, що свідчить про впевненість у своєму образі. Критичних проявів залежності від соціальних мереж не зафіксовано, а надмірне їх використання є нехарактерним для більшості студентів.

Однак підвищена активність у соціальних мережах пов'язана зі зниженням рівня процвітання, збільшенням відчуття пригніченості та погіршенням психічного здоров'я. За результатами кореляційного аналізу Пірсона встановлено: менша залежність від соціальних мереж корелює з вищим загальним благополуччям. Студенти зі свідомим ставленням до використання соціальних мереж демонструють кращі показники психічного здоров'я порівняно з надмірно активними користувачами, у яких простежується емоційна нестабільність і нижчий рівень процвітання.

Особистісні риси також варіюють залежно від стилю користування. Свідомі користувачі демонструють меншу чутливість до негативних впливів,

відповідальніше ставляться до обов'язків і мають вищий рівень дружелюбності. У надмірно активних користувачів частіше фіксується високий рівень нейротизму і слабші показники схильності до співпраці. Водночас вони проявляють більшу відкритість до нового досвіду, що може бути пов'язано з креативним підходом до засвоєння знань через соціальні платформи[22].

На основі даного дослідження можна зробити такі висновки, що 69 % респондентів є «свідомими» користувачами соцмереж із високим рівнем психічного добробуту та низьким стресом, тоді як 31 % — «надмірно активні», які характеризуються емоційною нестабільністю та зниженим процвітанням. Виявлено достовірну негативну кореляцію між рівнем інтернет-залежності й загальним благополуччям: чим менша залежність, тим вищі показники психічного здоров'я. За моделлю «Big Five» «свідомі» користувачі мають вищі показники відповідальності та дружелюбності, а «надмірно активні» — підвищений нейротизм і відкритість до нового досвіду. На основі цих даних рекомендовано впровадження тренінгів з медіаграмотності та тайм-менеджменту для профілактики інтернет-залежності та підтримки психологічного добробуту студентів.

Важливо в контексті даної теми згадати дослідження, проведеного серед студентів ОНУ імені І.І. Мечникова. Результати даного дослідження свідчать про наступне:

1. Час, витрачений на соціальні мережі:
  - 25,7% студентів проводять у соцмережах до 3 годин на добу.
  - 41,4% витрачають до 5 годин.
  - 24,3% - до 8 годин.
  - 11,4% користуються соцмережами більше 8 годин щодня.
2. Популярність платформ:
  - Telegram використовують 68,6% студентів.
  - Instagram – 47,1%.
  - TikTok – 34,3%.
3. Ставлення до порівняння себе з іншими в соцмережах:

- Рідко або ніколи не порівнюють своє життя з іншими 47,1%.
  - Раз на місяць – 21,4%.
  - Кілька разів на тиждень – 24,3%.
  - Майже щодня – 8,6%.
4. Емоції від отримання лайків та коментарів:
- 40% відчують позитивні емоції, але це не впливає на їхню самооцінку.
  - 38,6% зазначають, що це підвищує їхню самооцінку.
  - 22,9% не публікують багато контенту.
5. Вплив коментарів на самооцінку:
- 7,1% іноді відчують негативний вплив.
  - 35,7% зазначають, що коментарі можуть підвищити самооцінку.
  - 27,1% намагаються не звертати увагу на коментарі.
  - 35,7% зазвичай не приділяють цьому значення.
6. Значення лайків і коментарів:
- 37,1% регулярно перевіряють лайки і коментарі.
  - 48,6% роблять це іноді.
  - 14,3% не звертають на це уваги.
7. Типові поведінкові моделі в соцмережах:
- 42,9% періодично редагують профілі, видаляючи або приховуючи недосконалі пости.
  - 42,9% використовують фільтри чи редактори для покращення фотографій перед публікацією.
  - 20% очікують підтримки у вигляді лайків чи коментарів і відчують розчарування, якщо їх недостатньо.
  - 8,6% часто відчують схожі розчарування.

Проаналізувавши результати, можна дійти висновку, що соціальні мережі часто створюють ідеалізовані образи, що можуть викривляти сприйняття реальності. Постійне порівняння з іншими формує нереалістичні очікування, викликаючи недовіру до власних можливостей і зниження самооцінки. Окрім цього, варто відзначити, що тривале використання соцмереж може провокувати

депресію, тривожність і почуття ізоляції. Також негативний контент або маніпулятивні техніки (наприклад, поширення фейкових новин) можуть впливати не лише на емоційний стан, а й на політичну свідомість.[23]

В контексті теми варто також проаналізувати дослідження, учасниками якого стали студенти першого курсу другого рівня навчання за спеціальністю "Педагогіка" Варшавського університету природничих наук. Група включала 25 осіб віком 22–24 років, серед яких було 22 жінки і 3 чоловіки. Усі респонденти мали вищу освіту: 75% проживали у міських районах, а решта — у сільській місцевості.

Методологічно дослідження базувалося на кількісному підході, з використанням методу діагностичного опитування через анкетування. Для цього була розроблена спеціальна анкета.

Аналіз даних показав, що молодь значну частину дня проводить в Інтернеті. Як видно з графіка 1, понад половина респондентів (більше 50%) заявила, що проводить онлайн понад 8 годин на день. Інтернет використовується для різних цілей, включно з навчальними, як-от читання статей та новин (Косиц, 2024). Це свідчить про значний вплив Інтернету на повсякденне життя молоді.

Наступне питання стосувалося соціальних мереж, які респонденти використовують найчастіше. Майже 90% назвали Instagram, 72% — TikTok, а 60% — Facebook. Зростаюча популярність Instagram і TikTok обумовлена впливом інфлюенсерів, які створюють контент і заробляють на цьому. Проте такі платформи впливають на самооцінку молоді. 24% респондентів зазначили, що часто порівнюють себе із зображеннями інших людей у соцмережах, а 28% відзначили зниження самооцінки після перегляду подібного контенту. Лише 4% не відчували такого впливу.

Крім того, 96% респондентів визнали, що потік інформації з Інтернету викликає у них стрес. Близько половини опитаних (52%) пов'язували з використанням Інтернету перепади настрою, а 32% — відчували роздратування, коли не могли слідкувати за подіями у соціальних мережах. Такі результати

можуть бути ознаками синдрому FOMO (страху пропустити щось важливе). Це питання потребує подальшого дослідження.

У соціальній сфері вплив Інтернету також виявився значним. 44% респондентів відзначили, що їхні міжособистісні контакти погіршуються через надмірне використання Інтернету, а 72% вказали на відкладання домашніх справ через активність у соціальних мережах. Близько 44% опитаних жертвують сном задля перегляду контенту, що свідчить про ризик інтернет-залежності.

Дослідження показало, що Інтернет і соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя молоді, особливо такі соціальні мережі, як Instagram і TikTok. Попри видимі переваги, вони мають серйозні ризики, зокрема негативний вплив на емоційне благополуччя, самооцінку і соціальні контакти. Молоді люди часто відчують стрес і перевантаження інформацією, а також нехтують своїм розпорядком дня, що може негативно позначитися на їхньому фізіологічному і психологічному самопочутті [24].

А ось які думки висловлює автор іншого дослідження:

Протягом останніх десяти років соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя людей, особливо молоді. Підлітки активно використовують такі платформи, як TikTok, Instagram, Snapchat і Facebook, щоб спілкуватися, знайомитися та будувати соціальні зв'язки.

Вплив соціальних мереж на молодь виходить далеко за межі простого обміну інформацією – вони формують особистість, впливають на світогляд і самооцінку. Зокрема, порівняння себе з іншими, характерне для соціальних платформ, часто призводить до зниження самооцінки, що може спричинити серйозні психологічні наслідки, такі як тривожні розлади та депресія. Основною метою дослідження є оцінити вплив соціальної мережі на рівень самооцінки молоді в Марокко. Для цього було проведено перехресне дослідження з описово-аналітичним підходом, використовуючи анкетування та шкалу задоволеності для оцінки впливу соціальних мереж на самооцінку молодих людей. Також було здійснено бібліографічний аналіз попередніх досліджень з цієї теми. У дослідженні взяли участь 200 молодих людей, відібраних із 80% довірчою

ймовірністю. Для перевірки гіпотези учасники відповідали на анкету, яка оцінювала їхню самооцінку та аналізувала кількість часу, проведеного в соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat).

Проаналізувавши дані, можна сказати, що соціальні мережі не лише є платформами для обміну інформацією та демонстрації способу життя, а й мають значний вплив на соціальну поведінку молоді. Вони можуть спричиняти негативні наслідки, зокрема зниження самооцінки та зміну соціальної взаємодії[25].

Також варто проаналізувати дослідження, в якому взяли участь студенти та студентки 2 рівня бакалавського факультету психології Великого Зімбабвійського університету. Було опитано 120 студентів Великого Зімбабвійського університету (GZU) з факультету соціальних наук, кафедри психології. Було використано стратифіковану випадкову вибірку, при цьому дані аналізувалися за допомогою SPSS 21.0, використано кореляційний аналіз Спірмена та критерій хі-квадрат.

Основні результати дослідження:

- Негативний зв'язок між використанням соцмереж та рівнем самооцінки студентів.
- Студенти, які частіше користуються соцмережами, мають нижчу самооцінку, меншу впевненість у собі та слабше відчуття компетентності.
- Однак, студенти, які проводять до 3 годин у соцмережах, демонструють вищий рівень самооцінки.
- Найпопулярніші соцмережі серед студентів: WhatsApp, Facebook, Instagram.
- Більшість студентів задоволені, коли їхні пости отримують багато лайків та поширень, але це також може формувати залежність.

Статистичні висновки:

- Коефіцієнт кореляції між часом, проведеним у соцмережах, і самооцінкою: -0.677 (значний негативний зв'язок).
- Чим більше часу студент проводить у соцмережах, тим нижча його самооцінка.

Основні висновки із дослідження:

- Соціальні мережі є "палицею з двома кінцями": вони можуть підвищувати або знижувати самооцінку, залежно від інтенсивності використання.
- Надмірне використання соцмереж може спричиняти тривогу, депресію та інші психологічні розлади.
- Важливо збалансовано підходити до використання соцмереж, щоб уникнути негативного впливу [26].

Загалом можна сказати, що соціальні мережі мають двоякий вплив: вони можуть сприяти розвитку самовираження, креативності, але водночас викликають залежність, негативно впливають на емоційний стан та самооцінку.

## 1.4 Соціальна мережа та її вплив на формування професійної ідентичності студентів

Професійна освіта є основою освітнього процесу, яка відіграє важливу роль у розвитку суспільства. Вона стосується не лише професійних компетентностей студентів, а й їхніх особистісних якостей, необхідних для сталого розвитку в умовах сучасної економіки та соціального середовища. Концепція професійної освіти стосується особистостей і має значні наслідки як на рівні країни, так і на рівні світової спільноти. Основними аспектами соціальної користі професійної освіти є її внесок у розвиток економіки, соціальну стабільність, зменшення соціальних обмежень, можливість для кожної людини досягти успіху в професійній діяльності, формування громадянської відповідальності та соціальної солідарності. Таким чином, професійна освіта сприяє появі професіоналів, здатних адаптуватися до мінливих умов ринку праці, викликаних новими технологіями, інноваціями та автоматизацією. Країни, які приділяють увагу професійній освіті, мають вищі показники конкурентоспроможності на світовій арені та забезпечують стабільний економічний розвиток. Професійна освіта допомагає формувати соціальні норми і цінності та адаптуватися до викликів цифрової епохи[27].

Професійну освіту виділяють як один із аспектів формування професійної ідентичності. Для уточнення інших важливих аспектів варто проаналізувати певні дослідження, в одному з яких взяли участь 53 студенти спеціальності «Психологія» Львівського державного університету внутрішніх справ, з яких 25 – студенти другого курсу і 28 – четвертого.

Дослідження проводилося за двома напрямками:

1. **Інтраіндивідуальний підхід** – аналіз частоти й значущості категорії «професійна належність» серед інших категорій самовизначення.
2. **Інтергруповий аналіз** – порівняння значущості категорії між студентами різних курсів.

Середній ранг «професійної належності» оцінювався за зворотною шкалою: категорія, вказана на початку ряду (наприклад, «психолог» на першому місці), отримувала найвищий бал.

### **Результати дослідження**

#### **1. Пізнавальний компонент:**

- Професійні характеристики у структурі Я-образу зустрічалися найрідше (6% у другокурсників, 13% у четвертокурсників).
- Сформованість образу «Я у професії» на достатньому рівні спостерігалася лише у 18% другокурсників і 29% четвертокурсників.

#### **2. Емоційний компонент:**

- У студентів третього курсу спостерігалось підвищення рівня самоінтересу та самоуправління, що пов'язано з їхнім досвідом у групах особистісного росту. Водночас у цій групі фіксувалося зниження рівня самоприйняття та підвищення самозвинувачення.

#### **3. Типи професійної ідентичності:**

- Тип «мораторій» (криза ідентичності) частіше зустрічався у студентів третього курсу (50,9%), тоді як дифузна ідентичність (невизначеність) була характерна для першокурсників (32,3%).
- Студенти, які свідомо обрали професію, частіше демонстрували досягнуту, зрілу ідентичність (28,4% проти 13% у групі з випадковим вибором)[28].

З цього можна зробити висновок, що навчання у вищому навчальному закладі позитивно впливає на формування когнітивного і емоційно-оцінного компонентів професійної ідентичності. Водночас студенти, які обрали професію свідомо, мають вищу ймовірність досягнення зрілої ідентичності. Не менш важливо зазначити, що професійна криза частіше виникає на старших курсах через збільшення вимог до самовизначення та самореалізації.

Варто також звернути увагу на дослідження, метою якого є визначення психологічних та педагогічних умов, що впливають на формування особистісно-професійної ідентичності здобувачів професійно-технічної освіти.

Гіпотеза авторів полягає в тому, що комплекс взаємопов'язаних факторів (емоційно-позитивне сприйняття професійної спільноти, позитивне самосприйняття у професійній діяльності, відповідальність, рефлексивний простір та мотиваційна активність) є ключовими детермінантами цього процесу.

Дослідження проводилося серед 304 студентів (154 чоловіків, 150 жінок) віком 17–19 років у професійних училищах Мелітополя та Запоріжжя. Вибірка розділена на дві групи: технічні спеціальності ("Верстатник", "Монтажник", "Слюсар") та сфера послуг ("Кравець", "Кухар", "Продавець").

### **3. Основні результати**

#### **1. Емоційне сприйняття приналежності до професійної спільноти:**

- Високі показники у студентів спеціальностей "Верстатник" і "Кравець".
- Середній рівень у представників інших професій, що свідчить про недостатнє усвідомлення професійної ідентичності.

#### **2. Професійне самосприйняття:**

- Висока самооцінка у студентів спеціальностей "Кухар" та "Кравець".
- Решта учасників демонструють середній рівень самооцінки, що корелює з їхньою мотивацією та відповідальністю.

#### **3. Відповідальність:**

- Діагностовано ситуативний прояв відповідальності, що вказує на необхідність додаткового контролю для завершення завдань.
- Кореляційний аналіз показав позитивний зв'язок між відповідальністю та самоідентифікацією у професії.

#### **4. Рефлексивність:**

- Вищі показники у студентів сфери послуг, що свідчить про більшу орієнтацію на комунікацію та усвідомлення власної ролі у професійній діяльності.

#### **5. Мотиваційна активність:**

- У досліджуваних виявлено низький рівень мотивації до професійного саморозвитку.
- Діагностовано нестачу енергійності, амбітності та досягнення цілей[29].

На основі дослідження можна виокремити такі ключові висновки. По-перше, необхідно посилити професійну соціалізацію студентів шляхом запровадження менторських програм, стажувань та спеціалізованих заходів, які допомагають формувати чітке розуміння власної професійної ролі з ранніх етапів навчання. По-друге, важливо зосередитися на розвитку внутрішньої мотивації: інтеграція практичного досвіду, активне залучення до професійних спільнот і використання кейс-методу у навчальному процесі сприятимуть підвищенню інтересу та відповідальності за результати. По-третє, формування стабільної відповідальності слід підтримувати через створення систем самооцінки та самоконтролю, що дадуть змогу студентам поступово наближатися до стандартів професійної поведінки. По-четверте, варто посилити розвиток рефлексивних навичок, регулярно пропонуючи студентам практичні завдання з аналізу власної діяльності — це сприятиме глибшому усвідомленню їхнього внеску в професійну сферу. Окрім того, заслуговує на увагу досить цікаве дослідження, яке показало взаємозв'язок між рівнем професійної самоефективності студентської молоді та їхньою схильністю до наслідування популярних блогерів, що відкриває нові перспективи для формування мотиваційних стратегій.

Варто також згадати досить цікаве дослідження взаємозв'язку між професійною самоефективністю студентської молоді та їхньою схильністю до наслідування блогерів.

Для аналізу були обрані такі методики:

- «Методика тенденції до наслідування інфлюенсерів» (автор: доктор Фред Чан),
- «Шкала самоефективності» (Р. Шварцер та М. Єрусалем),
- «Ціннісний опитувальник» (Шварца),
- Опитувальник «Рівень соціальних очікувань» (І. Попович),
- Опитувальник професійного самоздійснення (О. Кокун).

У дослідженні взяли участь 92 особи, з яких 74 (80,4%) – жінки та 18 (19,4%) – чоловіки. В ході роботи було проведено кореляційний аналіз за методом Спірмена.

Результати кореляційного аналізу показали наявність зв'язку між показником «близькість» до блогера та такими характеристиками, як:

- «самоефективність» ( $r=0,31$ ,  $p<0,05$ ),
- «доброта» ( $r=0,26$ ,  $p<0,01$ ),
- «універсалізм» ( $r=0,27$ ,  $p<0,01$ ),
- «самостійність» ( $r=0,24$ ,  $p<0,05$ ),
- «стимуляція» ( $r=0,24$ ,  $p<0,05$ ),
- «гедонізм» ( $r=0,22$ ,  $p<0,05$ ),
- «досягнення» ( $r=0,33$ ,  $p<0,01$ ),
- інші показники, пов'язані з професійним самоздійсненням.

Під «близькістю» розуміється відчуття емоційного зв'язку з блогером, що включає довіру, бажання отримати пораду та регулярну взаємодію з контентом. Це може створювати відчуття приналежності до спільноти та впливати на професійні переконання підписників. Наявність кореляцій свідчить, що особи з високим рівнем близькості до блогера частіше звертаються до нього за інформацією щодо професійної діяльності, сприймаючи його як рольову модель чи наставника. Це може сприяти підвищенню їхньої мотивації та самоефективності.

Також було виявлено кореляційні зв'язки між:

- шкалою «інтерактивність» та «самоефективність» ( $r=0,26$ ,  $p<0,05$ ),
- шкалою «інтерактивність» та використанням професійного досвіду інших фахівців ( $r=0,21$ ,  $p<0,05$ ).

Інтерактивність передбачає активну взаємодію підписників із блогерами через коментарі, лайки та обговорення. Це може сприяти обміну досвідом та підвищенню впевненості в професійних навичках.

Окрім того, встановлено кореляційний зв'язок між:

- шкалою «привабливість» та «рівнем очікуваного ставлення до учасників взаємодії» ( $r=0,23$ ,  $p<0,05$ ).

Привабливість блогера може впливати на очікування підписників щодо ставлення до себе інших людей, адже вони можуть асоціювати блогера з позитивними характеристиками, такими як доброта і дружелюбність.

Також виявлено зв'язок між рівнем довіри до блогера та показниками, такими як:

- «самоефективність» ( $r=0,25$ ,  $p<0,05$ ),
- «добродота» ( $r=0,21$ ,  $p<0,01$ ),
- «універсалізм» ( $r=0,22$ ,  $p<0,01$ ),
- «самостійність» ( $r=0,29$ ,  $p<0,01$ ),
- «гедонізм» ( $r=0,34$ ,  $p<0,01$ ),
- «досягнення» ( $r=0,22$ ,  $p<0,05$ ),
- та іншими соціальними очікуваннями.

Довіра до блогера сприяє прийняттю його цінностей, ідей та формуванню впевненості у прийнятті рішень, що може позитивно впливати на професійну ефективність та розвиток [30].

Результати дослідження демонструють, що взаємодія студентської молоді з блогерами може мати значний вплив на їхню професійну самоефективність та мотивацію, сприяючи розвитку певних цінностей і поведінкових стратегій.

Також варто додати, що вплив соціальних мереж на професійну ідентичність є досить різноманітним, тому важливо проводити подальші дослідження для покращення результатів.

## Висновок до розділу 1

Самооцінка визначає ставлення людини до себе, впливає на поведінку й емоційний стан, охоплюючи професійні успіхи, зовнішність, стосунки та самоповагу. Вона може бути адекватною, завищеною чи заниженою залежно від підтримки чи критики оточення та змінюється під впливом життєвого досвіду; здоровий рівень формується через позитивне підкріплення, прийняття компліментів і уникнення надмірної самокритики.

Професійна ідентичність – це динамічний комплекс цінностей, мотивацій і поведінкових установок, що розвивається в студентів поступово: від поверхневого уявлення про професію до глибокого усвідомлення власних якостей і відповідності вимогам галузі. Ключову роль відіграють наставництво, практичний досвід і інтеграція теорії з практикою. Соціальні мережі водночас сприяють самовираженню та підтримці, але можуть викликати порівняння з іншими, тривожність, компульсивне “скролення” і кібербулінг. Поміркове їх використання й цифрова грамотність підвищують психічне благополуччя та сприяють формуванню зрілої професійної ідентичності.

## РОЗДІЛ 2.МЕТОДИКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

### 2.1. Дизайн емпіричного дослідження

В рамках виконання роботи, ми провели дослідження, мета якого полягала у виявленні вплив використання соціальних мереж на рівень самооцінки та процес формування професійної ідентичності студентів.

Завдання дослідження полягають у:

1. визначенні рівня активності студентів у соціальних мережах;
2. дослідженні взаємозв'язку між активністю в соцмережах та рівнем самооцінки;
3. аналізі впливу соціальних мереж на формування професійної ідентичності студентів;
4. виявленні можливих гендерних або вікових відмінностей у впливі соцмереж на самооцінку та професійну ідентичність.

Основна гіпотеза дослідження: існує зв'язок між високим рівнем використання соціальних мереж студентами закладів вищої освіти й низькою самооцінкою та їх професійною ідентичністю.

На основі встановленої гіпотези, ми визначили такі аспекти дослідження:

1. висока активність у соціальних мережах корелює з нестабільною самооцінкою студентів як з позитивного, так і з негативного боку;
2. використання професійно-орієнтованих соціальних мереж (LinkedIn, профільні групи у Facebook) сприяє формуванню професійної ідентичності шляхом публікації професійного контенту, сучасної конкуренції фахівців в соціальних мережах;
3. візуальний контент у соціальних мережах (Instagram, TikTok) сильніше впливає на самооцінку, ніж текстовий контент (Facebook, Twitter).

Методи дослідження:

1. Анкетування. Мета: зібрати інформацію про активність у соцмережах, ставлення до себе та рівень професійної визначеності.

2. Психологічне тестування. Методики:

- Рівень самооцінки за тестом Розенберга [31];

- Професійна ідентичність (опитувальник «Професійна ідентичність» Радзимовська О.) [32].

3. Контент-аналіз профілів студентів у соцмережах. Критерії аналізу: тип контенту, кількість професійно орієнтованих публікацій, рівень самопрезентації.

4. Глибинні інтерв'ю. Мета: деталізувати вплив соцмереж на самооцінку та професійні орієнтири

Очікувані результати:

1. визначення рівня впливу соцмереж на самооцінку та професійну ідентичність;

2. виявлення особливостей впливу різних соцмереж;

3. розробка рекомендацій щодо усвідомленого використання соцмереж для особистісного та професійного розвитку студентів.

## 2.2. Опис вибірки методів дослідження

У дослідженні взяли участь 100 студентів віком 18–22 роки, які навчаються на різних спеціальностях Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Методи дослідження.

1. Анкетування є одним із ключових методів у даному дослідженні, оскільки дозволяє отримати масовий емпіричний матеріал щодо впливу соціальних мереж на самооцінку та професійну ідентичність студентів (анкету продемонстровано в додатку А). Основні її особливості:

- орієнтація на суб'єктивне сприйняття респондентів: анкета містить питання, що допомагають оцінити, як самі студенти сприймають вплив соціальних мереж на їхню самооцінку та професійні орієнтири;
- структурованість, адже вона розділена на кілька блоків (табл. 1);

*Таблиця 1.*

### Блоки авторської анкети

Блок 1. Соціально-демографічні дані	вік, курс, спеціальність
Блок 2. Активність у соціальних мережах	які платформи використовують, скільки часу приділяють, тип контенту, що переглядають і публікують
Блок 3. Взаємозв'язок соцмереж і самооцінки	як змінюється настрій після використання соцмереж, реакція на коментарі, лайки тощо
Блок 4. Соцмережі та професійна ідентичність	чи впливають соцмережі на вибір професії, кар'єрні плани, чи слідкують за професійними спільнотами
Блок 5. Узагальнене ставлення до соцмереж	думки, ставлення, вподобання

- Поєднання відкритих і закритих запитань: закриті запитання дозволяють отримати кількісні дані для статистичного аналізу, відкриті запитання дають змогу виявити індивідуальні думки та глибше зрозуміти вплив соцмереж.

Таким чином, анкетування дозволяє виявити основні тенденції впливу соцмереж на самооцінку та професійну ідентичність студентів, а також забезпечує репрезентативність вибірки.

2. Психодіагностичне тестування. Тест Розенберга для вимірювання рівня самооцінки є одним із найбільш широко використовуваних інструментів у психології для оцінки загальної самооцінки людини, цей тест був розроблений у американським психологом Морісом Розенбергом і складається з 10 тверджень, які оцінюють позитивне або негативне ставлення людини до себе.

Опитувальник «Професійна ідентичність» Олени Радзимовської є одним з інструментів, що оцінюють розвиненість ідентичності особистості в контексті професійної діяльності, цей опитувальник дозволяє виміряти ступінь відповідності людини її професійним ролям, рівень професійної самосвідомості та впливу цієї ідентичності на її життя.

Оцінка рівня самооцінки за тестом М. Р. Розенберга та вимір професійної ідентичності за опитувальником О. В. Радзимовської є важливими інструментами для дослідження особистості у контексті її соціальних та професійних ролей. Обидва методи дозволяють отримати детальні уявлення про внутрішній стан людини, її ставлення до себе та своєї професії, що є критично важливим для розуміння мотивації, розвитку кар'єри та психоемоційного благополуччя.

3. Контент-аналіз профілів у соціальних мережах включає аналіз типу контенту, самопрезентації та рівня професійної орієнтації, оцінка частоти публікацій, пов'язаних із професійною діяльністю, навчанням, саморозвитком (див. табл. 2.2.).

Таблиця 2.

**Критерії контент-аналізу сторінок соцмереж вибірки студентів**

<b>Критерій</b>	<b>Опис</b>
1. Тип контенту	Публікації, що стосуються особистих досягнень, емоційного стану, професійних амбіцій, участі в групах або подіях, навчальних ресурсів.
2. Тональність публікацій	Оцінка емоційного забарвлення публікацій: позитивний, негативний чи нейтральний контент.
3. Активність	Кількість лайків, коментарів, взаємодія з іншими користувачами та характер відгуків (позитивні чи критичні).
4. Самопрезентація та професійна ідентичність	Демонстрація студентом свого іміджу через публікації, позиціонування себе як професіонала або кар'єрні цілі.
5. Регулярність	Частота публікацій та послідовність тем, що стосуються особистих чи професійних цілей, кар'єрного розвитку та самовдосконалення.

Контент-аналіз сторінок студентів у соціальних мережах є важливим методом для вивчення того, як онлайн-середовище впливає на формування професійної ідентичності та самооцінки. Він дозволяє не тільки дослідити, як студенти представляють себе в Інтернеті, але і як їхня онлайн-активність корелює з їхніми емоційними та професійними переживаннями. Це дає змогу краще зрозуміти соціальні й психологічні механізми, що визначають їхнє сприйняття себе та своїх професійних ролей.

4. Глибинні інтерв'ю. Мета: з'ясувати суб'єктивне ставлення студентів до впливу соцмереж на їхню самооцінку та професійне становлення. В контексті нашого дослідження, глибинне інтерв'ю допомагає виявити, як використання соціальних мереж впливає на самооцінку студентів та процес формування їхньої професійної ідентичності.

Даний метод дає змогу зібрати різноманітні, детальні описи досвіду кожного студента щодо використання соціальних мереж, зрозуміти, як особисті взаємодії в Інтернеті (пости, лайки, коментарі) можуть впливати на їхню самооцінку та на професійну ідентичність. Через глибинні запитання можна з'ясувати, чи відчувають студенти підвищення або зниження рівня самооцінки через

порівняння себе з іншими в соціальних мережах, це важливо для розуміння того, як через такі онлайн-платформи відбувається формування уявлень про власну цінність. Завдяки відкритим питанням, інтерв'ю дозволяє студентам висловити думки та переживання, які вони можуть не висловити в кількісних опитуваннях, це дозволяє виявити тонкі емоційні та соціальні чинники, що визначають їхнє ставлення до соціальних мереж і їхнього професійного розвитку.

Методологічні принципи використання глибинного інтерв'ю в цьому дослідженні:

- для того, щоб студенти відкрито ділилися своїми переживаннями, важливо створити комфортну та конфіденційну атмосферу, що сприяє чесним і безпосереднім відповідям;

- глибинне інтерв'ю дозволяє коригувати хід бесіди, поглиблюючи певні аспекти залежно від відповіді респондента;

- після інтерв'ю проводиться тематичний аналіз, який допомагає систематизувати отриману інформацію й виявити основні тенденції та взаємозв'язки між використанням соціальних мереж, рівнем самооцінки та професійною ідентичністю.

Отже, глибинне інтерв'ю є ефективним інструментом у дослідженні впливу соціальних мереж на студентів, оскільки дозволяє виявити як прямі, так і непрямі зв'язки між онлайн-активністю та психологічними аспектами, такими як самооцінка і професійна ідентичність. Цей метод дає можливість отримати глибше розуміння процесів формування особистості в цифрову епоху.

### 2.3. Основні емпіричні результати та їх інтерпретація

У дослідженні взяли участь 100 студентів віком 18–22 роки, які навчаються на різних спеціальностях Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Першим етапом було застосування авторської анкети, результати ми опрацювали, узагальнили та продемонстровано в табл. 3.

Таблиця 3

#### Уявлення студентів про вплив соціальних мереж на самооцінку і професійну ідентичність

Категорія	Варіанти відповідей	Кількість студентів %
Час у соцмережах	менше 1 год	8%
	1–2 год	22%
	3–4 год	38%
	5+ год	32%
Найпопулярніші соцмережі	Instagram	90%
	TikTok	89%
	Telegram	86%
	Facebook	69%
	LinkedIn	19%
Вплив на самооцінку	Позитивно	34%
	Нейтрально	41%
	Негативно	25%
Порівняння себе з іншими	Часто	29%
	Іноді	47%
	Рідко	18%
	Ніколи	6%
Використання для професійного розвитку	Часто	22%
	Іноді	39%
	Рідко	25%
	Ніколи	14%
Вплив на уявлення про професію	Часто	26%
	Іноді	48%
	Рідко	21%
	Ніколи	5%

Отже, в результаті анкетування можемо свідчити, що:

- Більшість студентів (70%) активно користуються соцмережами понад 3 години на день, що свідчить про значний вплив цифрового середовища на їхнє життя.

- Instagram (90%) і TikTok (89%) – найпопулярніші соцмережі, тоді як LinkedIn використовують лише 19% студентів, що може свідчити про недостатню увагу до кар'єрного розвитку через специфічні соцмережі.
- 25% студентів вважають, що соцмережі негативно впливають на їхню самооцінку, тоді як 34% відзначають позитивний ефект.
- 76% студентів порівнюють себе з іншими в соцмережах, що може впливати на їхнє самосприйняття.
- Лише 22% активно використовують соцмережі для професійного розвитку, а 14% взагалі не розглядають їх як кар'єрний інструмент.

Згідно з результатами анкетування, соціальні мережі відіграють значну роль у житті студентів Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, зокрема в контексті формування самооцінки та професійної ідентичності. Більшість респондентів активно використовують соціальні мережі, причому найбільш популярними платформами є Instagram і TikTok. Варто відзначити, що хоча більшість студентів не відчують негативного впливу соцмереж на свою самооцінку, значна частина з них усе ж таки порівнює себе з іншими користувачами, що може бути причиною сумнівів щодо власної гідності. Проте 34% студентів зазначають, що соцмережі позитивно впливають на їхню самооцінку, підвищуючи впевненість у собі. З іншого боку, соціальні мережі значною мірою впливають на професійну ідентичність молодих людей, хоча лише невелика частина активно використовує їх для розвитку кар'єри. Це свідчить про потребу в більшому усвідомленні потенціалу соцмереж як інструментів для професійного зростання. Загалом, результати дослідження підтверджують важливість соціальних мереж у сучасному студентському середовищі, як у контексті особистісного розвитку, так і професійного становлення.

Другим етапом було дослідження самооцінки за методикою Розенберга. Отримані результати продемонстровано в табл. 4.

Таблиця 4

### Результати застосування тесту Розенберга

Рівень	Бали	К-ть %
Низька	10-18	(20%)
Нестабільна	18-22	(30%)
Здорова	22-34	(25%)
Висока	35-40	(25%)

Отримані дані свідчать про те, що 20% опитаних мають низьку самооцінку, що може негативно впливати на їхню мотивацію та успішність. 30% студентів мають нестабільну самооцінку, що свідчить про їхню залежність від зовнішніх обставин. У 25% респондентів сформований здоровий рівень самоповаги, що дозволяє їм адекватно оцінювати свої сильні та слабкі сторони. Ще 25% студентів мають високу самооцінку, що є ознакою впевненості в собі та прагнення до розвитку.

Третім етапом було дослідження професійної ідентичності за методикою Радзимовської О. Результати зображено в табл. 5.

Таблиця 5

### Результати дослідження за методикою Радзимовської О.

Рівень	Кількість %
Неусвідомлена	20 студентів (20%)
Частково усвідомлена	30 студентів (30%)
Усвідомлена	50 студентів (50%)

Отримані результати свідчать про те, що 20% респондентів мають неусвідомлену професійну ідентичність, що вказує на їхню невизначеність у виборі професійного шляху та відсутність чітких орієнтирів. 30% учасників мають частково усвідомлену професійну ідентичність, що означає наявність певних уявлень про професійне майбутнє, але ще не стійку мотивацію та недостатню

впевненість у виборі. 50% респондентів продемонстрували усвідомлену професійну ідентичність, що свідчить про сформовані професійні цінності, цілі та відповідальне ставлення до майбутньої діяльності.

Результати контент-аналізу профілів студентів у соцмережах (Instagram) за такими критеріями: тип контенту, кількість професійно орієнтованих публікацій та рівень самопрезентації. Результати продемонстрували в табл. 6.

*Таблиця 6*

### **Результати контент-аналізу профілів Instagram**

Тип контенту	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розважальний</li> <li>- Особистий</li> <li>- Професійний</li> </ul>	45 студентів (45%) 35 студентів (35%) 20 студентів(20%)
Кількість професійно-орієнтованих публікацій	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Відсутні</li> <li>- Поодинокі (до 3)</li> <li>- Регулярні (більше 3)</li> </ul>	40 студентів (40%) 35 студентів (35%) 25 студентів 25%
Рівень самопрезентації	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Пасивний</li> <li>- Нейтральний</li> <li>- Активний</li> </ul>	30 студентів (30%) 45 студентів (45%) 25 студентів (25%)

Більшість студентів використовують Instagram переважно для розваг і особистого спілкування. Лише 20% активно публікують професійно орієнтований контент, а 40% взагалі не мають таких публікацій. При цьому лише 25% студентів цілеспрямовано формують свій особистий бренд і використовують соціальні мережі як інструмент самопрезентації. Це свідчить про те, що професійна орієнтація в соцмережах потребує додаткової популяризації серед студентської молоді.

Аналіз глибинних інтерв'ю студентів щодо впливу соціальних мереж на самооцінку та професійну ідентичність. Соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя студентської молоді, впливаючи на їхню самооцінку, стиль комунікації та професійні орієнтири. Завдяки широкому доступу до інформації,

соцмережі можуть виступати як ресурсом для саморозвитку, так і джерелом психологічного тиску через постійне порівняння себе з іншими. Запитання інтерв'ю були спрямовані на з'ясування їхнього ставлення до власної самооцінки під впливом соцмереж, способів самопрезентації, а також ролі соцмереж у формуванні професійних орієнтирів. Основні результати аналізу описано нижче.

1. Вплив соціальних мереж на самооцінку. Соціальні мережі можуть як підвищувати, так і знижувати самооцінку студентів залежно від характеру їхнього використання, контенту, який вони споживають, та індивідуальних особливостей особистості.

- 40 студентів (40%) повідомили, що через соцмережі у них знижується самооцінка. Основні причини: порівняння себе з ідеалізованими образами блогерів, успішними людьми, друзями. Відчуття «недостатності» через нестачу досягнень або невідповідність власного життя до «стандартів» соцмереж. Частіше зустрічається серед студентів, які споживають контент пасивно, без критичного аналізу.

- Змішаний вплив (35%), 35 студентів зазначили, що їхнє сприйняття себе залежить від ситуації: іноді соцмережі мотивують, іноді викликають незадоволення собою. Успіхи у навчанні чи проектах підвищують самооцінку, особливо якщо вони знаходять позитивний відгук у підписників, проте невдачі або відсутність «ідеального» контенту змушують сумніватися у власній цінності.

- Позитивний вплив (25%) 25 студентів розглядають соцмережі як ресурс для особистісного зростання. Вони слідкують за освітнім та мотиваційним контентом, долучаються до професійних спільнот. Використовують соцмережі для самопрезентації, що сприяє їхньому особистісному розвитку та впевненості у собі.

2. Вплив соціальних мереж на професійну ідентичність. Соцмережі відіграють роль у професійному самовизначенні студентів, формуванні уявлень про можливі кар'єрні траєкторії та розвитку професійних навичок.

- Відсутній або мінімальний вплив (30%) 30 студентів зазначили, що соцмережі не є визначальним фактором у їхньому професійному виборі. Вони

орієнтуються переважно на офіційні джерела (університет, викладачі, кар'єрні центри). Використовують соцмережі лише для спілкування та розваг, а не для професійного розвитку.

- Частковий вплив (40%) 40 студентів повідомили, що соцмережі допомагають їм краще розуміти професійні можливості, але не є головним орієнтиром. Вони слідкують за контентом, пов'язаним із кар'єрою, беруть участь у професійних спільнотах, але ще не використовують соцмережі для активного розвитку особистого бренду.

- Сильний вплив (30%) 30 студентів свідомо використовують соцмережі як інструмент професійного зростання. Створюють особистий бренд, ведуть професійні блоги, шукають можливості для навчання та кар'єрного розвитку. Взаємодіють із професійними спільнотами, беруть участь у вебінарах та інших заходах, що підвищує їхню впізнаваність у професійному середовищі.

Ми проаналізували й узагальнили результати, їх подано в таблиці 7.

*Таблиця 7*

### **Зведена таблиця результатів**

Вплив на самооцінку	1. Негативний 2. Змішаний 3. Позитивний	40 студентів (40%) 35 студентів (35%) 25 студентів (25%)
Вплив на професійну ідентичність	1. Відсутній 2. Частковий 3. Сильний	30 студентів (30%) 40 студентів (40%) 30 студентів (30%)

Дослідження впливу соціальних мереж на самооцінку, професійну ідентичність та самопрезентацію студентів включало кілька методик: тест Розенберга, опитувальник «Професійна ідентичність» О. Радзимовської, контент-аналіз профілів у соціальних мережах, авторське анкетування та глибокі інтерв'ю. Отримані результати дозволяють зробити такі висновки:

1. Рівень самооцінки студентів є досить варіативним: значна частина молоді має нестабільне ставлення до себе, яке може змінюватися під впливом соціальних факторів, зокрема контенту у соцмережах.

2. Професійна ідентичність студентів здебільшого формується, але для багатьох вона ще не є повністю усвідомленою. Соціальні мережі частково впливають на цей процес, однак основну роль відіграють традиційні джерела інформації (навчання, поради викладачів та кар'єрних консультантів).

3. Соціальні мережі мають як позитивний, так і негативний вплив на студентів. З одного боку, вони дають можливості для професійного розвитку та самопрезентації, з іншого — створюють ризик порівнянь, які можуть знижувати самооцінку.

4. Більшість студентів не використовують соцмережі як ефективний інструмент для кар'єрного розвитку. Це свідчить про необхідність проведення додаткових освітніх заходів щодо самопрезентації, персонального брендингу та критичного мислення у цифровому просторі.

Отримані результати можуть бути корисними для освітніх закладів, психологів, кар'єрних консультантів та самих студентів у розумінні впливу цифрового середовища на особистісний та професійний розвиток.

## 2.4. Дискусія

Отримані результати дослідження впливу соціальних мереж на самооцінку, професійну ідентичність та самопрезентацію студентів підтверджують наявність як позитивних, так і негативних аспектів цифрового середовища. Аналіз даних дозволяє провести паралелі з попередніми дослідженнями, виявити закономірності та обґрунтувати можливі причини виявлених тенденцій.

Дослідження показало, що 40% студентів відзначають негативний вплив соціальних мереж на самооцінку через порівняння з іншими та прагнення відповідати ідеалізованим стандартам. Це узгоджується з дослідженнями Мхітарян К. А. [23], які доводять, що тривале використання соцмереж, особливо платформ із візуальним контентом (Instagram, TikTok), може сприяти розвитку невпевненості та низької самооцінки. Водночас 25% респондентів вважають соцмережі ресурсом для саморозвитку та мотивації, цікаво, що 35% респондентів повідомили про змішаний вплив соцмереж, тобто їхня самооцінка залежить від обставин: схвалення аудиторії підвищує впевненість, а критика чи відсутність очікуваної реакції можуть її знижувати.

Результати опитувальника «Професійна ідентичність» О. Радзимовської показали, що лише 25% студентів мають чітку професійну ідентичність, тоді як більшість (55%) перебуває на стадії часткового усвідомлення, а 20% не визначилися з кар'єрними орієнтирами.

Дані глибинних інтерв'ю підтвердили, що соцмережі є одним із факторів, які впливають на професійне самовизначення: 40% респондентів зазначили, що вони допомагають краще розуміти ринок праці, проте не є основним орієнтиром.

Контент-аналіз профілів студентів у Instagram показав, що лише 20% активно використовують соцмережі для професійної самопрезентації, тоді як 45% орієнтовані на розважальний контент.

Дослідження мало кілька обмежень. По-перше, всі респонденти були студентами, що обмежує узагальнення результатів на інші вікові групи. По-друге, використані методики (тестування, анкетування, контент-аналіз, інтерв'ю)

дозволяють оцінити взаємозв'язки між явищами, але не встановлюють причинно-наслідкові зв'язки.

Перспективи подальших досліджень. Майбутні дослідження можуть сфокусуватися на:

1. Вивченні впливу конкретних платформ (Instagram, TikTok, LinkedIn) на професійну ідентичність.

2. Аналізі змін у самооцінці студентів при різних моделях використання соцмереж (пасивне споживання контенту vs. активна участь у спільнотах).

3. Дослідженні впливу соціальних мереж на реальні кар'єрні успіхи студентів через відстеження їхнього працевлаштування після випуску.

Дослідження підтвердило складний та неоднозначний вплив соціальних мереж на студентську молодь. Вони можуть бути як ресурсом для саморозвитку та професійного зростання, так і джерелом зниження самооцінки через порівняння з іншими. Важливим напрямом є розвиток цифрової грамотності студентів, що дозволить їм більш усвідомлено використовувати соцмережі для особистісного та професійного становлення.

Результати дослідження показали, що соціальні мережі можуть як позитивно, так і негативно впливати на самооцінку, професійну ідентичність та самопрезентацію студентів. Для того щоб використовувати їх максимально ефективно, студентам варто враховувати наступні рекомендації:

1. Формування здорової самооцінки у цифровому середовищі:
  - усвідомлюйте, що контент у соцмережах часто є відредагованим і відібраним, а не відображає реальне життя людей;
  - обмежуйте кількість часу, який витрачаєте на перегляд контенту, що може викликати негативні порівняння та заниження самооцінки;
  - слідкуйте за своїм емоційним станом після перегляду соцмереж: якщо певний контент викликає почуття меншовартості, варто відписатися від таких акаунтів;
  - зосереджуйтеся на власних досягненнях та реальних успіхах, а не лише на онлайн-визнанні (лайках, коментарях).

## 2. Використання соціальних мереж для розвитку професійної ідентичності:

- досліджуйте професійні можливості через тематичні групи, сторінки компаній та профілі експертів у вашій сфері;
- використовуйте соцмережі для кар'єрного орієнтування: дізнавайтеся про тенденції ринку, вимоги до фахівців, можливості стажувань та навчання;
- спілкуйтеся з професіоналами та розширюйте своє коло знайомств через LinkedIn, тематичні чати та форуми;
- підпишіться на профілі спеціалістів, які надихають вас і можуть стати орієнтиром у професійному розвитку.

## 3. Ефективна самопрезентація у соцмережах:

- підтримуйте баланс між особистим та професійним контентом: навіть якщо ваш профіль не є суто професійним, варто ділитися інформацією про навчання, проекти, досягнення;
- використовуйте соцмережі як інструмент для створення особистого бренду: публікуйте корисні матеріали, діліться досвідом, демонструйте свої навички;
- дотримуйтеся цифрового етикету: уникайте токсичності, деструктивної критики, агресивних дискусій, адже це може вплинути на вашу репутацію.

Соціальні мережі можуть бути потужним інструментом для саморозвитку та кар'єрного зростання, якщо їх використовувати усвідомлено та вміти аналізувати контент, який споживається.

## Висновок до другого розділу

У другому розділі було проведено дослідження впливу соціальних мереж на самооцінку та професійну ідентичність студентів, а також розроблено рекомендації для ефективного використання цифрового середовища з метою особистісного та професійного розвитку. Отримані результати дозволяють зробити такі висновки:

1. Рівень самооцінки студентів є змінним і залежить від соціальних факторів, зокрема від контенту в соціальних мережах.

2. Професійна ідентичність студентів формується, але часто вона ще не є повністю усвідомленою. Соціальні мережі частково впливають на цей процес, але основну роль відіграють традиційні джерела інформації.

3. Соціальні мережі мають як позитивний, так і негативний вплив: вони відкривають можливості для самопрезентації та професійного розвитку, але також спричиняють порівняння, що може знижувати самооцінку.

4. Більшість студентів не використовують соцмережі для кар'єрного розвитку, що свідчить про потребу в освітніх заходах з персонального брендингу та критичного мислення у цифровому просторі.

Ці результати можуть бути корисними для освітніх установ, психологів, кар'єрних консультантів і студентів для кращого розуміння впливу соціальних мереж на особистісний і професійний розвиток.

## ВИСНОВКИ

В першому розділі був проведений теоретичний аналіз наукової літератури. З нього можна сказати, що самооцінка виступає ключовим психологічним механізмом, який формує образ “Я” і визначає манеру поведінки, взаємодії з оточенням та емоційний фон особистості. Вона охоплює як сприйняття власних професійних досягнень і зовнішності, так і міжособистісні стосунки та рівень самоповаги. Адекватна самооцінка сприяє оптимальному встановленню життєвих цілей і високій мотивації, тоді як її завищені чи занижені варіанти можуть стати джерелом конфліктів, невпевненості та емоційного дискомфорту. Соціальне середовище, особливо підтримка близьких і позитивний фідбек, є визначальним у конструктивному розвитку самооцінки, тоді як критика й негативний досвід можуть закріпити низьку самооцінку й знизити якість життя. Оскільки самооцінка є динамічною, важливо цілеспрямовано формувати в собі здоровий рівень самосприйняття, використовувати техніки позитивного підкріплення та уникати надмірної самокритики.

Професійна ідентичність, будучи невід’ємною частиною загальної самосвідомості, відображає внутрішнє уявлення особистості про власну роль у професійному середовищі. Вона включає когнітивні установки, ціннісні орієнтири й емоційно-мотиваційні компоненти, які змінюються залежно від досвіду, соціальної взаємодії та етапів професійного становлення. У студентів процес формування професійної ідентичності проходить імено поступово: від первісного, стереотипного розуміння професії — до глибшого, обґрунтованого усвідомлення власних здібностей і вимог обраної сфери. Стабілізації цього процесу сприяють наставництво, практичні стажування й активна взаємодія з професійним середовищем, водночас важливо поєднувати теоретичні знання з реальними завданнями та розвивати рефлексивні навички.

Соціальні мережі відіграють подвійно важливу роль у становленні як самооцінки, так і професійної ідентичності молоді. З одного боку, вони відкривають широкі можливості для самовираження, комунікації та підтримки,

сприяючи розширенню соціальних зв'язків і професійних горизонтів. З іншого — надмірне використання соцмереж може призводити до порівнянь із ідеалізованими образами, виникнення тривожності, депресивних настроїв і кібертравм, а також уповільнення продуктивності через компульсивний медіасерфінг. Зважаючи на це, для збереження психологічного благополуччя й успішного формування професійної самосвідомості необхідно розвивати навички усвідомленого використання цифрових ресурсів, підвищувати цифрову грамотність та впроваджувати практики самоаналізу й саморегуляції.

У другому розділі було проведено дослідження впливу соціальних мереж на самооцінку та професійну ідентичність студентів, а також розроблено рекомендації щодо ефективного використання цифрового середовища для особистісного та професійного розвитку. Отримані результати показали, що рівень самооцінки студентів є змінним і залежить від соціальних факторів, зокрема від контенту, що споживається в соціальних мережах. Професійна ідентичність студентів ще не є повністю усвідомленою, при цьому соціальні мережі мають лише частковий вплив на її формування, тоді як основна роль належить традиційним джерелам інформації.

Соціальні мережі надають як позитивні, так і негативні можливості: з одного боку, вони сприяють самопрезентації та професійному розвитку, з іншого — можуть знижувати самооцінку через порівняння з іншими. Негативний вплив на самооцінку відзначають 40% респондентів, змішаний — 35%, а позитивний — лише 25% студентів. Вплив на професійну ідентичність визначали так: відсутній вплив — 30% студентів, частковий — 40% та сильний — 30% опитаних. Крім того, більшість студентів не використовують соцмережі для кар'єрного розвитку, що вказує на необхідність додаткових освітніх заходів, спрямованих на розвиток персонального брендингу та критичного мислення в цифровому просторі.

Отримані результати є корисними для освітніх закладів, психологів, кар'єрних консультантів та самих студентів, оскільки вони допомагають краще розуміти вплив соціальних мереж на особистісний та професійний розвиток і

створюють основу для подальших кроків у напрямку ефективного використання цифрових платформ.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Михайлишин, У. Б., & Гернешій, М. В. (2023). Поняття самооцінки у вітчизняній та зарубіжній психології.
2. Зарицька, В. В., & Козаченко, Д. С. (2023). ФЕНОМЕН САМООЦІНКИ У ПСИХОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ. *Journal of Psychology Research*, 29(12), 19-25. <https://doi.org/10.15421/102903>
3. Стадник, Г. А., & Горова, І. М. (2013). ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ САМООЦІНКИ У ПСИХОЛОГІЇ. *РОЗДІЛ I. Актуальні проблеми педагогіки вищої школи та педагогічного менеджменту*, 261.
4. Олійник О. О. Самооцінка як передумова професійного становлення студентів. Теорія і практика сучасної психології. 2018. № 1. С. 97-101.
5. Березовська Л. Самооцінка студентів, що поєднують навчання і роботу. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2022. № 3 (67). С. 153-160.
6. Папітченко Л. Теоретичний аналіз проблеми значущості самооцінки в структурі гідності особистості. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2020. № 12 (57). С. 79-89.
7. Михайлишин У. Б. Поняття самооцінки у вітчизняній та зарубіжній психології. *Psychology Scientists and Methods of Using Modern Technologies*. 2023. № 1. С. 390-393
8. Козерук Ю. В., Євсейчик Я. О. Самооцінка як фактор становлення особистості студента. Підготовка фахівців у системі професійної освіти. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету ім. Т. Г. Шевченка*. 2015. №124. С. 163-165.
9. Клибанівська, Т. М. (2017). Професійна ідентичність: теоретичний аспект. *ПЕДАГОГІЧНА ТА ВІКОВА ПСИХОЛОГІЯ*, (1413), 52.
10. Степаненко, М. І. (2016). Професійна ідентичність особистості: теоретичне вивчення феномена. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки»*, 1(3), 90-94.

11. Русановський І. Психологічні особливості професійної ідентичності студентів-психологів: кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «магістр». Хмельницький: Хмельницький національний університет, 2023. 94 с.
12. Макарова О. П. Професійна ідентичність: структура та особливості. Теорія і практика сучасної психології. 2019. No 3, Т. 1. С. 77–82
13. Бих Д., Журавльова О. Психологічні особливості професійної ідентичності студентів. Особистість і суспільство: методологія та практика сучасної психології: матеріали V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (15 трав. 2018 р.) / за заг. ред. Л. В. Засекіної, А. В. Кульчицької. Луцьк: ПП Іванюк В. П., 2018. С. 54–57.
14. Пашенко, Я. О. (2023). Вплив самооцінки на переживання самотності особистості студента.
15. Chávez J., Fauré J., Barril J. P. The role of agency in the construction and development of professional identity. *Learning: research and practice*. 2022. No 9 (1). P. 93–108.
16. Сафін О. Умови розвитку психологічної готовності студентів-психологів до професійної діяльності. *Наука і освіта*, No 3, 2022. С. 70–75.
17. Гаврилюк, Н. М. (2020). Генезис психолого-педагогічного поняття «професійна ідентичність». *²ÑÍÈÊ*, 18.
18. Петренко, Г. В. (2021). Особливості професійної ідентичності у студентів-психологів заочної форми навчання.
19. Урбанська, В. М. (2024). ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМООЦІНКУ СТУДЕНТІВ. *ББК 88.4 я43 О 72*, 244.
20. Бондарчук О.І. Психологічні особливості взаємодії у віртуальних соціальних мережах . - Чернігів : ЧНПУ імені Т. Г. Шевченка, 2013. - 228 с.
21. Стельмах, О. (2022). Особливості впливу соціальних мереж на студентів. *Теорія і практика управління соціальними системами*, (2), 92-100. Соціальна активність, рівень самотності.
22. Захожа, С. Д. (2024). ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПСИХОЛОГІЧНЕ БЛАГОПОЛУЧЧЯ СТУДЕНТІВ. *Рекомендовано до друку*

вченою радою факультету психології КНУ імені Тараса Шевченка (протокол засідання № 4 від 28.10. 24р.), 114.

23. Мхітарян К. А. Вплив соціальних мереж на самооцінку студентської молоді. Матеріали до 80-ї звітної студентської наукової конференції. Секція «Факультету психології та соціальної роботи». Підсекція «Психологія», Підсекція «Соціальна робота», Підсекція «Освітні, педагогічні науки» (Одеса, 23–25 квіт. 2024 р.). Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2024. С. 399–405.

24. Голембьовська, Е. (2024). ODDZIAŁYWANIE MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH NA SPOŁECZNE I EMOCJONALNE FUNKCJONOWANIE MŁODYCH OSÓB. *ОСВІТОЛОГІЯ*, 13(13), 50-58.

25. Chamsi FZ, Katir I, Korchi A, Belbachir S, Ouanass A. The impact of social media on self-esteem. *European Psychiatry*. 2022;65(S1):S551-S551. doi:10.1192/j.eurpsy.2022.1410

26. Chaka, C. (2022). The Impact of Social Media on Students' Self-Esteem: Findings From A University In Masvingo, Zimbabwe. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 6(9), 513-518.

27. Bayramov, V. & Gorlanov, R.. (2024). The Essence and Structure of the Concept “Professional Education of Students” Through Social Networks and Digital Media Platforms. *Open Education*. 28. 15-25. 10.21686/1818-4243-2024-5-15-25.

28. КОЛІСНИК, Р., ОДИНЦОВА, Г., & СТЕЛЬМАХ, О. ДИНАМІКА СТАНОВЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТІВ-ПСИХОЛОГІВ. (45-54)

29. Шевченко Н.Ф., Волобуєва О.С., Іванчук М.Х. (2023). Дослідження психолого-педагогічних умов формування особистісно-професійної ідентичності учнів ПТНЗ. *Інсайт: Психологічні виміри суспільства*, (9), 148-167. <https://doi.org/10.32999/KSU2663-970X/2023-9-9>

30. Sviderska, Olha & Demyd, V.M.. (2023). Взаємоз'язок між тенденцією до наслідування блогерів та професійною самоефективністю студентської молоді. *Habitus*. 176-180. 10.32782/2663-5208.2023.50.32.

31. Шкала самооцінки Розенберга (RSE). *EzTests.xyz*. URL: [https://www.eztests.xyz/tests/rosenberg\\_rse/](https://www.eztests.xyz/tests/rosenberg_rse/)(дата звернення: 20.03.2025).

32. Радзімовська О. В. Опитувальник професійної ідентичності учнів професійно-технічних навчальних закладів (презентація авторської методики) / О. В. Радзімовська // Молодий вчений. - 2015. - № 8(1). - С. 155-161. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2015\\_8\(1\)\\_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_8(1)_36).

## ДОДАТКИ

*Додаток А.*

### **Авторська анкета для дослідження**

#### *Блок 1. Соціально-демографічні дані*

1. Ваш вік: \_\_
2. Ваш курс навчання: \_\_
3. Ваша спеціальність: \_\_\_\_\_

#### *Блок 2. Активність у соціальних мережах*

4. Які соціальні мережі ви використовуєте найчастіше? (можна вибрати кілька варіантів)

- Instagram
- Facebook
- TikTok
- LinkedIn
- Telegram
- Інше (укажіть)

5. Скільки часу ви проводите в соціальних мережах щодня?

- Менше 1 години
- 1–2 години
- 3–4 години
- 5 і більше годин

6. Які типи контенту ви переглядаєте найчастіше? (можна вибрати кілька варіантів)

- Освітній/професійний
- Розважальний
- Новини/суспільно-політичний контент
- Блогерський/лайфстайл-контент
- Інше (укажіть)

7. Як часто ви самі створюєте контент у соцмережах?

- Майже щодня
- Кілька разів на тиждень
- Раз на тиждень
- Рідше ніж раз на місяць
- Майже ніколи

### Блок 3: Взаємозв'язок соцмереж і самооцінки

8. Чи порівнюєте ви себе з іншими користувачами соцмереж?

- Так, часто
- Іноді
- Рідко
- Ніколи

9. Як ви реагуєте на негативні коментарі або відсутність лайків під вашими постами?

- Засмучуюсь і починаю сумніватися в собі
- Відчуваю легке розчарування, але не надаю цьому великого значення
- Мені байдуже
- Я взагалі не публікую нічого

10. Як соцмережі впливають на вашу самооцінку?

- Позитивно – мотивують і підвищують впевненість у собі
- Нейтрально – не помічаю впливу
- Негативно – змушують сумніватися в собі

11. Чи був у вас досвід покращення чи погіршення настрою після перегляду контенту в соцмережах? \_\_\_\_

### *Блок 4. Соцмережі та професійна ідентичність*

12. Чи підписані ви на професійні сторінки, кар'єрні спільноти або експертів у своїй галузі?

13. Чи використовуєте ви соцмережі для пошуку навчальних або кар'єрних можливостей?

- Так, часто
- Іноді

- Рідко
- Ніколи

14. Чи публікуєте ви контент, пов'язаний із вашою професійною сферою (навчанням, дослідженнями, кар'єрою)?

- Так, регулярно
- Іноді
- Рідко
- Ніколи

15. Як соцмережі вплинули на ваші уявлення про майбутню професію?

*Блок 5. Узагальнене ставлення до соцмереж*

16. Що вам найбільше подобається в соціальних мережах?

17. Що вас найбільше дратує або турбує в соцмережах?

18. Якби у вас була можливість змінити щось у своєму використанні соцмереж, що б це було?

## Опитувальник професійної ідентичності

Інструкція: «Опитувальник містить ряд тверджень, які стосуються тих чи інших сторін Вашого професійного становлення за фахом, який Ви набуваєте в процесі навчання в училищі. Прочитайте уважно запропоновані твердження. По кожному з них оберіть відповідь, використовуючи наступні варіанти: «так» («+»), «ні» («-») або «важко відповісти» («?»).

1. Обрана професія відповідає моїм інтересам і прагненням.
2. Я відчуваю потребу у самореалізації за професією, яку набуваю в училищі.
3. Моя головна мета – працювати за професією або продовжити навчання у вузі за обранням фахом.
4. Я радію з того, що не помилився із вибором професії, яку зараз отримую.
5. Маю високі оцінки (бали) за результатами професійно-теоретичної та професійно-практичної підготовки.
6. Я – активна людина.
7. Докладу максимум зусиль, аби не працювати за професією, яку зараз отримую.
8. Мої особистісні якості відповідають вимогам майбутньої професії.
9. Обрана професія є для мене цінною, я не хочу її змінювати.
10. Мені добре зрозумілі мої плани на майбутнє, оскільки я побудував їх самостійно, спираючись на власний життєвий досвід.
11. Я отримую задоволення від процесу і результату роботи за обраним фахом.
12. У процесі навчання і практики я з легкістю виконую професійні завдання, які отримую від майстрів виробничого навчання та керівників підрозділів на підприємствах.
13. Я хочу і можу працювати за обраною спеціальністю.
14. Можу назвати іншу професію, яка більше відповідає моїм здібностям та нахилам.
15. Я володію достатнім рівнем знань з майбутньої професії.
16. Вважаю, що професія, яку я отримую, має соціальну значущість, і пишаюся

цим.

17. Я добре усвідомлюю свої професійні цілі і прагну до них, тому жодні життєві проблеми не зможуть мені завадити їх досягти.
18. Відчуваю захоплення, піднесення, коли досягаю успіхів в обраній професії.
19. За будь-якої нагоди прагну ознайомитися із роботою фахівців в області моєї майбутньої професії за спеціальністю, яку зараз набуваю.
20. З власної ініціативи читаю додаткову літературу, що має відношення до майбутньої професії.
21. Маю велике бажання працювати за іншою професією.
22. Я усвідомлюю себе представником професійної спільноти (назва професії, яку набуває учень).
23. Навчаюся в даному навчальному закладі в силу певних обставин, професія ж мені малоцікава.
24. Я добре уявляю своє кар'єрне зростання за професією, яку набуваю.
25. Називаючи себе (назва професії), відчуваю позитивні емоції (гордість, радість тощо).
26. Отримані в процесі навчання знання та вміння успішно використовую під час виробничого навчання і практики.
27. У вільний від навчання час працюю за професією, яку набуваю в училищі.
28. У світі існує багато професій, які подобаються мені значно більше, ніж та, яку я отримую зараз.
29. Я добре знаю вимоги, що висуваються до фахівців моєї майбутньої професії.
30. Найважливіше для мене – продовжити роботу за своїм фахом, ніж отримати більш високу посаду, не пов'язану з моєю спеціальністю.
31. Іноді мені здається, що я сам не знаю, чого хочу від майбутнього професійного життя.
32. Моє ставлення до праці за обраною професією за час проходження навчання і практики покращилось.
33. У роботі я виявляю себе людиною діяльною, працелюбною, відповідальною.
34. Працюю над створенням свого професійного іміджу.

35. Якби в мене була можливість змінити професію, я змінив би її на іншу.
36. З легкістю можу описати портрет представника своєї професії.
37. Мої особистісні та життєві цінності співпадають з цінностями майбутньої професії та професійної спільноти.
38. Мої дії спрямовані на досягнення успіху в обраній професії.
39. В процесі оволодіння секретами професії виявляю вольові якості особистості (цілеспрямованість, наполегливість, самостійність, ініціативність, організованість тощо).
40. Уважно спостерігаю за роботою професіоналів та намагаюсь їх наслідувати в процесі своєї професійної діяльності.
41. Мої захоплення та заняття у вільний час пов'язані з майбутньою професією.
42. Моя головна мета - кар'єра за іншою спеціальністю.
43. Є люди, яких я вважаю ідеалом в своїй професії і прагну бути схожим на них.
44. Я не маю чітко сформованих професійних цінностей.
45. Навіть якби я мав можливість змінити професію, я би її не змінював.
46. Для досягнення професійної мети за обраною спеціальністю я зроблю все, що в моїх силах.
47. Беру участь у конкурсах фахової майстерності.
48. В житті дотримуюсь принципу: «Успішність професійного становлення більшою мірою залежить від мене, ніж від оточення».

Обробка результатів:

Підраховуємо кількість балів, враховуючи, що відповідь «так»

оцінюється в 2 бали, «ні» – 0 балів, «?» – 1 бал. Питання № 7, 23, 28, 31, 44

передбачають зворотній підрахунок: «так» оцінюється в 0 балів, «ні» – 2 бали, «?» – 1 бал.

Отримана сума балів за питаннями №№ 1-5, 8-12, 15-19, 22-26, 29-33, 36-40, 43-47 дозволяє визначити рівень розвитку професійної ідентичності учнів за шкалою «неусвідомлена – усвідомлена», а саме:

1. Неусвідомлена (низький рівень розвитку) професійна ідентичність – від 0 до

28 б.

2. Частково усвідомлена (середній рівень розвитку професійної ідентичності)

— від 29 до 55 б.

3. Усвідомлена, сформована (високий рівень розвитку професійної ідентичності) –

від 56 до 70 балів.

**Шкала самооцінки Розенберга (RSE)**

Інструкція: Визначте наскільки ви згодні або не згодні з приведеними нижче твердженнями

1. Загалом я собою задоволений.
2. Часом мені здається, що я не зовсім добрий.
3. Я відчуваю, що маю ряд хороших якостей.
4. Багато речей я здатний робити не гірше більшості інших людей.
5. Мені здається, що мені нема чим пишатися.
6. Часом я справді відчуваю себе непотрібним.
7. Я відчуваю себе гідною людиною.
8. Я хотів би більше поважати себе.
9. Загалом, я схильний вважати себе невдахою.
10. Я ставлюся до себе позитивно.

