

## СЕКЦІЯ 6

### СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ. ЮРИДИЧНА ПСИХОЛОГІЯ

#### ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНО-ОСОБИСТІСНОЇ СФЕРИ КОРИСТУВАЧІВ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ INSTAGRAM

#### FEATURES OF THE EMOTIONAL AND PERSONAL SPHERE OF USERS OF THE SOCIAL NETWORK INSTAGRAM

Статтю присвячено дослідженню особливостей емоційно-особистісної сфери користувачів соціальної мережі Instagram. У дослідженні взяли участь 60 здобувачів вищої освіти з різним рівнем активності у соціальній мережі Instagram. Для емпіричного дослідження були використані такі методики: «Шкала диференційних емоцій К. Ізарда», опитувальник Л.Г. Почебута, методика «Шкала тривожності Спілбергера – Ханіна», методика діагностики емоційної зрілості особистості О.С. Кочарян та М.А. Півень, П'ятифакторна модель особистості «Велика п'ятірка». Установлено особливості емоційної сфери особистості здобувачів вищої освіти з різним рівнем активності у соціальній мережі Instagram, а саме особливості емоційного профілю, рівні вираженості особистісної та ситуативної тривожності, характерні види агресивної поведінки, показники емоційної зрілості та провідні особистісні риси. У активних користувачів мережі Instagram превалюють позитивні емоції, провідним є вербальний вид агресії. Серед неактивних користувачів мережі Instagram превалюють негативні емоції та схильність до самоагресії. В обох групах користувачів встановлено підвищені показники особистісної тривожності та помірні здібності до емоційної саморегуляції. Установлено пряму залежність між високим рівнем активності в Instagram та підвищенням рівня ситуативної тривожності у користувачів соціальної мережі. Виявлено провідні особистісні риси активних користувачів мережі Instagram, а саме: оптимізм, комунікабельність, орієнтація на роботу з людьми, помірні імпульсивність у поведінці. Провідними особистісними рисами неактивних користувачів мережі Instagram є соціальна пасивність, стриманість, закритість, недостатня довіра до оточуючих. Установлено, що серед активних користувачів мережі Instagram більш поширені високі показники вектору екстраверсії, тоді як серед їх менш активних однолітків більш поширеними є риси інтроверсії.

**Ключові слова:** емоційна сфера, особистісні особливості, тривожність, емоційна

зрілість, користувачі соціальної мережі Instagram.

The article is devoted to the study of the features of the emotional and personal sphere of users of the Instagram social network. 60 higher education students with different levels of activity on the Instagram social network took part in the study. The following methods were used for the empirical research: "K. Izard's Scale of Differential Emotions", L.G. Pochebut's questionnaire, the "Spilberger-Khanin Anxiety Scale", the method of diagnosing the emotional maturity of the personality by O.S. Kocharyan and M.A. Piven, Five-factor personality model "Big Five". The features of the emotional sphere of the personality of higher education students with different levels of activity in the Instagram social network were established, namely, the features of the emotional profile, the level of expression of personal and situational anxiety, characteristic types of aggressive behavior, indicators of emotional maturity and leading personality traits. Positive emotions prevail among active users of the Instagram network, and the leading type is verbal aggression. Among inactive users of the Instagram network, negative emotions and a tendency to self-aggression prevail. In both groups of users, increased indicators of personal anxiety and moderate abilities for emotional self-regulation were established. A direct relationship was established between a high level of activity on Instagram and an increase in the level of situational anxiety among users of the social network. The leading personal traits of active users of the Instagram network were identified, namely: optimism, sociability, orientation to work with people, moderate impulsiveness in behavior. The leading personal traits of inactive users of the Instagram network are social passivity, restraint, closedness, lack of trust in others. It was established that among active users of the Instagram network, high indicators of the vector of extroversion are more common, while among their less active peers, introversion traits are more common.

**Key words:** emotional sphere, personal characteristics, anxiety, emotional maturity, users of the Instagram social network.

УДК 159.9-042.72:004.738.5(045)  
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2023.49.28>

#### Балабанова К.В.

к.психол.н.,  
старший викладач кафедри психології  
Національний аерокосмічний  
університет імені М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

#### Півень М.А.

к.психол.н.,  
доцент кафедри психології  
Національний аерокосмічний  
університет імені М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

#### Калайтан Н.Л.

к.психол.н.,  
доцент кафедри психології  
Національний аерокосмічний  
університет імені М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

**Постановка проблеми.** У сучасному суспільстві соціальні мережі виконують одну з головних ролей у процесі трансляції масової культури та диктують правила конструювання ідентичності, позиціонування і комунікації.

Соціальні мережі стали принципово новим майданчиком для комунікації, а процес спіл-

кування між її учасниками є найяскравішим прикладом комунікації в інформаційному суспільстві.

Однією з найпопулярніших сучасних соціальних мереж є Instagram, яка стала багатofункціональною структурою, оскільки крім простого обміну фотографіями з іншими

користувачами стало можливим коментування записів, обмін відеофайлами, пошук односторонніх завдяки функції хештег. Функція виходу в прямий ефір дала змогу користувачам даної мережі спілкуватися в режимі реального часу, не використовуючи інші мережі. Таким чином, один додаток уміщає у собі цілий соціокультурний світ, який зараз має сильний психологічний вплив на користувачів.

Особливості побудови комунікації в соціальних мережах та її вплив на формування особистості, її функціонування розкрито в роботах таких авторів, як М. Богдан, Ю. Данько, О. Дубчак, Е. Главінська, К. Лесто, А. Лучинкіна, С. Палій, О. Шапіро, О. Белинська та ін. Зокрема, приділяється увага вивченню проблеми впливу соціальних мереж на психологічне здоров'я та функціонування їх користувачів (Т. Сінельнікова, Р. Гуревич, С. Золотухіна, С. Івашнова, А. Клименко, О. Коневщинський та ін.). Застосування соціальних мереж може призводити до значних структурних та функціональних змін у психічній діяльності людини. Ці зміни зачіпають пізнавальну, емоційну, комунікативну та особистісну сфери, трансформується виконавська ланка діяльності, просторово-часові характеристики [1; 3]. Соціальні мережі відсувають на другий план традиційні інститути соціалізації та займають домінуючу роль у процесі соціалізації особистості і впливають на її ціннісні орієнтації [5]. У низці досліджень встановлено вплив соціальних мереж на емоційну сферу її користувачів, а саме: поширення агресивної поведінки, збільшення рівня тривожності тощо. Окрім цього, може відбуватися загострення актуальних емоційних порушень та розвиток невротичних станів. Для активних користувачів соціальних мереж більш властивими є агресивність у відстоюванні своєї позиції, тривожність та лабільність, більш чутливе сприйняття ставлення з боку соціуму до своїх емоційних реакцій [9].

Соціальні мережі стають заміником «живого» спілкування через нестачу реальних контактів, неможливість реалізувати якості особистості, ролі чи переживання через фрустрацію, невдоволення реальною соціальною ідентичністю та ін. Використовуючи соціальні мережі, користувачі мають можливість «створювати себе» та корегувати враження про себе, знаходити нові контакти, учитися вистроювати комунікацію з іншими людьми. При цьому є негативні наслідки, такі як зниження психологічного і соціального ризику в процесі спілкування, афективна розкутість, ненормативність, безвідповідальність та безкарність [2; 3].

Головною особливістю комунікації в мережі Інтернет є втрата значимості невер-

бальних засобів спілкування. Незважаючи на те що кожного року функціонал соціальних мереж удосконалюється та наповнюється засобами для передачі своїх емоцій, фізична відсутність учасників комунікації в процесі спілкування призводить до того, що спрощується можливість приховувати чи підробити власні емоції. Інтернет-комунікація також стирає цілу низку комунікативних бар'єрів, які пов'язані із зовнішнім обліком партнерів: їх стать, вік, соціальний статус, зовнішність, невербальний етикет [4; 7]. Інший важливий наслідок фізичної відсутності людини в Інтернет-комунікації – можливість створювати та корегувати враження про себе. Створюючи власну сторінку в соціальній мережі, користувачі на свій розсуд наповнюють її інформацією про себе: вік, місце проживання, навчання чи роботи, власні інтереси, цитати про себе, фото матеріали і т. д. Увесь цей комплекс інформації складається в один портрет соціальної саморепрезентації людини.

Конструювання віртуальних особистостей може носити віковий характер і бути пов'язане із самовизначенням. Можна припустити, що бажання конструювати віртуальні особистості може бути пов'язане з тим, що реальність не надає можливостей для реалізації різних аспектів «Я» або через те, що дійсність може бути занадто «рольовою» та нормативною. Це породжує в людини бажання подолати зазначену нормативність, що веде до конструювання нової віртуальної особистості. Тобто якщо реальне суспільство обмежує можливості самореалізації людини, у неї з'являється мотивація виходу в мережу і конструювання віртуальних особистостей. Якщо ж людина повністю реалізує всі аспекти свого «Я» в реальному спілкуванні, мотивація конструювання віртуальних особистостей у неї, скоріше за все, відсутня [1]. Досить часто спілкування в Інтернеті носить характер доповнення до основного спілкування. Але воно може мати і компенсаторний, замісний характер. Це відбувається у разі формування Інтернет-залежності [6; 8].

Активне користування соціальними мережами може сприяти формуванню комп'ютерної залежності, розвитку порушень когнітивної, емоційної та поведінкової сфер у реальному житті тощо. Отже, питання вивчення особливостей емоційно-особистісної сфери користувачів соціальних мереж (на прикладі Instagram) є актуальним питанням для подальшого розроблення психопрофілактичних та корекційних заходів щодо досліджуваних особливостей.

**Мета статті** – виявити особливості емоційно-особистісної сфери користувачів соціальної мережі Instagram.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження особливостей емоційно-особистісної сфери у здобувачів вищої освіти було проведено на вибірці здобувачів вищої освіти віком від 18 до 21 року з різним рівнем активності у соціальній мережі Instagram. Загальну вибірку становили 60 здобувачів, які були поділені на дві групи залежно від рівня активності в мережі Instagram. Першу групу становили 30 студентів (15 хлопців та 15 дівчат) із високим рівнем активності у соціальній мережі Instagram; другу групу – 30 здобувачів (15 хлопців та 15 дівчат) із низьким рівнем активності у Instagram.

Для емпіричного дослідження використовувалися такі методики: методика «Шкала диференційних емоцій К. Ізарда», опитувальник Л.Г. Почебута, методика «Шкала тривожності Спілбергера – Ханіна», методика діагностики емоційної зрілості особистості О.С. Кочарян та М.А. Півень, П'ятифакторна модель особистості «Велика п'ятірка».

Для математико-статистичної обробки отриманих результатів було застосовано такі методики: U-критерій Манна – Уїтні, коефіцієнт рангової кореляції Кендала та  $\phi$ -критерій кутового перетворення Фішера.

У результаті емпіричного дослідження встановлено, що для здобувачів вищої освіти з високим рівнем активності у Instagram характерним є помірний ступінь емоційних хвилювань усього спектру (позитивних, негативних і депресивних емоцій). Установлено усереднені профілі за видами агресивної поведінки користувачів із високим рівнем активності у соціальній мережі Instagram у стресових і конфліктних ситуаціях, а саме: середній ступінь вербальної та самоагресії, низькі ступені предметної, емоційної та фізичної агресії.

Низький показник ситуативної тривожності мали 56,6% респондентів, а низький рівень особистісної тривожності – 43,3%; помірний рівень ситуативної тривожності виявлено у 10% респондентів, особистісної тривожності – у 20% осіб. Високий рівень ситуативної тривожності діагностовано у 33,3% осіб, високий рівень особистісної тривожності – у 36,6% користувачів із високим рівнем активності в мережі.

Усереднені показники за шкалами емоційної зрілості здобувачів вищої освіти з високим рівнем активності в Instagram знаходилися в межах середніх нормативних значень.

Була виявлена кореляція між негативними емоціями та прийняттям власних емоцій ( $\tau=0,466$ ;  $p<0,01$ ). Можна припустити, що студенти приймають негативні емоції у собі, не вважають їх небажаним чи неприпустимими.

Також встановлено кореляцію між депресивними емоціями та особистісною тривожністю ( $\tau=0,271$ ;  $p<0,05$ ), а також між ситуативною

тривожністю та особистісною тривожністю ( $\tau=0,719$ ;  $p<0,01$ ). Це свідчить про те, що у респондентів зі збільшенням особистісної тривожності збільшуються нервозність, занепокоєння, тривожність під час типової події, а також зростає вираженість депресивних емоцій (горя, гніву, огиди та зневаги) через хвилювання та переживання.

Знайдено кореляцію між вербальною та емоційною агресією ( $\tau=0,474$ ;  $p<0,01$ ), а також між вербальною агресією та самоагресією ( $\tau=0,299$ ;  $p<0,05$ ). Дані результати можуть свідчити про те, що чим більше респонденти використовують вербальну агресію, тим більше посилюється емоційна агресія; можна припустити, що саме вербальний прояв агресії здійснюється через емоційний складник та аутоагресію.

Установлено зворотну кореляцію між вербальною агресією та емоційною саморегуляцією ( $\tau=-0,426$ ;  $p<0,01$ ): звернення до вербальної агресії супроводжується зниженням контролю над своїм емоційним станом.

Виявлено пряму кореляцію між предметною агресією та самоагресією ( $\tau=0,294$ ;  $p<0,05$ ), яка свідчить про зростання аутоагресії за використання предметної агресії.

Установлено зворотні кореляції між емоційною агресією та рефлексією емоцій ( $\tau=-0,279$ ;  $p<0,05$ ), а також між емоційною агресією та емоційною саморегуляцією ( $\tau=-0,395$ ;  $p<0,01$ ). Також знайдено зворотну кореляцію між самоагресією та рефлексією емоцій ( $\tau=-0,560$ ;  $p<0,01$ ) та між самоагресією та емоційною саморегуляцією ( $\tau=-0,455$ ;  $p<0,01$ ). Дані показники свідчать про те, що за збільшення емоційної агресії та аутоагресії у респондентів знижується здатність аналізувати, розуміти та контролювати свій емоційний стан.

Усереднені профілі індексів емоцій у здобувачів вищої освіти з низьким рівнем активності в Instagram свідчать про помірний рівень негативних та депресивних емоцій, а також про низький рівень позитивних емоцій.

Установлено переважання середнього рівня агресивності та адаптованості, низький рівень вербальної, фізичної та предметної агресії, середній рівень емоційної агресії та високий рівень самоагресії.

73,3% здобувачів із низьким рівнем активності в Instagram мали низький рівень вираженості ситуативної тривожності, тоді як у 16,6% осіб встановлено помірний, а у 10% – високий рівень тривожності. 40% користувачів мали низький показник особистісної тривожності, 33,3% – помірний, а 26,6% респондентів – високий рівень зазначеного виду тривожності.

Усереднені показники за шкалами емоційної зрілості здобувачів вищої освіти з низьким



рівнем активності в Instagram знаходилися в межах нормативних значень.

Було виявлено прямі кореляції між негативними та депресивними емоціями ( $t=0,382$ ;  $p<0,01$ ) та між депресивними емоціями та самоагресією ( $t=0,338$ ;  $p<0,05$ ). Можна припустити, що за появи негативних емоцій та переживань у неактивних користувачів Instagram збільшується інтенсивність депресивних емоцій, які призводять до появи аутоагресії.

Також встановлено прямі кореляції між вербальною та фізичною агресією ( $t=0,403$ ;  $p<0,01$ ), між вербальною та предметною агресією ( $t=0,291$ ;  $p<0,05$ ) та між вербальною агресією та самоагресією ( $t=0,284$ ;  $p<0,05$ ) у неактивних користувачів Instagram. Виходячи з отриманих даних, можемо зробити припущення, що чим більше вербальної агресії у респондентів, тим більше виявляється схильність до прояву інших видів агресії: у першу чергу – фізичної, потім – предметної та самоагресії.

Також знайдено позитивну кореляцію між емоційною агресією та самоагресією ( $t=0,446$ ;  $p<0,01$ ), що може свідчити про одночасне зростання аутоагресії та емоційної агресії.

Зворотна кореляція між фізичною агресією та емпатією ( $t=-0,282$ ;  $p<0,01$ ) свідчить про те, що звернення до фізичної агресії у респондентів другої групи супроводжується зниженням емпатійних здібностей.

Виявлено кореляцію між рефлексією емоцій та емоційною саморегуляцією ( $t=0,463$ ;  $p<0,01$ ), а саме розуміння своїх емоцій сприяє кращій емоційній саморегуляції, і навпаки.

Позитивні кореляції між емпатією та емоційною експресивністю ( $t=0,330$ ;  $p<0,05$ ) та між емпатією та прийняттям власних емоцій ( $t=0,298$ ;  $p<0,05$ ) свідчать про те, що емпатійні здібності супроводжуються експресивністю та природністю у прояві власних емоцій, а також їх прийняттям.

Пряма кореляція між ситуативною та особистісною тривожністю ( $t=0,65$ ;  $p<0,01$ ) свідчить про те, що збільшення тривожності, що пов'язана з актуальною ситуацією, призводить до збільшення особистісної тривожності.

Також встановлено зворотний зв'язок між особистісною тривожністю та емоційною саморегуляцією ( $t=-0,301$ ;  $p<0,01$ ): підвищення особистісної тривожності супроводжується зниженням емоційної саморегуляції у неактивних користувачів Instagram.

Результати порівняльного аналізу показників емоційної сфери між групами користувачів із різним рівнем активності в Instagram дали змогу встановити такі статистично значущі відмінності.

Високий рівень ситуативної тривожності більш поширений у групі з високою активністю в мережі (33,3%) порівняно з другою групою

(10%), що свідчить про значущі відмінності між респондентами за даним показником ( $\varphi=2,275$ ;  $p<0,05$ ).

Помірні показники ситуативної тривожності демонструють 10% користувачів із високим рівнем активності та 40% користувачів із низьким рівнем активності, що також свідчить про статистично значущі відмінності між групами ( $\varphi=2,811$ ;  $p<0,01$ ).

Отже, можемо припустити, що більш високий рівень активності в Instagram супроводжується підвищенням рівня ситуативної тривожності.

Високі показники емоційної саморегуляції мають 53,3% здобувачів першої групи та 20% респондентів другої групи, що також свідчить про значущі відмінності між групами ( $\varphi=2,75$ ;  $p<0,01$ ). Отже, можна припустити, що для активних користувачів Instagram характерні більш розвинуті навички емоційної саморегуляції.

Високі показники за шкалою «прийняття власних емоцій» мають 50% активних користувачів Instagram та 20% користувачів із низьким рівнем активності, що також свідчить про значущі відмінності між групами ( $\varphi=2,492$ ;  $p<0,01$ ).

Отже, активні користувачі Instagram порівняно з їх менш активними однолітками мають більш налагоджений контакт із власними емоційними переживаннями, краще їх усвідомлюють та більше приймають.

На підставі дослідження особистісних особливостей здобувачів вищої освіти з різним рівнем активності в Instagram було встановлено такі результати.

В обох групах найбільш високим рівнем вираженості характеризувалася шкала «грайливість – практичність», яка свідчить про відкритість новому досвіду, новим ідеям, зацікавленість, допитливість, артистичність, сенситивність та пластичність.

Шкала «грайливість – практичність» не має низького рівня (вектор «практичність») серед користувачів обох груп, середній рівень виявлено серед 26,6% респондентів першої групи та серед 40% респондентів другої групи, високий рівень (вектор «грайливість») відповідно встановлений у 73,3% та 60% осіб. Статистично значущих відмінностей за рівнями вираженості шкали встановлено не було.

В обох групах переважає середній, із тенденцією до високого, рівень вираженості шкали «прихильність – відокремленість», що свідчить про переважання соціальної залученості, уміння співпереживати іншим, орієнтацію переважно на співпрацю з оточуючими.

За шкалою «прихильність – відокремленість» низький рівень (вектор «відокремленість») встановлено у 20% активних користувачів та у 13,3% неактивних користувачів, середній рівень – у 26,6% і 60%, високий

рівень (прихильність) – у 53,3%, та 26,6% осіб відповідно. Отже, високий рівень шкали, або вектор «прихильності», більш виражений у групі активних користувачів ( $\varphi=2,139$ ;  $p<0,05$ ), тоді як середні значення шкали, які свідчать про поєднання рис прихильності та відокремленості, є більш поширеними серед менш активних користувачів Instagram ( $\varphi=2,66$ ;  $p<0,01$ ).

За шкалою «самоконтроль – імпульсивність» переважають високі показники в групі активних користувачів та середній рівень, наближений до високого, – у групі неактивних користувачів. Отже, більшість здобувачів, які взяли участь у дослідженні, можна охарактеризувати як сумлінних, акуратних, наполегливих, відповідальних у тій роботі, яка приносить задоволення, однак вони не завжди контролюють свою поведінку та іноді можуть йти на необдумані вчинки.

Шкала «самоконтроль – імпульсивність» має низький рівень (вектор «імпульсивність») серед 6,6% активних користувачів та 10% неактивних користувачів, середній рівень виражений у 26,6% та 53,3% та високий рівень (вектор «самоконтроль») – серед 66,6% та 36,6% респондентів відповідно. Установлено статистично значущі відмінності між групами за середнім рівнем ( $\varphi=2,139$ ;  $p<0,05$ ) та високим рівнем шкали (вектор «самоконтроль») ( $\varphi=2,361$ ;  $p<0,01$ ). Отже, поєднання помірної вираженості особистісних рис за даною шкалою є більш характерним для неактивних користувачів, тоді як більш високий рівень самоконтролю частіше поширений серед активних користувачів.

Виявлено середній рівень вираженості шкали «емоційна стійкість – емоційна нестійкість», що відображає такі риси, як знижена здатність контролювати свої почуття та емоції, зумовлена ситуацією поведінка, переважання емоцій негативного спектру, тривожність, самокритичність та емоційна лабільність.

Шкала «емоційна стійкість – емоційна нестійкість» має низький рівень (вектор «емоційна стійкість») у 36,6% активних користувачів та у 40% неактивних користувачів, середній рівень – у 36,6% та 26,6% та високий рівень (вектор «емоційна нестійкість») – у 26,6% та 33,3% респондентів відповідно. Статистично значущі відмінностей за рівнями вираженості даної шкали встановлено не було.

Згідно з даними усередненого профілю за шкалою «екстраверсія – інтроверсія», в обох групах респондентів переважають нормативні показники, що свідчить про амбівертність.

Водночас за шкалою «екстраверсія – інтроверсія» низький рівень (вектор «інтроверсія») встановлено у 16,6% активних користувачів

та у 46,6% неактивних користувачів, середній рівень – у 30% та 33,3% осіб, високий рівень (вектор «екстраверсія») – у 53,3% та 20% осіб відповідно.

Маємо статистично значущі розбіжності між групами за низьким рівнем ( $\varphi=2,567$ ;  $p<0,01$ ) та високим рівнем шкали «екстраверсія – інтроверсія» ( $\varphi=2,139$ ;  $p<0,05$ ). Отже, серед активних користувачів мережі Instagram більш поширені високі показники шкали, що відповідають вектору екстраверсії, тоді як серед їх менш активних однолітків більш поширеними є низькі показники за вектором інтроверсії.

Активні користувачі мережі Instagram більш схильні виявляти такі риси, як оптимізм, комунікабельність, орієнтація на роботу з людьми, деяка імпульсивність у діях. Неактивним користувачам більш притаманні рівний фон настрою, пасивність, стриманість (залежно від ситуації), закритість, недостатня довіра до оточуючих, можливі необережність та імпульсивність у поведінці.

Для виявлення статистичних розбіжностей за шкалами методики «Велика п'ятірка» між двома групами респондентів було використано U-критерій Манна – Уїтні, результати якого наведено в табл. 1.

Виходячи з отриманих даних, можемо зробити висновок про наявність статистичної розбіжності лише за шкалою «екстраверсія – інтроверсія» ( $U=244,5$ ;  $p=0,002$ ), що свідчить про більш високий рівень активності екстраверсії у активних користувачів Instagram порівняно з другою групою неактивних користувачів.

**Висновки.** У результаті дослідження встановлено особливості емоційної сфери особистості здобувачів вищої освіти з високим рівнем активності у соціальній мережі Instagram. У досліджуваних превалюють позитивні емоції, емоційна саморегуляція, провідними є вербальний вид агресії та високий рівень особистісної тривожності. Результати кореляційного аналізу показали, що активні користувачі Instagram, використовуючи вербальну агресію, стають більш схильними до прояву емоційної агресії та самоагресії, що ускладнюється недостатньо сформованими навичками емоційної саморегуляції. Отже, за збільшення емоційної агресії та самоагресії у здобувачів першої групи знижується здатність аналізувати, розуміти та контролювати свій емоційний стан, що ускладнює процес емоційної саморегуляції.

Визначено особливості емоційної сфери здобувачів вищої освіти з високим рівнем активності у соціальній мережі Instagram. Серед респондентів даної групи превалюють негативні емоції та самоагресія, особистісна

**Розбіжності показників шкал серед здобувачів вищої освіти з високим рівнем активності в Instagram (група 1) та здобувачів вищої освіти з низьким рівнем активності в Instagram (група 2)**

Шкали	Середній ранг (група 1)	Середній ранг (група 2)	Значення U-критерію	Рівень значущості (p)
Екстраверсія – інтроверсія	37,35	23,65	244,5	0,002*
Прихильність – відокремленість	33,20	27,80	369	0,230
Самоконтроль – імпульсивність	34,30	26,7	336	0,091
Емоційна стійкість – емоційна нестійкість	29,17	31,83	410	0,554
Виразність – практичність	34,33	26,67	335	0,088

Примітка: \* $p < 0,01$

тривожність та емоційна саморегуляція. Результати кореляційного аналізу показали, що у даній групі здобувачів вищої освіти за появи негативних емоцій та хвилювань збільшуються депресивні емоції, які призводять до самоагресії. За зростання вербальної агресії накопичуються фізична, предметна та самоагресія. При цьому аутоагресія до себе посилюється разом зі зростанням показників емоційної агресії. Посилення вираженості фізичної агресії супроводжується зниженням здібностей до емпатії та співпереживання.

Для активних користувачів Instagram характерні такі особливості особистісної та ситуативної тривожності. Низький показник ситуативної тривожності мали 56,6% активних респондентів, а низький рівень особистісної тривожності – 43,3%; помірний рівень ситуативної тривожності виявлений у 10% респондентів, особистісної тривожності – у 20% осіб. Високий рівень ситуативної тривожності діагностовано у 33,3% осіб, високий рівень особистісної тривожності – у 36,6% користувачів із високим рівнем активності в мережі. 73,3% здобувачів із низьким рівнем активності в Instagram мали низький рівень вираженості ситуативної тривожності, тоді як у 16,6% осіб встановлено помірний, а у 10% – високий рівень тривожності. 40% неактивних користувачів Instagram мали низький показник особистісної тривожності, 33,3% – помірний, а 26,6% респондентів – високий рівень зазначеного виду тривожності. Встановлено, що більш високий рівень активності в Instagram супроводжується підвищенням рівня ситуативної тривожності.

Виявлено особистісні особливості здобувачів вищої освіти з різним рівнем активності у соціальній мережі Instagram. Обидві групи досліджуваних мають риси амбівертності, середній рівень прихильності до інших

людей та емоційної стійкості, високий рівень відкритості новому досвіду та ідеям. Водночас серед активних користувачів мережі Instagram більш поширені високі показники вектору екстраверсії, тоді як серед їх менш активних однолітків більш поширеними є риси інтроверсії. Активні користувачі мережі Instagram більш схильні виявляти такі риси, як оптимізм, комунікабельність, орієнтація на роботу з людьми, деяку імпульсивність у діях. Для неактивних користувачів більш характерні рівний фон настрою, соціальна пасивність, стриманість, закритість, недостатня довіра до оточуючих, можливі необережність та імпульсивність у поведінці.

Перспективою подальших наукових пошуків є дослідження взаємозв'язку встановлених особливостей емоційно-особистісної сфери активних користувачів соціальних мереж та схильності до Інтернет-залежності, а також розроблення психологічних рекомендацій щодо профілактики емоційних та особистісних порушень, пов'язаних з активним користуванням соціальними мережами.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Богдан М. Психологічні особливості спілкування залежних від соціальних мереж. *Психологія і соціологія: проблеми практичного застосування*. Київ, 2014. С. 25–28.
2. Данько Ю. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*. 2012. С. 179–184.
3. Дубчак О., Главінська Е. Соціальні мережі як чинник десоціалізації молоді. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія «Педагогіка. Психологія»*. 2018. № 13. С. 120–124.
4. Лесто К. Психологічні особливості користувачів соціальних сайтів. *Вісник психології і педагогіки*. 2010. № 3. С. 32–41.

5. Лучинкіна А. Психологічні закономірності соціалізації особистості у віртуальному просторі : дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.05 ; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т психології ім. Г.С. Костюка. Київ, 2014. 350 с.

6. Лютий В., Коломієць К. Залежність від соціальних мереж як проблема сучасних студентів. *Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України*. 2014. № 3–4. С. 6–12.

7. Мещеряков Д. Психологічні особливості суб'єктивної активності в соціальних мережах.

*Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки»*. 2018. № 4. С. 117–121.

8. Сінельнікова Т. Психологічні особливості підлітків – активних користувачів соціальних мереж. *Наука і освіта*. 2014. № 1. С. 50–54.

9. Півень М., Свиначенко Ю. Структурні особливості емоційної сфери користувачів мережі Instagram. *Вісник Львівського університету. Серія «Психологічні науки»*. 2021. № 11. С. 140–146.