

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**Факультет педагогіки, психології та соціальної роботи
кафедра практичної психології**

Дослідження емоційного інтелекту в активних користувачів соцмереж

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:

студентка 2 курсу, 622 групи

Герман Ірина Петрівна

Керівник:

асистент, кандидат психологічних наук,

Чорней М.П.

*До захисту допущено
на засіданні кафедри
протокол №_4.1__ від _3 листопада_____ 2023 р.
Зав. кафедрою _____ доц. Радчук В.М.*

Чернівці – 2023

Герман Ірина. Дослідження емоційного інтелекту в активних користувачів соцмереж. – Рукопис. Магістерська робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 053 Психологія. – Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. – Чернівці, 2023. – 91 с.

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню емоційного інтелекту активних користувачів соціальних мереж. У першому розділі роботи проводиться аналіз поняття емоційного інтелекту в психологічній літературі, розглядаються теоретичні підходи до вивчення цього явища, а також компоненти та чинники розвитку емоційного інтелекту.

Другий розділ містить опис організації та методик, аналіз та інтерпретацію результатів емпіричного дослідження емоційного інтелекту активних користувачів соцмереж. Виявлено різницю в розвитку внутрішньоособистісного та міжособистісного компонентів емоційного інтелекту. Також надано рекомендації щодо розвитку емоційного інтелекту активним користувачам соцмереж.

Кваліфікаційна робота містить висновки, які узагальнюють отримані результати, а також список використаних джерел та додатки. Робота допоможе зрозуміти і вивчити проблему розвитку емоційного інтелекту в активних користувачів соцмереж.

Ключові поняття: емоційний інтелект, внутрішньоособистісний емоційний інтелект, міжособистісний емоційний інтелект, соціальна мережа, цифровий простір.

German Iryna. Research on emotional intelligence of active users of social networks. – Manuscript. Master's thesis for the degree of Master in Psychology, specialty 053 Psychology. – Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. – Chernivtsi, 2023. – 91 p.

This research is dedicated to the study of emotional intelligence among active users of social networks. The first section of the study involves an analysis of the concept of emotional intelligence in psychological literature, exploring theoretical approaches to the study of this phenomenon, as well as the components and factors contributing to the development of emotional intelligence.

The second chapter includes a description of the organization and methods, analysis, and interpretation of the results of an empirical study on the emotional intelligence of active users of social networks. Differences in the development of intra-personal and inter-personal components of emotional intelligence have been identified. Recommendations for the development of emotional intelligence among active users of social networks are also provided.

The research contains conclusions that summarize the obtained results, as well as a list of used sources and appendices. The work will help understand and explore the problem of the development of emotional intelligence in active users of social networks.

Key concepts: emotional intelligence, intra-personal emotional intelligence, inter-personal emotional intelligence, social network, digital space.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ	8
1.1. Емоційний інтелект: загальна сутність та особливості розвитку.....	8
1.2. Поняття «соціальної мережі» як особливого виду комунікації.....	23
1.3. Психологічні особливості користувачів соціальних мереж.....	33
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІОНАЛЬНОГО ІНТЕЛЕКТУ В АКТИВНИХ КОРИСТУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	40
.....	40
2.1. Опис організації та методів дослідження.....	40
2.2. Опис результатів емпіричного дослідження особливостей емоційного інтелекту в активних користувачів соціальних мереж.....	42
2.3. Рекомендації активним користувачам соцмереж.....	55
ВИСНОВОК	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	65

ВСТУП

У сучасному цифровому суспільстві соціальні мережі відіграють ключову роль у комунікації, взаємодії та спілкуванні між людьми. Мільйони користувачів витрачають велику кількість часу на соціальних платформах, виконуючи різноманітні дії, від обміну повідомленнями до спільного споживання контенту. У такому контексті розуміння емоційного інтелекту активних користувачів соціальних мереж стає суттєвим аспектом, що дозволяє вивчити їхню емоційну компетентність та вплив соціальних мереж на їхній емоційний стан.

Актуальність вивчення емоційного інтелекту серед активних користувачів соціальних мереж випливає з того, що Інтернет став невід'ємною частиною життя багатьох людей. Користувачі витрачають значний обсяг часу на взаємодію, пошук інформації та виконання різноманітних завдань у соціальних мережах. Однак дослідження вказують на те, що використання соціальних мереж може впливати негативно на психічне здоров'я особи, зокрема, на рівень її емоційного інтелекту.

Вивчення емоційного інтелекту серед активних користувачів соціальних мереж виявляється важливим для усвідомлення впливу соціальних мереж на психічне здоров'я та формування емоційного інтелекту. Результати подібного наукового дослідження можуть послужити основою для розробки рекомендацій, спрямованих на зменшення негативного впливу соціальних мереж на емоційний інтелект користувачів. Крім того, вони можуть відповісти на питання про те, які чинники сприяють розвитку емоційного інтелекту в соціальних мережах.

Область наукового дослідження емоційного інтелекту викликає зацікавленість як серед визначених зарубіжних учених, таких як Дж. Гілфорд, Г. Гарднер, А. Нойбауер, Х. Фройдентхалер, Дж. Майєр, П. Селовей, Д. Карузо, Р. Барон, Х. Вайсбах, К.В. Петрідес, Е. Фернхем, так і серед вітчизняних вчених, до яких входять Є.С. Іванова, Д.В. Люсін, О.І. Власов, Г.В. Юсупов, М.А. Манойлова, А.П. Лобанов, І.М. Андрєєва, Є.А. Орел, Д.В. Ушаков, Є.А. Сергієнко, О.В. Білоконь та інші.

У вітчизняній психології розвитку концепція єдності афективних та інтелектуальних процесів внесла свій вклад у формування уявлень про емоційний інтелект. Ця ідея була запропонована у роботах видатних учених, таких як Л.С. Виготський, С.Л. Рубінштейн, О.М. Леонтьєв та інші.

Питання впливу соціальних мереж було предметом досліджень як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. У роботах А. Войскунського, А. Голдберга, Д. Грінфілда, К. Янга, О. Белінської, Ю. Данька, Є. Акімова, Ю. Бабаєвої, А. Жичкиної, О. Філатової та інших досліджено мотивацію користувачів Інтернету і соціальних мереж.

Дослідження вчених, таких як М. Кастельс, Д. Белл, А. Турен, А. Тоффлер, Дж. Гэлбрейт та Р. Інгельгарт, акцентують увагу на питаннях формування і розвитку мережевого суспільства.

Наукові монографії Дж. Вальтера, Д. Вестермана, Б. Ван Дер Хейда, С. Тонга, Л. Лангвелла, Дж. Кіма, Дж. Антоні розглядають питання основних положень та принципів використання соціальних мереж і прогнозують подальший розвиток цієї форми взаємодії людей в Інтернет-просторі.

Об'єкт дослідження: емоційний інтелект.

Предмет дослідження: емоційний інтелект активних користувачів соціальних мереж.

Метою даного дослідження є визначення рівня емоційного інтелекту серед активних користувачів соціальних мереж та розкриття зв'язку між їхнім емоційним інтелектом та типом поведінки в соціальних мережах.

Завдання

1. На основі аналізу психологічної літератури визначити поняття, компоненти та особливості розвитку емоційного інтелекту.
2. Проаналізувати психологічні особливості користувачів соціальних мереж.
3. Вивчити та емпірично дослідити особливості розвитку емоційного інтелекту активних користувачів соціальних мереж.
4. Надати рекомендації щодо розвитку емоційного інтелекту.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань та перевірки гіпотези було використано такі методи: теоретичні (аналіз проблеми на базі психологічної літератури), що дозволили виявити, узагальнити і систематизувати різноманітні підходи і практичний досвід з проблеми дослідження; емпіричні («Шкала психологічного благополуччя» (К. Ріфф), «Тест емоційного інтелекту» (Н. Холл), Опитувальник емоційного інтелекту «ЕМІН» (Д. Люсін); статистичні (аналіз відсоткових співвідношень, кореляційний аналіз), спеціально розроблена анкета, спрямована на дослідження особливостей перебування в соціальних мережах та потреб активних користувачів; статистичні (аналіз відсоткових співвідношень).

Гіпотеза дослідження. Існує різниця в рівні розвитку внутрішньоособистісного та міжособистісного компонентів емоційного інтелекту активних користувачів соцмереж.

Вибірка дослідження. У дослідженні взяли участь люди віком від 25 до 35 років у кількості 100 осіб, з яких 63 є активним користувачами соціальних мереж.

Структура та обсяг роботи: робота складається із вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Робота викладена на 67 сторінках, проілюстрована 8 рисунками та 2 таблицями.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ

1.1. Емоційний інтелект: загальна сутність та особливості розвитку

Давньогрецькі та східні філософи, а також представники різних релігійних течій, зосереджували увагу на впливі емоцій на процеси пізнання і вказували на значущість контролю над емоціями для духовного розвитку особистості [4, с. 37].

Початок наукового розуміння емоційного інтелекту (ЕІ) можна відслідкувати ще в роботі Чарльза Дарвіна "Вираження емоцій у людини тварин" 1872 року, де він вказує на взаємодію "розуму" та "серця" при сильному збудженні [22, с. 112].

На початку ХХ століття концепція інтелекту була виключно когнітивною і активно розвивалася, з'явилися тести IQ, які вимірювали, головним чином, вербальний та логічний інтелект. Дослідники емоцій вивчали їх окремо від інтелекту, намагаючись з'ясувати, що з'являється раніше: емоційні реакції чи їхні фізіологічні компоненти [13, с. 18].

Варто відзначити, що вже тоді існували спроби знайти зв'язок між когнітивними та афективними процесами. Наприклад, Г. Майєр вирізняє емоційне мислення, яке подібне до логічного мислення, але спрямоване на практичні цілі, де пізнання є побічним процесом [22, с. 126].

У 1920 році Е.Л. Торндайк виділяє специфічну форму інтелекту, яка характеризується далекоглядністю у міжособистісних відносинах, назвавши її "соціальний інтелект". Він розглядає його як здатність розуміти інших та розумно взаємодіяти з ними [3]. Торндайк розглядав соціальний інтелект як складову загального інтелекту, що надає особливу здатність успішно взаємодіяти з іншими людьми. Як біхевіорист, він підкреслював, що основною функцією соціального інтелекту є прогнозування поведінки, а вивчення цього явища він зводив до розуміння та управління цією поведінкою [3].

Соціальний інтелект також вивчали інші вчені, такі як С. Штейн, Ч. Хант, Е. Долл, Г. Олпорт, Дж. Гілфорд, М. Саллівен та інші [2, с. 113].

Ідея різноманітності аспектів інтелекту з часом стала загальноприйнятою в науці. Наприклад, Л. Терстоун (1938) виокремлює сім первинних розумових потенцій, таких як здатність до рахунку, вербальне сприйняття, гнучкість, швидкість сприйняття, асоціативна пам'ять та орієнтація в просторі. Однак серед них відсутність компоненту, який би безпосередньо стосувався афективної сторони інтелекту [15, с. 38].

Але вже у 1940 році Д. Векслер у своїй статті "Неінтелектуальні фактори в загальному інтелекті" підкреслював важливість врахування неінтелектуальних аспектів мислення при оцінці інтелекту. Вчений розглядав "неінтелектуальні елементи" не лише як загальну працездатність психіки, але й як афективно-регулятивні компоненти, які дозволяють людині утримувати увагу протягом тривалого часу. У цьому контексті він висвітлював "когнітивні" та "афективні" здібності, які суттєві для розуміння емоційного та соціального інтелекту, але, на жаль, ці фактори не були включені в тести Векслера через їхню непопулярність на той час [23, с. 17].

У 1948 році інший американський дослідник Р.В. Ліпер виявив, що емоції мають вплив на діяльність і висунув концепцію "емоційної думки", яка повноправно бере участь у розумових процесах [10, с. 8]. Поступово в області психотерапії емоції стали предметом розгляду, використовуючи логічний аналіз – наприклад, у 50-х роках А. Елліс розпочав розробку раціонально-емотивної терапії, спираючись на ідеї А. Адлера про вплив переконань, ідеалів і принципів людини на її емоції [22].

В 70-ті та 80-ті роки ХХ століття можна визначити як період активних досліджень взаємовпливу емоцій та мислення [5, с. 9]. Проблеми вираження емоцій викликають інтерес серед дослідників клінічної практики. У 1973 році

Пітер Сіфнеос ввів термін, суттєво відмінний від поняття емоційного інтелекту - "алекситимія", яку визначив як труднощі в визначенні почуттів та їхньому описі [21, с. 93].

Дослідження емоцій в рамках когнітивної психології розглядає їх як функцію розуму [9, с. 42-45], підсистему свідомості [9, с. 57], а також фундаментальний компонент основних структур свідомості [16, с. 11]. Також вивчається можливість автоматизованого розуміння емоцій у контексті вивчення штучного інтелекту [17, с. 26].

Важливо відзначити, що соціальний інтелект залишається в центрі уваги дослідників. Поступово в його структурі виокремлюють емпатію, емоційність (чутливість), соціальну тривожність та інші якості, що тісно пов'язані з афектами [6, с. 19]. У 1983 році Г. Гарднер у своїй моделі інтелекту визначає "міжособистісний інтелект" поряд з іншими складовими, як здатність прогнозувати поведінку інших людей на основі спостереження за їхніми почуттями. Він також відрізняє соціальний інтелект від загальних академічних здібностей, описуючи його як вміння розуміти інших та керувати ними [23, с. 68].

Два роки потому Р. Бар-Он впроваджує термін "коефіцієнт емоційності" EQ (emotional quotient) та розробляє анкету (EQ-i) для його вимірювання. Ця анкета дозволяє оцінювати некогнітивні здібності, компетенції та навички, що впливають на здатність людини справлятися з викликами та тиском зовнішнього середовища. Модель Бар-Она поєднує розумові здібності (вирішення задач) та особисті особливості (оптимізм) [2, с. 116].

Пізніше було проведено значні дослідження, які дозволили визначити емоційний інтелект як окремий вид інтелекту. У середині 90-х років зросло зацікавлення до емоційного інтелекту, а його вивчення стало популярним. Це стало можливим, зокрема, завдяки книзі Деніела Гоулмана "Емоційний інтелект", яка вийшла в 1995 році [18].

У цій книзі автор визначає вивчений феномен як "здатність усвідомлювати емоції у себе та оточуючих для мотивації себе та інших, а також управління

емоціями у взаємодії та в самотності" [18, с. 27]. Також він стверджує, що розвиток емоційного інтелекту можливий і може призвести до більшого успіху в різних аспектах життя [5, с. 38].

Починаючи з кінця 90-х років і триваючи до сьогодні, зростає обсяг досліджень, спрямованих на глибше розуміння емоційного інтелекту. У цей період з'являються різноманітні методики для вимірювання емоційного інтелекту, а також пропонується велика кількість програм для його розвитку [5, с. 39].

Отже, у зарубіжній історії формування уявлень про феномен емоційного інтелекту можна виділити 5 періодів [4, с. 22]:

1) 1900 - 1969 рр. - емоції та інтелект досліджувалися окремо, і хоча деякі дослідники висловлювали припущення про їх взаємодію, також в цей період виникає поняття "соціальний інтелект";

2) 1970 – 1989 рр. – активне вивчення емоцій з позицій когнітивної психології, при цьому соціальний інтелект залишається поза увагою вчених;

3) 1990 – 1993 рр. – поява першої наукової публікації, присвяченої емоційному інтелекту, визначення цього феномену та розроблення методики його оцінки;

4) 1994 - 1997 рр. - інтенсивні дослідження щодо емоційного інтелекту, його популяризація та виявлення практичного застосування в психології лідерства та інших сферах;

5) з 1998 р. до сучасного моменту - "відбувається уточнення сутності феномену" [4, с. 20].

Звісно, серед вчених, які досліджують емоційний інтелект (ЕІ), важливо відзначити Д.В. Люсіна, який провів обширний аналіз існуючих методик вимірювання та моделей емоційного інтелекту. Він розробив двокомпонентну модель конструкту і свій опитувальник "ЕмІн" [69].

В українській психології ідея єдності афективних та розумових процесів, яка лежить в основі емоційного інтелекту, активно досліджується та продовжує

розвиватися. Незважаючи на багато теорій і емпіричних досліджень у цьому напрямку, емоційний інтелект залишається предметом постійного вивчення.

Для визначення методологічної основи цього дослідження та інструментів діагностики розглянемо докладніше деякі моделі емоційного інтелекту.

Сполучення термінів "інтелект" та "емоції" викликало значні суперечки та дискусії у науковому співтоваристві. Згідно з деякими авторами, використання терміну "інтелект" у цьому контексті може бути непридатним, оскільки це може вводити в оману метафорою. Замість цього вони пропонують використовувати термін "компетентність". Крім того, зауважується, що інтелект визначається як здатність, і "ніяких унікальних здібностей, пов'язаних із емоціями, не існує" [6, с. 58].

Класичне уявлення про інтелект було запропоноване Д. Векслером, який описав його як глобальну здатність індивіда діяти цілеспрямовано, мислити раціонально та ефективно спілкуватися з оточенням. Це визначення враховує не лише раціональні аспекти, але й соціальні та комунікативні навички. На жаль, соціальна та комунікативна складові не отримали відповідної уваги порівняно із раціональною, що суттєво вплинуло на розвиток уявлень про інтелект як конструкт, відповідальний за вирішення математичних та логічних завдань [24, с. 118].

Модель "множинного інтелекту" від Х. Гарднера є однією зі сучасних концепцій інтелекту. Ця модель включає сім основних форм інтелекту, серед яких, крім традиційного вербального та логіко-математичного, також враховані просторовий, музичний, тілесно-кінестетичний, міжособистісний та внутрішньоособистісний інтелект [3, с. 113-114]. Ця концепція послужила основою для розробки поняття емоційного інтелекту Дж. Мейером, П. Селовейєм та Д. Карузо [4].

Згідно з думкою Іванової Є.С., "емоційний інтелект - це всі некогнітивні способи сприйняття та управління навколишнім середовищем, частиною якого є сама людина..." [7, с. 38].

Початковий варіант моделі емоційного інтелекту був запропонований у 1990 році, коли автори визначили "емоційний інтелект" як здатність ідентифікувати власні емоції та емоції оточуючих та використовувати цю інформацію для прийняття рішень.

"Емоційний інтелект" представляє собою конструкт, який включає в себе наступні здібності:

1) ідентифікація та вираження емоцій: здатність розпізнавати та виражати власні та чужі емоції;

2) регуляція емоцій: навички ефективного керування та контролю емоцій;

3) використання емоційної інформації у мисленні та діяльності: здатність використовувати емоційну інформацію для прийняття рішень та управління власною діяльністю.

Кожен тип здібностей включає в себе ряд компонентів. Здатність до ідентифікації та вираження емоцій розглядається як двокомпонентна, один з компонентів спрямований на власні емоції, а інший - на чужі емоції.

У першому компоненті входять вербальний та невербальний субкомпоненти, що дозволяють ефективно виражати та розпізнавати емоції, які відносяться як до власних, так і чужих. Другий компонент, пов'язаний з регуляцією емоцій, включає в себе навички керування як власними емоціями, так і емоціями оточуючих.

Здатність до використання емоцій у мисленні та діяльності розглядається в контексті гнучкого планування, творчого мислення, переспрямованої уваги та мотивації. Ці компоненти визначають, наскільки емоційна інформація може бути використана для ефективного прийняття рішень та реалізації дій.

Важливо відзначити, що модель була пізніше доопрацьована П. Селовой та Дж. Мейером, які врахували, що емоції не лише виражаються, але й несуть інформацію про взаємозв'язки людини з оточуючими предметами чи іншими людьми. Отже, "емоційний інтелект" розглядається як здатність обробляти інформацію, що міститься в емоціях, розпізнавати їх значення та

використовувати цю інформацію для раціонального мислення та прийняття рішень.

Важливо відзначити, що модель була пізніше доопрацьована П. Селовой та Дж. Мейером, які врахували, що емоції не лише виражаються, але й несуть інформацію про взаємозв'язки людини з оточуючими предметами чи іншими людьми. Отже, "емоційний інтелект" розглядається як здатність обробляти інформацію, що міститься в емоціях, розпізнавати їх значення та використовувати цю інформацію для раціонального мислення та прийняття рішень.

1. Ідентифікація емоцій:

- сприйняття емоцій(здатність помітити наявність емоцій у себе та оточуючих);
- їх ідентифікація(датність розпізнавати та називати конкретні емоції);
- адекватне вираження(навички висловлення емоцій у відповідність до ситуації та контексту);
- розрізнення справжніх емоцій та їх імітації(розуміння різниці між власними щирими емоціями та штучною імітацією).

Ці аспекти ідентифікації емоцій визначають базові здібності сприймати, розпізнавати та виражати емоції, а також розрізнявати їх власні і ситуативно обумовлені.

2. Використання емоцій для підвищення ефективності мислення та діяльності:

- направлення уваги на важливі події(датність використовувати емоції для акцентування уваги на ключових аспектах подій чи завдань);
- створення емоцій, сприяючих рішенню завдань(здатність індукції емоцій, які підтримують та сприяють вирішенню завдань (наприклад, використання гарного настрою для стимуляції творчих ідей));
- використання коливань настрою для аналізу різних точок зору(здатність використовувати зміни в емоційному стані для об'єктивного аналізу різних поглядів на проблему чи ситуацію).

3. Розуміння емоцій:

- розпізнавання комплексів емоцій (здатність визнавати та розрізняти складні комбінації емоцій);

- розуміння зв'язків між емоціями (здатність розуміти взаємозв'язки та взаємодію між різними емоціями);

- розпізнавання переходів між емоціями (здатність відзначати переходи від однієї емоції до іншої);

- розуміння причин емоцій (здатність аналізувати та розуміти причини, що викликають емоції).

- орієнтація на вербальну інформацію про емоції (здатність усвідомлювати та розуміти емоційні вирази у словесній формі).

4. Управління емоціями:

- контроль за емоціями (здатність ефективно керувати та регулювати власним емоційним станом);

- зниження інтенсивності негативних емоцій (здатність зменшувати інтенсивність негативних емоцій для досягнення емоційної стабільності);

- усвідомлення своїх емоцій (здатність бути свідомим власних емоцій та розуміти їх);

- вирішення емоційно навантажених проблем (здатність розв'язувати проблеми, пов'язані з емоційним напруженням, без придушення пов'язаних із ними негативних емоцій);

- підтримка особистісного зростання та міжособистісних відносин (сприяння розвитку особистості та покращенню взаємовідносин з іншими людьми).

Деніел Гоулмен розширив модель емоційного інтелекту, додаючи нові компоненти, такі як ентузіазм, наполегливість та соціальні навички. Основні компоненти його моделі включають:

1. Самосвідомість (прийняття власних емоцій як свідомлення власних емоцій та їхній розпізнавання).

2.Емоційна саморегуляція(здатність керувати та регулювати власним емоційним станом).

3.Емоційна автономія(усвідомлення впливу власних емоцій на рішення та дії).

4.Спілкування емоцій.Емоційна виразність(датність висловлювати свої емоції відкрито та ефективно).

5.Міжособистісні навички(здатність спілкуватися та взаємодіяти з іншими, враховуючи їхні емоції).

6.Мотивація,а саме:

-емоційний настрій(визначається рівнем ентузіазму та емоційної активності);

-наполегливість(здатність витримувати труднощі та досягати цілей);

-соціальна компетентність(здатність взаємодіяти з іншими та розвивати відносини).

Річард Бар-Он визначає емоційний інтелект як сукупність когнітивних здібностей, знань та компетентностей, спрямованих на ефективну життєдіяльність. Він включає такі аспекти:

Індивідуальний рівень: Розуміння та управління власними емоціями.

Соціальний рівень: Взаємодія та спілкування з іншими, розуміння їхніх емоцій та реакцій.

Загальні емоційні та соціальні навички: Розвиток здібностей, які допомагають ефективно вирішувати завдання в різних сферах життя.

Ці моделі вказують на різні аспекти емоційного інтелекту та допомагають розглядати його як багатогранний та комплексний конструкт.

Р. Бар-Он виділив п'ять сфер компетентності, які відображають різні аспекти емоційного інтелекту. Кожна з цих сфер має в собі декілька субкомпонентів.

1.Пізнання себе:

- усвідомлення своїх емоцій(здатність розпізнавати та розуміти власні емоції).

- впевненість у собі (віра в себе та свої можливості);
- самоповага (позитивне ставлення до себе та власної особистості).

2. Навички міжособистісного спілкування:

- емпатія (датність відчувати та розуміти емоції інших людей);
- міжособистісні взаємини (авички взаємодії та відносин з іншими).

3. Соціальна відповідальність:

- соціальна відповідальність (здатність взаємодіяти з оточуючим середовищем та брати на себе відповідальність за свої дії).

4. Здатність до адаптації:

- Вирішення проблем (навички раціонального та ефективного розв'язання проблем);
- зв'язок із реальністю (уміння бачити та оцінювати ситуації об'єктивно);
- гнучкість (здатність адаптуватися до нових умов та змінювати підходи).

5. Управління стресовими ситуаціями:

- стійкість до стресу (здатність залишатися емоційно стійким у стресових ситуаціях).

6. Контроль за імпульсивністю як здатність контролювати свої реакції та уникацію під час стресу.

7. Переважний настрій:

- щастя (загальний настрій щасливості та позитивного ставлення до життя);

- оптимізм (позитивне сприйняття майбутнього та віра у позитивний вихід подій) [16, с. 49].

Ці сфери та субкомпоненти визначають різноманітні аспекти емоційного інтелекту, допомагаючи побудувати повніший та комплексний погляд на цей конструкт.

Так, наш огляд розвитку уявлень про "емоційний інтелект" вказує на те, що цей концепт поступово трансформувався від підходу, де акцент був зроблений на когнітивних аспектах, до більш комплексного підходу, який враховує і особистісні характеристики. Розширення моделей і включення різних

компонентів, таких як емпатія, соціальна відповідальність та інші, свідчать про те, що емоційний інтелект розглядається не лише як когнітивний конструкт, але і як явище, що охоплює багатогранні аспекти особистості.

Важливо відзначити, що різні автори мають відмінні підходи до визначення та вимірювання емоційного інтелекту, що може викликати сумніви та обговорення в наукових колах. Однак цей процес розробки різних моделей сприяє глибшому розумінню ролі емоцій у когнітивних та соціальних процесах, а також впливає на те, як цей концепт застосовується в різних сферах життя, таких як освіта, бізнес та лідерство.

Класифікація моделей емоційного інтелекту на здібності і змішані моделі відображає різні підходи до розуміння цього поняття. Давайте розглянемо обидва типи:

Моделі здібностей. Основна ідея: емоційний інтелект розглядається як здатність до використання емоційної інформації в когнітивних завданнях. Ці моделі покладають наголос на конкретні когнітивні функції, такі як розпізнавання емоцій, управління емоціями і використання емоційної інформації у мисленні.

Прикладом є модель Дж. Мейєра, Д. Карузо та П. Селовея, яка розглядає емоційний інтелект як сукупність здібностей, таких як ідентифікація, регуляція та використання емоцій.

Змішані моделі. Включають як когнітивні здібності, так і особистісні фактори у концепцію емоційного інтелекту. Особистісні аспекти можуть включати такі речі, як мотивація, соціальні навички, емпатія та інші.

Прикладом є модель Д. Гоулмена, яка поєднує когнітивні здібності з особистісними характеристиками, такими як ентузіазм та соціальні навички.

Ця класифікація допомагає визначити підходи до розуміння емоційного інтелекту і вказує на те, що різні автори та дослідники розглядають його з різних точок зору, враховуючи як когнітивні, так і особистісні аспекти.

Класифікація К.В. Петрідеса та Е. Фернхема, яка розрізняє емоційний інтелект як здатність та як рису, відображає два різних підходи до розуміння і вимірювання цього конструкту. Давайте розглянемо ці два підходи.

Емоційний інтелект як здатність (ability EI або information processing EI). В цьому підході емоційний інтелект розглядається як здатність або процес обробки інформації, пов'язаної з емоціями. Це може включати розпізнавання емоцій, регуляцію власних емоцій, а також використання емоційної інформації в процесах мислення та вирішення проблем.

Для вимірювання цього типу емоційного інтелекту можна використовувати завдання, аналогічні завданням інтелектуальних тестів, а також проєктивні завдання.

Емоційний інтелект як риса (trait EI). У цьому підході емоційний інтелект розглядається як стійка риса особистості, яка визначається не конкретними завданнями, а загальною схильністю до емоційної компетентності.

Методи виміру: Для вимірювання цього типу емоційного інтелекту часто використовують опитувальники та шкали, які дозволяють оцінювати рівень емоційної компетентності загалом.

Ця класифікація вказує на те, що способи вимірювання і підходи до розуміння емоційного інтелекту можуть значно відрізнятися, враховуючи чи підкреслюються здатності чи риси особистості.

Далі зупинимося на вітчизняній моделі емоційного інтелекту. Модель емоційного інтелекту, запропонована Д.В. Люсіним, розглядає емоційний інтелект як сукупність здібностей до розуміння та управління емоціями. Розглянемо основні аспекти цієї моделі:

Здатність до розуміння емоцій:

- Розпізнавання емоцій включає в себе здатність встановлювати наявність емоційного переживання у себе чи іншої людини.
- ідентифікація емоцій означає встановлення конкретної емоції, яку відчуває особа, та знаходження для неї словесного виразу.

- розуміння причин і наслідків емоцій включає в себе здатність розуміти причини, що викликали емоцію, а також передбачати наслідки, до яких ця емоція призведе.

Здатність до управління емоціями:

- контроль інтенсивності емоцій: означає здатність регулювати інтенсивність власних емоцій, в тому числі приглушувати надмірно сильні емоції

- контроль зовнішнього вираження емоцій: Включає в себе можливість керувати тим, як зовні виражаються емоції, зокрема, контролювати міміку, жести, інтонацію тощо.

- довільне проживання емоцій: означає можливість особи за потреби самостійно викликати ту чи іншу емоцію.

Ця модель підкреслює важливість розвитку як здатності до розуміння емоцій, так і навичок управління ними для досягнення емоційної компетентності.

Так, внутрішньоособистісний і міжособистісний емоційний інтелект розглядаються як дві важливі складові загальної концепції емоційного інтелекту[15].

Внутрішньоособистісний емоційний інтелект. Здатність до розуміння власних емоцій, який включає у себе свідомість і розуміння власних емоцій, визначення їхніх причин та наслідків. Управління власними емоціями є важливим аспектом, що охоплює контроль і регулювання власних емоцій, включаючи високий рівень самоусвідомлення і саморегуляції.

Міжособистісний емоційний інтелект. Здатність до розуміння емоцій інших людей включає в себе емпатію та розуміння емоцій інших, сприяє взаєморозумінню та ефективній комунікації. Управління емоціями інших охоплює навички впливу на емоції інших, створення позитивного емоційного клімату взаємодії.

Взаємодія між внутрішньоособистісним і міжособистісним емоційним інтелектом є ключовою для побудови здорових стосунків та досягнення успіху в особистому та професійному житті. Ці аспекти взаємодіють і доповнюють один одного, створюючи повнішу картину емоційної компетентності.

Дуже цікавий підхід Д.В. Люсіна, який враховує двоїсту природу "емоційного інтелекту" та його тісний зв'язок з загальною спрямованістю особистості на емоційну сферу. Враховуючи когнітивні та особистісні аспекти, конструкт "емоційного інтелекту" стає більш повним і комплексним.

Такий підхід підкреслює важливість не лише розуміння та управління конкретними емоціями, а й загального емоційного ландшафту особистості. Він враховує, що емоційний інтелект не обмежується лише когнітивними здібностями, але включає в себе також індивідуальні особливості, які формуються через життя та вплив навколишнього середовища. Такий комплексний підхід може бути корисним для розуміння різноманітності емоційного інтелекту в різних людей та для розробки ефективних стратегій розвитку цієї важливої психічної властивості [13].

Можна виділити три групи факторів, які відіграють важливу роль у формуванні та розвитку емоційного інтелекту. Давайте розглянемо кожен з цих груп детальніше:

- когнітивні здібності (швидкість та точність переробки емоційної інформації: Це включає в себе здатність розпізнавати емоції, які виникають у себе та інших, та швидко реагувати на них. Це може включати читання емоційних виразів на обличчі, розпізнавання тону голосу та інші аспекти комунікації);

- уявлення про емоції (емоції як цінності, здатність розуміти та цінувати роль емоцій у житті. Це включає усвідомлення того, як емоції впливають на прийняття рішень та взаємодію з іншими);

- особливості емоційності, такі як емоційна стійкість (здатність залишатися емоційно стійким у стресових ситуаціях); емоційна чутливість (здатність сприймати та розуміти власні та чужі емоції, бути емпатичним); інші особливості емоційності(можуть включати тенденції до оптимізму чи песимізму, ступінь реакції на певні емоційні події та інші аспекти).

Ці фактори взаємодіють і визначають рівень та характер емоційного інтелекту у конкретної особи. Розвиток цих факторів може відбуватися під

впливом різних чинників, таких як генетика, середовище виховання та особистий досвід.

Модель, яку запропонував Д.В. Люсін, ставить акцент на здібностях до розуміння та управління емоціями, відмовляючись від включення особистісних характеристик, що є корелятами цих здібностей. Це важливий аспект, оскільки дозволяє досліджувати емоційний інтелект як конструкт, що можна виміряти конкретними завданнями і опитувальниками. Такий підхід робить можливим об'єктивне вимірювання рівня емоційного інтелекту та порівняння його між різними особами.

Важливо відзначити, що внутрішньоособистісний та міжособистісний емоційний інтелект можуть вимірюватися за допомогою різних методів, так як вони включають в себе різні аспекти взаємодії з емоціями. Внутрішній рефлексивний досвід може бути складно виміряти за допомогою завдань з правильними і неправильними відповідями. Опитувальники часто більше підходять для вимірювання внутрішньоособистісного емоційного інтелекту, оскільки вони дозволяють людям виражати свої власні переживання та думки. Завдання, що імітують реальні ситуації міжособистісного спілкування, можуть бути ефективними для вимірювання міжособистісного емоційного інтелекту. Наприклад, ситуаційні вправи, рольові ігри чи опитування стосовно взаємодії з іншими можуть виявити рівень міжособистісного емоційного інтелекту.

Такий комплексний підхід дозволяє враховувати різноманітні аспекти емоційного інтелекту та забезпечує більш повне розуміння цього конструкту в контексті когнітивних та особистісних аспектів[15].

Отже, всі вищезазначені напрямки можуть сприяти глибшому розумінню впливу емоційного інтелекту на різні аспекти життя та визначенню конкретних шляхів його практичного використання. Серед ключових аспектів, які можуть бути вивчені та розвинуті, є профілактика та корекція девіантної поведінки, стратегії управління емоційним вигоранням, розвиток творчих здібностей, соціалізація особистості та підвищення стресостійкості та якості життя.

Дослідження в цих областях може допомогти створити ефективні програми та інтервенції для покращення емоційного інтелекту та психічного благополуччя.

1.2. Поняття «соціальної мережі» як особливого виду комунікації

Поняття "соціальна мережа" вперше було введено соціологом Джеймсом Барнсом у 1954 році та визначалося як "соціальна структура, що складається з групи вузлів, якими є соціальні об'єкти та соціальні взаємини між ними" [7].

Важливо відзначити, що з розвитком технологій Web 2.0 соціальні мережі стали основою для порталів та веб-сервісів. Тепер ми можемо знайти незнайомих нам людей на сайті та досліджувати їхнє оточення та інтереси.

У 1971 році військові використовували першу соціальну мережу для передачі інформації через ARPANET. Сімнадцять років потому фінський вчений Ярро Ойкарінен розробив протокол "IRC" (Інтернет-чат, що ретранслюється) та відповідне програмне забезпечення, що дозволило людям спілкуватися один з одним у режимі реального часу [1, с. 26].

Зазначимо, що зростання популярності соціальних мереж відзначилося в 1995 році, коли американець Ренді Конрадс створив Classmates.com. Цей ресурс став першою соцмережею в сучасному розумінні, де зареєстрованим користувачам було надано можливість відновлення контактів з колишніми знайомими та друзями. Classmates.com швидко здобула популярність і з наших днів користуються більш як 50 мільйонами осіб у США, Канаді, Швеції, Німеччині, Австрії та Франції. Російським еквівалентом Classmates.com стали Odnoklassniki.

Досліджуючи історію розвитку інтернет-мереж, можна виділити кілька етапів становлення соціальних мереж:

1. Соціальні мережі першого етапу (1997–2001):

У 1999 році американський студент-програміст запустив сервіс Livejournal.com, де користувачі могли створювати детальні профілі та додавати

контакти (друзів). Цей ресурс став першим масовим середовищем для розміщення блогів (електронних щоденників).

2. Соціальні мережі другого етапу (2001–2004):

На цьому етапі соціальні портали поділились на різні сфери, зокрема бізнес. Сайт Ryze.com, заснований у цей період, був спрямований на ініціювання та підтримку ділових контактів. Цей проєкт став витоком для LinkedIn (заснований Рідом Хоффманом у 2002 році), що став потужним ресурсом для мережі бізнесу. Також, Friendster (заснований Джонатаном Абрамсом у 2002 році) із постійними технічними проблемами відіграв важливу роль у розвитку соціальних мереж. У результаті багато користувачів перейшли на MySpace, заснований у 2003 році, який став важливим ресурсом для самопрезентації незалежних музикантів та спілкування їхніх шанувальників. На сьогодні MySpace займає друге місце після Facebook.

Починаючи з 2004 року, багато інтернет-спільнот у різних сферах почали використовувати соціальні мережі на своїх сервісах. Наприклад, Dogster.ru став платформою для собачників, Couchsurfing.com - для мандрівників, Care2.com - для активістів та волонтерів, MyChurch.com - для християн та інші [7].

3. Важливим етапом у розвитку соціальних мереж став запуск компанією та відомим сайтом Facebook, заснованим 4 лютого 2004 року чотирма студентами Гарвардського університету: Марком Цукербергом, Едуардо Саверіном, Дастіном Московіцем та Крісом Хьюзом. Початково платформа надавала доступ лише студентам Гарвардського університету, а потім розширила свою аудиторію на студентів бостонських університетів та, з часом, на всіх жителів США.

Facebook відзначився тим, що спочатку встановив віковий ліміт у 16 років для користувачів. До 2008 року став найбільшою соціальною мережею у світі, а її ресурси стали доступними на 40 мовах. На сьогоднішній день входить до ТОП-5 найбільш відвідуваних сайтів світу, з місячною аудиторією майже 2 мільярдів людей.

Значний внесок у світ соціальних мереж вніс Павло Дуров, який 10 жовтня 2006 року заснував російськомовний аналог Facebook під назвою «ВКонтакте». Цей сайт працює на багатьох мовах, але його основна аудиторія складається з російськомовних користувачів.

Ще однією важливою подією в історії соціальних мереж стало створення Twitter. З 15 липня 2006 року цей сервіс надав можливість обмінюватися короткими повідомленнями, які миттєво відображалися на сторінці користувача та стали доступні його читачам. Джек Дорсі, власник системи, відправив перше повідомлення з проханням «просто налаштувати його Twitter». Однак з часом Twitter завоював широку популярність, займаючи 12 місце в рейтингу SimilarWeb з аудиторією понад 300 мільйонів передплатників.

Необхідно відзначити, що 6 жовтня 2010 року в App Store з'явився додаток для обміну фотографіями та відео - Instagram. Спочатку він мав іншу назву - Burbn, і дозволяв користувачам "чекінитися" в різних місцях, планувати зустрічі з друзями та публікувати фотографії. Проаналізувавши статистику, розробники прийшли до висновку, що користувачі головним чином діляться саме фотографіями. У зв'язку з цим вони вирішили залишити лише вкладку фото. Після цієї зміни Instagram надзвичайно популярний. Зараз ця програма займає 17-е місце в рейтингу SimilarWeb і має понад 200 мільйонів активних користувачів, які завантажили понад 16 мільярдів фотографій та відео.

28 червня 2011 року корпорація Google вивела на ринок соціальну мережу Google+. Основним елементом цієї платформи стали Google Circles (Круги). Початково реєстрація в мережі була обмежена запрошеннями, проте з 21 вересня 2011 року вона стала доступною для будь-якого інтернет-користувача, який досяг 13 років. На початковому етапі Google+ був відкритою мережею, і значна кількість пересічних користувачів приєдналася до платформи, що призвело до втрати первісного концепту проекту. Сайт не витримав такого великого навантаження, і безліч недоліків та відсутність деяких функцій призвели до того, що Google+ не завоював широкого поширення серед користувачів у всьому світі.

Отже, соціальна мережа представляє собою платформу, онлайн-сервіс або веб-сайт, створений для формування, відображення та організації соціальних взаємин.

Не можна недооцінювати роль соціальних мереж в сучасному житті людини. Часто люди, поглибившись у події, що відбуваються в цих мережах, можуть проводити значну кількість годин в онлайн-просторі[13, с. 134].

Слід відзначити, що соціальні мережі не лише допомагають відновити зв'язок з давніми знайомими, з якими втратили зв'язок протягом багатьох років [1, с. 26], але і створюють можливість обмінюватися інформацією, робити оголошення та спілкуватися в межах конкретної групи. Створюючи свою групу в мережі, користувач може зробити всю інформацію видимою лише для обраного кола співробітників. Вступаючи в різноманітні групи, що відповідають ваших інтересам, ви отримуєте можливість дізнатися про цікаві факти, отримати інформацію про улюбленців чи отримати рецепти улюблених страв. Багато людей також високо оцінюють соціальні мережі за можливість слухати музику та дивитися відео, які можна обмінюватися з друзями та мати безліч тем для розмов.

Так, Instagram справді визначається як одна з найпопулярніших соціальних мереж у світі, і її популярність швидко зростає. Ця платформа стала важливим інструментом для брендів та експертів, які використовують її для реклами своїх товарів та послуг. Більше того, Instagram стає місцем народження нових професій, таких як менеджер із пошуку реклами у блогерів, творець ігор або масок для "сторіз" (15-секундних відео або статичних слайдів, які зникають через 24 години), а також "сторізмейкер". Це свідчить про значущий вплив соціальних мереж, зокрема Instagram, на сучасні тренди в маркетингу та кар'єрний розвиток.

Так, точно, Instagram є візуальною соціальною мережею, і її основний акцент зроблений на зображеннях. Незважаючи на те, що деякі користувачі використовують її як особистий блог для висловлення думок та ділиться фотографіями, важливим елементом залишаються візуальні матеріали. Зображення, які публікуються користувачами, відображаються у формі

нескінченної стрічки, де їх можна лайкати, коментувати та пересилати друзям. Зазвичай, Instagram встановлюють на смартфон для зручного використання, але також є можливість користуватися платформою через веб-браузер на офіційному сайті.

TikTok визначається як соціальна мережа, де основний вид контенту – це короткі вертикальні відео. Користувачі можуть додавати музику, спецефекти, фільтри та маски до своїх відео, переозвучувати їх або створювати різноманітні челенджі.

TikTokers регулярно публікують веселі скетчі, демонструють свої танцювальні, музичні, художні та інші таланти, а також діляться своїм повсякденним життям та заняттями. Контент на платформі різноманітний та відображає інтереси широкого кола користувачів.

Так, липсинк, або синхронізація руху губ, є визначною розвагою на TikTok. Це включає у себе створення коротких відео, під час яких користувачі відтворюють рухи губ із популярних аудіозаписів чи дублюють діалоги з фільмів, серіалів тощо. Незважаючи на те, що деякі можуть висміювати цю "фішку", вона стала важливою складовою культури TikTok та дозволяє користувачам творчо виражатися та взаємодіяти з аудиторією.

Важливо відзначити, що TikTok, незважаючи на початкові стереотипи, дійсно став платформою, яка привертає увагу бізнесу, брендів і зірок. Ця соціальна мережа відкриває нові можливості для креативної реклами та взаємодії з аудиторією, особливо серед молодого покоління.

Так, Likee часто описують як аналог TikTok, але зорієнтований на молодшу аудиторію. Обидві платформи надають користувачам можливість створювати та ділитися короткими відеороликами, додавати музику, ефекти та фільтри.

Зазначимо, що в угоді користувача Likee вказано, що мінімальний вік для користувачів – 16 років, однак фактичний вік деяких користувачів може бути нижчим, що стає очевидним при перегляді популярних аккаунтів. Як і в інших соціальних мережах, не завжди вдається забезпечити точний вік користувачів, і

важливо, щоб батьки та опікуни надавали дітям адекватний нагляд та контроль під час використання таких платформ.

Так, введення власної валюти в стилі віртуальних алмазів або бобів є однією з характерних особливостей платформи Likee. Ця система може стимулювати користувачів створювати більше контенту, виконувати завдання та отримувати лайки, щоб отримувати віртуальні алмази, які потім можна використовувати в різних функціях або обмінювати на реальні гроші або інші цінності.

Ця система мотивації може збільшити активність користувачів та залученість аудиторії, але важливо враховувати, як вона впливає на користувачів, зокрема на молодших, і як вона підтримує безпеку та етичні стандарти використання платформи.

Discord, як ви вже зазначили, є популярним месенджером, особливо серед геймерів. Він дозволяє користувачам обмінюватися текстовими, голосовими та відеоповідомленнями, а також створювати сервери для комунікації під час гри або інших спільних заходів. Його функціональність спрямована на спільноту гравців.

Також важливо зазначити, що Twitter відомий своєю концепцією мікроблогінгу, де користувачі можуть публікувати короткі публічні повідомлення, так звані "твіти". Ця платформа визначається своєю швидкістю і прямою спілкуваністю, надаючи користувачам можливість висловлювати свої думки, ділитися новинами та спілкуватися зі спільнотою.

Обидва ці сервіси грають важливу роль у соціальних взаємодіях онлайн, кожен у своєму контексті. Discord акцентується на геймерському спілкуванні, а Twitter надає платформу для швидких та публічних обмінів думками та інформацією.

Хоча Twitter вже пройшов пік своєї популярності, зазначають критики та дослідники [11], він продовжує бути платформою для щоденних публікацій для 145 мільйонів користувачів, включаючи зірок, громадських діячів і навіть глав

держав, кожне повідомлення яких обмежується 280 символами і отримує назву "твіт".

Широко використовуваним мобільним додатком є WhatsApp, який є міжплатформним. Крім обміну текстовими повідомленнями, користувачі можуть надсилати зображення, відеокліпи та аудіоповідомлення. Додаток доступний для платформ iPhone, BlackBerry, Android, Nokia S40, Nokia Symbian та Windows Phone [11].

Найвизначнішими сервісами соціальних мереж є Facebook та YouTube. Крім того, популярність отримав кросплатформенний месенджер Telegram, який дозволяє користувачам обмінюватися повідомленнями та медіафайлами різних форматів [11].

Справді, соціальні мережі не лише постачають важливу інформацію, але також надають можливість відволіктися та насолоджуватися розвагами, такими як перегляд відео чи прослуховування улюбленої музики різних жанрів у будь-яку мить.

У сучасному світі соціальні мережі вже стали неот'ємною частиною нашого життя. Оцінити повною мірою їхню роль залишається завданням, яке ще потребує багато вивчення, оскільки це явище досить нове та триває його активне розвиток. Соціальні мережі перетворилися на необхідний елемент сучасного інтернет-середовища, і складно уявити наше життя без їхнього використання.

Насправді, думка багатьох дослідників підтверджує, що використання соціальних мереж сприяє соціалізації підростаючого покоління, надаючи їм можливість зближення, обміну інформацією та взаємодії. Однак варто враховувати, що разом із новими можливостями соціальні мережі також вносять нові виклики і загрози. Деякі терористичні та екстремістські групи використовують інтернет для поширення радикальних поглядів та рекрутації нових прихильників серед молоді. Це підкреслює необхідність уважного контролю та безпеки в інтернет-просторі, особливо серед молоді, яка є основною аудиторією соціальних мереж[8; 11; 12].

Так, соціальні мережі справді створені для того, щоб полегшити спілкування та усунути географічні обмеження в обміні інформацією. За результатами досліджень, лише 2% вивчених осіб ніколи не реєструвалися в соціальних мережах і не розуміють їхнього функціонування. Більшість опитаних (49%) витрачають в соціальних мережах від 5 до 10 годин на місяць, а 23% відвідують їх понад 20 годин. Перший погляд на облікові записи свідчить, що діти вже з 10 років часто користуються подібними сайтами, тоді як молодь віком від 18 до 25 років проводить там понад сім годин на добу[11].

Важливо зазначити, що, незважаючи на збільшення можливостей для спілкування через соціальні мережі, вони також можуть мати вплив на спосіб соціалізації та психіку користувачів. Зафіксовано, що залежність від віртуального спілкування може впливати на здатність людей до живого спілкування. Особливо підлітки, які часто використовують соціальні мережі, можуть набувати залежність, що призводить до психічного стресу, особливо у випадках, коли вони втрачають доступ до Інтернету.

Важко не погодитися стосовно впливу соціальних мереж на традиційні форми соціалізації, такі як сім'я, школа і реальні друзі, який вказує на можливість того, що використання цих мереж може призвести до заміщення реальних взаємодій віртуальними. Особливо варто відзначити, що діти, які активно користуються соціальними мережами, можуть недостатньо розвивати навички реального спілкування, що, в свою чергу, може впливати на їх соціальну адаптацію та викликати страх чи несигурність у взаємодіях з реальними людьми.

Сучасні психологи визначають це явище як кіберзалежність [8]. Основні ознаки цієї залежності включають:

- постійне нав'язливе бажання взаємодіяти зі своїми акаунтами в мережі;
- виникнення проблем із навчанням;
- поява роздратування у випадку відсутності доступу до Інтернету.

Людина, яка страждає від інтернет-залежності, може втрачати здатність адаптуватися у суспільстві та взаємодіяти з іншими людьми. Це спостерігається у всіх вікових категоріях, які проводять час у кіберпросторі. Мова стає

спрощеною, словниковий запас зменшується, вживання лексичних паразитів зростає, а граматичні помилки, які з'являються у віртуальному спілкуванні, можуть переноситися на реальне мовлення.

Під впливом соціальних мереж підлітки можуть забувати про саморозвиток, проводячи багато часу вдома і занурюючись в віртуальний світ. Це може впливати на їхнє здоров'я та академічні досягнення, а також може зменшувати їхню активну участь у суспільстві, яку вони втрачають з часом.

Однією з негативних сторін є також тенденція витратити час на марні перегляди соціальних мереж, замість продуктивної роботи чи відпочинку.

Вказані негативні риси соціальних мереж підтверджують позицію щодо їхнього потенційно шкідливого впливу.

Наприклад, стресові ситуації, сварки та незадоволеність життям, які виникають у віртуальному просторі, можуть спричинити пригніченість та істерію. Комунікація через письмовий формат може не завжди передавати інтонацію та справжні емоції, що робить її вразливою до неправильного розуміння та конфліктів, особливо серед емоційно чутливих підлітків.

Подовжений перебування в соціальних мережах або за комп'ютером може призводити до втоми очей, збільшення навантаження на зір та погіршення зору, що може впливати на здоров'я очей та сприяти виникненню різних захворювань.

Використання соціальних мереж і комп'ютера може викликати фізичну та психічну втому, залежно від фізичного стану та впливу навантаження протягом дня. Збільшення обсягу навантаження може призводити до виражених симптомів втоми нервової системи.

Використання соціальних мереж може сприяти психічним розладам, особливо під час періодів відпочинку. Розслаблення тіла може впливати на нервову систему та призводити до різних проявів психічного нерозуміння.

Постійне перебування в сидячому становищі у неправильній позі може призводити до застою кровообігу та викривлення хребта, що може впливати на

загальне здоров'я та призводити до різних захворювань, включаючи можливість інвалідності.

Отже, глибоке втягнення у соціальні мережі та тривале перебування за комп'ютером можуть негативно позначитися на здоров'ї дітей та підлітків. Це може викликати погіршення зору, виснаження нервової системи, проблеми зі сном та зниження працездатності.

Звісно, є позитивні аспекти використання соціальних мереж, особливо для підлітків, які утримуються від їхнього зловживання. Деякі з переваг включають можливість самореалізації перед своїми друзями та знайомими, знаходження нових друзів та однокласників, отримання інформації для визначення себе в суспільстві, пошук однодумців та можливість навчання, включаючи як основну, так і додаткову освіту.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що соціальні мережі виявляють позитивний вплив на людину. Навіть за умови того, що позитивних аспектів може бути не так багато, можна впевнено визнати, що соціальні мережі приносять значну користь. Однак важливо зберігати баланс у використанні цих мереж, уникаючи їхнього зловживання, щоб не потрапити під негативний вплив.

Це важливий підкреслений аспект, що соціальні мережі не лише відповідають на матеріальні та інформаційні потреби, але і задовольняють духовні, сприяючи пізнанню культури та взаємному співпереживанню. Як відзначив Е. Касперський, недоліки, такі як гонка за кількістю друзів та нерозбірливість у контактах, можуть мати наслідки, але важливо усвідомлювати їх та дбати про розумне використання соціальних мереж.

Справді, соціальні мережі відкривають можливість читати цікаві пости від відомих особистостей, взаємодіяти з ними через коментарі, а також висвітлювати теми, які можуть залишатися поза увагою традиційних ЗМІ. Для підлітків це може стати додатковим стимулом для вивчення наукових тем та розвитку інтересів, раніше вважаних нудними чи непотрібними.

Розваги, такі як відео, музика і ігри, є невід'ємною частиною соціальних мереж. Ці додаткові можливості роблять платформи більш привабливими для

користувачів і дозволяють збільшувати їхню активність та зацікавленість. Забезпечення різноманітних видів контенту розширює можливості взаємодії та залучення аудиторії.

1.3. Соціально-психологічні особливості користувачів соціальних мереж

Соціально-психологічні особливості - це особливості людини, які формують його стиль і спосіб життя (звички), переконання (ідеологія та під нею світогляд), контрольовані вибірковістю нашої уваги та пам'яті [18, с. 39]. Ці особливості можуть бути як позитивними, сприяючи позитивним формам спілкування та взаємодії, так і негативними, які можуть створювати конфлікти чи інші проблеми в соціальних відносинах.

Сучасна людина є активним учасником і спостерігачем процесу становлення інформаційного суспільства. Завдяки інтенсивним потокам інформації та засобам комунікації, які використовують сучасні технології, з'являється значний вплив на психічні процеси та особистість людини. У зв'язку з цим психологія ставить завдання знаходження психологічних ресурсів, які можуть сприяти зменшенню цього навантаження та оптимізації процесів саморегуляції особистості. Сучасні дослідники у зв'язку з цим звертають увагу вивчення психологічної культури особистості [12, с.143].

Зазначимо, що соціальні мережі спираються на взаємодію між учасниками, яка поділяється на два типи зв'язків: сильні та слабкі. Сильні зв'язки включають багатогранний обмін інформацією, який охоплює соціальний та емоційний контент, створюючи враження "соціальної присутності" і миттєвого спілкування. Ці зв'язки можна порівняти з близькими дружбами та родинними відносинами. Слабкі зв'язки базуються на обміні інформацією, такою як ідеї та факти, і часто мають односторонній характер. Слабкі зв'язки є менш активними та орієнтованими на групу, в той час як сильні зв'язки використовують різноманітні медіа для активної взаємодії.

У психології поки невеликий досвід вивчення інтернет-комунікацій. До ключових атрибутів, які вивчають дослідники, належить анонімність учасників віртуальної взаємодії, оцінюючи психологічні "ефекти" приховування особистості під час спілкування. Однак соціальні мережі відрізняються тим, що користувачі, принаймні більшість з них, активно позиціонують свою реальну особистість. Це охоплює не лише надання фактичної інформації про себе та розміщення своїх фотографій, а й саме представлення себе у сенсі слова.

Людина, яка значну частину свого часу приділяє спілкуванню в соціальних мережах, часто може виявитися малоадаптованою до реального спілкування. Це особливо стосується тих, хто активно взаємодіє в онлайн-середовищі. Активні користувачі, оскільки їм доводиться взаємодіяти з великою кількістю людей, можуть мати труднощі в відмежуванні себе від широкого загалу. Інтернет легко розв'язує проблему спілкування з численною аудиторією одночасно.

Деякі активні користувачі соціальних мереж змушені там проводити багато свого часу у зв'язку з їх родом діяльності, коли потрібно багато часу передавати інформацію іншим людям на велику відстань. Підсумовуючи всього вищесказаного, можна дійти невтішного висновку що виділити якісь певні соціально-психологічні риси особистостей, які багато часу присвячують спілкуванню у соціальних мережах досить складно [15, с. 32].

Богданов Д.В. виділяє низку соціальних функцій спілкування в Інтернеті, серед яких можна визначити:

1. Комунікативна функція. Користувачі постають один перед одним не тільки у відчутному вигляді, а й у формі віртуальних образів, вражень, сформованих під впливом слів, жестів та міміки незалежно від того, яке це спілкування – безпосереднє чи опосередковане технічними пристроями [4, с. 592].

2. Функція самопрезентації/самовираження. Це головна функція, оскільки відповідно до піраміди Маслоу А.Х., саме самовираження є найвищою потребою людини, випереджаючи навіть визнання та спілкування. Соціальні ресурси стали

своєрідним затишним особистим простором, де кожен може знайти технічну та соціальну базу для створення свого віртуального «Я».

При цьому кожен користувач отримує можливість не просто спілкуватися та творити, а й ділитися плодами своєї творчості з багатомільйонною аудиторією того чи іншого соціального ресурсу. В Інтернет-щоденник учасник може записувати свої думки не тільки в реальному часі, а й встановити довільну дату. Користувач може висловитися з будь-якої теми, що його цікавить, наприклад, написати рецепт кулінарної страви зараз, а потім - обговорити висловлювання відомого політика або існуючої політичної обстановки. Однак цей прийом має один недолік: потенційному читачеві важко дізнатися, яка тема буде порушена наступною. [18, с. 147].

3. Функція розваги. Багато користувачів розглядають ведення своїх сторінок, читання чужих тем і дискусії в коментарях як розважальний час, особливо якщо вони з якихось причин обмежені в інших засобах розваги, крім Інтернету, і мають досить багато вільного часу, який треба витратити. Наприклад, молоді матері та домогосподарки складають помітну частину спільноти блогів та професійно-тематичних форумів: їм завжди є про що написати на сторінці свого блогу, у них багато питань, які вони із захопленням обговорюють, та порад, якими вони діляться на форумі [22, с. 39].

4. Функція соціалізації. Блоги і форуми, виконуючи функції соціальних мереж, дозволяють підтримувати соціальні зв'язки, що перервалися в реальному житті, і краще впізнавати своїх знайомих. Завдяки особливості відкладеної розрахованої на багато користувачів комунікації деякі користувачі використовують соціальні ресурси (блоги, форуми, соціальні мережі) для організації взаємодії робочої групи, обговорення робочих питань та ін. [20, с. 65-66].

5. Функція записника. Як і традиційний паперовий щоденник, блог, соціальні мережі, крім стандартних функцій, можуть усвідомлюватися і як такі, що несуть функцію зберігання, місця для записів особистого характеру, які можуть стати в нагоді в майбутньому, стати чудовим способом не забути про

подробиці будь-яких подій. Це свідчить про завуальованість повідомлень, мета яких - відкладена комунікація із самим собою [9, с. 27].

6. Функція саморозвитку. Ця функція пов'язані з тим, що соціальні ресурси надають можливість учасникам створити образ іншого «Я», якого автор прагне. Публічність персональної сторінки змушує користувачів вести його продовження, а також змушує грамотніше структурувати свої думки, що допомагає їм краще зрозуміти події, які переживає [2, с. 235].

7. Функція психологічної розрядки. Ця функція особливо актуальна нині. Після напруженої обстановки, невдоволення будь-якими подіями чи обставинами, користувачі бажають виплеснути свої емоції, викласти наболіле. Крім висловлювання невдоволення дана функція традиційного щоденника, що ведеться в затишному зошиті, набула нових можливостей: це спосіб поскаржитися на життя безлічі людей і отримати у відповідь позитивну реакцію. Однак іноді читач замість хвалебних відгуків та запевнень у вірності видаватиме негативні коментарі. Тут завдання користувача-психолога всі ці негативні коментарі вислухати, зрозуміти їхню суть, мотивування [2, с. 236].

8. Інформаційна функція. Блоги та форуми є ідеальними засобами для отримання та обміну інформацією. Багато блогів побудовані фактично як стрічки новин: автори блукають глобальною павутиною Інтернет, знаходять для себе щось цікаве і відразу викладають на свою персональну сторінку щоденника. Або другий варіант: користувачі періодично діляться своїми професійними міркуваннями та досвідом. Однак читачі не мають повної впевненості в правдивості інформації. І справді, неодноразове копіювання чужих статей з додаванням до них своїх роздумів, оцінок та висловлювань спотворює реальне джерело інформації іноді до невпізнання.

9. Оцінна функція. Соціальні ресурси – це головний інструмент для оцінки результатів. Соціальні ресурси і сервіси, що їх підтримують, виявилися дуже ефективним методом забезпечення відвідуваності сайтів, зворотного зв'язку і поступово стали одним із засобів генерації контенту (вмісту, що має цінність).

Оформившись зовсім недавно, ця функція в силу технічного розвитку набуває все більшої ваги.

На різних рівнях спілкування можна виділити:

-маніпулятивний рівень(один з учасників спілкування, використовуючи певну соціальну роль, намагається викликати у партнера співчуття чи жалість);

-примітивний рівень(включає ситуації, де один з учасників пригнічує іншого, встановлюючи нерівні відносини, наприклад, одна особа постійно комунікує, а інша виступає як постійний реципієнт);

-вищий рівень(на цьому соціальному рівні партнери, незалежно від соціальної ролі чи статусу, ставляться один до одного як до рівноцінних осіб. У віртуальній комунікації можливість одночасного спілкування з кількома людьми є важливою особливістю, що стає можливим разом із розвитком мовлення. Це дозволяє бути успішним у Інтернеті, але може вплинути негативно на живе спілкування).

Віртуальний простір, з одного боку, відбирає у людини значну кількість знакових систем, які є характерними для живого спілкування і які набуваються в процесі життя. З іншого боку, віртуальне спілкування приносить успіх у керуванні інформацією, що підтримує людину на оптимальному рівні.

Говорячи про учасників популярних мережевих ресурсів, таких як Instagram та Facebook, важливо розглядати віртуальні соціальні мережі як частину ширшого комунікаційного середовища, яке виникло завдяки Інтернет-технологіям. Функціональний підхід до аналізу цих мереж подальше розглядається в рамках теорії масової комунікації.

В найзагальнішому вигляді комунікацію можна визначити як акт спілкування, взаємодії між двома чи більше особами, що базується на взаєморозумінні та обміні інформацією. Як інформаційний процес, комунікація включає відправника (комунікатора або передавача повідомлення), канал або засіб передачі інформації, саме повідомлення та одержувача інформації, який інтерпретує отриману інформацію. Це поняття було вперше запропоновано С.І. Філатовою.

З точки зору способів поширення та передачі інформації, виділяються різні форми комунікації, такі як:

- комунікація через засоби масової інформації: з використанням друкованих та електронних засобів, таких як газети, журнали, телебачення, радіо тощо;

- комунікація через організації: включає в себе взаємодію через корпоративні структури, офіційні засідання, інформаційні бюлетені тощо;

- комунікація через міжособистісні контакти: охоплює спілкування між окремими особами в особистих обличчях, як, наприклад, в родині, серед друзів чи колег;

- очна та віртуальна комунікація – соціальні мережі: включає в себе як живе спілкування, так і взаємодію через інтернет-платформи, такі як соціальні мережі.

Таким чином, можна зробити висновок, що соціальні мережі мають позитивні впливи на людину. Незважаючи на те, що позитивного впливу не так багато ми можемо впевнено сказати, що соціальні мережі приносять багато користі.

Варто наголосити, що соціальні мережі задовольняють і багато духовних потреб: насамперед, це пізнання культури та співпереживання. «Підростаюче покоління без розуму від соціальних мереж, але рідко уявляє собі наслідки надмірної відкритості та гіперкомунікативності. Гонка за кількістю друзів, нерозбірливість у контактах, як і добрі наміри, ведуть прямо в пекло», – впевнений засновник компанії «Лабораторія Касперського» Є. Касперський [9, с.10].

Без перебільшення можна стверджувати, що до позитивних рис соціальних мереж можна віднести читання цікавих постів відомих особистостей, їх коментування, висвітлення питань і тих, які не торкаються чи замовчують традиційні ЗМІ. Тобто, підлітки цікавляться тим, що раніше вважали нудним і непотрібним, а все тому, що у соціальних мережах є групи наукової спрямованості.

У соціальних мережах з'являються дедалі більше додаткових розваг, таких як: відео, музика, ігри. Аргументованим та очевидним фактом є те, що інформації в соціальних мережах стає все більше, щоб інтерес до сайтів не знижувався.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В АКТИВНИХ КОРИСТУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

2.1 Опис організації та методів дослідження

Для реалізації мети дослідження були поставлені наступні завдання емпіричного дослідження:

1. Дослідити емоційний інтелект осіб віком від 25-35 років.
2. Дослідити особливості перебування в мережі та потреб активних користувачів соціальних мереж.

У дослідженні взяли участь особи віком від 25-35 років у кількості 100 осіб.

Для дослідження емоційного інтелекту особистості використовувалися такі методики: «Тест на емоційний інтелект» (Н. Холл), «Опитувальник емоційного інтелекту ЕМІН» (Д. В. Люсін). Шкала психологічного благополуччя» (К. Ріфф).

Тест на емоційний інтелект, розроблений Н. Холлом, дозволяє вивчати взаємозв'язки особистості, які виражаються через емоції, і здібність керувати емоційною сферою на основі прийняття рішень. Методика включає такі ключові показники:

- емоційна поінформованість(визначає рівень усвідомлення та розуміння власних емоцій);
- управління емоціями(оцінює здатність регулювати та контролювати власні емоції);
- самомотивація(визначає ступінь внутрішньої мотивації та здатність до самостійного підтримання енергії та ентузіазму);
- емпатія(оцінює здатність сприймати та розуміти емоції інших людей);
- розпізнавання емоцій інших людей(визначає здатність впізнавати та інтерпретувати емоції у інших).

Ці інтегральні показники допомагають отримати комплексне уявлення про емоційний інтелект особистості.

Проблема психологічного благополуччя стає надзвичайно важливою в українському суспільстві через тривалу соціальну кризу та вплив військового конфлікту, що відображається у збільшенні психоемоційної напруги та невизначеності життєвих перспектив для кожної особи. Психологічне благополуччя, або суб'єктивне благополуччя, представляє собою інтегральний аспект особистого досвіду, визначений стійким почуттям задоволення самим собою і власним життям, позитивним ставленням до себе та емоційно важливих подій, які індивід сприймає як значущі відповідно до соціальних норм та цінностей. Цей концепт часто асоціюється з ім'ям К. Ріфф, яка розробила багатомірну модель психологічного благополуччя, яка взагалі узгоджує різні теорії позитивного функціонування особистості, відомі в західній психології.

Структура психологічного благополуччя описується за допомогою шести основних компонентів:

-самоприйняття(включає стійке задоволення і прийняття себе, внутрішній гармонії та позитивне ставлення до власної особистості);

-позитивні стосунки з оточуючими(відображає якісні та підтримуючі взаємини з іншими людьми, розуміння та прийняття в групі);

-автономність(означає здатність слідувати власним переконанням, незалежність в прийнятті рішень та вираженні власних уявлень);

-компетентність в управлінні навколишнім середовищем(визначається здатністю ефективно впливати на своє оточення, успішно вирішувати проблеми та досягати поставлених цілей);

-наявність цілей, які надають життю сенс і спрямованість(включає в себе наявність чітких і значущих метоцентрованих на особистому розвитку та задоволенні від життя);

-особистісне зростання(відображає почуття безперервного розвитку, навчання та самореалізації в різних аспектах життя).

Ці компоненти є ключовими для формування та утримання психологічного благополуччя, а їх взаємодія сприяє створенню комплексного та збалансованого психічного стану особистості.

Так само використовувався опитувальник емоційного інтелекту «ЕМІН»Д. В. Люсіна.

Метою даного тесту є діагностика емоційного інтелекту, на основі здатності розуміючи своїх і чужих емоцій та керування ними. Опитувальник включає такі показники: міжособистісний EQ, внутрішньоособистісний EQ, розуміння емоцій, управління емоціями.

Для дослідження особливостей перебування в соціальних мережах та потреб активних користувачів були розроблені анкети (Додаток А)

Емпіричне дослідження було проведено у формі онлайн-опитування за допомогою Google forms. Респонденти брали участь анонімно, відбиралися відповідно до статі та вікового діапазону (25-35 років).

Збір усіх даних у соціальних мережах проводився анонімно, заочно, за допомогою програми «Stayfree» на базі Android та iOS. «StayFree» – мобільний додаток, який дозволяє побачити статистику проведеного часу в соціальних мережах та мобільних програмах за кожен день. Для нашого дослідження також було важливо, що цей додаток дозволяє побачити статистику часу в соціальних мережах за минулий місяць, до встановлення програми на телефон.

2.2. Опис результатів емпіричного дослідження особливостей емоційного інтелекту в активних користувачів соціальних мереж

Аналіз та інтерпретація результатів дослідження емоційного інтелекту респондентів розпочинається з опису отриманих даних згідно методики Н.Холла за наступними показниками (табл.2.1.).

Емоційна поінформованість вказує на рівень усвідомлення та розуміння власних емоцій. Високий рівень емоційної поінформованості може свідчити про здатність респондентів чітко розрізняти та розуміти свої почуття.

Управління емоціями відображає здатність респондентів регулювати та контролювати свої емоції. Високий рівень управління емоціями свідчить про ефективну здатність респондентів управляти своїм емоційним станом.

Самомотивація визначає ступінь внутрішньої мотивації та здатність респондентів до самостійного підтримання енергії та ентузіазму. Високий рівень самомотивації може вказувати на внутрішню направленість особистості.

Емпатія відображає здатність респондентів сприймати та розуміти емоції інших людей. Висока емпатія може свідчити про здатність відчувати та розуміти емоційний стан оточуючих.

Розпізнавання емоцій інших людей вказує на здатність респондентів впізнавати та інтерпретувати емоції інших. Високий рівень розпізнавання емоцій може свідчити про вразливість до емоційної сфери оточуючих.

Ці показники допомагають отримати глибоке розуміння рівня емоційного інтелекту досліджуваних осіб.

Таблиця 2.1.

Кількісні показники компонентів емоційного інтелекту в респондентів

Показник	Середнє значення
Шкала «емоційна обізнаність»	12,28
Шкала «управління емоціями»	2,94
Шкала «самомотивація»	8,14
Шкала «емпатія»	11,62
Шкала «розпізнавання емоцій інших людей»	11,11
Інтегральний показник рівня емоційного інтелекту	46,11

Отримані результати свідчать про те, що більшість компонентів емоційного інтелекту у респондентів мають середній рівень вираження. Це означає, що в цілому респонденти демонструють середній рівень усвідомлення та управління своїми емоціями, самомотивації, емпатії, а також розпізнавання емоцій інших людей.

Середній рівень може свідчити про те, що респонденти не виявляють виражених відхилень у розвитку емоційного інтелекту. Однак це також може вказувати на те, що показники можуть бути покращені.

Важливо враховувати, що рівень емоційного інтелекту може змінюватися з часом і за впливом різних факторів. Рекомендації щодо тренування розвитку конкретних компонентів емоційного інтелекту можуть допомогти респондентам покращити свої навички у взаємодії з власними емоціями та емоціями інших людей.

Високий рівень вираженості показника емоційної поінформованості вказує на те, що у досліджуваних осіб спостерігається активна увага та свідомість щодо їхніх власних емоцій. Це може бути корисною навичкою, оскільки усвідомлення власних емоцій дозволяє краще розуміти себе, а також адаптувати свою поведінку та реакції до різноманітних життєвих ситуацій.

Уважне спостереження та розуміння власних емоцій може сприяти ефективнішому управлінню стресом, покращенню взаємодії з іншими людьми та розвитку особистості. Такий позитивний результат може служити важливим резервом для подальшого розвитку емоційного інтелекту та самосвідомості у респондентів.

Для виявлення рівня сформованості досліджуваного феномена було застосовано методику Д.В. Люсіна «Вимір емоційного інтелекту». За допомогою цієї методики, в структурі емоційного інтелекту діагностуються міжособистісний емоційний інтелект (розуміння емоцій інших людей та управління ними) та внутрішньоособистісний емоційний інтелект (розуміння власних емоцій та управління ними).

Результати дослідження представлені у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Показники сформованості емоційного інтелекту респондентів (n = 63)

Шкали емоційного інтелекту	Розподіл респондентів за рівнями сформованості емоційного інтелекту, %		
	низький	середній	високий
Розуміння чужих емоцій	35,7	35,7	28,6
Управління чужими емоціями	17,8	42,9	39,3
Розуміння своїх емоцій	21,4	35,7	42,9
Управління своїми емоціями	32,1	45,8	22,1
Контроль експресії	14,3	50,0	35,7
Міжособистісний емоційний інтелект	21,4	50,0	28,6
Внутрішньоособистісний емоційний інтелект	20,4	35,8	43,8
Здатність до розуміння своїх та чужих емоцій	28,6	46,4	25,0
Здатність до керування своїми та чужими емоціями	14,3	50,0	35,7
Інтегративний показник загального емоційного інтелекту	26,4	40,7	32,9

Як видно з таблиці 2.2, лише 43,8% молоді мають високий рівень розвитку внутрішньоособистісного емоційного інтелекту, у 35,8% опитаних діагностовано середній рівень і у 20,4% – низький рівень сформованості даного показника.

За результатами дослідження виявлено, що респонденти схильні стикатися з труднощами у розпізнаванні та інтерпретації своїх емоційних станів, а також у регулюванні цих емоцій у своїй поведінці та діяльності. Схожі питання, такі як "розуміння емоцій" та "управління емоціями", не виявили статистично значущих відмінностей.

Дещо вищі показники розвитку міжособистісного емоційного інтелекту. Так, високий рівень його сформованості відзначений у 28,6% опитаних, середній – 50,0% і низький – 21,4% респондентів.

Отже, вивчення емоційного інтелекту показало, що респонденти виявили високий рівень емоційної поінформованості, але можуть стикатися з труднощами у розпізнаванні та управлінні власними емоціями. Зазначено, що вони виявили високий рівень здатності розпізнавати емоції інших, передбачати їхні емоційні реакції та впливати на емоційний стан оточуючих.

Важливо відзначити, що показник "управління емоціями" виявився вищим, ніж "розуміння емоцій", що може вказувати на важливість цього аспекту в професійній діяльності майбутніх фахівців.

Здатність до розуміння своїх та чужих емоцій діагностована на високому рівні у 25,0 % досліджуваних, середньому – у 46,4 % та низькому – у 28,6 % студентів. Це дозволяє говорити про наявні здібності знаходити причини виникнення емоційних переживань та інтерпретувати емоційні реакції.

В управлінні своїми та чужими емоціями високий рівень сформованості цього показника відзначений у 35,7%, середній – у 50,0% та низький – у 14,3% респондентів.

Цей висновок може вказувати на те, що респонденти мають більш виражені навички управління емоціями інших людей, ніж власними. Це може бути пов'язано з великим акцентом на міжособистісні відносини та взаємодію з іншими у професійній сфері. Такий результат може мати значення для подальшого розвитку особистісних та професійних якостей респондентів.

Інтегративний показник емоційного інтелекту респондентів виявив такі тенденції: високий рівень відзначений у 32,9% опитаних, середній – 40,7%, низький – 26,4%.

Такий висновок може вказувати на потребу в подальшому розвитку навичок розпізнавання, контролю та корекції емоційних станів у деяких осіб. Звертання уваги на розвиток цих аспектів може сприяти покращенню емоційної компетентності та загального благополуччя учасників дослідження.

Висновок з даного аналізу полягає в тому, що більшість опитаних мають середній і нижчий за середній рівень розвитку у розрізі розуміння власних емоцій як компоненту емоційного інтелекту. Це свідчить про потребу впровадження в освітній процес спеціальних психолого-педагогічних заходів для розвитку емоційного інтелекту не лише в закладах освіти, а й на підприємствах та організаціях для працівників. Зазначається, що використання різноманітних методів, таких як ділові і рольові ігри, інтерактивні технології та тренінги, може сприяти формуванню нестандартних підходів у рішенні завдань та розвитку соціально-психологічних навичок.

Визначення та розвиток емоційного інтелекту може допомогти людям краще розуміти та керувати своїми емоціями, а також взаємодіяти з емоціями інших. Підкреслюється важливість усвідомлення та регулювання власних емоцій, а також розвиток комунікативних навичок для впливу на емоційний стан оточуючих. Такий підхід може сприяти покращенню як особистісного самопізнання, так і соціальної взаємодії.

Так, високий рівень самомотивації може впливати на здатність керувати власною поведінкою шляхом управління емоціями. Також зазначено, що вміння розпізнавати емоції залежить від аналізу невербальних ознак, таких як жести, міміка, пози, пантоміміка, що може включати інтерпретацію різних аспектів міміки та жестів для зрозуміння емоційного стану інших людей.

Отримані дані свідчать про те, що респонденти виявляють високий рівень емоційної обізнаності. Але все ж таки, їхня здатність усвідомлено сприймати та розуміти емоційний стан оточуючих є вищим, у порівнянні з розумінням власних емоцій.

У рамках дослідження було проведене соціологічне опитування перебування в соціальних мережах та потреб активних користувачів.

У ході аналізу результатів анкетування (Додаток А) ми виявили, що більшість респондентів зареєстровано та активно використовують щодень такі популярні соціальні мережі, як WhatsApp (75%), Viber – 98 %, Instagram (83%) та

(73%) (рис. 2.1). У Facebook зареєстровано та активно проводять час 31%, у Twitter – 14%, Skype -17%, Telegram – 89 %, інші мережі – 46% (рис. 2.1).

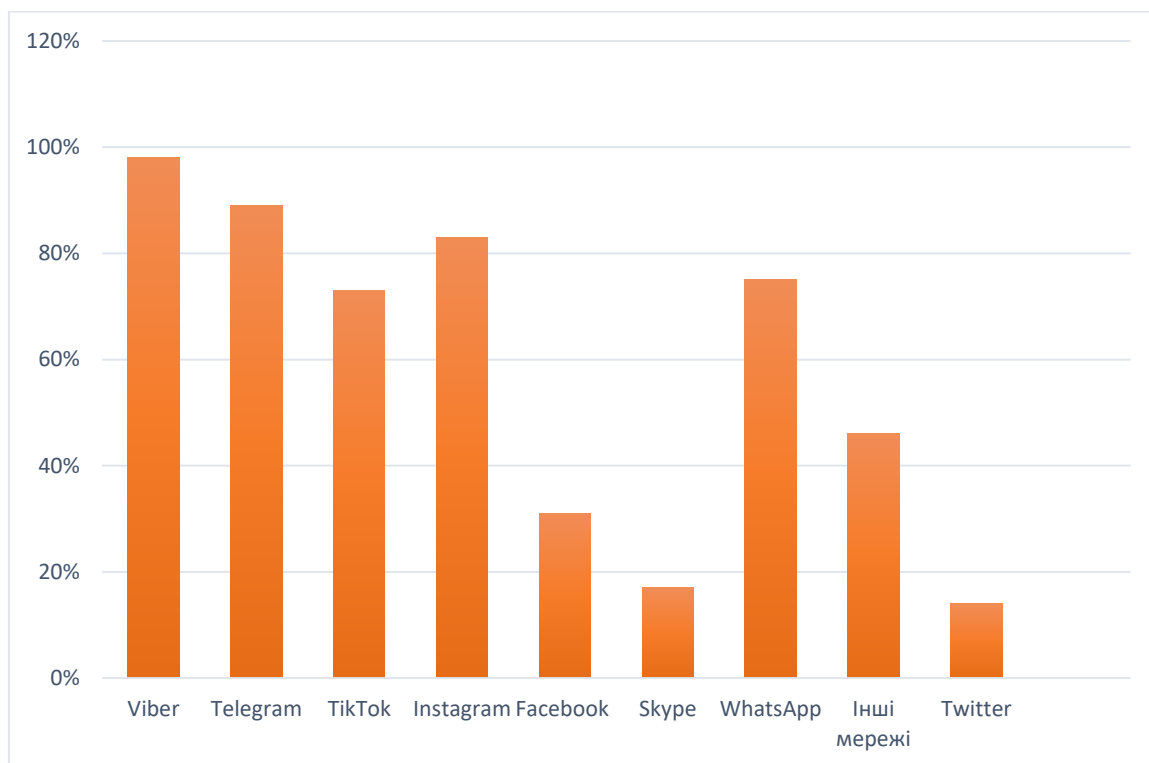


Рис. 2.1. Відсоткове співвідношення активного використання соцмереж

Як видно з рисунку, більшість опитуваних (31%) проводять у соціальних мережах більше 5 годин на день. Рівні частки опитаних (23%) приділяють перегляду соціальних мереж від 1 до 3 годин та від 3 до 5 годин на день. П'ята частина всіх опитаних респондентів наголосили, що їхній мережевий статус завжди «онлайн». І лише 3% проводять свій вільний час у соціальних мережах менше 1 години у день (рис. 2.2.).

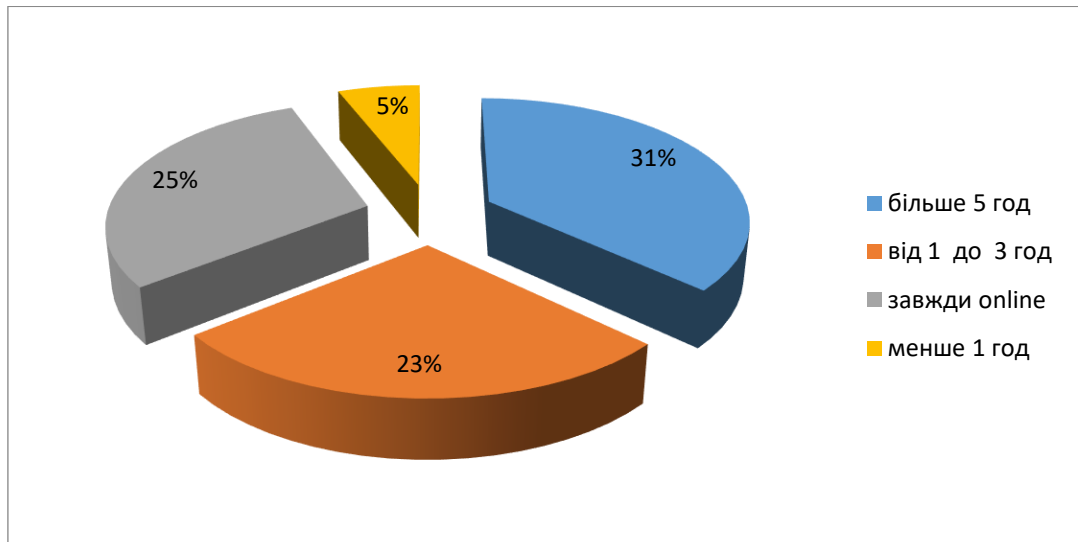


Рис. 2.2. Кількість проведеного часу у соціальних мережах

У ході опитування було поставлено питання «З якою метою ви відвідуєте соціальні мережі?» (рис. 2.3.)

Отримані дані показують, що основна частина респондентів використовує соціальні мережі для спілкування з друзями, однокурсниками чи близькими (90%). Також значна частина використовує ці платформи для прослуховування музики чи гри (79%), переглядання стрічки з новинами, картинками або відео (71%). Приблизно половина опитаних (46%) використовує соціальні мережі для заповнення вільного часу. 28% опитаних читають статті, виступи відомих людей в соцмережах, 29% відвідують мережу з метою викласти фото та новини у своєму профілі.

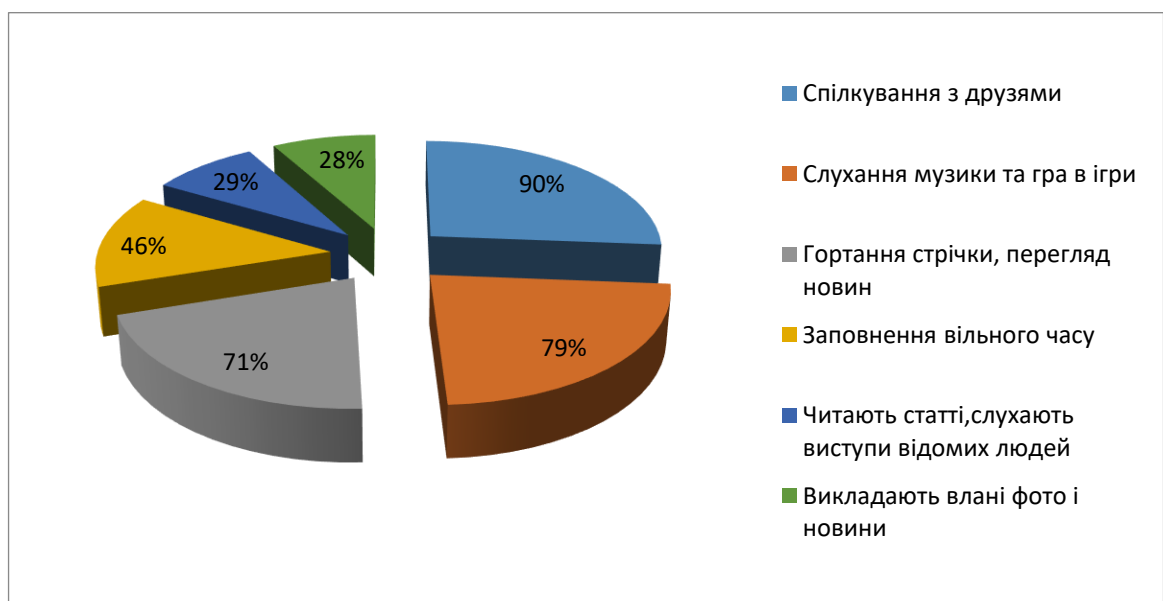


Рис. 2.3. Мета відвідування соціальних мереж

Більшість респондентів (60%) відзначили, що відвідування соціальних мереж не викликає у них жодних конкретних почуттів. Тільки 37% респондентів відчують радість та задоволення від проведення часу у соціальних мережах. Лише 3% відчують пригніченість від великої кількості інформації, яка надходить з соціальних мереж.

Частина респондентів (53 %) , не маючи можливості вийти в соцмережу, відчують нудьгу; 12 % - роздратування; 13 % - бажання знайти спосіб виходу; 22 % - спокійно займаються іншою справою (рис. 2.4).

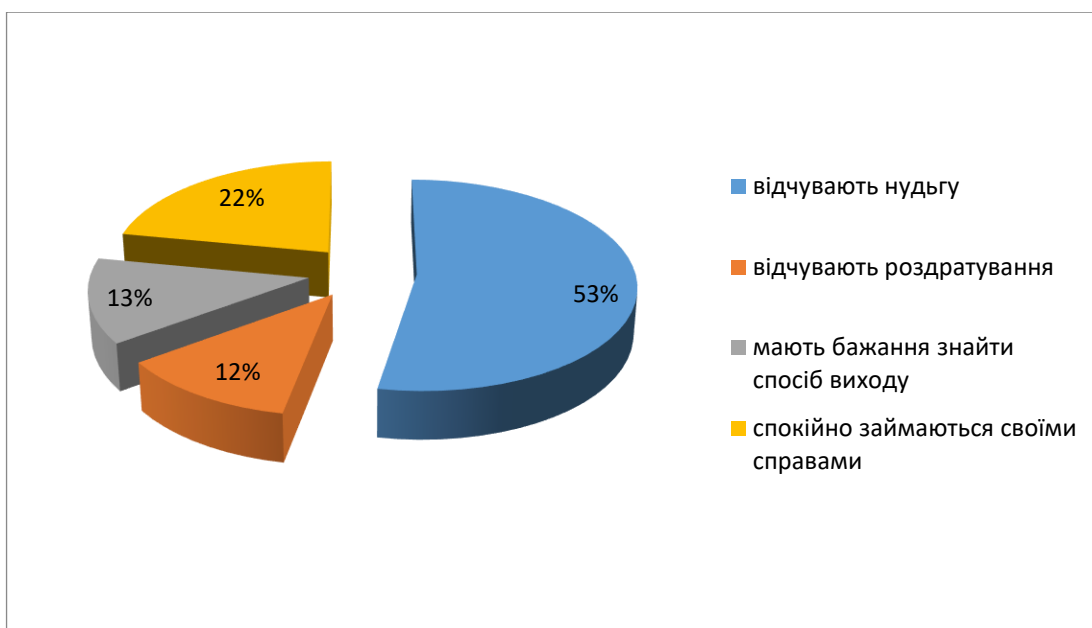


Рис. 2.4. Відчуття активних користувачів, коли не мають можливості увійти до соцмережі

56% респондентів відвідують соціальні мережі, коли перебувають у компанії своїх близьких друзів. 44% респондентів не заходять у соціальні мережі в цей час (рис. 2.5).

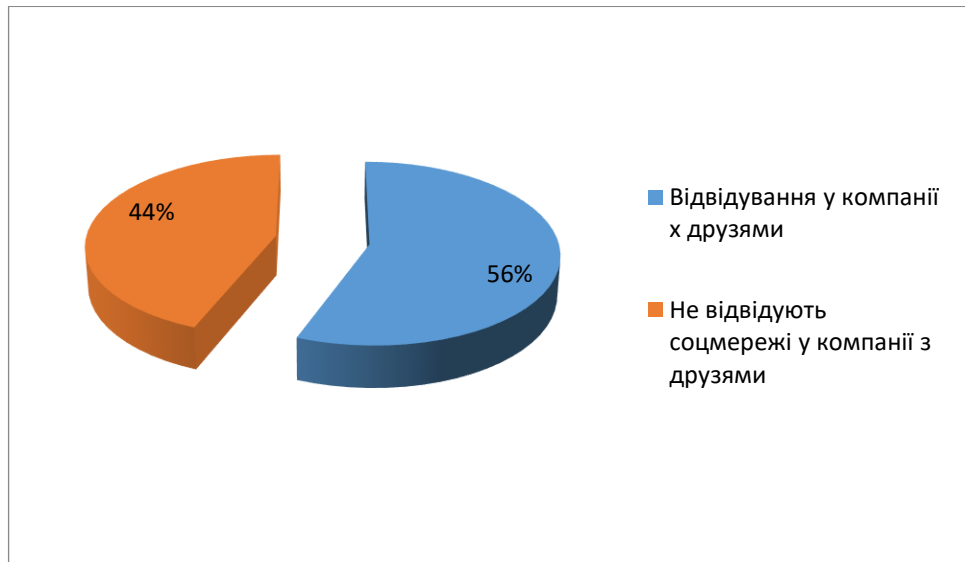


Рис. 2.5. Відвідування соцмереж у колі з друзями

Більшість опитаних (60 %) відповіли, що не вважають себе залежними від соціальних мереж та готові провести місяць без соціальних мереж. При цьому, 40% вважають себе залежними (рис. 2.6.) .

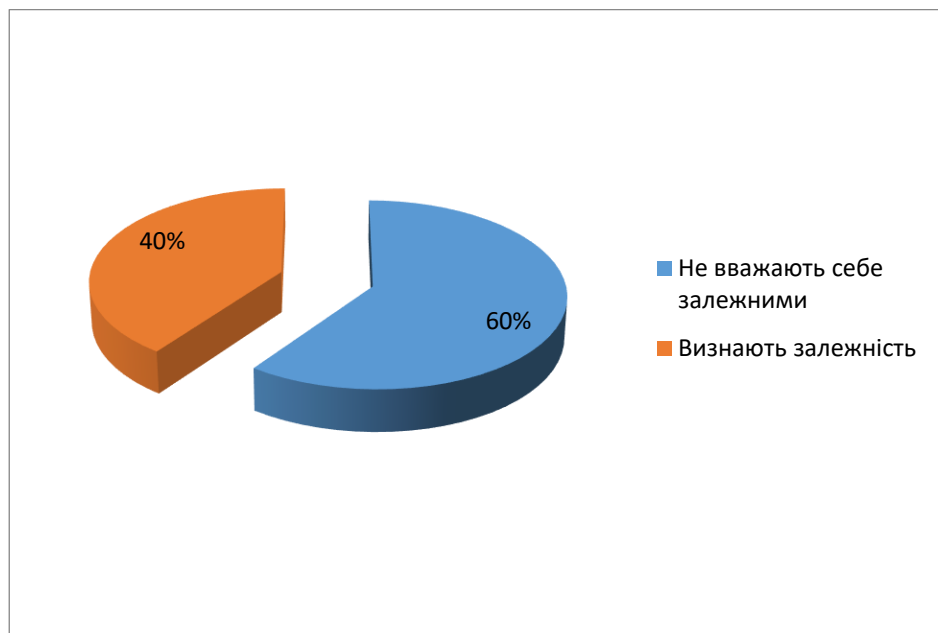


Рис.2.6. Самоаналіз респондентами рівня залежності від соцмереж

53 % респондентів вважають, що користування соцмережами не можуть викликати у них відчуження та закомплексованість, 23 % - частково згодні із твердженням, 14% – не згодні, 10 % - вагались із відповіддю(рис. 2.7.) .

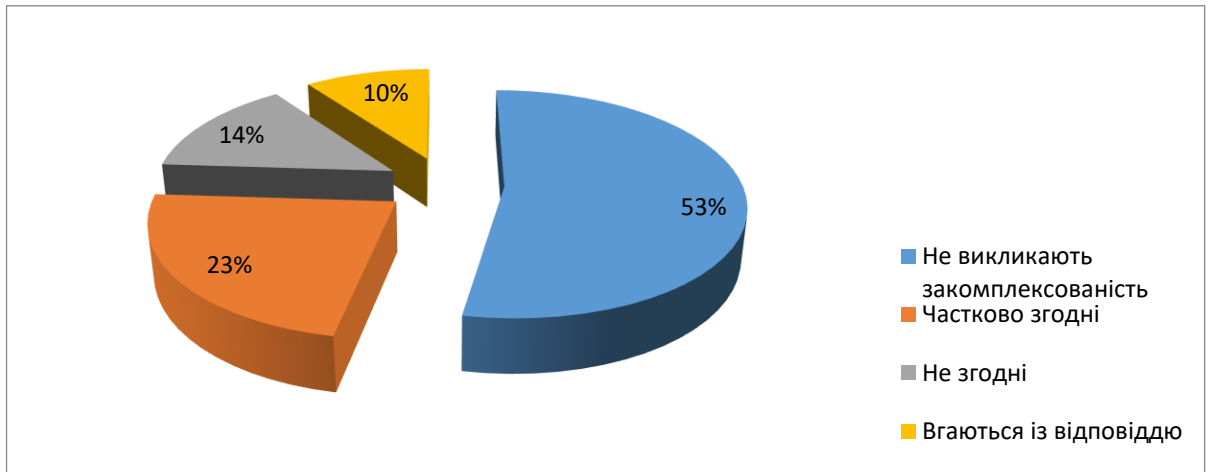


Рис. 2.7. Самоаналіз впливу соцмереж на почуття відчуження та закомплексованості

На запитання «Чи згодні респонденти відмовитись від використання соціальних мереж, оскільки вони загрожують здоров'ю (погіршується зір, порушується біоритм, розвивається сколіоз) та чи згодні вони з думкою про шкідливість соцмереж», 37 % опитаних – згодні, 24 % – задумуються про це, 23 % – ні, не готові, 16% – не наважувались відповісти. (рис. 2.8).

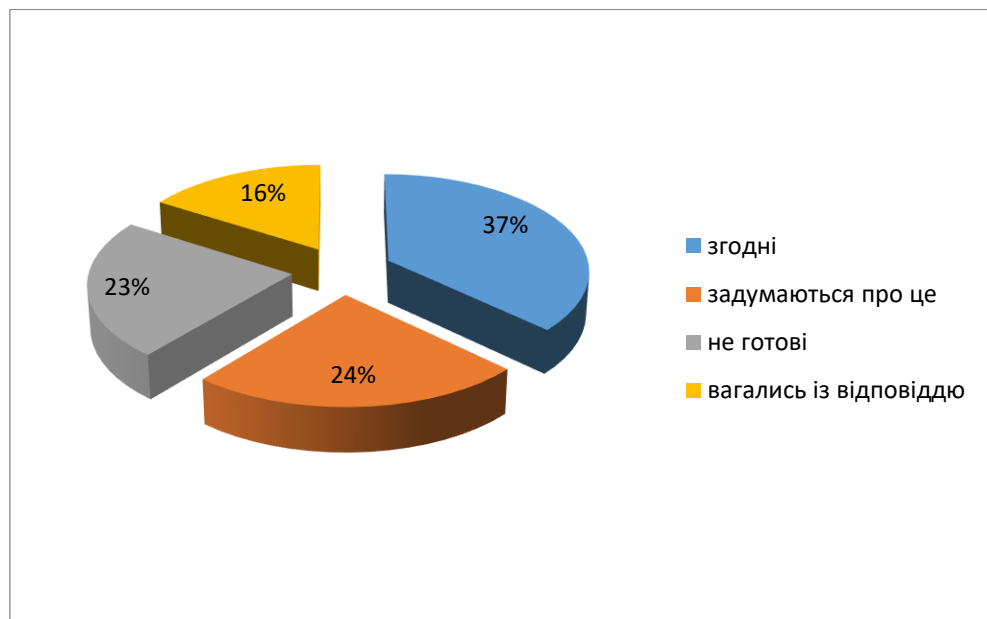


Рис. 2.8. Рівень готовності респондентів відмовитись від користування соцмережами

Підбиваючи підсумки аналізу, можна визначити, що соціальні мережі відіграють важливу роль у взаємодії з колегами, батьками та друзями для більшості респондентів. Користувачі також витрачають значну частину свого

вільного часу в соціальних мережах, переважно слухаючи музику, переглядаючи стрічку новин, а також картинки та відео. Важливо відзначити, що більшість опитаних не вважає себе залежними від соціальних мереж, а відвідування цих платформ не викликає сильних емоцій у більшості випадків. Однак існує певна частка користувачів, яка відчуває нудьгу або роздратування, коли не може зайти в соцмережу.

На завершення тестування було проведено діагностику емоційного інтелекту з методики Н.Холла.

Згідно з проведеним опитуванням, 90,6% активних користувачів соціальних мереж серед респондентів мають доволі високий рівень самосвідомості, що свідчить про їхню спроможність розуміти та усвідомлювати свої емоції. У зв'язку з цим середньостатистичний інтернет-користувач має чітке уявлення про себе як суб'єкта діяльності, і у них сформовано "Образ Я". Також виявлено, що 96,3% опитаних мають достатній рівень саморегуляції. Це свідчить про їхню здатність керувати своїми емоціями та реагувати на події життя у соціально-прийнятний спосіб.

Це призводить до здатності контролювати свої почуття, що суттєво полегшує процес соціалізації.

11,3% опитаних мають середній рівень емпатії, але 88,7% володіють здатністю до розуміння емоцій інших людей, співпереживання та готовності надати підтримку.

Серед опитаних респондентів 81,4% володіють розвиненими навичками взаємодії, тобто вміють впливати на емоційний стан інших людей (надавати підтримку, піднімати настрій тощо). Активна аудиторія соцмереж не відчуває складності у розпізнаванні емоцій інших людей, що покращує процес комунікації.

Остання шкала - самомотивація, тобто управління своєю поведінкою за рахунок керування емоціями. Серед опитаних активних користувачів соцмереж 92,6% мають високий рівень самомотивації, що свідчить про присутність внутрішнього контролю для досягнення будь-якої мети.

Отримані результати діагностики за методикою Н. Холла вказують на практично однаковий високий рівень саморегуляції, самопізнання, самомотивації, навичок взаємодії та емпатії серед усіх інтернет-залежних підлітків. Ці показники свідчать про загальний хороший рівень соціального інтелекту, що безпосередньо пов'язаний з особливостями соціальних емоцій учасників дослідження. Результати дослідження також підтверджують, що особи, які мають адикцію до соціальних мереж, не стикаються з проблемою ефективної адаптації та подолання життєвих труднощів, що вказує на їхню соціальну адаптованість.

Отримані дані вказують на те, що у більшості опитаних виявлено високий рівень емоційного інтелекту, що свідчить про здатність активних користувачів соціальних мереж розпізнавати емоції, розуміти наміри та бажання інших людей, а також вміння розпізнавати свої власні емоції та ефективно керувати ними. Це може призвести до адекватного оцінювання ситуацій, здатності інтуїтивного розуміння потреб інших людей, а також зменшення схильності до стресу.

Серед членів групи активних користувачів соціальних мереж рівні розвитку саморегуляції, самосвідомості, самомотивації та навичок взаємодії є середніми у половини групи, низьких показників серед опитаних немає.

Проведене дослідження психологічних особливостей активних користувачів соціальних мереж дозволяє нам зробити такі висновки.

1. Більше половини активних користувачів соціальних мереж не виявили високий рівень залежності від Інтернету. Для них віртуальна реальність не стає паралельним простором, де вони знаходять більш привабливі способи задоволення потреби у спілкуванні та уникнення реальних проблем, порівняно з життям в офлайн.

2. Єдиною помітною проблемою користувачів соцмереж проявляється у важкостях контролю над часом, який вони проводять онлайн, що має негативний вплив на їх емоційний стан та взаємини, але цей результат не є критичним та не є предметом нашого дослідження.

3. Активні користувачі соціальних мереж не мають тенденції завищувати свою самооцінку, зокрема щодо характеру, авторитету та зовнішнього вигляду. Також їх рівень вимог до себе у сферах здібностей та характеру є помірним. У результаті активні онлайн-користувачі формують досить реалістичні уявлення про себе та свої можливості з особистісних якостей.

4. В цілому, активні користувачі соціальних мереж не часто відчують самотність. Почуття самотності у них виникає лише в ситуаціях, коли відсутня можливість спілкування. Таким чином, можна розглядати онлайн-присутність як компенсаційний механізм захисту від неприємних відчуттів самотності.

5. Активні та помірні користувачі соціальних мереж відзначаються використанням конструктивної стратегії самоствердження, яка включає в себе бажання бути спонтанними та творчими у спілкуванні. Однак близько третини активних користувачів обирають агресивний підхід до самоствердження, спрямований на маніпулювання думками та оцінками інших учасників спілкування.

Дослідження свідчить, що проблема використання часу у соцмережах на сьогоднішній день є актуальною і може мати багато негативних наслідків, включаючи соціальну фрустрацію, деструктивну поведінку та тривожно-депресивні розлади особистості, якщо зловживати розподілом свого часу та не зосереджуватися на житті в оффлайн. Для вирішення цієї проблеми потрібен комплекс заходів щодо профілактики інтернет-залежності, а також розробка та апробація нових методів та методик для вивчення феномена інтернет-залежності, який ще не достатньо досліджений в сучасній реальності.

2.3. Рекомендації активним користувачам соцмереж

Базуючись на дослідженнях емоційного інтелекту в активних користувачів соціальних мереж, пропонуємо наступні рекомендації щодо розвитку емоційного інтелекту:

1. Бути свідомими щодо своїх емоцій:

- спостерігати за своїми емоціями, розпізнавайте їх та приймати їх без суджень або попереднього прийняття рішень;

- навчитися ідентифікувати та називати свої емоції точно і відкрито.

2. Розвивати емпатію:

- намагатися відчувати іншу людину, спробувати зрозуміти її почуття та переживання;

- показати інтерес та увагу до емоцій інших, проявляючи співчуття та відкритість.

3. Встановити границі в онлайн-взаємодії:

- розуміти, які види комунікації та контенту вам зручні, а які можуть негативно вплинути на ваш емоційний стан;

- навчитися встановлювати границі в онлайн-взаємодії, захищати свою приватність та відстоювати свої цінності.

4. Будьте уважними до впливу соціальних мереж:

- спостерігайте за тим, як соціальні мережі впливають на ваше самопочуття та емоційний стан;

- використовуйте функції соціальних мереж для підтримки позитивних взаємодій та спілкування зі значущими людьми;

5. Бути обережними в експресії емоцій:

- перед тим, як висловити емоції в онлайн-середовищі, подумати про можливі наслідки та вплив на інших.

6. Розвивати навички ефективного спілкування: удосконалювати свої навички слухання, вираження емпатії та використання невербальних сигналів в онлайн-спілкуванні, бути уважними до потреб та емоцій інших учасників соціальних мереж, ставтеся до них з повагою та турботою.

7. Визначити свої цілі та значення: розуміти які цілі та значення важливі для вас у використанні соціальних мереж, спрямовувати свою активність у соціальних мережах на досягнення цілей, що сприяють вашому емоційному благополуччю та розвитку.

8. Практикувати самообізнаність: бути уважними до своїх внутрішніх процесів, розумійте свої потреби, цінності та переконання, використовувати інструменти самоаналізу та рефлексії, щоб бути більш свідомим у взаємодії з соціальними мережами.

9. Розвивати позитивні звички: спрямовувати свою увагу на позитивні аспекти життя, займайтесь практиками вдячності та позитивного мислення, встановлюйте межі щодо споживання негативного контенту та активно залучайтесь до позитивного та натхненного вмісту.

10. Звертатися за підтримкою: у разі необхідності, шукати підтримку у важких часах від довірених друзів, сім'ї або професіоналів, звертатися до спеціалістів, які працюють із емоційним інтелектом, для отримання порад та підтримки.

Ці рекомендації допоможуть вам покращити взаємодію з емоційним інтелектом у соціальних мережах. Слід пам'ятати, що підвищення емоційного інтелекту - це процес, що вимагає постійної практики і самовдосконалення.

Рекомендується зосереджуватись на власному особистому розвитку, уважно урізноманітнювати час, витрачений у соціальних мережах та реальному житті, та бути свідомими впливу, який це може мати на емоційне благополуччя. Не соромтеся шукати підтримку, коли це необхідно, і пам'ятайте, що емоційне здоров'я є ключовим компонентом вашого загального благополуччя.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі розкрито теоретичне узагальнення та результати емпіричного дослідження спрямованого на вивчення емоційного інтелекту активних користувачів соцмереж, їх здатності до розпізнавання та регулювання емоцій та поведінки у режимі онлайн.

За результатами нашого дослідження ми дійшли наступних висновків:

1. Теоретичний аналіз психологічної літератури свідчить про те, що питання емоційного інтелекту, як важливого фактора для збереження та підтримки внутрішнього психічного стану, зараз є особливо актуальним. Західними вченими, які розробили концепції емоційного інтелекту, були: Д. Гоулман, П. Саловей, Дж. Мейєр, Д. Карузо, Г. Гарднер, Р. Бар-Он, С. Хейн, Р. Купер, А. Саваф, Х. Вайсбах, У. Дакс, К. Кеннон, Дж. Готтман та ін. Серед зарубіжних педагогів-класиків, що досліджували емоційну складову особистості, є такі: І. Гербарт, Я. Коменський, Дж. Локк, І. Песталоцці, Ж. Руссо; і також вітчизняні педагоги: І. Бех, Г. Ващенко, С. Русова, А. Макаренко, В. Сухомлинський, К. Ушинський.

Визначено поняття емоційного інтелекту, його компоненти та особливості розвитку. Емоційний інтелект (EI) — це здатність розпізнавати, розуміти і керувати власними емоціями, а також вміння взаємодіяти з емоціями інших людей. Його важливість в сучасному світі важко переоцінити, оскільки він впливає на різні аспекти життя та міжособистісні відносини.

2. З'ясовано, що соціально-психологічні особливості молодих людей у соцмережах дійсно можуть виявляти різноманітні впливи на їхні соціальні відносини. Соцмережі дозволяють молодим людям легко знаходити і спілкуватися зі своїми друзями, родиною та новими знайомими, навіть на великій відстані. Молоді люди можуть використовувати соцмережі для отримання новин, освітніх ресурсів та можливостей для професійного зростання.

Зазначимо, що існує потреба в усвідомленні цих аспектів та розвитку навичок цифрової грамотності та етикету в Інтернеті. Занадто велика

відвідуваність соцмереж може призводити до залежності, відволікати від навчання, роботи та реальних взаємодій. Збільшений тиск на створення "ідеального" образу у соцмережах може викликати психологічний стрес та впливати на самооцінку, а окрім всього переліченого - неконтрольоване розголошення особистої інформації може становити загрозу приватності та безпеки.

3. Проведене емпіричне дослідження доводить, що для більшості респондентів характерний середній рівень емоційного інтелекту. Діагностика емоційного інтелекту, на основі здатності розуміти свої та чужі емоції, дозволяє нам дійти висновку, що існує різниця в рівні розвитку внутрішньоособистісного та міжособистісного компонентів емоційного інтелекту активних користувачів соцмереж. Підтверджено, що емоційний інтелект - це складний аспект особистості, і вплив соцмереж на його розвиток може бути різноманітним в кожного користувача. Критичний погляд на власні емоції та взаємодія в соцмережах можуть допомогти максимізувати позитивні аспекти та зменшити негативний вплив.

4. Надано рекомендації активним користувачам соцмереж щодо розвитку емоційного інтелекту та його впливу на активних інтернет користувачів. Важливими є такі аспекти, як саморегуляція емоцій, емпатія та уважність до впливу соціальних мереж на емоційний стан. Також важливо встановлювати межі в онлайн-взаємодії та бути обережними в експресії емоцій, оскільки це може вплинути на загальну емоційну атмосферу. Розвиток позитивних звичок, таких як увага до позитивних аспектів життя, практика вдячності та вибір позитивного вмісту, може сприяти підтримці психологічного благополуччя та стимулювати позитивний емоційний досвід.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аршава І. Ф. Емоційна стійкість людини і її діагностика Д.: Вид-во ДНУ, 2016. 336 с.
2. Богдан М. Психологічні особливості спілкування залежних від соціальних мереж. *Психологія і соціологія: проблеми практичного застосування*. 2014. С. 25-29.
3. Белінська О. Сучасні дослідження віртуальної комунікації: проблеми, гіпотези, результати. [Електронний ресурс] Режим доступу: www.psychology.ua/internet.
4. Березюк Г. Емоційний інтелект як детермінанта внутрішньої свободи особистості. *Психологічні студії Львівського ун-ту*. 018, С. 20 – 23.
5. Бреус Ю.В. Емоційний інтелект як чинник професійного становлення майбутніх фахівців соціономічних професій у вищих навчальних закладах: автореф. ...к.психол. н.: 19.00.07. К.: Київський університет імені Б. Грінченка, 2015. 20 с.
6. Вакуліч Т. Інтернет-залежність як новий вид адитивної поведінки *Науковий часопис НПУ ім. М. Драгоманова*. Серія №12. Психологія / За ред. Долинської Л. В. К.: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2015. Вип.7(31) С. 22.
7. Власова О.І. Психологія соціальних здібностей: структура, динаміка, чинники розвитку: монографія. Київ: ВПЦ КНУ, 2015. 308 с.
8. Великий тлумачний словник сучасної української мови [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. К., Ірпінь : ВТФ «Перун», 2014. 1440 с.
9. Вовк О.М. Самоефективність: сутність, структура та особливості розвитку в студентському віці. *Збірник наук. праць*. Інститут психології і соціальної педагогіки Київського університету ім. Бориса Грінченка; Московський гуманітарний педагогічний інститут. Випуск 3. К., М., 2018. С. 132-142.
10. Волженцева І.В. Особливості психічних станів студентів у процесі навчальної діяльності. *Проблеми загальної та педагогічної психології*. Зб. наук.

праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України / За ред. С.Д. Максименка. Т. Х., част.1. К.: «ГНОЗІС», 2018. С. 71-79.

11. Волженцева І.В. Проблема регуляції психічних станів студентів у стресових ситуаціях навчальної діяльності. *Вісник післядипломної освіти: зб. наук. праць*. Вип. 13 / Голов. ред. В.В. Олійник. К.: Геопринт, 2019. Ч.2. С. 69 – 75.

12. Глущенко С. Соціально-психологічні особливості Інтернетаддиктивної поведінки особистості. *Молодь: освіта, наука, духовність: тези доповідей*. Частина І. К.: Університет «Україна», 2018. 547 с.

13. Гончарук В. Безпека дітей в Інтернеті: попередження, освіта, взаємодія. URL: <http://konf.koipro.kr.ua>.

14. Губіна А. М. Мотивація досягнення успіху як детермінанта професійного самовизначення студентів технічних спеціальностей: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07. Харк. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Х., 2016. 18 с.

15. Дерев'янка С. П. Актуалізація емоційного інтелекту в емоціогенних умовах. *Соціальна психологія*. Київ, 2018. №1 (27). С. 96–104.

16. Дерев'янка С.П. Активізація розвитку емоційного інтелекту як спосіб оптимізації процесу соціально-психологічної адаптації особистості. *Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"*. Філософія. Психологія. Педагогіка [Текст]. 2019. № 3(27), Ч. 1. С. 93-98.

17. Жванія Т. В. Емоційна готовність майбутніх психологів до професійної діяльності: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07. Нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Х., 2012. 20 с.

18. Зарицька В.В. Теоретико-методологічні основи розвитку емоційного інтелекту у контексті професійної підготовки: монографія. Запоріжжя: КПУ, 2010. 304 с.

19. Калошин В. Емоційний інтелект: сутність, необхідність, підхід до визначення. *Управління школою*. № 33. 2017. С. 2–16.

20. Коврига Н.В. Стресозахисна та адаптивна функції емоційного інтелекту: авто-реф. ... дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.01. К., 2003. 20 с.
21. Кравченко О.В. Психологічна допомога особовому складу ризиконебезпечних професій при посттравматичних стресових розладах. *Вісник Харківського університету*. Серія: Психологія. Харків: ХНУ, 2018. № 517. С. 102 – 106.
22. Кузнецов М. А. Емоційне ставлення до навчання у курсантів, студентів і школярів. *Наукові записки Харківського військового університету*. Соціальна філософія, педагогіка, психологія. Вип. XIII. Харків, 2017. С. 170-175.
23. Кузнецов М. А. Специфіка реагування на екзаменаційний стрес у студентів з різними рівнями емоційної креативності. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*. Психологія.
24. Кузнецов О. І. Особистісні фактори динаміки психічних станів студентів в умовах успішної та неуспішної навчальної діяльності: дис. ... канд.. психол. наук 19.00.07. Харківський нац. пед. університет імені Г. С. Сковороди. Х., 2015. 198 с.
25. Кузнецов М.А., Діомідова Н.Ю. К 891 Емоційний інтелект як чинник психоемоційних станів студентів в умовах іспиту. Харків: «Діса плюс», 2017. 189 с.
26. Ларіонов С.О. Особливості переживання працівниками органів внутрішніх справ негативних психічних станів у типових ситуаціях : автореф. дис.. ...к.психол. н. 19.00.06. Х., 2016. 20 с.
27. Лаврухіна О. І. Інтернет-залежність як проблема сучасності. URL: www.rusnauka.com/10_DN_2012.
28. Литовченко І. Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі [посібник для батьків]. К: Видавництво ТОВ «Видавничий будинок «Аванпост-Прим», 2016. 48 с.
29. Максименко С. Д. Психологія учіння людини: генетико-моделюючий підхід: монографія. К.: Видавничий Дім «Слово», 2016. 640 с.

30. Милославська О.В. Емоційний інтелект як складова комунікативної компетентності студентів. Монографія. Х., 2011. 219 с.
31. Моргун В.Ф. Емоційний інтелект у багатовимірній структурі особистості. *Постметодика*. №6 (97), 2017. С. 2-15
32. Моргунова Н.С., Хомуленко Т.Б. Психологічні передумови організації самостійної роботи студентів: Монографія. Х.: Міськ. друк., 2012. 176 с.
33. Носенко Е.Л., Емоційний інтелект: концептуалізація феномену, основні функції. Монографія. Київ: Вища школа, 2015. 126 с.
34. Носенко Е. Л. Диспозиційні та перцептивно оцінювані характеристики емоційного інтелекту. *Вісник Харківського університету. Серія Психологія*. Харків. 2002. №550, Ч.1. С. 177-179.
35. Олександров Ю.М. Саморегуляція як чинник психологічного благополуччя студентської молоді: автореф. дис. на здобуття ступ. канд. психол.наук зі спец.: 19.00.01. Харків, 2010. 23 с.
36. Орищенко О.А. Диференційно-психологічний аналіз емпатії Автореф. дис... канд. психол. Наук. Одеса, 2004. 20 с.
37. Павлова І.Г. Дослідження провідних ознак емоційної зрілості особистості, що розвивається. *Наука і освіта*. 2003. № 2-3. С. 41-4
38. Параскевова К.Г. Емоційний інтелект як чинник регуляції емоційно-мотиваційної сфери особистості: автореф. ...к.психол. н.: 19.00.01. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. 17 с.
39. Рибалка В. В. Особистісний підхід у дослідженні інтелекту обдарованої молоді. Матеріали семінару «Інтелект і особистість» та круглого столу «Структура особистості дитини у віковому вимірі», 27квітня 100 2010 р. Ін-т обдарованої дитини НАПН України. К. : ТОВ «Інфосистеми», 2021.
40. Соціологія: підручник / За ред. В. Г. Городяненка. 3-тє вид., переробл. і доп. К.: ВЦ «Академія», 2008. 544 с.
41. Філіппова І. Емоційний інтелект як засіб успішної самореалізації [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=72&c=168>

42. Циганчук Т.В. Динаміка переживання стресів студентами вищих навчальних закладів : автореф. дис ... канд. психол. наук : 19.00.01. Київ, 2011. 20 с.
43. Шпак М. М. Теоретико-методологічні підходи до розуміння феномену емоційного інтелекту особистості. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки : зб. наук. праць Київського національного університету імені Тараса Шевченка; ред. кол.: В. І.Судаков (та ін.). К.: Логос,. Т. 1. 2011. С.192- 199.
44. Caruso D. R., Salovey P. The Emotionally Intelligent Manager: How to Develop and Use the Four Key Emotional Skills of Leadership. Jossey-Bass, San Francisco, 2004, 296 p.

ОПИТУВАННЯ

«Соціальні мережі у житті студентів»

1. Якими соціальними мережами Ви користуєтеся щодня?
 - a. Telegram;
 - b. Instagram;
 - c. Facebook;
 - d. TikTok;
 - e. Twitter;
 - f. Skype;
 - g. WhatsApp.

2. Скільки в середньому Ви проводите часу в соціальних мережах на день?
 - a. менше години;
 - b. 1-3 години;
 - c. 3-5 годин;
 - d. більше ніж 5 годин;
 - e. завжди онлайн.

3. Навіщо Ви заходите у соціальні мережі?
 - a. поспілкуватися з друзями, однокласниками, знайомими тощо;
 - b. Переглянути новини, відео, малюнки;
 - c. Почитати статті, виступи відомих людей;
 - d. Викласти фото, новини на сторінці;
 - e. Послухати музику, погратись;
 - f. Заповнити вільний час.


4. Що Ви відчуваєте після відвідин соціальних мереж?
 - a. Радість, задоволення;
 - b. Пригніченість, пригнічення кількості інформації;
 - c. Нічого не відчуваю.

5. Чи використовуєте Ви соціальні мережі у своєму навчанні?
- a. Так;
 - b. Ні.
6. Чи спілкуєтеся Ви у соціальних мережах зі своїми рідними?
- a. Так;
 - b. Ні.
7. Чи заходите Ви у соціальні мережі, коли перебуваєте у компанії своїх близьких друзів?
- a. Так;
 - b. Ні.
8. Чи вважаєте Ви себе залежним від соціальних мереж?
- a. Так;
 - b. Ні.
9. Чи погодилися б Ви провести місяць, не заходячи в соціальні мережі?
- a. Так;
 - b. Ні.
10. Які емоції Ви переживаєте у соціальних мережах?
- a. радість;
 - b. агресія;
 - c. нервозність;
 - d. втома ;
 - e. приплив сил;
 - f. почуття власної влади ;
 - j. заздрість;
 - k. відчуття всюдозволеності;
 - l. інше.
11. Чи співпадає Ваше коло спілкування в соцмережах та в реальному житті?
- a. Так;
 - b. немає;

с. частково.

12. Не маючи можливості вийти в соцмережу, Ви відчуваєте:
- a. нудьгу;
 - b. роздратування;
 - c. бажання знайти спосіб виходу ;
 - d. спокійно займаєтесь іншою справою.
13. Чи вважаєте Ви, що соцмережі можуть нести небезпеку для вас?
- a. Так ;
 - b. ні ;
 - c. можливо;
14. Як ви реагуєте на критику від інших користувачів соцмереж?
-

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів
мають посилання на відповідне джерело.


Терман І. П.
(підпис)