

## **ВИЗНАЧЕННЯ САМООЦІНКИ ЛЮДИНИ ЗА ЇЇ ПОВІДОМЛЕННЯМИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

**Шупняк Н.**

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В умовах повномасштабної війни важливу роль відіграє психологічний стан населення, як цивільного так і військового. Серед найзначущіших аспектів психологічного благополуччя людини знаходиться її самооцінка, яка визначає не лише особистісний розвиток, але й стійкість до стресу та здатність адаптуватися до небезпечних ситуацій.

Занадто висока або занадто низька самооцінка порушують процес саморегуляції, спотворюють самоконтроль, що в подальшому може становити загрозу психологічному здоров'ю людини та її соціальним зв'язкам, а також зв'язкам інших людей через створення, на основі самооцінки, конфліктних ситуацій.

Для попередження подібних критичних випадків була створена велика кількість методик, що дозволяють попередньо визначити рівень самооцінки і, базуючись на результатах безпосереднього тесту, виправити ситуацію. Проте, дізнатися таким чином про самооцінку особистості випадає можливість дуже рідко, та, при безпосередній кооперації особистості, самооцінку якої намагаються визначити. Тому проблема пошуку додаткових шляхів визначення самооцінки особистості є як завжди актуальною.

Одним з шляхів дослідження психологічного стану людини може бути дослідження її мовлення, пошук певних маркерів, що можуть вказати на певні психологічні характеристики. Дослідженням мови і мовлення з психологічної точки зору займається наука психолінгвістика, що є однією із складових області прикладної лінгвістики.

Психолінгвістика (грец. *psyciie* – душа і франц. *linguistique* – наука про мову) – наука, яка вивчає процеси утворення, сприйняття та формування мовлення у їх взаємодії із системою мови, а також розробляє моделі мовленнєвої діяльності та психофізіологічної мовленнєвої організації людини, перевіряє їх у процесі психологічних експериментів.

Мережа інтернет є одним з найпоширеніших джерел розповсюдження власних думок та ідей. Станом на 2024р. приблизно 62,3% людей користуються соціальними мережами. Це число буде також постійно зростати, що дасть нам достатньо обширну вибірку. Також, звертаючи увагу на питання анонімності, користувачі соцмереж можуть надавати більш щирі відгуки щодо тієї чи іншої ситуації, що дозволить отримувати більш точні дані.

Таким чином, за допомогою об'єднання класичних методик аналізу людської самооцінки, та їх подальше порівняння з повідомленнями в соціальних мережах, може надати необхідну кореляцію серед найбільш часто вживаних слів, яка дозволить отримати додатковий метод визначення самооцінки.