Котлова Л., Долінчук І., Хоменко Н. Психологічні особливості користувачів соціальних мереж. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. . Випуск 6, 2023. С. 101-106.

Розділ. Психологія

УДК 159.923.2:159.923.3-027.21

Котлова Людмила Олександрівна,
кандидат психологічних наук, доцент,
завідувачка кафедри психології, логопедії та інклюзивної освіти
Житомирського державного університету імені Івана Франка
ORCID ID: 0000-0003-2994-6724

Долінчук Ірина Олегівна,
асистент кафедри психології, логопедії та інклюзивної освіти
Житомирського державного університету імені Івана Франка
ORCID ID: 0000-0002-1346-0255

Хоменко Наталія Валеріївна,
асистент кафедри психології, логопедії та інклюзивної освіти
Житомирського державного університету імені Івана Франка
ORCID ID: 0009-0007-8225-124X

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОРИСТУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF USERS OF SOCIAL NETWORKS

У статті представлено результати дослідження вибору соціальної мережі для користування взалежності особистісних характеристик користувачв. Встановлено, що користувачам соціальних мереж у віці 18-35 років притаманні самоконтроль, емоційна нестійкість та експресивність. Жіночій вибірці властиві прив'язуваність, самоконтроль, емоційна нестійкість, експресивність. Чоловічій вибірці властиві лише самоконтроль та експресивність. Виявили, що найбільш затребуваними серед молодих українців є соціальні мережі Telegram, Instagram, TikTok. Користувачі соціальної мережі Telegram є емоційно стікішими за середнє по вибірці. Зменшення показників прослідковується по всім первинним факторам цієї категорії, цим користувачам більше притаманні самодостатність, впевненість в своїх силах, спокійність. Чоловікам більше притаманна емоційна стійкість та вони частіше обирають проводити свій час у соціальній мережі

Telegram. Користувачі, які проводять велику кількість часу в соціальній мережі Instagram більш схильні до співпраці та є більш довірливими, ніж в середньому по виборці користувачів 18-35 років. Користувачі соціальної мережі LinkedIn у віці 18-35 років є більш емоційно стійкими за усю вибірку. Це може свідчити про те, що вони більш серйозно та реалістично дивляться на життя, краще усвідомлюють вимоги реального світу та почуваються більш пристосованими до життя. Емоційно стійкі люди зберігають холоднокровність і спокій навіть у несприятливих ситуаціях. Вони частіше перебувають у хорошому настрої, ніж у поганому. Особам, які активно користуються соціальною мережею Viber більш властива інтроверсія, порівняно із будь-якою іншою підгрупою нашої вибірки. Такі люди зазвичай стримані, замкнуті, уникають розповідати себе, не цікавляться проблемами інших людей. На основі отриманих результатів створено профілі особистості. Подальший розгляд цієї проблеми вбачаємо у вивчені схильності до інтернет-залежності взалежності від психологічних особливостей користувачів.
Ключові слова: *соціальні мережі, інтернет-залежність, самостійність, інтроверт/екстраверт, емоційна стійкість/нестійкість.*

The article presents the results of a study of the choice of a social network for use depending on the personal characteristics of users. It was found that users of social networks aged 18-35 have self-control, emotional instability and expressiveness. The female sample is characterized by attachment, self-control, emotional instability, and expressiveness. The male sample is characterized only by self-control and expressiveness. They found that the most popular among young Ukrainians are social networks Telegram, Instagram, and TikTok. Users of the Telegram social network are more emotionally sensitive than the sample average. The decrease in indicators is followed by all the primary factors of this category, these users are more characterized by self-sufficiency, self-confidence, and calmness. Men have more emotional stability and more often choose to spend their time on the Telegram social network. Users who spend a large amount of time on the social network Instagram are more inclined to cooperate and are more trusting than the average of the sample of users aged 18-35. LinkedIn users aged 18-35 are more emotionally stable than the entire sample. This may indicate that they take a more serious and realistic view of life, are more aware of the demands of the real world, and feel more adjusted to life. Emotionally stable people keep cool and calm even in adverse situations. They are more often in a good mood than in a bad one. Individuals who actively use the social network Viber are more characterized by introversion than any other subgroup of our sample. Such people are usually restrained, withdrawn, avoid telling themselves, are not interested in other people's problems. Based on the obtained results, personality profiles were created. Further consideration of this problem can be seen in the studied propensities for Internet addiction, depending on the psychological characteristics of users.

Key words: *social networks, Internet addiction, independence, introvert/extrovert, emotional stability/instability.*

Постановка проблеми. Впровадження і широке використання Інтернету докорінно змінило ставлення до інформації, зробивши її одним з найбільш доступних і популярних предметів праці, використовуваних в самих різних сферах життя суспільства. Сьогодні у світі налічується 5,16 мільярдів користувачів інтернету. Це означає, що 64,4% світового населення мають доступ до інтернету. За рік кількість інтернет-користувачів зросла на 1,9%. На початок 2023 року соціальні мережі налічують 4,76 мільярда користувачів, що становить трохи менше ніж 60% від загальної чисельності населення світу. Однак останніми місяцями темпи зростання аудиторії соцмереж уповільнилися - приріст нових користувачів за рік склав 137 мільйонів, тобто лише 3% [9].

Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) 13-18 травня 2022 року провів дослідження, за даними якого приблизно 82% опитаних користується інтернетом хоча б раз на тиждень, з них 78% щодня чи майже щодня. Міське населення частіше використовує інтернет, ніж сільське. Зі зростанням віку зменшується відсоток активних користувачів інтернетом. Чим вища освіта в українців, тим частіше користуються інтернетом [8]. Найрідше користуються інтернетом українці 70+ (27%). Натомість найчастіше використовують інтернет українці віком від 18 до 49 років.

За даними GlobalLogic, із 2019 року кількість українців в Instagram зросла на 22% (наразі 14 мільйонів користувачів українців), а у Facebook - на 7% (наразі 16 мільйонів користувачів українців), також активно зростає нова соціальна мережа TikTok – 500% за 2022 рік. Особливо, на наш погляд, на темпи зростання проникненості соціальних мереж серед українців вплинули пандемія та карантинні обмеження: люди стали більше часу проводити вдома, обмежились способи спілкування наживо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сьогодні соціалізація особистості відбувається через розширення інструментів комунікації, які

стають потужним агентом вторинної соціалізації (набутої ззовні, а не в сім'ї), як наслідок. Такі науковці як: Андрєєва Я., Березюк М., Діхтяренко С., Бохонкова Ю., Чаплак Я. зазначають, що сучасне молоде покоління перебуває у двічі екстремальніших умовах соціалізації, аніж попередні генерації: соціально-економічні зміни супроводжуються відсутністю чіткого бачення майбутнього, тобто ціннісною кризою. Віртуальний простір сьогодні потрохи відсуває на друге місце такі класичні інститути соціалізації як сім'я, оточення та заклади освіти [1; 2; 3;].

Г.І. Смокова виділяє поняття «кіберсоціалізація особистості» - це процес засвоєння домінуючих у віртуальному просторі норм, принципів та цінностей, які конструюють специфічний й відмінний від усталеного способу життя світогляд особистості. Така тенденція до деформації світосприйняття через віртуальне стосується більшою мірою молодого покоління віком від раннього дитинства (тобто, починаючи із першого контакту в мережі Інтернет) та до 35 років. Обраний вікова група пояснюється активною діяльністю через набуття освіти, самореалізацію й трудові відносини, які змушують особистість стрімко змінюватися аби адаптуватися до сучасності [5].

Соціальні мережі є інструментом конструювання світогляду, де індивід всю увагу зосереджує на штучному світі, який спонукає до пріоритету матеріального над духовним саморозвитком. Молоді люди бачать зовнішньо привабливих та популярних героїв, яких такими зробив певний стиль одягу та інші аксесуари, що стають синонімами престижу та сенсу життя [5].

Аналізуючи реалії сучасного інформаційного простору, соціальні мережі виступають як один з провідних чинників соціалізації студентів у навчальному просторі. Всеохоплюючий вплив соціальних мереж на суспільство у всіх сферах, вимагає людину долучитись та адаптуватись до нових інформаційних умов взаємодії [3].

До основних рис інтернет-спілкування, що змушують користувачів більше часу проводити on-line, відносять: Анонімність, яка може призвести до безкарності, розкутості і безвідповідальної поведінки учасників спілкування; Відсутність невербальної інформації і виникнення установки на бажані риси партнера; Добровільність контактів; стійке прагнення до емоційного наповнення тексту, що виражається у створенні спеціальних знаків для позначення емоцій; Прагнення до нетипової, ненормативної поведінки; залежність від співрозмовника у спілкуванні, як наслідок порушення безпосереднього живого спілкування [6; 7]. Таким чином, актуальним є вивчення психологічних особливостей користувачів соціальних мереж.

Виклад основного матеріалу. Мета нашого дослідження: вивчити психологічні особливості користувачів соціальних мереж віком 18-35 років. Із метою реалізації поставлених завдань нами були використанні такі методики: п’ятифакторний особистісний опитувальник МакКрае-Коста («Велика п’ятірка»), «Опитувальник для виявлення комп’ютерної та інтернет-залежності серед дорослих», розроблений Кулаковим С. О., власні опитувальники щодо вибору соціальних мереж та соціального статусу.

Перший етап дослідження соціально-психологічних особливостей користувачів соціальних мереж у віці 18-35 років полягав у визначенні особистісних психологічних характеристик респондентів за допомогою п’ятифакторного опитувальника «Велика п’ятірка» (Big Five), який був розроблений психологами Р. МакКрае та П. Коста [4]. Ми визначили особливості досліджуваних за п’ятьма шкалам: екстраверсія - інтроверсія, прихильність - відоклемленість, самоконтроль - імпульсивність, емоційна стійкість - емоційна нестійкість, експресивність - практичність. В дослідженні взяло участь 94 особи, з яких: жінок – 54, а чоловіків – 40.

Результати опитування свідчать, що серед респондентів 18–35 років домінуючими є такі характеристики: Самоконтроль, Емоційна стійкість, Експресивність. Фактори екстраверсія–інтроверсія та прихильність–

відокремленість дали середні результати, що показує неоднорідність вибірки Отже, ми бачимо вираженість трьох характеристик.

За шкалою «Самоконтроль–імпульсивність» найбільш вираженою є характеристика «Самоконтроль», яка виражається у вольовій регуляції поведінки. Це може свідчити про сумлінність, відповідальність, серйозне ставлення до обов'язковів, точність та акуратність у справах, дотримання моральних принципів навіть тоді, коли норми і правила здаються порожньою формальністю. Що стосується шкали Емоційна стійкість-емоційна нестійкість вираженою є характеристика «Емоційна нестійкість». Високі значення з цього чинника характеризують осіб, нездатних контролювати свої емоції та імпульсивні потяги. У поведінці це проявляється як відсутність почуття відповідальності, ухилення від реальності, примхливість.

По шкалі Експресивність-практичність, домінуючою характеристикою виявилася «Експресивність». Для людей з такою рисою характерне легше ставлення до життя. Вони можуть справляти враження безтурботних та безвідповідальних. До життя вони ставляться як до гри, здійснюючи вчинки, за якими оточуючі бачать прояв легковажності.

Другий блок дослідження складав авторський опитувальник щодо вибору соціальних мереж. Ми дізналися найуживаніші соціальні мережі серед респондентів, їх ранжування та сценарії використання. Необхідно було для кожної обраної соціальної мережі проранжувати сценарії використання за частотою. Деякі опитані не змогли визначитися і позначили декілька варіантів відповіді на 1 місце. На нашу думку, це свідчить про те, що усі ці сценарії для користувача мають однакову важливість та ми не можемо ними знехтувати.

Отже, найбільше часу користувачі проводять у мережах Telegram та Instagram. Наступною мережею за кількістю відповідей є TikTok.

Проаналізуємо чи відрізняються психологічні фактори (екстраверсія - інтроверсія, прихильність - відоклемленість, самоконтроль - імпульсивність, емоційна стійкість - емоційна нестійкість, експресивність - практичність) за

опитуванням «Велика п’ятірка» в залежності від вибору ТОП-3 соціальних мереж, у яких респонденти проводять найбільше свого часу. До переліку соціальних мереж, які посідають перше місце за кількістю проведеного часу в них увійшли: Telegram, Instagram, TikTok.

Розглянемо статистичне середнє серед тих, хто обрав соціальну мережу Telegram як ту, в якій проводять найбільше свого часу. Отже, дані цих респондентів в таблиці 1. Необхідно зауважити, що більшість опитуваних, які потрапили в дану вибірку є чоловіками.

Таблиця 1.

Результати обробки даних опитувальника Велика п’ятірка по вибірці користувачів, які проводять найбільше свого часу в соціальній мережі Telegram

Первинні фактори	Екстраверсія – інтроверсія	Прихильність – відокремленість	Самоконтроль – імпульсивність	Емоційна стійкість – емоційна нестійкість	Експресивність – практичність
1	9,3	10,7	10,2	9,95	10,65
2	10,1	9,85	10,85	10	11,2
3	7	7,4	11,25	9,9	11,2
4	7,9	11,1	10,9	9,65	11,05
5	8,25	11,05	10,5	7,95	10,05
Сума	42,55	50,1	53,7	47,45	54,15
Висновок	Середній	Середній	Самоконтроль	Середній	Експресивність

Можемо сказати, що цим користувачам більше притаманні самодостатність, впевненість в своїх силах, спокійність. У колонці емоційна стійкість–емоційна нестійкість найбільше відрізняються від середнього по виборці респондентів 18-35 років такі первинні фактори: тривожність–безтурботність та емоційна лабільність–емоційна стабільність.

Також можемо зробити висновки, що чоловікам більше притаманна емоційна стійкість та вони частіше обирають проводити свій час у соціальній мережі Telegram. Можемо сформувати психологічний профіль особистості (рис.1)

Рис. 1. Профіль особистості, яка проводить найбільше свого часу в соціальній мережі Telegram

Проаналізуємо чи відрізняються психологічні фактори за опитуванням «Велика п’ятірка» тих, хто обрав соціальну мережу Instagram як ту, в якій проводять найбільше свого часу від середнього по виборці (таб 2).

Таблиця 2.

Результати обробки даних опитувальника Велика п’ятірка по вибірці користувачів, які проводять найбільше свого часу в соціальній мережі Instagram

Первин-ні фактори	Екстравер-сія – інтровер-сія	Прихильність – відокремле-ність	Самоконтроль – імпульсивність	Емоційна стійкість – емоційна нестій-кість	Експресив-ність – практичність
1	10,11	10,63	10,79	12,21	10,58
2	10,58	11,11	11,26	9,79	11,74
3	9,37	8,21	11,95	10,53	11,95
4	7,89	10,89	9,74	9,37	11,37
5	9,47	10,95	10,26	11,21	10,79
Сума	47,42	51,79	54,00	53,11	56,42
Висно-вок	Середній	Прихильність	Самоконтроль	Емоційна нестій-кість	Експресив-ність

З представлених вище даних можна зробити висновок, що користувачі, які найбільше свого часу проводять у соціальній мережі Instagram відрізняються від усієї вибірки осіб 18-35 років більш вираженою

прихильність. Найбільше відрізняються наступні первинні фактори: співпраця – суперництво та довірливість – підозрілість.

Це свідчить про те, що такі особи мають потребу бути поряд з іншими людьми. У них більше виражена доброта, чуйність, вони добре розуміють інших людей, терпимо ставляться до недоліків інших людей. Вони краще вміють співпереживати, частіше підтримують колективні заходи та відчувають відповідальність за загальну справу, сумлінно та відповідально виконують взяті на себе доручення. У взаємодії з оточуючими, такі люди намагаються уникати розбіжностей, не люблять конкуренції, більше вважають за краще співпрацювати з людьми, ніж змагатися. У групі такі люди зазвичай користуються повагою. Отже, користувачі, які найбільше свого часу проводять в соціальній мережі Instagram більш схильні до співпраці та є більш довірливими, ніж в середньому по виборці користувачів 18-35 років.

Можемо сформувати психологічний профіль особистості (Рис. 2):

Рис. 2. Профіль особистості, яка проводить найбільше свого часу в соціальній мережі Instagram

Проаналізуємо чи відрізняються психологічні фактори за опитуванням «Велика п’ятірка» тих, хто обрав соціальну мережу TikTok як ту, в якій проводять найбільше свого часу від середнього по виборці. Отже, дані цих респондентів в таблиці 3.

Таблиця 3.

Результати обробки даних опитувальника Велика п’ятірка по вибірці користувачів, які проводять найбільше свого часу в соціальній мережі TikTok

Первин-ні фактори	Екстравер-сія – інтровер-сія	Прихильність – відокремле-ність	Самоконтроль – імпульсивність	Емоційна стійкість – емоційна нестійкість	Експресив-ність – практичність
1	9	9,625	10	12	9,625
2	8,875	9,875	9,875	10,25	10,5
3	8,125	6,75	10,375	11,625	11,375
4	8,25	11,25	10,875	11,125	10,375
5	8,375	10,5	10,25	10,5	9,375
Сума	42,625	48	51,375	55,5	51,25
Висно-вок	Середній	Середній	Самоконтроль	Емоційна нестій-кість	Експресив-ність

З даної таблиці можемо бачити, що результати по п’яти досліджуваним факторам вибірки, яка найбільше свого часу проводить в соціальній мережі TikTok не відрізняються від результатів загальної вибірки осіб 18-35 років.

Можемо сформувати наступний психологічний профіль особистості (Рис. 3):

Рис. 3. Профіль особистості, яка проводить найбільше свого часу в соціальній мережі TikTok

Таким чином, можемо зробити **висновок,** що користувачам соціальних мереж у віці 18-35 років притаманні самоконтроль, емоційна нестійкість та

експресивність. При цьому, якщо розділити вибірку на дві підвибірки: жіночу та чоловічу, то результати будуть наступними. Жіночій вибірці властиві прив'язуваність, самоконтроль, емоційна нестійкість, експресивність. Чоловічій вибірці властиві лише самоконтроль та експресивність.

Користувачі соціальної мережі LinkedIn у віці 18-35 років є більш емоційно стійкими за усю вибірку. Це може свідчити про те, що вони більш серйозно та реалістично дивляться на життя, краще усвідомлюють вимоги реального світу та почуваються більш пристосованими до життя. Емоційно стійкі люди зберігають холоднокровність і спокій навіть у несприятливих ситуаціях. Вони частіше перебувають у хорошому настрої, ніж у поганому.

Особам, які активно користуються соціальною мережею Viber більш властива інтроверсія, порівняно із будь-якою іншою підгрупою нашої вибірки. Такі люди зазвичай стримані, замкнуті, уникають розповідати себе, не цікавляться проблемами інших людей. Інтровертовані люди люблять планувати своє майбутнє, завжди зважують свої вчинки, не довіряють першим спонуканням та захопленням, завжди строго контролюють свої почуття, рідко бувають нестримними та збудженими. Інтроверти легше переносять одноманітність у діяльності, краще працюють у спокійній обстановці та у першій половині дня. Вони більш чутливі до покарання, ніж заохочення. Подальший розгляд цієї проблеми вбачаємо у вивчені схильності до інтернет-залежності взалежності від психологічних особливостей користувачів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Андрєєва Я. Ф., Чаплак Я. В., Особистість в сучасному кіберпросторі. Особистість та її історія: колективна монографія. Ніжин. 2018. С. 426-438.

2. Березюк М. О., Діхтяренко С. Ю. Психологічні аспекти взаємодії сучасної молоді в соціальних мережах. Умань. 2020.

3. Бохонкова Ю. О. Соціально-психологічні особливості впливу соціальних мереж на особистісний розвиток у студентському віці. *Теоретичні і*

прикладні проблеми психології. 2018. № 3(1). С. 53-59. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tippp_2018_3(1)__10.

4. П'ятифакторний особистісний опитувальник NEO PI ("Велика п'ятірка") https://www.eztests.xyz/tests/personality_neo/

5. Смокова Г. І. Особливості формування публічних цінностей молоді у кіберпросторі: досвід України. *Політичне життя*. 2018. С 108-112.

6. Сусська О. О. Інформаційний імунітет: Проблеми психологічного захисту в інформаційному просторі: монографія. К. 2008. 107 с.

7. Чорней М. П., Довган К. І. Соціальні мережі як інтегруючий чинник соціалізації молоді. Якісна освіта в Україні: тенденції, проблеми, перспективи. Чернівці. 2017. С. 327-331.

8. https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3497671-blizko-78-ukrainciv-sodna-koristuutsa-internetom.html

9. https://www.linkedin.com/pulse/%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%96-%D0%B2%D0%B8%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B8-%D0%B7%D0%B2%D1%96%D1%82%D1%83-global-digital-2023-75min-club/