

ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ЛІДЕРСЬКІ ЯКОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Щербан Тетяна Дмитрівна¹, Самойлов Олексій Сергійович²

¹Доктор психологічних наук, професор, професор кафедри психології, Мукачівський державний університет, м. Мукачево (Україна)

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3702-8029>

²Аспірант 3-го року навчання освітній ступінь – доктор філософії спеціальності 053 «Психологія» Мукачівський державний університет, м. Мукачево (Україна)

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-9120-1291>

UDC: 159.9:316.472.4:-057.87

АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано вплив соціальних мереж на розвиток лідерських якостей студентської молоді з урахуванням ключових психологічних механізмів. На основі теоретичного аналізу літератури виділено шість основних механізмів: соціальне порівняння, самопрезентація, наслідування та соціальне навчання, емоційна реактивність і залучення, формування цифрової ідентичності, потреба у соціальному схваленні. Психологічний вплив кожного механізму проаналізовано з точки зору його ролі у розвитку лідерських якостей: стратегічного мислення, емпатії, комунікативності, автентичності, мотивації до самореалізації та впливу на інших. З метою емпіричного підтвердження теоретичних положень проведено психодіагностичне дослідження із застосуванням факторного та кореляційного аналізів. Результати засвідчили наявність стійкої структури з шести факторів, що відповідають психологічним механізмам впливу соціальних мереж, із високими показниками надійності (α -Кронбаха > 0.78) та загальною дисперсією 76,9%. Найбільшу кореляцію з рівнем сформованості лідерських якостей виявлено у механізмів самопрезентації, цифрової ідентичності та соціального порівняння. Соціальні мережі визначено як простір соціально-психологічного розвитку, що може бути використаний для формування автентичного лідерства. Запропоновано напрями подальших досліджень і практичних програм, спрямованих на розвиток лідерського потенціалу молоді з урахуванням цифрового середовища.

Ключові слова: лідерські якості, соціальні мережі, психологічні механізми, самопрезентація, соціальне порівняння, цифрова ідентичність, емоційна реактивність, наслідування, молодь, лідерство.

Визначення проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. У сучасному цифровому суспільстві соціальні мережі стали не лише засобом комунікації, а потужним соціально-психологічним середовищем, що активно впливає на особистість, її цінності, емоції, способи самовираження та соціальної взаємодії. Особливо чутливо до цього впливу реагує

молодь — група, яка перебуває у фазі активного особистісного становлення та формування лідерського потенціалу.

Проблема полягає в тому, що хоча соціальні мережі відкривають нові можливості для розвитку лідерських якостей, вони також несуть ризики деформації особистості, поверхневого самопозиціонування, залежності від зовнішньої оцінки. Тому виникає необхідність

Address for correspondence, e-mail: editpsychas@gmail.com
Copyright: © Tetiana Shcherban, Oleksii Samoilov

This is an Open Access journal. This work is licensed under a **Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)**.
Link: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

глибше зрозуміти внутрішні психологічні механізми, через які цифрове середовище впливає на формування лідерства у студентської молоді. Саме ці механізми — соціальне порівняння, самопрезентація, наслідування, емоційна залученість, формування ідентичності, потреба в соціальному схваленні — виступають ключовими медіаторами у трансформації особистості під впливом цифрової взаємодії.

Наукова значущість дослідження полягає у розробці цілісної теоретико-емпіричної моделі, що дозволяє зрозуміти природу та структуру психологічного впливу соціальних мереж на лідерські якості. Дослідження узгоджується з сучасними психологічними концепціями (соціального навчання, соціального порівняння, емоційного інтелекту, цифрової ідентичності) та поглиблює наукове уявлення про взаємодію особистості з цифровим середовищем.

Практична значущість проблеми полягає в тому, що розуміння зазначених механізмів дає змогу створювати ефективні програми розвитку лідерського потенціалу молоді, що враховують умови сучасного інформаційного простору. Це важливо як для освітніх установ, так і для молодіжної політики, цифрової грамотності, профілактики ризикованої поведінки у мережі та формування психологічної стійкості.

Таким чином, дослідження має міждисциплінарне значення та відповідає актуальним запитам сучасної науки й практики щодо формування ефективного, відповідального та соціально активного лідера в умовах цифрової епохи.

Аналіз останніх досліджень та публі-

кацій. Упродовж останніх років зростає науковий інтерес до вивчення впливу цифрового середовища, зокрема соціальних мереж, на особистісний розвиток студентської молоді. Особлива увага приділяється взаємозв'язку між цифровими практиками та формуванням лідерських якостей. Дослідження показують, що лідерські якості сучасної молоді все частіше формуються в онлайн-контексті через такі процеси, як самопрезентація, мережеве соціальне порівняння, цифрова ідентичність, активне спостереження за зразками поведінки (соціальне навчання), залученість до комунікативної взаємодії, а також прагнення до соціального схвалення (Lee, Kim & Vannucci, 2021).

У роботах Zhang et al. (2022) зазначається, що психологічні механізми, які активізуються у соціальних мережах, можуть як сприяти, так і перешкоджати розвитку лідерського потенціалу. Наприклад, самопрезентація в Instagram або TikTok стимулює навички соціального впливу, однак за умови низької самооцінки може викликати залежність від зовнішнього схвалення.

Дослідження Liu & Baumeister (2023) вказують, що формування цифрової ідентичності стає частиною процесу побудови «лідерського образу» серед студентів, особливо у проєктних командах, волонтерських ініціативах чи в рамках неформального студентського активізму.

Окрему увагу приділено впливу емоційної реактивності на комунікативну поведінку в соцмережах. Згідно з результатами дослідження Syed & Sheri (2022), емоційна залученість у контент (через лайки, коментарі,

сторіз) впливає на розвиток емоційного інтелекту та емпатійного лідерства.

Варто також відзначити роботу Lin et al. (2021), яка акцентує увагу на ролі соціального порівняння у контексті розвитку мотивації до досягнень і конкурентоспроможності, що є базовими характеристиками лідера.

У вітчизняному науковому дискурсі також зростає зацікавленість проблематикою впливу соціальних мереж на розвиток особистості, зокрема студентської молоді. Дослідження все частіше акцентують на тому, що цифрове середовище виступає простором формування соціального капіталу, самоствердження та розвитку лідерських якостей молоді. Зокрема, у роботах [Л. Сокол та Т. Пелипейко \(2023\)](#), [Т. Щербан та О. Самойлов \(2024\)](#) розглядається взаємозв'язок між цифровою самопрезентацією, соціальним порівнянням та самоідентифікацією, що впливають на формування лідерського потенціалу студентів. У дослідженні Коломієць (2022) підкреслено, що потреба у соціальному визнанні та залучення до онлайн-груп підтримки стимулює розвиток соціального впливу, ініціативності та відповідальності, які є важливими компонентами лідерських якостей. Окрема увага приділяється емоційному аспекту взаємодії в соцмережах. Так, за результатами дослідження П. Криворучка (2021), емоційна реактивність, зумовлена цифровим контентом, активізує як адаптивні, так і дезадаптивні форми поведінки, що може як сприяти, так і заважати лідерській самореалізації. Також в українських публікаціях підкреслюється потреба у цілеспрямованому розвитку критичного ставлення до цифрових образів лідерства

(Шевчук, 2019), адже молодь часто переймає шаблони поведінки не завжди конструктивного характеру, що підкреслює важливість психологічного супроводу.

Таким чином, сучасні емпіричні дослідження підтверджують, що вплив соціальних мереж на лідерські якості не є однозначним і залежить від ряду психологічних механізмів, які варто розглядати як окремі змінні в комплексних дослідженнях.

Мета статті - виокремити та емпірично підтвердити психологічні механізми впливу соціальних мереж на розвиток лідерських якостей студентської молоді. Завдання дослідження: теоретично виокремити ключові психологічні механізми впливу соціальних мереж на формування лідерських якостей студентської молоді на основі аналізу сучасних наукових підходів; емпірично підтвердити наявність та значущість виявлених психологічних механізмів за допомогою факторного та кореляційного аналізу.

Методи та методики дослідження. Дослідження проводилося впродовж 2023-2024 років за наступними етапами: перший етап - виокремлення психологічних механізмів впливу соціальних мереж на студентську молодь на підставі теоретичного аналізу та узагальнення сучасних досліджень; другий етап – підбір методичного інструментарію для діагностування, формування вибірки респондентів; третій - реалізація емпіричного дослідження; четвертий – аналіз отриманих результатів.

Вибірка досліджуваних складалася з 210 осіб (студенти віком 18–24 років спеціальностей психологія та менеджмент Мукачівсь-

кого державного університету).

У дослідження використані методики:

1. Опитувальник «Стилі мережевої взаємодії» (авторська розробка на базі адаптації Sundar, Paracharissi, Valkenburg) — 36 тверджень, які відповідали блокам: соціальне порівняння; цифрова самопрезентація; ідентифікація з інфлюенсерами; емоційна чутливість до фідбеку; потреба у схваленні; цифрова ідентичність.

2. Тест розвитку лідерських якостей (LPI – Leadership Practices Inventory) (Kouzes & Posner, 2003, адаптація українською) — 30 тверджень.

3. Тест емоційного інтелекту за Саловем і Майером (адаптація) — 33 твердження.

Також для аналізу отриманих результатів використано математично-статистичні інструменти: факторний та кореляційний аналіз.

Виклад основного матеріалу. Відомий дослідник цифрової культури Castells (2009) розглядає соціальні мережі як автономні та самовідтворювані системи, що функціонують завдяки взаємодії структурних механізмів і активності індивідів. У цьому контексті особливого значення набуває психологічний вимір впливу соціальних мереж, оскільки він виявляється як на рівні внутрішнього функціонування особистості, так і на рівні її соціалізації в умовах цифрової доби.

Соціальні мережі формують нову комунікативну реальність, у якій відбувається постійна самопрезентація та реконструкція особистості. Індивід самостійно обирає, які аспекти демонструвати, як позиціонувати власну особу та з ким взаємодіяти. Внаслідок цього розмиваються межі між реальним та віртуальним

«Я», а нові форми самоідентифікації реалізуються через цифрові аватари, профілі та онлайн-репутацію.

На думку Castells (2009), мережеві структури функціонують через взаємодію індивідуальних агентів, однак ця взаємодія часом є асиметричною. Користувачі схильні порівнювати себе з ідеалізованими образами інших, що призводить до почуття неповноцінності, зниження самооцінки, емоційної фрустрації. Це, своєю чергою, спричиняє підвищення рівня тривожності та депресивних станів, особливо серед молоді.

Алгоритми соціальних платформ створені з метою утримання уваги користувача, що формує психологічну залежність. Зокрема, спостерігається явище FOMO (fear of missing out — страх щось пропустити), зниження здатності до глибокої концентрації, поверховість мислення. Відтак поступово формується кліпове мислення та зміни в когнітивних процесах. Залежність від зовнішнього схвалення (кількість лайків, коментарів, підписників) стає визначальним чинником самооцінки.

Отже, відповідно до концептуального підходу Кастельса, соціальні мережі не можна зводити лише до технічного засобу комунікації — вони функціонують як складні соціальні середовища, що глибоко впливають на особистість. Вони не тільки відображають, а й трансформують способи мислення, емоційного реагування, соціальної взаємодії та самосприйняття.

У цьому зв'язку вивчення психологічного впливу соціальних мереж є необхідною умовою розуміння трансформацій особистості у цифрову епоху. Психологічні механізми

впливу можна розглядати як внутрішні (інтраперсональні) процеси, через які взаємодія з цифровим середовищем впливає на свідомість, поведінку, емоційний стан і розвиток користувача. Ці механізми виступають посередниками між зовнішнім віртуальним впливом і внутрішніми психічними функціями.

Аналіз сучасної наукової літератури дозволяє виокремити ключові психологічні механізми впливу: соціальне порівняння, самопрезентація, наслідування та соціальне навчання, емоційна реактивність та залучення, формування ідентичності, потреба у схваленні та соціальному визнанні.

Соціальне порівняння — схильність оцінювати себе через порівняння з іншими (Festinger, 1954). Соціальні мережі підсилюють цей механізм завдяки демонстрації «успішних» образів, що впливає на самооцінку, мотивацію та лідерські амбіції.

Самопрезентація — свідоме управління образом себе в очах інших (Paracharissi, 2011). У соцмережах цей механізм стає активним інструментом соціальної адаптації та впливу.

Наслідування та соціальне навчання — копіювання поведінки авторитетних осіб (інфлюенсерів, лідерів думок) (Bandura, 1986). Соцмережі виступають простором інтенсивного спостереження та повторення лідерських патернів.

Емоційна реактивність та залучення — сильна емоційна залученість через інтерактивність і миттєвий фідбек (Suler, 2004). Це може розвивати емпатію або призводити до емоційного виснаження.

Формування ідентичності — цифрова взаємодія формує нову, віртуальну ідентич-

ність (Turkle, 2011) Молодь вибудовує «цифрове Я», яке може підтримувати або суперечити реальному «Я».

Потреба у схваленні та соціальному визнанні — реалізується через механізми лайків, підписок, коментарів (Deci & Ryan, 2000). Успіх у соцмережах сприймається як доказ особистісної цінності.

Лідерські якості особистості — це комплекс психологічних рис і поведінкових проявів, які дають змогу індивіду впливати на інших, ініціювати зміни, вести за собою групу, ухвалювати рішення та брати відповідальність. У соціальних мережах ці якості розкриваються, посилюються або, навпаки, деформуються під впливом низки психологічних чинників.

Соціальне порівняння — особистість порівнює себе з іншими (за досягненнями, популярністю, зовнішністю тощо). Вплив на лідерські якості: може стимулювати внутрішню мотивацію до розвитку, самореалізації, конкуренції (характерно для майбутніх лідерів). Даний механізм формує цілеспрямованість, бажання бути кращим у певній галузі. Проте, при надмірному чи викривленому порівнянні може викликати компенсаторне лідерство — зовнішньо демонстративне, але без внутрішньої сили.

Самопрезентація - управління враженням про себе, конструювання іміджу. Вплив на лідерські якості: стимулює розвиток стратегічного мислення (яким себе показати, як позиціонувати себе у групі). Цей механізм розвиває комунікабельність, соціальний інтелект, публічну впевненість, підвищує відповідальність за власний імідж, що важливо для

авторитету лідера.

Наслідкування та соціальне навчання - копіювання поведінки авторитетних осіб (інфлюенсерів), мовлення. Вплив на лідерські якості: дає приклади моделей ефективного лідерства. Такий механізм формує уявлення про стратегії впливу, лідерські стилі, активізує мотивацію до впливу на інших (через наслідування ролі лідера). Проте, некритичне наслідування може формувати поверхневе лідерство, базоване на стилізації, а не на сутності.

Емоційна реактивність та залучення - інтенсивна емоційна відповідь на онлайн-взаємодію, коментарі, фідбек. Вплив на лідерські якості: розвиває емоційний інтелект (співпереживання, регуляція власних емоцій, вміння працювати з емоціями інших). Даний механізм створює умови для побудови емоційної довіри — ключового ресурсу впливу лідера, підвищує адаптивність до емоційно насиченого середовища.

Формування ідентичності - через цифрову взаємодію відбувається інтеграція в соціальні ролі та цінності. Вплив на лідерські якості: допомагає особистості усвідомити своє «Я», свою місію, цінності, стилі поведінки, забезпечує цілісність особистості, що є критично важливим для автентичного лідерства. У соцмережах формується цифрова ідентичність, яка може бути або щирим продовженням лідерського «Я», або фасадом.

Потреба у схваленні та соціальному визнанні - створення постів, очікування лайків, коментарів, підписок. Вплив на лідерські якості: стимулює розвиток харизми, вміння «тримати аудиторію», залучати інших, посилює мотивацію бути авторитетом, вести за со-

бою. Водночас може призвести до залежності від зовнішнього схвалення, що суперечить внутрішній стійкості лідера.

Узагальнюючи відмітимо, що саме соціальні мережі, активізуючи ключові психологічні механізми, створюють своєрідну «тренувальну платформу» для формування або моделювання лідерських якостей.

Необхідно зазначити, що у сучасній психології наукова достовірність знань досягається завдяки інтеграції теоретичних положень з емпіричними даними, які дозволяють перевірити теоретичні дослідження. У межах дослідження, присвяченого вивченню впливу соціальних мереж на лідерський розвиток молоді, теоретичний аналіз дав змогу виокремити шість ключових психологічних механізмів (соціальне порівняння, самопрезентація, наслідування, емоційна реактивність, цифрова ідентичність, потреба у схваленні). Проте, сам по собі теоретичний аналіз, хоча і ґрунтується на авторитетних концепціях (L. Festinger, A. Bandura, E. Goffman, S. Turkle, D. Goleman та ін.), не гарантує, що ці механізми є актуальними, відчутними і значущими для цільової вибірки — сучасної молоді. З метою емпіричного підтвердження виокремлених психологічних механізмів впливу соціальних мереж на розвиток лідерських якостей особистості нами проведено аналіз результатів діагностичного дослідження за допомогою математично-статистичних методів.

Для аналізу отриманих емпіричних результатів застосовано факторний та кореляційний аналіз. Факторний аналіз був застосований для виявлення латентної структури психологічних механізмів впливу соціальних

мереж на лідерські якості студентської молоді. Основне завдання полягало в тому, щоб емпірично підтвердити, що запропоновані на основі теоретичного аналізу шість механізмів (соціальне порівняння, самопрезентація, наслідування та соціальне навчання, емоційна реактивність і залучення, формування ідентичності, потреба у схваленні та соціальному визнанні) дійсно є взаємопов'язаними компонентами загального феномену впливу соціальних мереж. Таким чином, факторний аналіз дозволив: згрупувати змінні, що мають високі внутрішні зв'язки, у фактори; емпірично підтвердити 6 факторів, які відповідають теоретично виділеним психологічним механізмам. Отримані результати факторного аналізу представлено в таблиці 1.

Причому, загальна дисперсія — 76.9%, що свідчить про стійку факторну структуру, усі фактори мають α -Кронбаха > 0.78 , що підтверджує високу надійність шкал.

Отже, проведене емпіричне досліджен-

ня підтвердило наявність шести стійких психологічних механізмів впливу соціальних мереж на особистість, кожен з яких виконує унікальну функцію в процесі формування лідерських якостей. Їх виокремлення стало можливим завдяки статистичному факторному аналізу, але кожен з них також має глибоку психологічну наповненість. Для ґрунтовнішого розуміння важливості кожного механізму проведено кореляційний аналіз.

Кореляційний аналіз дав можливість визначення ступеня взаємозв'язку між окремими психологічними механізмами та рівнем сформованості лідерських якостей студентів. Його завданням було: з'ясувати, які механізми соціальних мереж мають найбільший вплив на розвиток лідерських якостей; визначити провідні механізми, що мають найбільший внесок у розвиток лідерських якостей. Отримані результати кореляційного аналізу представлено в таблиці 2.

У результаті кореляційного аналізу бу-

Таблиця 1

Результати факторного аналізу

№ фактору	Назва фактора	% дисперсії	Приклади змінних
1	Соціальне порівняння	18.4%	«Я порівнюю свої досягнення з іншими»
2	Цифрова самопрезентація	15.7%	«Я ретельно підбираю, що викладати»
3	Наслідування (інфлюенсери)	13.2%	«Я намагаюсь бути як певний блогер»
4	Емоційна реактивність / залучення	11.3%	«Мене дуже засмучує негативний коментар»
5	Формування цифрової ідентичності	9.8%	«Мій образ у мережі — частина мого Я»
6	Потреба у схваленні та соціальному визнанні	8.5%	«Кількість лайків важлива для мене»

Таблиця 2

Результати кореляційного аналізу (r-Пірсона)

Механізм	r з лідерськими якостями	Значущість
Соціальне порівняння	r = 0.43	p < 0.01
Самопрезентація	r = 0.51	p < 0.01
Наслідування інфлюенсерів	r = 0.27	p < 0.05
Емоційна реактивність	r = 0.38	p < 0.01
Формування цифрової ідентичності	r = 0.42	p < 0.01
Потреба у схваленні	r = 0.21	p < 0.05

ло виявлено, що самопрезентація, цифрова ідентичність (як компонент формування ідентичності) та соціальне порівняння мають найвищі коефіцієнти кореляції з рівнем лідерських якостей, що свідчить про їх ключову роль у механізмі впливу соціальних мереж.

Розглянемо ґрунтовніше виокремлені психологічні механізми впливу соціальних мереж на лідерські якості студентської молоді. Пояснення кожного механізму забезпечить концептуальну ясність та дозволить чітко окреслити, яким чином саме ці психологічні процеси діють на особистість у цифровому середовищі. Це важливо не лише для наукового аналізу, а й для формування інструментів практичного впливу – зокрема, програм розвитку лідерства або цифрової грамотності.

Соціальне порівняння. Цей механізм є одним із найсильніших каталізаторів зростання лідерського потенціалу в умовах мережевого середовища. Молоді люди постійно спостерігають за життям інших — їхніми досягненнями, активністю, популярністю — що змушує замислюватися над власними цілями, ресурсами та рівнем розвитку. Соціальні мережі виступають «дзеркалом» для самооцінки. Таке порівняння часто активізує внутрішню мотивацію до саморозвитку, особливо у молоді з високим рівнем амбіцій, і вчить орієнтуватися на соціальні стандарти лідерства.

Самопрезентація. Результати показали, що саме механізм самопрезентації має найвищий зв'язок з розвитком лідерських якостей. Це свідчить про те, що молодь активно вчить управляти своїм іміджем у мережі: продумує візуальні повідомлення, текстові формати, позиціонування себе як експерта або організатора.

Такий досвід посилює рефлексивність, стратегічне мислення та вміння взаємодіяти з різними аудиторіями — ключові якості сучасного лідера. В умовах цифрового середовища формування лідерства дедалі частіше починається з особистого брендування в соціальних мережах.

Наслідування (соціальне моделювання). Цей механізм проявляється у схильності молоді переймати поведінкові моделі авторитетних фігур — інфлюенсерів, лідерів думок, медійних персон. Така стратегія може виконувати навчальну функцію, коли молодь «відпрацьовує» нові стилі спілкування, риторики, ведення дискусій. Водночас, це може бути і поверхневе копіювання, що формує псевдолідерство — стилізоване, але не завжди автентичне. Отже, наслідування є вторинним, допоміжним механізмом, який потребує критичного осмислення та інтеграції у власний стиль.

Емоційна реактивність та залучення. Реакції на коментарі, оцінки, публічну увагу в соціальних мережах тісно пов'язані з емоційним фоном взаємодії. З одного боку, це дає змогу тренувати емоційний інтелект — розуміти, як реагувати на критику, підтримувати інших, створювати позитивну емоційну атмосферу. З іншого боку, надмірна емоційна залученість може провокувати психоемоційне виснаження. Проте результати показали, що у помірних межах саме цей механізм сприяє розвитку таких лідерських рис, як емпатія, гнучкість, соціальна чутливість.

Формування цифрової ідентичності. Цей механізм відповідає за глибші рівні особистісної самоорганізації. Коли молодь бачить

свій цифровий образ як частину справжнього «Я», вона розвиває цілісне уявлення про себе як суб'єкта впливу. Це формує основу для автентичного лідерства — лідерства, що ґрунтується не на маніпуляції чи моді, а на внутрішній узгодженості цінностей, поведінки та стилю комунікації. Така ідентичність — важливий ресурс психологічної стійкості в публічному просторі.

Потреба у схваленні та соціальному визнанні. Цей механізм є природним для юнацького віку, проте в умовах соціальних мереж він посилюється. Молодь часто асоціює лайки, підписників, коментарі з рівнем власної значущості. У помірній формі це стимулює мотивацію до активності, прагнення бути корисним, бажання бути почутим. Проте, якщо потреба у схваленні стає надмірною, вона може сформувати залежне, демонстративне лідерство, що вразливе до критики й нестійке у кризах. Таким чином, баланс між зовнішнім визнанням і внутрішніми цінностями — ключ до здорового лідерського розвитку.

Отже, лідерські якості формуються під впливом багатьох взаємопов'язаних факторів. Соціальні мережі не діють одномірно — кожен механізм формує певний аспект лідерства: мотиваційний, емоційний, когнітивний чи поведінковий. Наприклад:

- самопрезентація — формує впевненість та вміння керувати враженням;
- соціальне порівняння — впливає на амбіції та самооцінку;
- ідентичність — визначає ціннісні орієнтири лідера;
- емоційна реактивність — визначає соціальну чутливість тощо.

Тому для адекватного аналізу лідерства потрібно розглядати кожен механізм у його динаміці та змісті, а не просто як статистичну змінну.

Узагальнюючи слід підкреслити, що вплив соціальних мереж на особистість має виражену структуровану форму, а формування лідерства може бути цілеспрямовано підтримано через розуміння цих механізмів. Таким чином, факторний аналіз виконував структурно-виділяючу функцію, а кореляційний аналіз — функцію оцінки значущості впливу кожного механізму.

Висновки дослідження та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження підтвердило, що соціальні мережі є не лише інструментом комунікації, а й потужним соціальним середовищем, яке формує психологічні засади лідерського потенціалу сучасної молоді. Застосування концептуального підходу до розгляду цифрових платформ дозволило виявити, що взаємодія в соціальних мережах активізує низку внутрішніх (інтраперсональних) психологічних процесів, які виступають медіаторами між цифровим впливом і розвитком особистості.

Теоретичний аналіз дозволив виокремити шість ключових психологічних механізмів впливу соціальних мереж: соціальне порівняння, самопрезентацію, наслідування та соціальне навчання, емоційну реактивність і залучення, формування цифрової ідентичності, потребу в соціальному визнанні. Подальше емпіричне дослідження за допомогою факторного та кореляційного аналізів підтвердило стійкість і значущість кожного з цих механізмів.

Факторний аналіз підтвердив наявність шести чітко виражених факторів, які відповідають теоретично визначеним механізмам, із високим рівнем внутрішньої узгодженості (α -Кронбаха > 0.78), що вказує на їх надійність як емпіричних конструктів. Загальна дисперсія 76,9% свідчить про високу пояснювальну здатність моделі.

Результати кореляційного аналізу засвідчили, що самопрезентація, цифрова ідентичність і соціальне порівняння мають найвищі позитивні зв'язки з рівнем сформованості лідерських якостей. Це дає підстави вважати ці механізми провідними у розвитку лідерства в умовах цифрового середовища. Вони стимулюють розвиток стратегічного мислення, самосвідомості, внутрішньої мотивації до самореалізації, а також здатності впливати на інших та управляти груповою динамікою.

Отже, отримані дані дозволяють стверджувати, що лідерські якості студентської молоді можуть формуватися та підсилюватися під впливом цілком конкретних психологічних механізмів, активованих у процесі взаємодії з соціальними мережами. У цьому контексті соціальні мережі виступають своєрідним соціально-психологічним простором розвитку особистості, а їх вплив може і має бути усвідомлено врахований у програмах формування лідерського потенціалу.

Розуміння зазначених механізмів відкриває перспективи для психологічної підтримки молоді, розвитку цифрової компетентності, цифрової етики, а також створення цільових програм формування автентичного лідерства в умовах цифрового суспільства.

Перспективою подальших досліджень є

розроблення та апробація цільових психологічних програм розвитку лідерських якостей студентської молоді, які враховують вплив соціальних мереж. Такі програми мають бути спрямовані на формування навичок усвідомленої самопрезентації, розвитку емоційного інтелекту, критичного мислення, цифрової саморефлексії та відповідального онлайн-лідерства. Ефективність програм доцільно оцінювати через повторне вимірювання рівня лідерських якостей та змін у використанні ключових психологічних механізмів, виявлених у цьому дослідженні.

References :

- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Kolomiets, N. V. (2022). Sotsialni merezhi yak chynnyk formuvannia sotsialnoho vplyvu u studentskoi molodi [Social networks as a factor in shaping social influence among student youth]. *Naukovi studii iz sotsialnoi ta politychnoi psykholohii*, (49), 59–65. [in Ukrainian]
- Krivoruchko, P. M. (2021). Emotsiina zaluchenist u tsyfrovoho sere dovys hchi yak peredumova rozvytku lider skykh yakoste i [Emotional involvement in the digital environment as a prerequisite for leadership development]. *Psykhologichnyi zhurnal*, (1), 34–39. [in Ukrainian]
- Lee, J., Kim, H., & Vannucci, A. (2021). The role of social media in shaping leadership identity in emerging adults. *Journal of Youth and Adolescence*, 50(3), 549–564. <https://doi.org/10.1007/s10964-020-01356-0>
- Lin, Y., Huang, L., & Tsai, M. (2021). Social comparison and achievement motivation in the age of Instagram: Implications

- for youth leadership development. *Journal of Adolescence*, 89, 15–25. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2021.03.005>
- Liu, Y., & Baumeister, R. F. (2023). Digital identity and leadership development in social media environments: A psychological perspective. *Computers in Human Behavior*, 141, 107623. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107623>
- Papacharissi, Z. (2011). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Cambridge: Polity Press.
- Shcherban, T., & Samoilo, O. (2024). Socialisation of student youth in social networks. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Seriya "Pedagogika ta psykholohiia"*, 10(2), 9–16.
- Shevchuk, L. O. (2019). Krytychne myslennia yak mekhanizm adaptatsii molodi do tsyfrovoho seredovyshcha [Critical thinking as a mechanism of youth adaptation to the digital environment]. *Osvita i rozvytok obdarovanoi osobystosti*, 10(85), 63–68. [in Ukrainian]
- Sokol, L. P., & Pelipeiko, T. A. (2023). Mekhanizmy samoprezentatsii v sotsialnykh merezhakh i ikh vplyv na lidersku samokontseptsiu osobystosti [Mechanisms of self-presentation in social networks and their influence on the leadership self-concept of personality]. *Aktualni problemy psykholohii*, XV(10), 73–81. [in Ukrainian]
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Syed, A. R., & Sheri, P. A. (2022). Emotional engagement in digital interactions: Predicting leadership traits from social media activity. *Journal of Applied Social Psychology*, 52(4), 263–277. <https://doi.org/10.1111/jasp.12847>
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Zhang, W., Wang, H., & Li, Y. (2022). Social learning through digital platforms and its effect on student leadership: Evidence from cross-cultural analysis. *Computers & Education*, 185, 104529. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2022.104529>

Щербан Тетяна Дмитрівна

Доктор психологічних наук, професор, професор кафедри психології, Мукачівський державний університет, м. Мукачеве (Україна)

Самойлов Олексій Сергійович

Аспірант 3-го року навчання освітній ступінь – доктор філософії спеціальності 053 «Психологія» Мукачівський державний університет, м. Мукачеве (Україна)

ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ЛІДЕРСЬКІ ЯКОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано вплив соціальних мереж на розвиток лідерських якостей студентської молоді з урахуванням ключових психологічних механізмів. На основі теоретичного аналізу літератури виділено шість основних механізмів: соціальне порівняння, самопрезентація, наслідування та соціальне навчання, емоційна реактивність і залучення, формування цифрової ідентичності, потреба у соціальному схваленні. Психологічний вплив кожного механізму проаналізовано з точки зору його ролі у розвитку лідерських якостей: стратегічного мислення, емпатії, комунікативності, автентичності, мотивації до самореалізації та впливу на інших. З метою емпіричного підтвердження теоретичних положень проведено психодіагностичне дослідження із застосуванням факторного та кореляційного аналізів. Результати засвідчили наявність стійкої структури з шести факторів, що відповідають психологічним механізмам впливу соціальних мереж, із високими показниками надійності (α -Кронбаха > 0.78) та загальною дисперсією 76,9%. Найбільшу кореляцію з рівнем сформованості лідерських якостей виявлено у механізмів самопрезентації, цифрової ідентичності та соціального порівняння. Соціальні мережі визначено як простір соціально-психологічного розвитку, що може бути використаний для формування автентичного лідерства. Запропоновано напрями подальших досліджень і практичних програм, спрямованих на розвиток лідерського потенціалу молоді з урахуванням цифрового середовища.

Ключові слова: лідерські якості, соціальні мережі, психологічні механізми, самопрезентація, соціальне порівняння, цифрова ідентичність, емоційна реактивність, наслідування, молодь, лідерство.

Tetiana Shcherban

Doctor of psychological sciences, professor, Professor of the Department of Psychology, Mukachevo State University, Mukachevo (Ukraine)

Oleksii Samoilo

3rd year postgraduate student, educational degree - Doctor of Philosophy, specialty 053 "Psychology" Mukachevo State University, Mukachevo (Ukraine)

PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF SOCIAL MEDIA INFLUENCE ON LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENT YOUTH

ABSTRACT

This article examines the impact of social media on the development of leadership qualities among student youth through the lens of key psychological mechanisms. Based on a theoretical analysis of contemporary literature, six core mechanisms are identified: social comparison, self-presentation, imitation and social learning, emotional reactivity and engagement, digital identity formation, and the need for social approval. Each mechanism's psychological influence is analyzed in relation to its contribution to the development of leadership traits such as strategic thinking, empathy, communicative competence, authenticity, motivation for self-realization, and the ability to influence others. An empirical study was conducted using factor and correlation analysis to verify the theoretical framework. The findings confirmed a stable six-factor structure corresponding to the proposed psychological mechanisms, with high reliability scores (Cronbach's $\alpha > 0.78$) and a total variance explained of 76.9%. The mechanisms of self-presentation, digital identity, and social comparison demonstrated the strongest correlations with leadership quality development. Social media is conceptualized as a socio-psychological space that fosters personality development and may serve as a platform for authentic leadership formation. The article outlines future research directions and practical programs aimed at fostering student leadership potential within digital environments.

Keywords: leadership qualities, social media, psychological mechanisms, self-presentation, social comparison, digital identity, emotional reactivity, imitation, youth, leadership development.

How to cite (як цитувати):

Shcherban, T., & Samoilo, O. PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF SOCIAL MEDIA INFLUENCE ON LEADERSHIP QUALITIES OF STUDENT YOUTH. *PSYCHOLOGICAL JOURNAL*, 11(4), 61–71. <https://doi.org/10.31108/1.2025.11.4.4> [in Ukrainian]

Щербан, Т., & Самойлов, О. ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ЛІДЕРСЬКІ ЯКОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ. *ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЧАСОПИС*, 11(4), 61–71. <https://doi.org/10.31108/1.2025.11.4.4>

Дата отримання статті: 03.02.2025

Дата рекомендації до друку: 21.04.2025

Дата оприлюднення: 30.04.2025