

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет психології
Кафедра соціальної психології

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему:

**«ОСОБЛИВОСТІ ЗВ'ЯЗКУ ПСИХОЛОГІЧНОГО
БЛАГОПОЛУЧЧЯ ТА МОТИВІВ КОРИСТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-
ПРОСТОРОМ СТУДЕНТАМИ»**

Студента 4-го курсу, 5 групи
спеціальності 053 «Психологія»
Ярошенко Роман Олександрович

Науковий керівник:
кандидат психологічних наук,
доцент кафедри соціальної психології
Рогаль Ніна Іванівна

Допустити до захисту в ЕК
кафедра соціальної психології
Протокол № ____ від _____
завідувач кафедри:
доктор психологічних наук, професор
Траверсе Тетяна Михайлівна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ПРОБЛЕМИ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗВ'ЯЗКУ МОТИВІВ КОРИСТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРОМ СТУДЕНТАМИ ТА ЇХ ПСИХОЛОГІЧНИМ БЛАГОПОЛУЧЧЯМ.....	9
1.1. Теоретичний аналіз розвитку уявлень про психологічне благополуччя у вітчизняній та зарубіжній психології.....	9
1.2. Чинники психологічного впливу інтернет-простору на особистість в студентському віці.....	24
1.3. Мотиви користування інтернет-простором студентами в контексті відчуття психологічного благополуччя.....	37
Висновки до розділу 1.....	47
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗВ'ЯЗКУ ПСИХОЛОГІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ТА МОТИВІВ КОРИСТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРОМ СТУДЕНТАМИ.....	49
2.1. Загальна методологічна схема дослідження.....	49
2.2. Обґрунтування методів та методик емпіричного дослідження.....	52
Висновки до розділу 2.....	56
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ ПСИХОЛОГІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ТА МОТИВІВ КОРИСТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРОМ СТУДЕНТАМИ.....	58
3.1. Загальна характеристика спрямованості користування інтернет-простором студентами.....	58
3.2. Типологізація студентів відповідно до критерію мотивації користування інтернетом.....	62
3.3. Особливості зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет простором студентами.....	66

Висновки до розділу 3.....	70
ВИСНОВКИ.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	74
ДОДАТКИ.....	81

ВСТУП

Актуальність дослідження. Проблема благополуччя молоді та пошуку чинників, що зумовлюють стійкість відчуття себе «щасливою людиною», а також висока адаптивність студентства до паралельного активного «буття» в реальному та віртуальному світі набула в особливій гостроти в останні двадцять років, як в Україні так і в цілому світі. Важливість благополуччя студентів для позитивного розвитку молоді та їх подальшого диверсифікаційного функціонування в суспільстві визнається важливою, незважаючи на відсутність консенсусу щодо того, що означає для молоді відчувати себе благополучним під час навчання у вищому навчальному закладі. Відсутність ідеальної моделі благополуччя студентів та універсальних показників благополуччя потребує широкого охоплення академічного, соціального та культурного середовища окремих вищих навчальних закладів з метою підтримки ефективного моніторингу благополуччя студентів на практиці.

Важливим кроком, на нашу думку, є створення моделі психометричного аналізу студентського благополуччя в еру інтернету, а також дослідження його життєздатності як практичного психологічного інструменту для полегшення рефлексії, ідентифікації, комунікації, впровадження та моніторингу благополуччя студентів. Складність утворення моделі полягає у багатогранності та двовимірності поняття благополуччя. А саме вивчення теми в межах різних наук, як то: економіка, психологія, соціологія, медицина, та розбіжностей у самосприйнятті себе благополучною людиною в оф-лайн та онлайн світах в межах щонайменше семи областей вимірювання: відчуттів, мислення, функціонування, прагнень, володіння, буття, приналежності. Ці сім областей вважаються як унікальними, так і спільно важливими для відчуття благополуччя; кожна сфера представляє певний вимір благополуччя, який заслуговує на увагу під час навчання в університеті. Проте сфери узгодження між ними відображені їхньою організацією у три основні категорії: активи;

оцінки; дії. Зокрема, наявність, буття та стосунки вважаються активами для благополуччя. Це зовнішні, міжособистісні та внутрішньо особистісні змінні – умови та обставини, пов'язані з відчуттям благополуччя, які можуть бути негайно використані, доступні чи інвестовані для подальшого використання. Мислення та почуття складають категорію оцінок. Це когнітивні та емоційні інтерпретації того, як і чому володіння, буття, приналежність є цінними для благополуччя. Дії включають домени функціонування та прагнення. Вони стосуються дій і мотивацій, що впливають на цілеспрямовану взаємодію з активами та прагненням досягнення благополуччя. Наприклад, матеріальні та нематеріальні блага, внутрішньо особистісні риси та характеристики, а також підтримуючі стосунки набувають цінності через когнітивні та емоційні оцінки окремих людей і суспільства. Їх використання для мотивації та орієнтації на цілеспрямовані, значущі та цілеспрямовані дії кваліфікує їх як активи для покращення та підтримки благополуччя не лише окремих людей, але й ширшого соціального та екологічного середовища, частиною якого вони є.

Маємо визнати, що сьогодні ми стикаємось з проблемою неможливості використовувати та передавати досвід поколінь в контексті здобуття відчуття благополуччя в онлайн просторі. Використання Інтернету в усьому світі стрімко зросло лише за останні п'ятнадцять років (особливо із появою смартфонів). Сьогодні відомо, що майже половина населення світу користується Інтернетом. Інтернет надає людям зручність різними способами, від спілкування до покупок, виконує розважальну та функцію та функцію «інтелектуального асистента», в обличчі ШІ (штучного інтелекту) та полегшує доступ до реалізації безлічі можливостей можливостей. Здається неможливим уявити, щоб це явище не вплинуло на наше життя. Результат надмірного часу, витраченого на якісно низьку активність у віртуальному середовищі, – зміни в психосоціальній поведінці людей. Наявність вищезазначених змін призвела до визначення термінів здорового та патологічного використання Інтернету. Так, відповідно, здорове користування Інтернетом, на думку Дж. Девіса, – це використання Інтернету протягом визначеного інтервалу часу з певною метою.

Проблематичне ж користування Інтернетом, за визначенням С. Каплана, концептуалізоване як патологічне, проблематичне або компульсивне користування Інтернетом, визначається як багатовимірний синдром, що негативно впливає на соціальне, психологічне та професійне життя людини. Такі проблеми, як депресія, тривога, стрес, самотність і безсоння, можуть супроводжувати проблемне використання Інтернету.

Взаємозв'язок між благополуччям і проблематичним використанням Інтернету привертає і продовжує привертати увагу дослідників. При вивченні результатів дослідження, легко зрозуміти, що проблематичне користування Інтернетом негативно впливає на благополуччя людини в той самий час як здорове користування інтернетом може мати позитивний вплив на відчуття задоволеності своїм життям. На думку К. Ріфф, психологічне благополуччя пов'язане із взаємодією між значенням, яке людина надає життю, та шляхом до реалізації цього значення в цілому. Спираючись саме на ці чинники і була розроблена модель багатовимірного психологічного благополуччя. Ця модель підкреслює оптимальні зусилля, які демонструє індивід, щоб використати свій потенціал і досягти досконалості. Психологічне благополуччя стосується потенціалу індивіда вступати у взаємодію з іншими, використовуючи здібності, комунікативні навички з урахуванням відповідності всіх цих процесів життєвим цілям.

Одним із основних компонентів благополуччя, що використовується в нашому дослідженні є самооцінка. Самооцінка, на думку К. Мрука, – це комплексна оцінка, що включає когнітивні та поведінкові аспекти себе. У результаті цієї оцінки людина робить позитивні та негативні судження про своє уявлення про себе, таким чином впливаючи на самооцінку. Самооцінка оцінюється як феномен розвитку, і відомо, що вона змінюється на різних етапах життя та в світлі ситуацій і подій. М. Розенберг, свого часу, визначив самооцінку як позитивне і негативне ставлення індивіда до себе. Самооцінка включає в себе всі внутрішні переконання людини про себе. Іншими словами, самооцінка – це всі цінності, які людина приписує собі. Здорове використання

Інтернету позитивно впливає на відчуття благополуччя життя. Компоненти благополуччя є модераторами негативного впливу проблемного користування Інтернетом на самопочуття.

Мета роботи: дослідити особливості зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет простором студентами.

Відповідно до зазначеної мети були поставлені наступні **завдання:**

1. Здійснити теоретичний аналіз проблеми психологічного благополуччя.
2. Визначити особливості психологічного благополуччя студентів.
3. Виділити типи студентів відповідно до критерію мотивації користування інтернетом.
4. Встановити особливості зв'язку між психологічним благополуччям та мотивами користування інтернет простором.

Об'єкт дослідження – психологічне благополуччя.

Предмет дослідження – особливості зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет простором студентами.

Мета дослідження: виявити зв'язок між мотивами користування інтернетом та психологічним благополуччям студентів.

Методи дослідження. Враховуючи мету та завдання дипломної роботи до методологічної основи були включені наступні методи роботи:

- Теоретичні методи дослідження: аналіз джерел, систематизація, узагальнення теоретичних та емпіричних досліджень;
- Емпіричні методи дослідження: анкета орієнтована на визначення мотивації до використання інтернет простору та поведінкових особливостей, методика «Шкала самоповаги» М. Розенберга, методика «Вимірювання п'яти основних розмірів особистості BFI-10» Г. Раммтедта, шкала «Психологічного благополуччя» К. Ріфф, опитувальник «Стабільність психічного здоров'я коротка форма» (MHC-SF-UA).
- Математико-статистичні методи дослідження: аналіз середніх значень, кореляційний аналіз, кластерний аналіз (результати були опрацьовані

за допомогою програмного забезпечення для статистичного аналізу Jamovi).

Емпірична база дослідження. У дослідженні взяло участь 57 осіб, віком від 17-22 років, які є студентами Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Національного університету харчових технологій.

Наукова новизна та теоретична значущість дослідження мотивацій до використання інтернет-простору та їх зв'язку з психологічним благополуччям у студентському віці крізь призму провідних соціально-психологічних і особистісно-психологічних змін, впровадження типології студентів відповідно до критеріїв провідного типу мотивації до використання інтернет-простору (орієнтований на комунікацію, самовираження, соціалізацію та романтичні стосунки, орієнтований на пошук інформації, інтерактивний контроль, коригування та рекреацію, орієнтований на розваги, ескапізм, соціалізацію та приватність).

Практичне значення отриманих результатів: Результати дослідження можуть мати теоретично-інформативне значення для психологів і соціологів, що досліджують проблему мотивації використання інтернет простору та його зв'язку з психологічним благополуччям, зокрема в межах студентського віку, та для педагогів вищих навчальних закладів, що працюють зі студентською молоддю.

Надійність та достовірність результатів дослідження забезпечуються репрезентативною вибіркою, збалансованою за основними соціально-демографічними характеристиками та достатньою для статистичного аналізу; поєднанням кількісного і якісного аналізу отриманих результатів; використанням ретельно підбраного набору методик для емпіричного дослідження та подальшою математичною обробкою даних.

Структура роботи: Робота складається зі вступу, трьох розділів (теоретичного, методологічного, емпіричного), висновків до кожного з розділів, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ПРОБЛЕМИ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗВ'ЯЗКУ МОТИВІВ КОРИСТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРОМ СТУДЕНТАМИ ТА ЇХ ПСИХОЛОГІЧНИМ БЛАГОПОЛУЧЧЯМ

1.1. Теоретичний аналіз розвитку психологічних уявлень про психологічне благополуччя у вітчизняній та зарубіжній психології

Як і у випадку з багатьма філософськими питаннями, саме Стародавня Греція стала місцем і часом, в якому вперше розгорнулася дискусія на тему людського благополуччя. На думку В. Татаркевича, Демокрит, який припустив, що «щасливе життя не є винятковим породженням прихильної долі або зовнішніх обставин, натомість скоріше складу розуму людини», вважається першим філософом західного світу, що дослідив природу благополуччя. Суб'єктивістський погляд Демокрита здається, не був схвалений а ні Сократом, а ні його учнем Платоном, який концептуалізував щастя в більш об'єктивних та абсолютних термінах, таких як «безпечне задоволення від того, що є хорошим та прекрасним» [76].

З іншого боку, Аристотель, у своїй впливовій праці «Нікомахова етика», в центральною проблемою якої виступило питання щастя, стверджує, що «благополуччя здійснене для будь-кого, хто бажає керувати життям відповідно до найцінніших чеснот» [18].

Перелік питань щодо природи благополуччя мало змінився з часів Аристотеля: Чи можуть люди бути щасливими? Якщо можуть, чи хочуть жити в благополуччі? Чи повинні вони шукати щастя собі та іншим? Що робить життя цінним? Що визначає його якість? Одна з відповідей на ці запитання – це здатність людини відчувати і вважати своє життя бажаним незалежно від того, як його бачать та оцінюють інші. Це явище отримало назву суб'єктивного психологічного благополуччя [17].

Протягом історії філософи намагалися дати точне визначення поняттю суб'єктивного благополуччя. Одні стверджували, що найбажаніше життя визначається переліком характеристик, таких, наприклад, як чеснота, а інші припускали, що сутністю хорошого життя стають виключно приємні почуття та відчуття. Благополуччя – це широка, багатогранна, всеосяжна конструкція, визначення якої стало великим викликом для психологічної науки. Що саме означає «сприймати життя позитивно», можна пояснити безліччю способів. Деяко прирівнює благополуччя до щастя, інші пропонують сприймати благополуччя як тривалий стан задоволення. Для деякого благополуччя — це все ж таки просто хороше фізичне та психічне здоров'я в моменті. Жодна з цих точок зору не є неправильною однак кожна сама по собі неповна. Не зважаючи на той факт що й до сьогодні благополуччя є сферою великої кількості досліджень, питання щодо його чіткого визначення залишається без відповіді від часів гедонізма Епікура. Складність визначення терміну психологічного благополуччя обумовлене тим, що механізм його формування знаходиться одночасно соціальному середовищі та внутрішньому світі людини. Мова йдеться не стільки про зовнішні фактори, скільки про внутрішні детермінанти, а особистість розглядається з точки зору її активної позиції – потреби і руху до цілей самоактуалізації, саморозвитку, здійсненню власного вибору.

Необхідно визнати той факт, що багато спроб виразити природу даного терміну були зосереджені суто на вимірах благополуччя, а не на чіткому визначенні поняття. Серед цих спроб особливе значення мають теорії динамічної рівноваги добробуту Б. Хеді та А. Верінга, вплив життєвих проблем на гомеостаз Р. Камінса і також модель тривалості життя розвитку Л. Генрі та М. Коєпа. За відсутність сталого вичерпного терміну благополуччя, варто визнати наявність ряду дескрипторів та конструкцій благополуччя, що спостерігаються в науковій літературі з економіки, соціології, психології та охорони здоров'я, які включають ключові поняття, пов'язані з благополуччям на об'єктивному та суб'єктивному рівнях. Термінологія, яка використовується стосовно благополуччя – певний синонімічний ряд, що дуже різниться в

залежності від того об'єктом якої науки виступає дане поняття. Так, наприклад, в межах економіки словами з майже однаковим значенням із благополуччям є: багатство, щастя, добробут, можливості, свободи, користь [43, 31, 44].

Соціологія, в свою чергу трактує благополуччя як: якість життя, використовуючи для оцінки описово - оціночний соціальний показник. Психологія в своїх міркуваннях про благополуччя використовує наступний перелік понять: щастя/задоволення, суб'єктивне благополуччя, психологічне благополуччя, задоволеність життям, позитивний розвиток молоді, активі розвитку, потік, значення/значущість. В сфері здоров'я ж найбільш поширеними для опису благополуччя виступають: якість життя, пов'язана зі здоров'ям; фізичне та психічне здоров'я [35].

Важливою подією в цій галузі психології за останні кілька десятиліть стало визнання того факту, що благополуччя – багатоаспектна одиниця, що не може бути представлена одним показником. Не можна сказати, що людина в депресії відчувається добре; однак ототожнення благополуччя з відсутністю депресії втрачає багато з того, до чого прагнуть люди, коли вони прагнуть підвищити та зберегти свій добробут. Іншими словами, на думку Селігмана та Мігая Чиксентміхайі благополуччя включає в себе відсутність страждань, але це все ж таки більше, ніж просто це [71].

Необхідно зазначити, що тільки в останні кілька десятиліть дослідники «хорошого буття» звернулися до емпіричних наукових методів. Обзор філософських поглядів на благополуччя знаходимо в працях Д. Хейборна, В. Кесейбра, Е. Динера та Г. Мак Махона, які досліджуючи психологічне благополуччя, меншою мірою зосереджувалися на спробах вирішити, чи є благополуччя насправді найбажанішим із усіх станів, що зазвичай вважалося філософським питанням поза наукою, а натомість зосереджувались на розумінні його передумов і наслідків, припускаючи, що воно є бажаним, незалежно від того, чи є одночасно й найвищим благом. Так, наприклад Д. Хейброн відкидає гедонічну точку зору на щастя та стверджує, що щастя є глибшим психологічним станом, ніж просте задоволення. Для нього щастя —

це емоційний стан, що включає позицію налаштованості (наприклад, душевний спокій), схвалення (наприклад, радість) і залучення (наприклад, життєву силу). Тоді як гедонічне щастя включає лише серію свідомих подій, що стосуються минулої історії досліджуваних. Д. Хейброн також відкидає ідею про те, що щастя — це задоволеність життям, оскільки, на його думку, судження про задоволеність життям нестабільне, до того ж чутливе до етичних норм [41].

Психологічне благополуччя – ключовий елемент психічного та психологічного здоров'я людини, один з критеріїв якості існування особистості, дослідження феномену якого стало предметом наукового дослідження зарубіжних психологів у межах вивчення позитивного функціонування особистості в 20-х роках минулого століття. У першій половині 20-го століття вчені вивчали благополуччя, зазвичай ставлячи людям запитання про їх настрій. Проте після 1960 року з'явилося кілька широкомасштабних досліджень щодо рівня щастя, деякі з яких брали вибірку середнього рівня щастя в цілому. Першою спробою дати саме психологічне визначення благополуччю стало класичне дослідження М. Бредберна. Його роботи ознаменували відхід від діагностики психіатричних випадків до вивчення психологічних реакцій звичайних людей у повсякденному житті. М. Бредберн підкреслив, що психологічне благополуччя (синонім щастя за М. Бредберном) було змінною, яка «виділяється як найважливіша» [23].

Він пов'язав це з ідеєю Аристотеля про евдемонію, (термін, який сьогодні найчастіше перекладають як благополуччя), яке останній вважав головною метою всіх людських дій. Більшість досліджень М. Бредберна зосереджувалися на пропорції між позитивними та негативними афектами. За моделлю благополуччя за М. Бредберном: індивід матиме високе психологічне благополуччя в тій мірі, в якій він має надлишок позитивного над негативним афектом, та низьке благополуччя в тій мірі, в якій негативний афект має перевагу над позитивним [22].

Сьогодні для опису психологічного благополуччя найчастіше використовують поняття, що відображають стани щастя та суб'єктивного

відчуття задоволеності життям. Беручи до уваги той факт що психологічне благополуччя є певним варіантом самоствалення, перш за все, досліджуються аспекти та конструкти, що виходять саме від носія психологічного благополуччя. Благополуччя – або процвітання, як його іноді називають – одне з основних питань теорії цінностей, оскільки все що люди цінують у житті – наприклад, справедливе суспільство, міцне здоров'я, мистецтво, фізичне задоволення та підтримуюча дружба – сприяє їхньому благополуччю. На думку деяких вчених саме благополуччя визначає цінності, адже якщо ви хочете визначити, чи є дія цінною, ви повинні визначити, чи сприяє вона благополуччю людини. Розуміння благополуччя концентрується на тому, що добре для людини, а не на понятті «добре» в абстрактному сенсі, тобто саме на внутрішніх благах, що сприяють процвітання життя. Підходи до розуміння психологічного благополуччя базуються на уявленнях людини про благо, життєві пріоритети, здорове суспільство. Вчені по-різному відповіли на це запитання, що призвело до існування різноманітних концепцій благополуччя. Два основних вектори у становленні психології благополуччя визначені ідеями гедонізму та евдемонізму. Перші отримали розвиток у психоаналізі та біхевіоризмі, започаткували гедоністичний напрям психології, інші – знайшли продовження у сучасних теоріях особистості – гуманістичній, екзистенційній і позитивній психології, в уявленнях К. Роджерса про повноцінно функціонуючу особистість, в поглядах Е. Еріксона на особистісну ідентичність, самоактуалізації А. Маслоу та особистісній вираженості А. Уотермана, а ще в Дінеровській теорії суб'єктивного благополуччя та концепції автентичного щастя М. Селігмана. Гедоністичний підхід наголошує на оцінці людиною власного життя – як емоційно, так і когнітивно. Складовими гедоністичного благополуччя вважають: Велику кількість приємних почуттів, мінімум неприємних почуттів та загальне судження про те, що життя приносить задоволення. Вищезазначену тристоронню модель прийнято називати суб'єктивним благополуччям, оскільки перевага оцінювати перебіг та якість життя належить власне самій людині: вимірювати наскільки добре проходить її

життя та чи отримує вона те, чого хоче, без особливого занепокоєння тим чим насправді є ці бажані «речі». З точки зору гедоністичного підходу, психологічне благополуччя – баланс між позитивним та негативним афектами [35, 68].

До гедоністичних теорій відносять ті учення, в яких поняття благополуччя головним чином описується у термінах задоволеності чи незадоволеності та будується на рівновазі позитивного чи негативного афектів. Прикладами таких підходів стали концепції М. Бредберна, Е. Динера та С. Вотермана [22].

Одним із головних елементів на шляху до досягнення благополуччя в парадигмі гедонізму вважають можливість адаптації до змінених умов і обставин, а ще відсутність обмежень у накопиченні та споживанні. Зауважимо, що акцент робиться саме на: *позитивному мисленні, раціональному погляді на соціальну ситуацію та власному «Я»*. Тож благополуччя, в рамках даного підходу – базова соціальна установка, що впливає на схильність особистості здійснювати чи не здійснювати ті чи інші вчинки. Емоційним компонентом, що забезпечує відчуття щастя виступає співвідношення ж позитивних і негативних емоцій . У середині 1980-х років у відповідь на активну дискусію про суть та зв'язок між позитивним і негативним впливом в моделі благополуччя, Дінер і Еммонс опублікували статтю, в якій продемонстрували, що ознаки позитивного афекту (РА) та негативного афекту (NA) по суті не корельовані. Сьогодні багато дослідників розглядають гедонічний компонент суб'єктивного благополуччя як співвідношення РА до NA протягом певного часу в житті людини і вбудовують дану пропорцію як важливий компонент у загальну структуру суб'єктивного благополуччя. Визнання суб'єктивної задоволеності життям, як важливої складової щастя, з іншого боку, найбільше резонує з ідеями сучасного філософа У. Самнера, для якого «щастя (або нещастя) — це просто відповідь суб'єкта на умови його життя» [75].

Концепція психологічного благополуччя К. Ріфф та М. Сінгер, а також теорія самовизначення Л. Райана та М. Деці мають менш суб'єктивний

характер, оскільки вказують на певний перелік умов, що мають бути виконані в якості передумови щодо досягнення людиною благополуччя. Серед вищезазначених умов автономія, самоприйняття та майстерність. У цьому сенсі вони більше схожі на евдемоністичні класичні теорії о процвітання епохи Аристотеля [78].

Адже евдемоністичний напрямок розглядає благополуччя як повноту самореалізації особистості в конкретних життєвих ситуаціях, її здатність до особистісного зростання та відповідності запитам соціуму. З точки зору представників евдемоністичного підходу, психологічне благополуччя являє собою перш за все здатність людини реалізовувати свою індивідуальність, бути суб'єктом, автором власного життя за рахунок залучення до певної професійної діяльності та виконання певного переліку соціальних ролей. Уявлення про благополуччя в евдемоністичному підході комплексні та глибокі за змістом змісту. Представники евдемоністичного підходу виокремлюють рівень психофізіологічного здоров'я, що визначається характеристиками мозкової та нейрофізіологічної організації актів діяльності психіки; рівень індивідуально-психологічного здоров'я, що безпосередньо пов'язаний із здатністю людини будувати розумні способи реалізації особистих смислових устремлінь: та вищий – рівень особистісного здоров'я, особистісносмисловий, що характеризується якістю смислових зв'язків. К. Ріфф, зазначала, що не всі дії, які несуть в собі позитивні, гарні емоції та сприяють задоволенню, прямо пов'язані з психологічним благополуччям та виділила в структурі психологічного благополуччя шість компонентів:

- самоприйняття (рівень прийняття людиною себе, позитивне ставлення до рівня індивідуального розвитку та персональних особливостей);
- відносини з оточуючими, що можуть бути оцінені як позитивні;
- автономію;
- вплив на навколишнє середовище (компетентність);
- наявність цілей в житті;
- персональне зростання.

Серед інших психологічних характеристик, що сприяють психологічному благополуччю виділяють:

- середній рівень суверенності психологічного простору особистості,
- рівень задоволення базових психологічних потреб,
- відносини зі світом,
- ефективність,
- здоров'я особистості [69].

Важливо розуміти, не тільки вплив певних чинників на психологічне благополуччя особистості, а також взаємозв'язок окремих компонентів психологічного благополуччя та їх залежності від суб'єктивних і об'єктивних чинників. Сьогодні досліджується зв'язок з психологічного благополуччя та свідомстю життя, суверенністю, певними стратегій життєвими стратегіями, ціннісними орієнтаціями та поведінковими стратегіями, а також генетичними характеристиками; статусом, рівнем матеріального доходу та освіти; віком і статтю. Однією з важливих ознак психологічного благополуччя є значущість для людини певного об'єкта з її оточення та відношення особистості до даного об'єкта [72].

Варто зазначити, що окрім фундаментальних концепцій благополуччя існує ряд додаткових концепції, які не включені ні в гедонічну, ні в евдемоністичну концепції. В 1990-му році М. Чиксентміхайі описав *стан потоку*, в якому людина оптимально залучена до того, що вона робить. Стани потоку вимагають тонкого балансу між складнощами завдання та вмінням людини справлятися з цими викликами. В ідеалі, на думку М. Чиксентміхай, діяльність не повинна бути надто легкою або надто складною, однак має бути «викликом» особистості на рівні, трохи вищому за її поточні навички. Що створює можливість для розширення рівня навичок, за умови, що завдання буде виконано. Дослідження показують, що стани потоку включають вищий рівень залученості та концентрації, ніж безпотоківі стани, але не завжди супроводжуються вищими рівнями приємних відчуттів [30].

Таким чином, стани потоку можуть бути більш тісно пов'язані з евдемоністичною концепцією, щодо питань зростання та майстерності.

Деякі твердження про благополуччя Д. Ківімакі та Е. Дінера включають оптимізм – загальне очікування, що людина отримає більше позитивного досвіду, ніж негативних результатів в житті. Схильність до оптимізму пов'язана з більшим задоволенням і щастям і нижчим рівнем депресії та стресу. Кілька з цих досліджень показують, що наявність оптимізму антиципаційно передбачає кращі результати для здоров'я [48].

С. Тейлор та Дж. Браун припустили, що «дуже позитивні» переконання щодо свого майбутнього, себе та своєї здатності контролювати результати можуть бути важливими ознаками психічного здоров'я. Зокрема, такі «позитивні ілюзії» можуть бути особливо функціональними, при зустрічі з труднощами. Оптимістичні переконання тісно корелюють із показниками евдемоністичної та гедоністичної концепцій, однак не є повним синонімом будь-якої концепції благополуччя [77].

Протягом останніх кількох десятиліть предметом інтенсивних дискусій у різних галузях досліджень, включаючи економіку, геронтологію, психологію та соціологію, став взаємозв'язок між віком та психологічним благополуччям. Дослідники з різних галузей надали низку теоретичних пояснень цього зв'язку та перевірили їх емпірично. Функціональні зв'язки між психологічним благополуччям і віком, виявлені в емпіричних дослідженнях, різноманітні. Висновки варіюються від *U-подібних* і перевернутих *U-подібних* співвідношень до *лінійних* чи *кубічних співвідношень* або взагалі *без зв'язків*. Теоретичні моделі варіюються від: моделей згладжування споживання, А. Фішера, Т. Модільяні та С. Брумберга, гіперболічного дисконтування в економіці Фредеріка, до моделей теорії заданих точок Е. Дінера та Р. Лукаса та гедонічної бігової доріжки А. Кахнемана, у психології, парадокса задоволення С. Мрожека та теорії соціально-емоційної вибірковості О. Мансі, Н. Карстенсена у геронтології [28].

Психологічне благополуччя – інтегральний показник рівня спрямованості особистості на реалізацію компонентів позитивного функціонування, та ступінь реалізованості цієї спрямованості, що суб'єктивно проявляється узагальному відчутті задоволеності життям та собою. Таке розуміння цього благополуччя потребує вирішення питання, яке пов'язаного із визначенням компонентів даного психологічного явища. Варто зазначити, що на сьогодні в науці не існує універсального погляду на чинники цього феномену. В наукових дослідженнях присвячених вивченню благополуччя визначаються рівні функціонування або фактори благополуччя, сфери, в межах яких проходить формування характерних особливостей відчуття психологічного благополуччя та ін. Крім того, усі з перерахованих структурних компонентів різняться між собою не тільки функціями та важливістю, однак і кількістю. В залежності від специфіки підходу до розуміння феномену благополуччя, фактори, що визначають його рівень та структуру поділяються на чотири групи. Перша група – чинники соціально-економічні. В межах даної групи вивчається взаємозв'язок між відчуттям психологічного благополуччя та соціально-економічними показниками, в першу чергу рівнем матеріального прибутку [28]. Дослідження Н. Бредберна показало високу кореляцією між позитивним афектом та рівнем прибутку, однак не було встановлено зворотного зв'язку. Тож, що гроші збільшують відчуття радості, однак не зменшують рівень почуття горя. На особливу увагу в контексті матеріального благополуччя людини варто звернути на «суб'єктивне економічне благополуччя», що тісно пов'язане не лише з потребами людини та їх задоволенням, а й з оцінюванням особистих можливостей та ресурсів досягнення цілей. Чим вище суб'єктивне економічне благополуччя людини, тим вище її рівень відчуття благополуччя. Е. Дінера, так само було встановлено зв'язок між афектом і прибутком. Адже, за результатами досліджень, у більш забезпеченій частини населення позитивні емоції переважають над негативними. Поруч з чим Е. Дінером було встановлено, що у дуже забезпечених респондентів ще більше зростання прибутку не приносило ще більшого рівня задоволеності життям. Е. Дінер стверджує, що високий

рівень доходу та проживання в економічно високо розвиненій країні, а також наявність інтересів, що не стосуються матеріального забезпечення, асоціюються у людини з відчуттям щастя. На думку Е. Дінера бідність часто унеможлиблює прояв компетенцій, зосередженість на особистих інтересах та перешкоджає підтримці дружніх стосунків, що в свою чергу могли б вплинути на рівень задоволеність психологічних потреб [35].

В свою чергу зосередженість на досягненні персональних важливих цілей, позитивне самоствавлення, безупинний пошук сенсу життя збільшує благополуччя. Аналізуючи взаємозв'язок соціально-економічних факторів з відчуття благополуччя ми можемо стверджувати, що зв'язок між цією групою факторів та психологічним благополуччя насправді існує, однак не обов'язково впливає на відчуття себе щасливою та успішною людиною.

Друга група – це соціокультурні фактори. Діалог щодо культурних відмінностей та їх впливу на відчуття психологічного благополуччя базується на порівнянні культур. Мова йде, в першу чергу про культури, головними цінностями яких є індивідуалізм і незалежність, або колективізм та взаємозалежність. Так, дослідження К. Ріфф показало, що для жителів Кореї, для яких домінуючими цінностями є «колективізм» та «взаємозалежність» чинниками з найвищими показниками стало «позитивне ставлення до оточуючих», в той час як найнижчі показники були помічені за шкалами «самоприйняття» і «особистісне зростання». На противагу цьому, у американських опитуваних найвищі показники було встановлено за шкалами «особистісне зростання» та «автономія». Варто вказати на той факт, що соціокультурні фактори впливають не на загальне відчуття психологічного благополуччя, а лише на певні його компоненти [70].

Третя група факторів – біологічні фактори. Очевидним є факт взаємозв'язку між психологічним благополуччям та фізичним здоров'ям. Хвороба дуже часто викликає функціональні обмеження, тим самим зменшуючи можливості відчуття задоволеності життям.

Р. Райан и К. Фредерик встановили той факт, що суб'єктивна життєздатність – індикатор психологічного благополуччя, адже співвідноситься не тільки з шкалами «автономії» й «позитивних стосунків з оточуючими», а і з фізичними симптомами. Ними було виділено суб'єктивний Я-критерії, що є сумою : ступеню самоприйняття, гнучкої саморегуляції діяльності й поведінки особистості, а також наявності або відсутності психічних, соматичних або психосоматичних захворювань чи розладів. Однак зв'язок, що існує між біологічними факторами та психологічним благополуччям не доводить, що фізичні порушення або хвороби безпосередньо впливають на відчуття психологічного благополуччя [69].

Останньою групою факторів є фактори психологічні. На думку Е. Дінера психологічне благополуччя людини напряму пов'язане з рівнем задоволенням її потреб. Р. Райан і К. Шелдон додають цього переліку життєздатність. На їх думку щасливі дні – це дні, коли у людини головна діяльність гармонує з задоволення потребам [25].

Особливої уваги з точки зору факторів, які впливають на психологічне благополуччя, заслуговує теорія самодетермінації Р. Райана та Е. Десі. Особистісне благополуччя на їх думку пов'язане із задоволенням базових психологічних потреб: потребою в автономії, відчуттям компетентності та соціальними зв'язками з іншими. В основі автономії лежать підтримка та відсутність контролю з боку інших людей. Компетентність – це схильність до оволодіння власним оточенням і до ефективної діяльності в ньому. Під потребою зв'язку з іншими – прагнення до близькості з іншими людьми. Доходимо висновку, що задоволення психологічних потреб, які напряму пов'язані з соціальним контекстом, підвищує рівень психологічного благополуччя. Зв'язок психологічних факторів з психологічним благополуччя, охоплює велике коло суб'єктивних критеріїв, що визначають структурні компоненти цього феномену [34].

Отже, виконавши аналіз головних чинників психологічного благополуччя, ми структуру психологічного благополуччя наступним чином.

Психологічне благополуччя визначається факторами (або рівнями існування) та компонентами (структурними й функціональними). До факторів психологічного благополуччя ми відносимо:

- соціально-економічний,
- соціокультурний,
- біологічний,
- психологічний.

Останній, в свою чергу, визначає структурні компоненти психологічного благополуччя: емоціональний, когнітивний та поведінковий компоненти. Поведінковий компонент психологічного благополуччя, пов'язаний з проблемою позитивного психологічного функціонування особистості, на функціональному рівні проявляється в автономії, управлінні навколишнім середовищем, особистісному зростанні, позитивних відносинах з оточуючими, наявності життєвих цілей і самосприйнятті. Наступні фактори, що дозволяють подивитись на благополуччя як на комплексну багатофакторну одиницю – об'єктивні та суб'єктивні індикатори.

До структурних компонентів ми відносимо:

- емоційний,
- когнітивний,
- конативний компоненти.

Під емоційний компонентом розуміємо позитивне чи негативне відношення, що виникає при реалізації цілей, потреб та намірів особистості; під когнітивним – оцінку індивідом власного життя та задоволеність життям, як головний показник; під конативним компонентом розуміємо функціональні компоненти, що забезпечують позитивне функціонування особистості: автономію, управління навколишнім середовищем, особистісне зростання, позитивне відносини з оточуючими, наявність життєвих цілей і самосприйняття [36].

В останні роки питаннями широкого інтересу та важливості стало визначення та вимірювання благополуччя молоді. Збільшення уваги до моніторингу благополуччя молоді можна знайти на рівні політики. Після того, як Організація Об'єднаних Націй сформулювала Конвенцію про права дитини, з'явилися численні заклики не лише включити благополуччя у національні та міжнародні статистичні звіти, а також розробити позитивні показники благополуччя молоді, які передбачають не лише поточний стан здоров'я, але й інші, серед яких, наприклад, потенціал заробітку в майбутньому.

Під час переходу до дорослого життя психологічне благополуччя розвивається до того ступеня, до якого людина здатна успішно взаємодіяти з навколишнім середовищем і приймати на себе життєво важливі виклики, властиві різним етапам життя припускають, що психологічне благополуччя можна сприяти шляхом створення позитивного досвіду в оточенні молодих людей, який допомагає їм зрозуміти свою мету та напрямок у житті та встановити власні цілі. Однак сприяння психологічному благополуччю вимагає визначення того, які змінні заважають або зумовлюють благополуччя [19].

Поняття «студентського віку» прямо пов'язане з віковим періодом юнацтва. Він охоплює дві фази: ранню юність, що протікає протягом 15 – 18 років, і власне юність, яка охоплює проміжок 18 – 21 рік.

З психоаналітичної токи зору юність відрізняється притоком інстинктивної енергії лібідо, який має бути компенсований захисними механізмами «Я». Зіткнення «Я» і «Воно» на цьому етапі проявляється у збільшенні конфліктних ситуацій в житті людини. Е. Шпрангер в свою чергу зазначав, що цей період розвитку особистості відрізняється вrostанням індивіда в культуру. Відповідно ж до Е. Еріксона головною задачею юності як вікового етапу є досягнення ідентичності за умови створення несуперечливого образу [37, 74].

З точки зору соціологічних теорій, юність є етапом переходу на новий етап соціалізації, який характеризується трансформацією несамостійного дитинства в самостійну відповідальну діяльність дорослого. М. Савчин та Л.

Василенко зазначають що соціальна ситуація розвитку реалізується в трьох напрямках, які можуть бути комбіновані один з одним. Навчання в вищому навчальному закладі і відповідно перебування в ролі студента відрізняється можливістю здобувати професійну освіту та кваліфікацію, збагачувати інтелект та розширювати власний комунікативний досвід. Проте з цієї точки зору юнаки зіштовхуються з проблемою адаптації до нового середовища, нових умов. Ймовірним є й неосмислений вибір професійного спрямування;

Гнучкість соціальних ролей - ще одна особливість юнацького віку. Бажання перебувати в межах референтної групи залишається актуальним, комунікативний досвід йде на зріст. В контексті стосунків з однолітками, юнаки прагнуть налагодити взаємини таким чином, аби їм була властива глибока психологічна близькість [10].

При цьому лейтмотивом студентського віку є питання самосвідомості, світогляду. У своїй роботі «Психологія особистості» Н. Ліфарєва розкриває ці поняття наступним чином:

- Самосвідомість є цілісним уявленням людини про себе і включає в себе емоційне самоствавлення, оцінку фізичних, розумових, моральних і вольових якостей, усвідомлення своїх переваг і недоліків. Вона виступає основою для цілеспрямованого самовдосконалення;

- Світогляд являє собою цілісну систему поглядів, знань, переконань, що базуються на індивідуальній системі знань і здатності до абстрактно-теоретичного мислення.

Формування самосвідомості є комплексним процесом, що поєднує декілька напрямів: відкриття внутрішнього світу; усвідомлення неповторності часу і, як наслідок, усвідомлення скінченності існування; формування цілісного комплексного уявлення про самого себе; усвідомлення сексуальної чуттєвості і формування ставлення до неї [6].

Незважаючи на значну увагу до концептуалізації та оцінки благополуччя в академічних колах, благополуччя залишається вузько визначеним, якщо не невизначеним, терміном в освіті, що ускладнює зусилля щодо планування та

ефективного моніторингу Часто оцінки благополуччя молоді в студентському контексті включають кількісні показники, такі як оцінки, результати тестів, записи відвідуваності або кількість візитів до кабінету декана. Однак після впровадження Глобальної ініціативи щодо здоров'я в закладах освіти у секторі освіти зросла увага до концептуалізації благополуччя студентів у ширшому плані. Приклади нової політики та програмування пов'язують благополуччя учнів із такими конструкціями, як фізичне та психічне здоров'я, зниження ризиків та стійкість, а також зосереджені на умовах, контексті та кліматі, які сприяють здоровому навчанню, наприклад безпека, виклики, підтримка, стосунки та залучення [50].

Було також встановлено, що психологічне благополуччя пов'язане з психологічними конструктами, такими як життєвий досвід, емоційний інтелект та особистісні риси, і що існує значний позитивний зв'язок між рівнем освіти та психологічним благополуччям – щодо особистого зростання та мета життя. У свою чергу О. Майордомо виявив позитивну кореляцію між віком – результатом успішної адаптації до соціального середовища – та рівнем психологічного благополуччя. У цьому відношенні ці автори уточнюють, що адаптивність можна визначити як гнучкість вибору того, як керувати власною поведінкою. Навпаки, прогресуюча втрата психологічного благополуччя може вказувати на загрози та виклики, які відповідна особа не може вирішити через відсутність відповідних навичок [24].

1.2. Чинники психологічного впливу інтернет-простору на особистість в студентському віці

Інтернет простір – один із соціальних інститутів сучасного світу, важлива складова соціалізації сучасної молоді, один із найважливіших чинників її благополуччя. Одним із основних чинників формування цього нового соціального інституту вчені вважають неможливість задовольнити певний соціальний пласт потреб, складових благополуччя сучасної молодої людини за

допомогою виключно реальної комунікативної активності. Мова іде про потреби у спілкуванні, самооцінці, безпеці, підтримці. Електронні ЗМІ, в якості значущих агентів соціалізації молоді, суттєво розширили інституціональний соціалізаційний простір комунікації та інтеракції партнерів, розділених простором, таких, що належать до різних соціальних середовищ та систем, але здатні підтримувати стосунки в межах новітньої комунікативної системи. Важливо зазначити той факт, що в студентському віці суттєво оновлюються мотиви спілкування, які стають більш глибокими та диференційованими на основі емоційної близькості, зменшується спілкування з ровесниками, що було притаманне більше у підлітковому віці, натомість зростає обсяг спілкування з особами протилежної статі та з дорослими за наявності складних життєвих обставин [5].

Інтернет-простір, нове унікальне середовище – новоутворення епохи стрімкого розвитку науково-технічного прогресу, яке передбачає миттєвий доступ до великого об'єму інформації з мінімальними часовими затратами на її пошук. На думку вчених сьогодні, мережа інтернет – новий соціальний інститут та вторинний агент соціалізації, який, по впливу на розвиток особистості стоїть поруч із агентами первинними: сім'єю, школою, університетом. На думку Т. Галіча, саме сьогодні формується новий тип соціального індивіда – Homo virtualis – одночасно носія та споживача віртуальної культури. Разом з тим деякі психологи зазначають, що в Інтернеті народжується вид соціалізації, який не можна зводити ані до первинної, ані до вторинної соціалізації, оскільки він відбувається всередині віртуального простору, а результати його діяльності позначаються на реальному соціальному оточенні [1].

Використання Інтернет-ресурсів та наявність акаунтів в мережі дослідники розглядають як процес кіберсоціалізації, який, що важливо, особливо актуальний для юнацтва, що є одночасно найактивнішою й найуразливішою віковою категорією інтернет простору. Особливо актуальними питанням сьогодення є необмежене використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій молоддю, та її залежність від Інтернет-комунікації;

вихід Інтернет-простору на головні позиції серед засобів спілкування серед молоді, зокрема студентів. Адже, під впливом мережевого суспільства, на думку В. Симховича, змінюється стиль життя сучасної молоді, їх міжособистісні взаємодії, дозвілля, що впливає на її соціалізацію. Що не є дивним фактом, адже, інформаційне поле сьогодні має вагомий вплив на молодь, як на найбільш мобільну соціальну групу, що внутрішньо готова до сприймати нові цінності і норми, на основі яких вибудовуються різноманітні поведінкові стратегії. Молодь, порівняно зі старшими поколіннями, краще засвоює нові інформаційні технології і стає їх основним користувачем [11].

На думку Т. Прохоренко, соціалізація молоді – це процес становлення і розвитку даної групи аж до переходу її у групу дорослих, це поетапне входження молоді в соціум, яке здійснюється на основі діяльності і самодіяльності, у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії з іншими віковими групами [9].

На думку М. Махнія за рахунок використання соціальних мереж – нового комунікативного простору для молоді кардинально змінилися сценарії поведінки та принципи споживання інформації. В якості нового каналу комунікацій Інтернет-простір практично не має часових або просторових обмежень а також не передбачає фізичного залучення людини до процесу спілкування [8].

Важливим є питання об'єктивної оцінки даного інформаційно-комунікативного простору, з точки зору його позитивних на негативних впливів, потенціалу та ризиків. Адже поруч із позитивними аспектами, пов'язаними із використанням Інтернет-технологій: широкими комунікативними, інформаційними та інтерактивними можливостями, новими формами роботи і дозвілля, засвоєнням нових знань і навичок, можливості дистанційного навчання, та ін. на думку Т. Галіч, використання Інтернет-простору призводить до появи можливих кризових форм Інтернетсоціалізації, серед яких виділяють: негативні залежності, компульсивну (нав'язливу) віртуальну поведінку, занурення у світ внутрішніх переживань, засвоєння асоціальних установок,

скорочення безпосередніх соціальних взаємодій з оточуючими, звуження соціальних зв'язків, зміни в спілкуванні з друзями і близькими, розвиток депресивного [1].

Серед негативних ефектів Інтернет-соціалізації можна додатково виділити: змішування уявного та реального, неможливість розмежувати віртуальні та дійсні плани при встановленні суб'єкта в повсякденній реальності великим обсягом доволі агресивної інформації та пропаганди, які часто мають негуманний характер, зомбують особистість, формують конкретні негативні настрої, не розвивають позитивного мислення, що в свою чергу руйнує несформовану молоду особистість [3].

На перших етапах використання Інтернету його психологічний вплив користувачів був незрозумілим. Тепер ми знаємо, що це унікальне психологічне середовище, яке дає багатьом користувачам відчуття захисту та розширення можливостей, посилює відчуття благополуччя і задоволення життям.

Однак, варто зазначити, що вплив Інтернету на людство і кожен окрему особистість дуже складний, з крайнощами як позитивного, так і негативного спектру. Особливо цікаво досліджувати вплив Інтернету на покоління, яке народилося у світі, повному Інтернету, і яке розробило свої основні концепції в його епоху. Дослідження Інтернету є складним завданням, оскільки Інтернет постійно змінюється в самих різних напрямках. Однією з цих дивовижних змін, які зараз відбуваються, є інтеграція віртуальної реальності в Інтернет. Додаткові можливості посилюють психологічний вплив Інтернету та змушують науковців проводити поглиблені дослідження [7].

Безперечно, онлайн-світ кардинально відрізняється від офлайн-світу. Ці відмінності можна звести до семи факторів. Перший з вищезазначених факторів – анонімність. Офлайн-життя сповнене візуальних підказок, які можуть легко привести до використання соціальних ярликів і стереотипів. У режимі офлайн люди не можуть приховати расу, стать, акцент, оскільки численні соціальні ознаки надають оточенню безліч фрагментів соціальної інформації. В онлайн-світі ці візуальні та соціальні сигнали можуть легко зникнути. У багатьох

онлайн- середовищах, таких як блоги, чати, розмови або онлайн-ігри, люди можуть вирішувати, скільки вони хочуть розкрити. Значна частина цього типу анонімної взаємодії відбувається за допомогою тексту, що зводить до мінімуму соціальні та візуальні сигнали. Як би дивно це не звучало, анонімність в онлайн-світі може бути корисною для благополуччя [67].

По-перше, анонімність допомагає людям почуватися захищеними та впевненими. Таким чином, вони, як правило, відчують більшу свободу висловлюватись і розкривати бажану кількість особистої інформації.

По-друге, це відчуття безпеки може заохочувати людей дозволяти собі брати участь у заходах або навчальних середовищах, до яких їм було б набагато важче приєднатися в офлайн-світі. Таким чином, анонімність може спонукати людей досліджувати аспекти своєї особистості, які вони не наважилися б дослідити офлайн. Крім того, вони також можуть підтвердити ці нещодавно виявлені аспекти себе в онлайн-світі.

По-третє, це дослідження їхньої ідентичності може бути особливо важливим для людей із групи чи спільноти, яка має негативну стигму. У цьому випадку анонімність має вирішальне значення, оскільки вона дозволяє учасникам безпечно досліджувати свою особу без будь-якої соціальної стигми. Таке дослідження може призвести до підвищення самооцінки [14].

Зазвичай нас ідентифікують у багатьох наших онлайн-активностях. Наприклад, багато людей використовують облікові записи Facebook, Instagram, Twitter або LinkedIn від своїх імен, у яких вони розкривають правдиву інформацію про себе. Люди часто використовують адреси електронної пошти, які їх повністю ідентифікують, пишуть блоги з їхнім повним підписом тощо. Слід, однак, взяти до уваги, що ці форми ідентифікації можуть бути частково або повністю фальшивими, як багато профілів на сайтах соціальних мереж. Це досягається або вигаданням абсолютно фальшивої особистості, або наданням неправильної чи неточної інформації про себе [26].

Як ми обговоримо нижче, навіть якщо наша особистість є справжньою, онлайн-світ дає нам змогу мати більший контроль над тим, як вона виглядатиме.

Контроль над зовнішнім виглядом – наступний значущий фактор переваг онлайн простору. В офлайн-світі людей постійно оцінюють за їхнім кольором шкіри, вагою, видимими вадами або ступінню привабливості.

Наприклад, чим більш привабливою сприймається людина, тим більші її шанси сподобатися, отримати допомогу і навіть вважатися володарем найкращих рис особистості. Люди, які не відповідають загальноприйнятим стандартам краси, цілком можуть засвоїти ці судження та, як правило, страждати від негативного образу тіла, який, у свою чергу, пов'язаний із зниженням самооцінки і розладами харчової поведінки [76].

Онлайн-світ дуже відрізняється, оскільки в Інтернеті люди можуть вільно демонструвати свою зовнішність так, як і вони хочуть. Навіть на сайтах соціальних мереж, коли потрібне фото, учасники можуть вибрати, як представити себе будь-яким способом. Деякі вирішують показати себе як немовля, домашню тварину чи інша постать, наприклад, супергероя. Навіть у випадку, коли люди вирішують показати свою фотографію, вона все одно сильно відрізняється від офлайнової реальності. Це пов'язано з можливістю підтримувати та *контролювати управління враженнями*. Насправді люди дуже старанно працюють, щоб створити й підтримувати своє враження в Інтернеті через свої фотографії в Інтернеті, навіть якщо це враження справді спрямоване на людей, яких вони вже знають і можуть часто зустрічати офлайн [57].

Що стосується зовнішнього вигляду, люди часто працюють над тим, щоб створювати та завантажувати лише свої найприємніші фотографії; таким чином, люди з надмірною вагою будуть вибирати зображення, які змушують їх виглядати худішими.

Інший метод полягає у завантаженні лише ретельно відібраних фотографій, на яких суб'єкти щасливі, гарні та беруть участь у надзвичайно приємних заходах. Насправді така поведінка стала нормою настільки, що

дослідження дітей віком від 11 до 16 років, проведене у Великій Британії, Італії та Іспанії, показало, що у всіх трьох країнах молодь вважає, що вони повинні виглядати «ідеально» на фотографіях, завантажених на сайти соціальних мереж [56].

Одним цікавим явищем, яке виникло внаслідок потреби контролювати своє фізичне враження, є селфі. Селфі – це фотографія, зроблена власноруч, зазвичай за допомогою мобільного телефону або веб-камери, і зазвичай з наміром завантажити її на сайт соціальної мережі [81].

Однією з мотивацій зробити селфі замість звичайної фотографії є легкість, з якою можна контролювати все оточення фотографії. Опитування молоді зі США, Великої Британії та Китаю показало, що від 96% до 100% учасників роблять і завантажують селфі на сайти соціальних мереж. Проте всі учасники повідомили, що через занепокоєння щодо свого зовнішнього вигляду вони роблять набагато більше селфі, ніж фактично завантажують на такі сайти. Здається, що одна з великих переваг селфі полягає в тому, що воно дає головному герою можливість робити стільки спроб, скільки він або вона вважає за потрібне, під його або її повним контролем, доки не буде досягнуто «ідеального» фото [46].

Наступний з факторів кращий контроль над взаємодією. Онлайн-світ також надає людям високий ступінь контролю над своїми соціальними взаємодіями, набагато більший, ніж той, який існує офлайн. Офлайн, під час будь-якої соціальної взаємодії, ми зобов'язані залишатися зосередженими та негайно реагувати на іншу сторону, тоді як соціальні норми онлайн дуже відрізняються. У режимі онлайн ми не зобов'язуємося негайно відповідати на повідомлення, і якщо чат дійде до незручної теми, можна просто залишити його. Було виявлено, що відчуття того, що онлайн-взаємодію можна припинити коли завгодно посилює почуття безпеки. Оскільки багато взаємодій в Інтернеті асинхронні, це дає час для обдумування, переписування та перегляду наших коментарів. Ця відкладена комунікація дає нам більше відчуття контролю над

взаємодією. Інший аспект контролю витікає з місця, в якому відбувається взаємодія [58].

Онлайн, це все, де ми виберемо; а можливість взаємодії з безпечного місця може навіть сама по собі підвищити відчуття безпеки учасника). Це покращене відчуття безпеки дає великі переваги, як показало дослідження Бен Зеєва. Бен Зеєв досліджував учасників у ситуаціях побачень онлайн і офлайн. Його результати показали, що учасники відчували меншу тривогу та були більш відкритими для розкриття інформації, коли взаємодія була онлайн, а не офлайн. Це сталося тому, що в Інтернеті учасники почувалися безпечніше, оскільки мали можливість завершити взаємодію, коли забажали [20].

Четвертий фактор впливу інтернету – **пошук подібних інших**. Дві основні потреби зазначені в піраміді Маслоу - це потреба належати та потреба поваги. Тайфель та Тернер припустили, що перебування у групі, яка поділяє власні інтереси індивіда, може мати позитивний вплив на його або її самооцінку. Для людей дуже важливо відчувати себе визнаними, а обмін інтересами та цілями з іншими є способом досягти такого підтвердження. Гейбл припустив, що соціальні стосунки є одним із головних джерел добробуту, оскільки вони допомагають регулювати емоції, пробуджують позитивні почуття та надають сенсу. Однак офлайн- світ дуже обмежений; ми знаємо та взаємодіємо з обмеженою кількістю людей, які цілком можуть не поділяти нашу точку зору чи наші інтереси, особливо якщо вони незвичні. Навпаки, онлайн-світ містить нескінченну кількість людей з незліченною кількістю інтересів і хобі. Крім того, легко знайти тих, хто має подібні заняття, просто «погугливши» або пошукавши в соціальних мережах. Не дивно, що саме «приналежність» була названа головним мотиватором для використання Facebook та Instagram [73].

Тож, пошук подібних інших у мережі, має багато переваг. Одна з них полягає в тому, що люди зі стигматизованих груп можуть знайти собі подібних і таким чином зміцнитися.

Наприклад, у дослідженні Т. Черні і І. Талмуда про ЛГБТ-молодь (лесбіянок, геїв, бісексуалів і трансгендерів) було виявлено, що розміщення онлайн-групи для ЛГБТ-молоді допомогло їм легше впоратися з проблемами підтвердження своєї сексуальної ідентичності. Дослідження показало, що більша участь в онлайн-групах ЛГБТ пов'язана з більшим соціальним капіталом. Це виявилось правдою, навіть коли участь була пасивною, що свідчить про те, що іноді просте знання про те, що існують схожі інші, може бути достатньо потужним підкріпленням [29].

В іншому дослідженні МакКенна та Барг порівнювали людей зі стереотипної групи та з групи без стереотипів. Вони виявили, що люди зі стереотипної групи частіше належали до онлайн-групи, яка була пов'язана з їхньою основною офлайн-груповою ідентичністю, і ті, хто брав активну участь, вважали свою приналежність до онлайн-групи набагато важливішою для своєї ідентичності порівняно з тими, хто брав активну участь із нестереотипної групи. Усе це свідчить про те, що Інтернет може бути інструментом інтенсифікації для осіб із стигматизованих груп. Важливо зазначити, що такі переваги не обмежуються лише стигматизованими групами. Ще одна цікава перевага легкості пошуку схожих інших полягає в тому, що, маючи можливість знайти подібних інших для більшості компонентів нашої ідентичності, нам набагато легше досліджувати багато сфер нашої ідентичності [58].

Таким чином, Інтернет може служити інструментом для збагачення ідентичності людей. Більше того, було виявлено, що навіть спілкування зі знайомими людьми на сайтах соціальних мереж призводить до подібних переваг, оскільки це збільшує соціальний капітал, оскільки підключення онлайн робить зв'язки потужнішими. Можливо, це пов'язано з тим, що об'єднання людей в Інтернеті здійснюється на основі їх схожості, яку в деяких випадках неможливо оприлюднити офлайн [54].

Високий рівень доступності – фактор на який треба звернути особливу увагу. Ми можемо переглядати Інтернет з будь-якого місця та в будь-який час. Ті часи, коли нам доводилося діставатися до комп'ютера, залишилися в далекій

пам'яті завдяки появі смартфонів. Зі смартфонами ми відчуваємося так, наче весь світ у наших руках, оскільки можемо залишатися на зв'язку в будь-який час з будь-якого місця. Ми настільки тісно пов'язані, що звикли працювати зі смартфоном, навіть коли беремо участь в інших заходах. Навпаки, в режимі офлайн ми не завжди на зв'язку, не маємо постійного доступу до всієї інформації, а наші друзі не є всюдисущими. В Інтернеті ми маємо необмежений доступ до інформації, а також до соціальної підтримки [32].

Необмежений обсяг інформації, що міститься там, дає більше можливостей для навчання, знайомства з новими ідеями та більшої здатності здобувати знання. Це призводить до більш високого конструктивного навчання, яке розширює розумові здібності. Соціальна підтримка призводить до того, що люди відчуваються сильними та спроможними, оскільки відчувають, що вони більше не самотні та що їхня соціальна група доступна всюди. Тому не дивно, що більша кількість використання смартфонів пов'язана зі збільшенням почуття соціальної підтримки, що призводить до підвищення самооцінки та зниження почуття самотності та депресії [63].

Подібним чином було виявлено, що програми для смартфонів, які спеціально використовуються для спілкування з іншими, допомагають створити та зміцнити соціальний капітал, що, у свою чергу, призводить до зменшення почуття соціальної ізоляції. Усе це може бути навіть важливішим для людей з приналежністю до стереотипних груп. Як згадувалося раніше, стереотипні групи отримують великий соціальний капітал від пошуку подібних інших в Інтернеті. Тепер ці подібні інші та відчуття розширення можливостей, які вони сприяють, є їхніми постійними супутниками, з ними в їхній кишені [29].

Наступний фактор – «весело». Інтернет захоплюючий, інтерактивний, яскравий і приємний, і тому, природно, люди хочуть мати більше. Насолода, яку ми отримуємо від Інтернету, значною мірою пояснюється зусиллями та думками з боку веб-дизайнерів створити мережу, у якій наші потреби будуть задоволені, і ми будемо постійно хотіти залишатися на їхніх веб-сайтах. Інтернет-середовище забезпечує дозвілля, яке передбачає розваги, ігри та

спілкування, а участь у веселих заходах дозвілля має позитивний зв'язок із суб'єктивним благополуччям [61].

Рівність – сьомий з фактор, на який важливо звернути особливу увагу. Інтернет глибоко вкорінений у цінності рівності, і ця цінність походить від багатьох людей, які допомогли створити її, переважно на добровільній основі. Як свідчать попередні шість компонентів, Інтернет – це середовище, яке зменшує кількість *символів статусу*, відкрите для всіх і доступне з більшості місць. Це сприяє почуттю рівності та змушує людей відчувати, що вони важливі та що їхня думка має значення. Цей наголос на рівності сильно виражений у світі маркетингу. У наш час прийнято використовувати досвід звичайних людей або спільнот, якими поділилися на сайтах соціальних мереж, щоб створити позитивне ставлення, залучити клієнтів і збільшити доходи від продукту [51].

І це не просто маркетинг: у сучасному онлайн-світі будь-хто може завантажити власний унікальний вміст, який він створив, і все це є дійсним. Від завантаження запису у Вікіпедію до гри у фентезійну веб-гру в Інтернеті кожен може знайти спосіб самовираження. Іноді цей вислів може навіть підвищити ваш соціальний статус, як це сталося з молодим співаком Джастіном Бібером, який вперше знайшов популярність, завантаживши власний матеріал на YouTube. Така історія успіху викликає у багатьох людей почуття рівності, натякаючи на те, що Інтернет може зробити зіркою будь-кого [47].

Тож, як згадувалося раніше, Інтернет забезпечує доступне, захищене середовище, повне світу однодумців, яке задовольняє потреби людей і дозволяє досліджувати багато аспектів своєї ідентичності, і все це, поки вони відчують хвилювання та веселощі. Тому насправді не дивно, що багато людей, здається, віддають перевагу онлайн-світу, ніж офлайн [13].

На жаль, не всі способи впливу Інтернету на наше самопочуття та відчуття благополуччя є позитивними. Нижче ми коротко порівнюємо деякі з цих недоліків із позитивними сторонами Інтернету, описаними раніше.

По-перше, анонімність: анонімність, безумовно, зменшує стримування. Таке зниження стриманості може легко призвести до ненормативної поведінки, а онлайн-анонімність, як було чітко показано, пов'язана з переслідуваннями в Інтернеті та кіберзалякуванням. Крім того, в одному дослідженні учасникам було запропоновано використовувати хештег сексуальних домагань у Twitter, або анонімно, або з деталями, які можна ідентифікувати. Після цього учасників попросили оцінити резюме чоловіків і жінок; одночасно вимірювався ступінь їх прояву ворожого сексизму. Результати показали, що в цьому завданні ті, хто поділився анонімним твітом, і ті, хто написав сексистські твіти, продемонстрували вищий рівень ворожого сексизму, ніж ті, хто поділився ідентифікованим твітом або написав несексистський твіт). Це дослідження вказує на те, що вплив онлайн-анонімності може бути сильнішим, ніж очікувалося, і виходити за межі онлайн-світу [38].

Іншим недоліком Інтернету є високий ступінь контролю над зовнішністю – нав'язлива стурбованість особистою зовнішністю в Інтернеті. Одним із головних прикладів є те, що використання сайтів соціальних мереж пов'язане з вищим рівнем соціального порівняння з точки зору зовнішнього вигляду. Це виявляється у розриві, про який ми згадували раніше, між кількістю зроблених селфі та фактичною публікацією, що свідчить про те, що люди роблять набагато більше селфі, ніж завантажують. Це також можна побачити в новому явищі редагування селфі – «віртуальним макіяжем» для самопрезентації в Інтернеті [27].

Контроль над взаємодією також має деякі негативні результати. Хоча дані свідчать про те, що онлайн-спілкування набагато ефективніше для легких і простих завдань, воно може бути не таким цінним, коли мова йде про більш складні завдання, такі як складні навчальні завдання або завдання, які вимагають довгих і спільних діалогів [39].

Що стосується пошуку схожих людей, хоча це і є великою перевагою, коли йдеться про позитивно подібних інших, це також розширює можливості таких груп, як терористи чи неонацистські осередки, які можуть легко

знаходити подібних людей і зустрічатися з ними в Інтернеті. ІДЛ є прикладом терористичної організації, яка стала більш відомою та потужнішою завдяки використанню онлайн-ЗМІ для поширення своїх переконань [37].

Доступність – ще одна перевага онлайн-світу, яка може легко мати негативні наслідки, і багато людей платять високу ціну за свій постійний онлайн-статус. Основною частиною цього є тиск до багатозадачності, який виникає через потребу бути доступним весь час. Докази свідчать про те, що багатозадачність, а особливо багатозадачність із використанням мультимедіа, наприклад комп'ютера чи смартфона, погіршує концентрацію уваги та знижує продуктивність [32].

Іншою психологічною ціною є страх втратити щось, що часто називають аббревіатурою FOMO. Це було визначено як «повсюдне побоювання, що інші можуть мати корисний досвід, якого немає у вас. FOMO характеризується бажанням постійно залишатися на «зв'язку з тим, що роблять інші». Це явище, інтенсивне відчуття того, що людина просто втрачає щось, пов'язане з потребою бути тісним зв'язком і позитивно корелює із залученням до діяльності в соціальних мережах. Це може бути руйнівним для людини, оскільки відомо, що воно знижує настрій і задоволеність життям, а також шкодить здібностям усвідомленості, які єдині важливі для благополуччя. Багатозадачність і страх втратити щось демонструють, що постійне підключення до Інтернету може мати негативну сторону [64].

Фактор веселощів в Інтернеті також є однією з причин того, що люди стають залежними від нього. Інший момент полягає в тому, що відбувається, коли доступність приходиться за рахунок часу, проведеного в офлайн-світі. Метааналіз сайтів соціальних мереж показав, що більш широке використання сайтів соціальних мереж пов'язане з більшим почуттям самотності. Це свідчить про те, що хоча сайти соціальних мереж можуть використовуватися замість офлайн-дружби та діяльності, їх використання не зменшує відчуття самотності [52].

Удавана рівність, яка спостерігається в Інтернеті, може викликати серйозні проблеми, оскільки, щоб бути рівними з іншими – наприклад, щоб відчувати однакові рівні задоволення життям, смутку чи труднощів – люди відчують себе зобов'язаними виробляти надмірну кількість контенту, щоб бути «унікальним» і привертати увагу. Це часто призводить до неадекватно високого рівня розкриття інформації в Інтернеті. Насправді ці рівні повинні постійно збільшуватися, щоб мати ефект, оскільки планка того, що стимулює, постійно підвищується. Було показано, що таке саморозкриття в Інтернеті разом із широким використанням сайтів соціальних мереж пов'язане з вищими рівнем стресу та погіршенням самопочуття [21].

1.3. Мотиви користування інтернет-простором студентами в контексті відчуття психологічного благополуччя

Стрімке зростання долі інтернету в житті сучасної людини тягне за собою потребу в детальному вивченні цього феномену. За останнє десятиліття було запропоновано низку класифікацій онлайн-діяльностей, основних мотивів, та типів користувачів Інтернету. Типології, як правило, відрізняються одна від одної з точки зору застосованих теорій, методів вибірки та вимірювання та, зрештою, запропонованих класифікацій. У низці досліджень було використано теорію використання *та задоволення*, яка пояснює те, як люди сприймають і використовують засоби комунікації в якості функціонального задоволення їх психологічних потреб. Теорія *використання та задоволення* базується на виявленні мотивів та передумові, що люди використовують засоби комунікації для задоволення потреб. Мотивацію розглядають як сукупну дію багатьох мотиваційних чинників, до числа яких належать як внутрішні, так і зовнішні фактори, що проявляється як спонукання до поведінки, яка носить певну спрямованість та має певну інтенсивність. До складу так званих мотиваційних чинників входять органічні потреби, їх суб'єктивне відображення – драйви, такі засоби задоволення потреб, мотиви,

цілі, стимули, емоції і інші компоненти, які разом забезпечують активацію, спрямованість і стійкість поведінки і діяльності [62].

Визначаючи потреби або бажання, які люди намагаються задовольнити, дослідники можуть визначити мотиви споживачів до використання певних медіа-каналів. Теорія використання та задоволення раніше використовувалася для оцінки телевізійних та радіо медіа. Використовуючи цей підхід, З. Папачаріссі та М. Рубін визначили п'ять основних мотивів для використання Інтернету:

- міжособистісна корисність;
- проведення часу;
- пошук інформації;
- зручність;
- розваги [62].

Пошук інформації, розваги та зручність виявилися найпомітнішими мотивами.

Подібним чином дослідження, проведене К. Коргаонкаром і Д. Воліном, визначило п'ять порівнянних мотивів для використання Інтернету:

- соціальний ескапізм;
- інформація;
- інтерактивний контроль;
- соціалізація;
- економічні мотиви [50].

Однак деякі дослідники припускають, що ця теорія не була адекватно адаптована до оцінювання мотивів користування Інтернетом. Зокрема, Л. Стафорд припускає, що особливу увагу треба звернути на соціальне використання та задоволення.

В контексті пошуку мотивів користування Інтернетом А. Гамбургер та Е. Бен-Азі зробили акцент на відмінностях між використанням Інтернету для отримання соціальних, та інформаційних послуг. А. Лендлер та М.Лаунсбері сконцентрували увагу на використанні Інтернету в академічних цілях, тоді як

Дж. Свікер, в свою чергу, для створення класифікацій спирався на мотиви пов'язані з обміном інформацією та дозвіллям. Н. Гомбор та С. Вас займалися питанням варіативності мотивів користування Інтернетом в залежать від культури [40].

Останнім часом науковці зосередились на спробах запропонувати більш узагальнені пояснення мотивів користування Інтернетом та типів Інтернет-користувачів. Огляди наукової літератури стверджують, що базові мотиви, користування Інтернетом загалом схожі в усіх вищевказаних концепціях:

- швидкий доступ до інформації,
- зручність, розваги,
- соціальна взаємодія.

Сьогодні інтернет відіграє вирішальну роль в житті кожного з нас та безперечно має на нас великий вплив: він змінює наше робоче та навчальне середовище, дозвілля, формат спілкування з іншими, психологічні процеси. Мотиви використання Інтернету пов'язані з персональними рисами особистості, соціально-демографічними чинниками, культурою, віком, рівнем освіти. У прив'язці до вікової категорії *студентства* в контексті благополуччя цей вплив варто оцінити в чотирьох різних сферах:

- особистість,
- інтимні стосунки,
- онлайн терапія та
- міжгруповий онлайн контакт.

Особистість – перша сфера на яку варто звернути особливу увагу. Питання, чи пов'язана особистість, основний будівельний блок психології, з поведінкою в Інтернеті має чітку відповідь завдяки А. Гамбургеру та Е. Бен-Азі, які продемонстрували зв'язок між особистістю онлайн-користувача та його поведінкою в Інтернеті. Дослідження показали, що люди з інтровертами рисами частіше використовують мережу для спілкування, ніж екстраверти. Захист, який відчувають інтроверти в онлайн-просторі, забезпечує *компенсаційне середовище*, що дозволяє людям, яким важко спілкуватися при особистому

контакті, робити це онлайн. Важливо зазначити, що останнім часом Інтернет-середовище зазнало серйозних змін. Інтернет, що починався як переважно анонімне середовище, кардинально змінився з появою соціальних мереж, які стають все більш домінуючими в мережі [40].

Каплан показав, що використання соціальних мереж дає перевагу екстравертам. Екстраверти, які користуються соціальними мережами, більш активними в мережі, ніж інтроверти. Схоже, це пов'язано з тим, що екстраверти просто перенесли свою офлайнову соціальну мережу в онлайн і таким чином отримали значну кількісну перевагу. Крім того, вони повторили психологічне домінування, яким насолоджувалися офлайн, в онлайн.

Відповідно до цих досліджень А. Гамбургер і Г. Вініцкі виявили, що екстраверти мають більше соціальних зв'язків і більше соціальної взаємодії на Facebook, ніж інтроверти. Однак, цікаво, було виявлено, що інтроверти витрачають більше часу на створення сторінки свого профілю, ніж екстраверти. Користувачі-інтроверти, як правило, надають велику кількість інформації, що стосується різних особистих сфер, таких як діяльність, інтереси та улюблене в музиці, телебаченні та літературі. Схоже, що для інтровертів робота над профілем є затишною діяльністю, з невеликою напругою, пов'язаною зі взаємодією в реальному часі. Таким чином, хоча соціальні мережі, як правило, зміцнюють тих, хто має екстравертну особистість, інтроверти знайшли можливості для компенсації. Важливо підкреслити, що хоча соціальні мережі, здається, стали більш домінуючими, ніж анонімні онлайн-середовища, анонімні середовища все ще є потужними та відіграють значну роль у онлайн-життях багатьох людей. Сором'язливі люди, все ще більш схильні використовувати анонімні онлайн-середовища. Однак є також деякі екстраверти, які вважають, що не можуть вільно висловлюватись на ідентифікованому веб-сайті, і тому роблять це на анонімних веб-сайтах. Інтернет і особливо анонімне середовище, здається, добре служать інтровертам. Наразі здається, що в той час як онлайн, особливо анонімні частини, може служити компенсуючим середовищем, яке дозволяє інтровертам виражати себе, і навіть може допомогти цій групі людей

розвинути їхні соціальні навички та заохочувати їх спілкуватися офлайн, може послабити їхню соціальну активність поза мережею. Екстраверсійно-інтроверсійна теорія особистості є важливою демонстрацією відповідності особистості Інтернету. Ця теорія викликала великий інтерес у дослідників, які вважали її особливо актуальною для поведінки в Інтернеті. А. Гамбургер припустив, що ряд теорій особистості також є доречними при розгляді причин поведінки в Інтернеті [16].

Наступний мотив використання Інтернету студентами – **романтичні стосунки**. Романтичні стосунки засновані на романтичній близькості, яка визначається як позитивний вплив і почуття прихильності до людини, що супроводжується тенденціями до саморозкриття з боку обох партнерів. Доведено, що романтична близькість дуже корисна для людини. Це призводить до підвищення відчуття благополуччя, зменшення негативних почуттів і допомагає впоратися з важкими життєвими подіями [54].

Вплив Інтернету на наше життя змінив моделі романтичної близькості. Більш пряме дослідження впливу Інтернету на романтичні стосунки проводилося за 190 молодими студентськими парами протягом першого року шлюбу, а потім через рік і два роки. Дослідники повідомили, що якщо під час першого збору даних було виявлено, що один із партнерів був активним користувачем Інтернету, це призвело до зниження інтимності та менш пристрасних почуттів і до більших конфліктів між партнерами, як повідомлялося в другому та третьому зборах даних [46].

Інші дослідження, які були зосереджені саме на соціальних мережах, показали, що час, проведений у соціальних мережах, має негативний вплив на романтичні стосунки. Якщо говорити точніше, використання Facebook негативно пов'язане із задоволеністю стосунками та позитивно – із ревностями, а більша кількість використання Facebook навіть пов'язана з розривами та розлученнями. І це стосується не лише Facebook: більша кількість використання Twitter та Instagram також призводить до зростання романтичних конфліктів, які призводять до розривів і розлучень [65].

Сучасне повсюдне використання смартфонів також призвело до зниження рівня інтимної близькості. У цьому випадку, коли партнери були разом, кожен повідомив, що використання смартфона партнером, а не їх власним, було негативно пов'язане з інтимністю. Однак, коли смартфони використовуються для спільних цілей, використання смартфонів не пов'язане з рівнями інтимності. Ці результати показують, що не сама багатозадачність смартфона шкодить інтимній близькості; скоріше, це використання смартфона для спілкування з іншими в момент, який мав бути присвячений партнеру. Такий вплив смартфона на багатозадачність не обмежується лише романтичною близькістю; це може впливати на інші типи стосунків, наприклад між членами сім'ї. Це цілком може вплинути на благополуччя у короткостроковій та довгостроковій перспективах [13].

Припускаємо, що користування Інтернетом викликає всі ці негативні почуття через унікальні якості онлайн-середовища. Під час користування Інтернетом кожен партнер тепер має власне місце для розваг, яке не обов'язково ділиться з іншим партнером. Крім того, Інтернет може легко задовольнити потребу в саморозкритті, оскільки кожен партнер може розкритися перед іншими людьми, і таким чином зменшується інтимність, яка виникає в результаті саморозкриття партнеру. Вони також можуть знайти схожість з іншими людьми, і ці люди можуть забезпечити миттєве відчуття комфорту та приналежності. Крім того, на відміну від партнерів, такі Інтернет-контакти мають меншу ймовірність сказати неправильні речі, і, на відміну від будь-яких інших стосунків, цей комфорт, підтримка та приналежність завжди доступні з будь-якого місця та в будь-який час, що вимагає будь-яка конкретна особа, якою б люблячою вона не була. , не зміг би виконати. На практиці це означає, що більшість того, що визначається як романтична близькість, може бути здійснено або принаймні дати відчуття, що це здійснено, в онлайн-світі, і все це без участі партнера. Таким чином, ми припускаємо, що не використання Інтернету саме по собі впливає на романтичну близькість, а потреби, які можуть бути задоволені Інтернетом, а не романтичним партнером. Тому не

дивно, що рівень інтимності погіршується, коли Інтернет не використовується для спільних цілей [13].

Потреба в груповому контакті – один із головних мотивів користування Інтернетом задля відчуття благополуччя. **Груповий контакт онлайн** – використання унікальних компонентів Інтернет-середовища для сприяння покращенню міжгрупових відносин. Теорія В. Олпорта припускає, що для того, щоб зменшити упередження та дискримінацію, між двома опозиційними групами має бути сформоване справжнє позитивне знайомство. В. Олпорт передбачив низку умов, які повинні бути дотримані, щоб зробити таку зустріч ефективною:

По-перше, обидві групи повинні відчувати, що вони мають рівний статус під час контакту.

По-друге, вони повинні домовитися про спільну мету.

По-третє, ця мета може бути досягнута лише через співпрацю двох груп.

По-четверте, обидві сторони мають підтримуватися власними органами чи установами [12].

Ці умови важко виконати. По-перше, організувати кілька зустрічей між двома конфліктуючими групами, у яких цілком можуть виникнути проблеми навіть з узгодженням місця проведення зустрічей, важко, а також дорого [15].

Особисті зустрічі, як правило, провокують велику тривогу в учасників, і така тривога цілком може перешкоджати їхній здатності бути терплячими та когнітивно доступними для контакту. Як вирішення цих проблем Амічай-Гамбургер і Мак-Кенна рекомендували використовувати онлайн як місце для проведення контактних зустрічей. Онлайновий міжгруповий контакт використовує унікальне онлайн-середовище як перевагу для підтримки контакту, який відповідає всім умовам В. Олпорт.

Спілкування в Інтернеті також може підвищити відчуття контролю та приналежності, що зменшить занепокоєння обох груп. Як було показано раніше, цього можна досягти за допомогою низки компонентів: По-перше, під час онлайн-зустрічей кожен учасник відвідує нараду зі свого безпечного місця.

Таким чином, між членами групи існує як фізична дистанція, так і відчуття безпеки набагато вище, ніж у взаємодії віч- на-віч. По-друге, більший ступінь контролю, який учасники відчують під час сеансу, цілком може сприяти зменшенню тривоги, а це сприяє безпечному онлайн-контакту [15],.

На додаток до цих переваг, які відповідають умовам В. Олпорта, існують інші переваги онлайн як контактного середовища.

Анонімність, яку він забезпечує, наприклад, може заохотити людей брати участь у групі, не відчуючи сорому чи збентеження перед і під час процесу.

Анонімність особливо важлива, коли конкуруючі групи походять із зони насильницького конфлікту та групи учасники бояться розкривати будь-яку особисту інформацію. Легкість пошуку схожих інших також може бути перевагою. Пошук схожості з іншими членами групи, незалежно від їх групової ідентичності, ймовірно, станеться спонтанно. І це спонукатиме їх підтримувати діалог як до, так і після завершення офіційного контакту. Той факт, що онлайн-контакт відбувається в Інтернеті, для деяких людей стане чинником, який зробить його веселішим і захоплюючим.

Крім того, онлайн-зустріч із чужою групою також може опосередковано сприяти міжгруповому контакту, оскільки зменшує негативні почуття, які є основою будь-якої дискримінації [60].

До особливостей впливу мережі Інтернет на соціалізацію зараховують:

- комунікацію, яка набуває різних форм (при цьому може відбуватися зміна імені, віку, приписування собі неіснуючих досягнень, підвищення статусу);
- наявність власного (інтимного) світу, у який немає доступу нікому, окрім нього самого;
- відсутність відповідальності і контролю над діяльністю людини;
- реалістичність процесів і повне абстрагування від оточуючого світу;
- можливість виправити будь-яку помилку шляхом неодноразових спроб, змінити віртуальну реальність;

- можливість самостійно приймати будь-які рішення (у межах мережі), не зважаючи на наслідки, до яких вони можуть призвести [5].

Вплив Інтернет-середовища на процес соціалізації молоді здійснюється як результат залучення індивіда до певної комунікативної діяльності з віртуальними агентами соціалізації, яких можна знайти у соціальних мережах, на форумах, у чатах, блогах та онлайніграх. Н. Лазаренко аналізує соціалізацію особистості з урахуванням Інтернет-факторів у двох вимірах:

- соціалізація у віртуальному кіберпросторі;
- соціалізація в реальному світі через віртуальне вимірювання

В першому випадку суб'єкт засвоює моделі поведінки та норми в мережевому просторі та інтегрується в інтернет-спільноти. Показниками адаптивності до віртуальної соціалізації виступають *рівень комп'ютерної грамотності, навички взаємодії в Інтернет-просторі*. В другому випадку Інтернет виступає в якості потужного фактора вторинної соціалізації та виграє перемагає в конкуренції із інститутами первинної соціалізації. Інтернет-сфера соціалізує більшу кількість людей одночасно, ніж агенти реальної соціалізації [5].

Л. Засекіна, досліджуючи віртуальний дискурс комунікативного простору студентів вказує на той факт, що, серед студентської молоді найбільш поширеними мотивами онлайн-комунікації є побутові, гендерні, демонстративно-інтимні, спортивні, екзистенційні та навчально-професійні практики, що пояснюється віковим періодом і провідною діяльністю студентства [4].

У юнацькому віці суттєво змінюються мотиви спілкування, вони стають більш диференційованими, та базуються на основі емоційної близькості, зменшується кількість спілкування з ровесниками, що було характерне для підліткового віку, натомість збільшується спілкування з особами протилежної статі та з дорослими [59].

Виділяють такі види мотивів у користуванні мережею Інтернет:

- діловий,

- пізнавальний,
- комунікативний,
- корпоративний (орієнтація на співпрацю),
- мотив самоствердження,
- рекреаційний (відновлення функціональної працездатності),
- ігровий,
- мотив афіліації (прагнення належати до певних віртуальних спільнот),
- мотив самореалізації (реалізація свого творчого потенціалу) [2].

Разом з тим, К. Янг на основі аналізу проблем у поведінці та контролю над потягами виділила основних п'ять типів Інтернет-залежності:

Кіберсексуальна залежність – нездоланий потяг до відвідування порносайтів, обговорення сексуальної тематики в чатах (більшість у чоловіків).

Пристрасть до віртуального спілкування та віртуальних знайомств – надмірна кількість знайомих і друзів у мережі, великі обсяги листування, участь в Інтернет-форумах, чатах тощо (першість у жінок).

Нав'язлива «фінансова» потреба у мережі – участь в онлайн-іграх (як азартних так і рольових), постійні покупки (відвідування Інтернет-магазинів) чи участь в Інтернет-аукціонах.

Інформаційне перевантаження (нав'язливий вебсерфінг) – довготривалий пошук інформації в базах даних і пошукових сайтах.

Комп'ютерна залежність – нав'язлива гра в комп'ютерні ігри або програмування та інші види комп'ютерної діяльності у мережі [44].

Мотиваційна сфера являє собою багатокомпонентне явище, в структуру якого входять не лише мотиви, а й потреби, інтереси, цінності та навіть самооцінка. Серед потреб особистості, які можна задовольнити в Інтернет-просторі можна виділити наступні: фізіологічні, соціальні (потреби в самореалізації, спілкуванні, позитивній оцінці з боку інших), потреби в безпеці. Також за допомогою Інтернету молодь може задовольнити за наступні

інтереси: інтелектуально-естетичні, лідерські, егоцентричні, азартні та інформаційно-комунікативні.

Висновки до 1 розділу

З точки зору історичного розвитку уявлень про психологічне благополуччя, можемо зазначити, що це поняття мало різноманітні трактування від часів античних філософів до сучасних психологів однак і досі не має універсального тлумачення. Пояснюється це не тільки високою мірою суб'єктивності поняття благополуччя у світосприйнятті кожної окремої особистості, а й тим фактом, що дане поняття є предметом аналізу кількох наук: психології, економіки, соціології та фізичного здоров'я і розглядається під певним характерним для кожної науки кутом. До того ж сучасна психологія розглядає психологічне благополуччя як багатовимірний та багатокомпонентний конструкт, складовими якого є самоприйняття, позитивні відносини з іншими, автономія, управління середовищем, наявність цілей та особистісне зростання та ін.

Одним із найважливіших соціальних інститутів, що впливає на психологічне благополуччя студентів сьогодні є інтернет. Важливим є той факт, що в студентському віці мотиви комунікації та соціалізації та самореалізації стають більш глибокими та емоційно значущими. Інтернет-простір задовольняє потреби студентів у спілкуванні, самооцінці, безпеці та підтримці, особливо у випадку, коли це важко реалізувати в реальному житті та сприяє формуванню зрілих соціальних зв'язків, що в свою чергу впливає на загальне благополуччя. Мотиви користування інтернетом студентами різноманітні за своєю етимологією, можуть бути *внутрішніми* та *зовнішніми* і включають: доступ до інформації, зручність, розваги та соціальну взаємодію та ін. Важливо зазначити, що інтернет має як позитивний, так і негативний вплив на психологічне благополуччя молоді в залежності від інтенсивності та характеру користування.

Отже, психологічне благополуччя студентів тісно пов'язане з їхньою діяльністю в інтернет-просторі. З одного боку, інтернет сприяє задоволенню важливих соціальних та психологічних потреб, що покращує їх загальний стан і сприяє особистісному зростанню. З іншого боку, надмірне або нераціональне та патологічне користування інтернетом може мати негативних наслідків, таких як зниження рівня самоприйняття, підвищення тривожності та соціальної ізоляції. Розуміння цих факторів є важливим для розробки ефективних стратегій підтримки та збільшення рівня відчуття психологічного благополуччя студентами в сучасному цифровому середовищі.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЗВ'ЯЗКУ ПСИХОЛОГІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ТА МОТИВІВ КОРИСТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРОМ СТУДЕНТАМИ

2.1. Загальна методологічна схема дослідження

У результаті проведеного теоретичного аналізу було встановлено, що психологічне благополуччя студентів тісно пов'язане з використанням інтернет-простору, яке, будучи детерміноване розмаїттям мотивів дозволяє задовільнити ряд специфічних потреб. Базуючись на поглядах різних авторів як то Л. Засекіна, З. Папачаріссі, А. Рубін, Д. Волін та Дж.Свікер можна переконатися, що інтернет виконує важливі функції в житті студентів, забезпечуючи їх доступом до інформації, засобами для самовираження, соціальною підтримкою та можливістю відпочинку.

Об'єднавши їх бачення, нами був сформований наступний спектр мотивів використання інтернет-простору, пов'язаний з психологічним благополуччям студентів.

До його переліку увійшли десять наступних мотивів:

1. Інформаційний мотив: пошук нової інформації та знань є одним із ключових мотивів використання інтернету студентами.
2. Комунікативний мотив: інтернет використовується для спілкування та взаємодії з іншими людьми, включаючи підтримку зв'язків з друзями та родиною, а також для знайомств.
3. Розважальний мотив: студенти використовують інтернет для розваг, таких як перегляд відео, прослуховування музики, ігор та інших видів дозвілля.
4. Мотив соціального ескапізму: використання інтернету для уникнення реальних проблем та стресів через занурення в інтернет-середовище.
5. Економічний мотив: інтернет також використовується для здійснення покупок, продажу товарів, аукціонів та інших економічних діяльностей.

6. Мотив самовираження та самореалізації: за допомогою інтернету студенти мають можливість самовиражатися, ділитися своїми думками, ідеями та творчими роботами. Це сприяє їхній самореалізації.

7. Діловий мотив: інтернет використовується для навчання, професійного розвитку, роботи над проектами та іншої ділової активності.

8. Рекреаційний мотив: використання інтернету для відпочинку та відновлення функціональної працездатності після навчання чи роботи.

9. Мотив афіліації: прагнення належати до певних віртуальних спільнот, бути частиною груп за інтересами або соціальних мереж.

10. Мотив інтерактивного контролю: використання інтернету для контролю інформації та комунікацій, а також для активної участі в інтерактивних середовищах, таких як форуми, соціальні мережі тощо.

Аналіз проблеми студентського віку, який ми провели, дозволив нам зробити кілька додаткових висновків. З точки зору вікової психології, студентський вік має безліч характеристик і особливостей, які важливо враховувати. Наприклад, це період нового етапу соціалізації, зміни в самосвідомості та емоційно-вольовій сфері.

Проте, особливо значущі зміни можна виділити у таких аспектах, як:

- Зміни в межах ціннісної системи особистості.
- Зміни в ставленні до себе та оточуючих.
- Зміни в усвідомленні власного «Я».
- Зміни у стосунках з оточуючими, що зазвичай детерміновані пунктами, що зазначені вище.

Відтак метою емпіричного етапу дослідження постало виявлення особливостей зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет-простором студентами.

Завданнями емпіричного етапу дослідження стали:

- пошук і формування блоку методик, який дозволив би повною мірою сформулювати уявлення про особистісні особливості досліджуваних відповідно до зон суттєвих змін студентського віку, і послугував би основою для дослідження

особливостей зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет-простором студентами;

- розроблення авторської анкети, відповіді на запитання якої дали б можливість сформулювати цілісне уявлення про специфіку використання інтернет-простору студентською молоддю, а згодом і визначити провідні по відношенню до використання інтернет-простору у зв'язку з психологічним благополуччям мотиваційні чинники;

- пошук респондентів студентського віку, які б погодилися взяти участь в дослідженні, надавши відповіді на запитання анкети і опитувальників;

- безпосереднє проведення емпіричного дослідження і формування на основі його результатів бази, що необхідна для аналізу й інтерпретації отриманих результатів.

- обробка та інтерпретація результатів дослідження з метою виявлення основних особливостей зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет-простором студентами.

Емпіричне дослідження складалося з наступних етапів:

1. Планування дослідження.

2. Розробка програми дослідження.

3. Вибір методів і технічних процедур:

- анкета для виявлення мотивів користування інтернет-простором студентами виявленими за рахунок теоретичного аналізу;

- методика «Вимірювання п'яти основних факторів особистості «BFI-10» Г. Раммтетда в адаптації О. Сердюка та Б. Базими (<https://www.researchgate.net/publication/360865179>).

- шкала психологічного благополуччя К. Ріфф в адаптації С. Карсканової (<https://www.academia.edu/4482649>).

- опитувальник «Стабільність психічного здоров'я – коротка форма» (MHC-SF-UA) в адаптації Е.Л. Носенко та А. Четверик-Бурчак (<https://www.researchgate.net/publication/307872556>).

4. Етап проведення дослідження. Методичний матеріал складався з

чотирьох вищезазначених блоків: двох анкет і чотирьох опитувальників. Досліджування проводилося заочно, шляхом використання програмного забезпечення Google Forms. Загальна кількість учасників вибірки склала 57 осіб.

5. Етап обробки, інтерпретації та аналізу отриманих результатів. Проведення аналізу, спрямованого на встановлення статистично значущих зв'язків між виявленими мотивами використання інтернет-простору та рівнем психологічного благополуччя студентів.

Загальна кількість респондентів дослідження особливостей зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет-простором студентами становить 57 осіб. Перший блок запитань спеціально розробленої для дослідження анкети дозволив зібрати необхідні соціально-демографічні дані та поведінкові показники вибірки. Вагомі для дослідження характеристики відображені нижче.

- Вибірка включає в себе 32 жінок і 25 чоловіків.
- Вибірка студентської молоді була представлена віковою групою 17-21 рік. Таким чином, вибірки складається зі студентів, що перебувають на навчанні на бакалавраті.

2.2. Обґрунтування методів та методик емпіричного дослідження

Враховуючи інформацію, отриману в ході теоретичного аналізу для проведення дослідження особливостей зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет-простором студентами були відібрані наступні методики: анкета орієнтована на збір необхідних соціально-демографічних даних та поведінкових показників вибірки, методика «Вимірювання п'яти основних факторів особистості BFI-10» Г. Раммтедта, опитувальник для визначення джерел мотивації Дж. Барбуто, Р. Сколла, адаптація опитувальника «Стабільність психічного здоров'я – коротка форма» (MHC-SF-UA).

Перша анкета розроблена нами базуючись на 10 мотивах користування

інтернет-простором виділених у теоретичному аналізі. Анкета можна розділити за трьома категоріями характеру запитань.

Перша категорія включає демографічні дані, такі як вік та стать респондентів.

Друга категорія стосується поведінкових даних студентів. Вона охоплює такі питання як:

- загальна значущість інтернету у житті респондентів, де вони оцінюють його важливість на шкалі від 1 до 10.
- час використання інтернету, де респонденти вказують, скільки годин на добу вони проводять в інтернеті.
- пристрої, що використовуються для доступу до інтернету, з варіантами відповідей на кшталт смартфон, планшет, лептоп та стаціонарний комп'ютер,
- регулювання часу в інтернеті, де респонденти вказують, чи обмежують вони цей час.
- визначення мети перебування в інтернеті.

І третя, основна частина анкети зосереджена на оцінці важливості різних мотивів використання інтернету. У цій категорії респонденти оцінюють важливість таких мотивів, як міжособистісна корисність, проведення часу, пошук інформації, зручність, розваги, ескапізм, інтерактивний контроль, соціалізація, економічна взаємодія, романтичні та інтимні стосунки, міжгруповий контакт, психологічна допомога, приватність, безкарність, коригування редагування, самостійність, використання інтернету як інструменту для робочої та навчальної діяльності, афіліація, самореалізація, самовираження, самоствердження, рекреація та комунікація.

Таким чином, анкета охоплює широке коло питань, що дозволяє глибоко аналізувати різні аспекти використання інтернету студентами, включаючи їхні демографічні характеристики, загальне ставлення до інтернету, патерни використання, а також конкретні мотиви та цілі, з якими вони заходять в інтернет.

Першою в дослідженні блоку стандартизованих методик представляла методика «Вимірювання п'яти основних факторів особистості BFI-10» Г. Раммтедта. Вона є короткою версією Big Five, що розроблено для швидкого вимірювання п'яти основних факторів особистості. Ці фактори включають:

- Екстраверсію - тенденцію до відкритості, соціальної активності, енергійності;
- Сумлінність - тенденцію до організованості, надійності, прагнення до цілі;
- Нейротизм - тенденцію до переживання негативних емоцій, невпевненості, стресу;
- Відкритість до досвіду - тенденція до креативності, інтелектуальної активності, відкритості до нових ідей;
- Приязність - тенденція до альтруїзму, дружелюбності, співчуття.

Кожний з цих факторів представлений двома пунктами у BFI-10, що оцінюються за 5-бальною шкалою з урахуванням ступеня згоди або незгоди.

Концепція на якій базується BFI-10, це теорія п'ятифакторної моделі особистості, яка вважається однією з найбільш широко прийнятих теорій особистості в психології. Згідно з цією теорією, особистість можна описати з використанням цих п'яти основних факторів, кожен з яких включає в себе різні аспекти особистості.

BFI-10 є корисним інструментом для досліджень, де час обмежений, але потрібно швидко і точно оцінити ці п'ять основних факторів особистості.

В ролі другої методики блоку стандартизованих методик постала шкала психологічного благополуччя К. Ріфф

Це самозвітний опитувальник, розроблений Керол Ріфф для оцінки шести вимірів психологічного благополуччя.

Під «психологічним благополуччям», на відміну від психічного здоров'я, мається на увазі суб'єктивне самовідчуття цілісності та усвідомлення індивідом свого буття.

Ця концепція належить до екзистенційно-гуманістичної психології. Для розуміння психологічного благополуччя розрізняють два основних підходи: гедоністичний (оснований на насолоді) та евдемоністичний (оснований на щасті та блаженстві). Гедоністичний підхід визначає психологічне благополуччя через досягнення задоволення та уникнення невдоволення, включаючи досягнення значних цілей. Евдемоністичний підхід, розвиваючись переважно у рамках гуманістичної психології, розглядає психологічне благополуччя як повноту самореалізації у конкретних умовах життя та знаходження творчого синтезу між соціальним оточенням та розвитком власної індивідуальності.

В рамках евдемоністичного підходу, заснованого на ранніх дослідженнях М. Ягоди, К. Ріфф розробила багатовимірну модель психологічного благополуччя. Ця модель включає шість основних складових:

- Автономія: відчуття незалежності та самостійності.
- Майстерність: відчуття компетентності та здатності досягати цілей.
- Мета в житті: відчуття наявності сенсу та мети в житті.
- Особистісне зростання: відчуття постійного розвитку та самовдосконалення.
- Позитивні стосунки з іншими: відчуття зв'язку та близькості з іншими людьми.
- Прийняття себе: відчуття самоповаги та позитивного ставлення до себе.

Опитувальник складається з 84 тверджень, на які респонденти відповідають за 6-бальною шкалою, де 1 означає "абсолютно не згоден", а 6 - "абсолютно згоден".

Остання, третя методика - адаптація опитувальника «Стабільність психічного здоров'я – коротка форма» (MHC-SF-UA) здійснена Е.Л. Носенко, А.Г. Четверик-Бурчак.

Україномовна адаптація опитувальника «Стабільність психічного здоров'я – коротка форма» (MHC-SF-UA), виконана Е.Л. Носенко та А.Г. Четверик-

Бурчак, містить 14 питань, розподілених по трьох шкалах: емоційного (суб'єктивного), соціального та психологічного благополуччя.

Шкала суб'єктивного благополуччя дозволяє оцінити рівень щастя, задоволеності та інтересу до життя у респондентів. Ця шкала фокусується на гедоністичному благополуччі, яке підкреслює суб'єктивні переживання щастя та задоволення від життя.

Шкала соціального благополуччя включає показники соціального прийняття (комфортність серед інших людей), соціальної актуалізації (впевненість у власних можливостях), узгодженості з суспільством (сприйняття соціального середовища як впорядкованого та відчуття себе його частиною), соціального внеску (оцінка власного внеску в соціальне середовище) та соціальної інтеграції (якість взаємодії з суспільством).

Шкала психологічного благополуччя оцінює рівень задоволеності собою, успішність виконання повсякденних обов'язків, наявність теплих та довірливих стосунків, досвід, що спонукає до самовдосконалення, впевненість у вираженні власних позицій, а також наявність мети та сенсу життя.

Ці дві останні шкали орієнтовані на евдемоністичне благополуччя, яке акцентується на самореалізації та гармонії між різними аспектами життя, а також між особистістю та суспільством. Вони вивчають прояви життєздатності та людяності індивіда, а також його прагнення залишатися собою.

Таким чином, загальне благополуччя в цьому опитувальнику розглядається як поєднання духовних і об'єктивно-поведінкових (функціональних) компонентів, які разом забезпечують позитивне функціонування особистості.

Цей підхід дозволяє глибше зрозуміти різні виміри благополуччя, від суб'єктивних відчуттів щастя до складних процесів соціальної та психологічної інтеграції, що сприяють гармонійному розвитку особистості та її взаємодії з оточуючим середовищем.

Висновки до розділу 2

1. У результаті теоретичного аналізу дослідження особливостей зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет-простором студентами сформовано перелік мотивів, що стимулюють до використання інтернет-простору. До їх складу увійшло десять наступних мотивів: інформаційний мотив, комунікативний мотив, розважальний мотив, мотив соціального ескапізму, економічний мотив, мотив самовираження та самореалізації, діловий мотив, рекреаційний мотив, мотив афіліації, мотив інтерактивного. Саме ці мотиви були покладені в основу розробленої анкети.

2. Визначено кілька ключових характеристик студентського віку, що включають зміни в системі цінностей особистості, ставленні до себе та інших, усвідомленні власного «Я», а також у взаєминах з оточуючими. На основі цих характеристик було розроблено набір стандартизованих методик, які використовувалися в дослідженні. Спеціально для дослідження розроблено анкету. Головним її завданням є виявлення специфіки читацької поведінки особливостей мотивації до читання художньої літератури.

3. Сформовано блок стандартизованих методик, до якого увійшли чотири наступні: методика «Вимірювання п'яти основних факторів особистості «BFI-10» Г. Раммтедта, опитувальник для визначення джерел мотивації Дж. Барбуто, Р. Сколла, шкала психологічного благополуччя К. Ріфф, адаптація опитувальника «Стабільність психічного здоров'я – коротка форма» (MHC-SF-UA) Е. Носенко та А. Четверик-Бурчак.

РОЗДІЛ 3

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ ПСИХОЛОГІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ТА МОТИВІВ КОРИСТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРОМ СТУДЕНТАМИ

3.1. Загальна характеристика спрямованості користування інтернет простором студентами

Аналіз результатів отриманих в ході емпіричного дослідження, передбачав три етапи, перший з яких - аналіз відповідей респондентів на запитання розробленої нами анкети, що орієнтована на визначення провідних мотивів користування інтернет простором та поведінки студентів в інтернеті загалом. Даний аналіз був виконаний з допомогою частотного аналізу. Основна мета полягала у тому, аби виявити тенденції, характерні поведінці студентів у інтернеті. Основні дані наведені нижче.

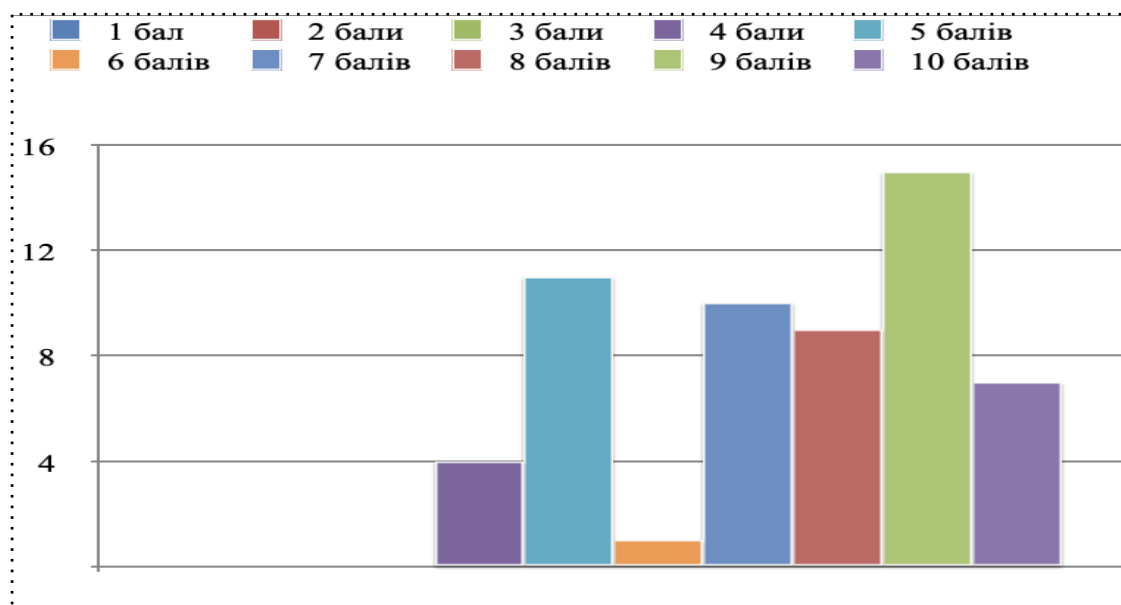


Рис. 3.1. Кількісний розподіл респондентів відповідно до рівня значущості аспекта використання інтернету у житті

Першочергово нами було проаналізовано відповідь на запитання щодо значущості інтернету у житті респондента, що передбачало оцінку від 1 до 10 балів. Результати (рис. 3.1) виявилися наступними: балами 1, 2, 3 рівень значущості інтернету у житті оцінили 0% респондентів, балом 4 — 7% респондентів, балом 5 - 19,3%, балом 6 — 1,8%, балом 7 — 17,5%, балом 8 — 15,7%, балом 9 — 26,3% та максимальну оцінку обрали 12,2% респондентів.

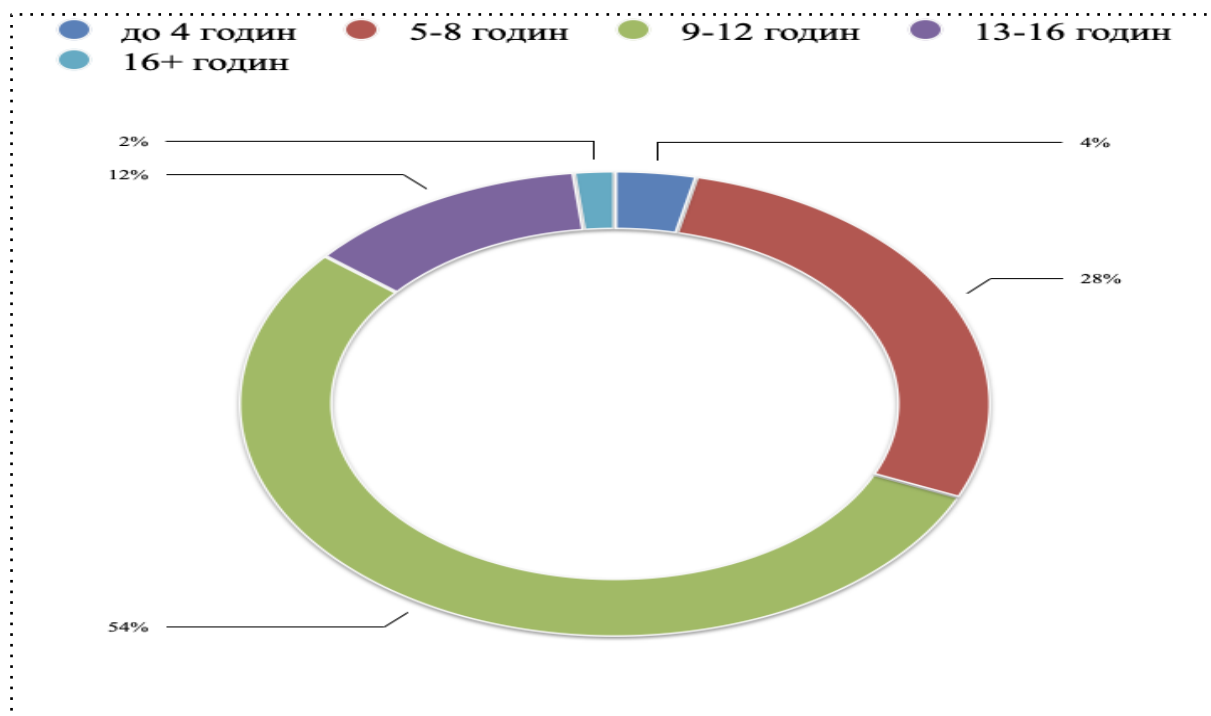


Рис. 3.2. Відсотковий розподіл респондентів відповідно до критерія кількості годин проведених в інтернеті на добу

Наступним кроком виступив аналіз відповідей респондентів на запитання щодо кількості годин проведених в інтернеті на добу. Дане запитання передбачало п'ять варіантів відповіді на запитання. Відповідно до цих варіантів розподіл респондентів за ними відбувся наступним чином: до 4 годин на добу в інтернеті проводить 2 респонденти (4%), від 5 до 8 – 16 респондентів (28%), від 9 до 12 — 31 респондент (54%), від 13 до 16 — 7 респондентів (12%) та більше 16 годин на добу — 1 респондент (2%).

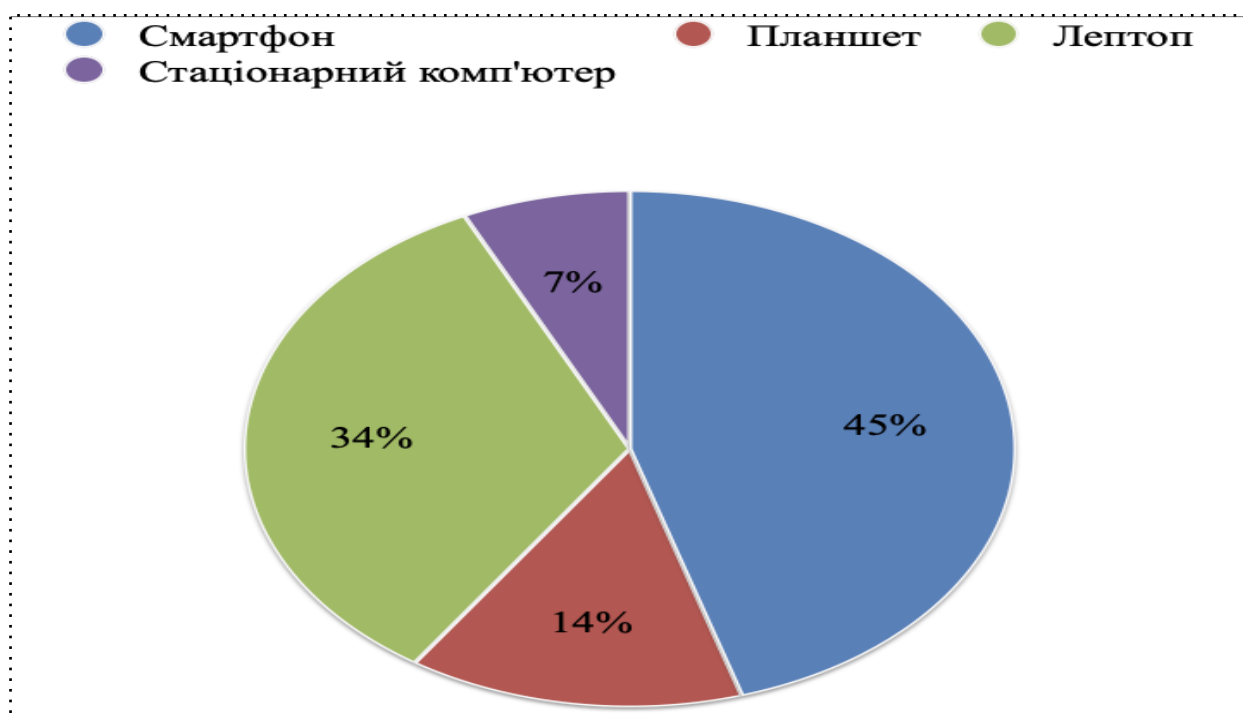


Рис. 3.3. Відсотковий розподіл респондентів відповідно до критерія провідного гаджета для користування інтернетом

Запитання стосовно гаджетів, що задіюються для використання інтернету респондентами найчастіше стало наступним для аналізу. Відповідно до чотирьох можливих варіантів відповідей розподіл респондентів відбувся наступним чином (рис. 3.3.): 45% (26 респондентів) надають перевагу смартфону, 14,03% (8 респондентів) — планшету, 33,3% (19 респондентів) — лептопу та 7,01%, що відповідає чотирьом респондентам віддають перевагу використанню стаціонарного комп'ютера при користуванні інтернетом.



Рис. 3.4. Відсотковий розподіл респондентів відповідно до критерія обмеження часу перебування в інтернеті та визначення мети перебування в інтернеті

Далі були проаналізовані відповіді на запитання щодо обмеження часу та цільового призначення перебування в інтернеті (рис. 3.4., рис. 3.5. відповідно). Враховуючи три варіанти запропонованої відповіді ми отримали наступні результати: 7 респондентів (12,28%) обмежують час перебування в інтернеті, 35 респондентів (61,4%) не обмежують, а 15 респондентів (26,3%) обмежують частково, а також 35 респондентів (61,4%) визначають, 2 респонденти (3,5%) не визначають і 20 респондентів (35%) визначають частково мету свого перебування в інтернеті.

Отже, з огляду на відповіді респондентів на блок запитань анкети, що стосується поведінкових аспектів користування інтернетом, можемо зазначити, що переважна більшість студентської молоді оцінює можливість використання інтернету як значущий аспект власного життя, що відповідає оцінці 9 балів. Інші оцінки, за винятком, мінімальних значень, розподілені між респондентами порівняно рівномірно. Найбільша частка студентської молоді перебуває в інтернеті від 5 до 16 годин, при цьому незначна кількість молоді проводить в інтернеті до чотирьох та більше шістнадцяти годин. Обираючи гаджет, що виступає провідником у питанні доступу до інтернету, студентська молодь надає перевагу таким носіям як смартфони та ноутбуки і незначна частина

студентів обирають для підключення до інтернету стаціонарний комп'ютер. Більшість студентів частково або постійно визначають мету свого перебування в інтернеті, однак не контролюють при цьому часові рамки, які відводять на це.

3.2. Типологізація студентів відповідно до критерію мотивації користування інтернетом

Як зазначено у другому розділі даної роботи, окрім запитань, відповіді на які опрацьовувалися вище з допомогою частотного аналізу, анкета розроблена нами та задіяна у даному дослідженні містить блок запитань орієнтованих на визначення мотивів до використання інтернету респондентами.

Базуючись на відповідях респондентів на ці запитання нами був проведений кластерний аналіз, що стало другим етапом нашого емпіричного дослідження.

З таблиці 3.1 видно, що у проведеному аналізі були задіяні 57 з 57 респондентів, оскільки кожен з них надав відповідь на всі необхідні запитання і відповідно пропущених респондентів немає.

Таблиця 3.1

Кількість валідних/пропущених респондентів, задіяна в роботі над кластерним аналізом

Спостереження					
Валідні респ.		Пропущені респ.		Загальна к-ість респ.	
N (к-ість)	Відсотки	N (к-ість)	Відсотки	N (к-ість)	Відсотки
57	100	0	0	57	100

Для створення класифікації респондентів на основі наданих відповідей, нами був обраний такий метод класифікації як ієрархічна кластеризація. На першому етапі для визначення кількості кластерів, яку необхідно опрацювати

була побудована дендограма, що вказала на наявність трьох очевидно відокремлених кластерів респондентів.

На другому етапі, використовуючи метод Варда та зазначивши кількість кластерів, виокремлену попередньо з допомогою дендограми, а саме три кластери ми отримали сегментацію, зазначену у таблиці 3.2. Один кластер об'єднав тридцять два респонденти, два наступних кластери є суттєво меншими та об'єднують чотирнадцять та одинадцять респондентів відповідно.

Таблиця 3.2

Кількість розподіл респондентів між кластерами

		Частота	Відсоток	Валідний відсоток	Накопичений відсоток
Валідні	1	32	56,14	56,14	56,14
	2	14	24,56	24,56	80,7
	3	11	19,29	19,29	100
	Загалом	57	100	100	

Третій етап передбачав аналіз середніх значень показників мотивації користування інтернетом, а саме порівняння загальних середніх значень з середніми значеннями кожного кластеру. Для даного аналізу були обрані запитання з блоку анкети, що були розроблені для визначення провідної мотивації користування інтернету студентами.

Таблиця 3.3

Середні значення за кожним кластером у порівнянні з загальними середніми значеннями (значення округлені до цілих та половин)

Середні значення				
	Першого кластеру	Другого кластеру	Третього кластеру	Загальні

Міжособистіна корисність	2,5	3	2	2,5
Проведення часу	5	5	6	5
Пошук інформації	6	8,5	6	7
Зручність	4	6	6	5
Розваги	3,5	2	8	4,5
Ескапізм	2	4	6,5	4
Інтерактивний контроль	3	6	2	4
Соціалізація	6,5	3	8	6
Економічна взаємодія	5	5	3,5	4,5
Романтичні стосунки	7	5	2,5	5
Інтимні стосунки	5	4	5	5
Міжгруповий контакт	4	3,5	2	3
Психологічна допомога	5	5	2	4
Приватність	2	6	7	5
Безкарність	2	1,5	2	2
Корегування	3	7	6	5
Самостійність	6	5,5	2,5	5
Інструмент для робочої діяльності	5,5	6	6	6
Інструмент для навчальної	8	7,5	7,5	8

діяльності				
Афеліація	5,5	2,5	6	5
Самореалізація	6	3	2,5	4
Самовираження	8	5	2,5	5
Самоствердження	2,5	3	2,5	3
Рекреація	5	9	6	7
Комунікація	8	3	6	6

Для кожного з трьох кластерів характерна висока оцінка використання інтернету як інструменту навчальної діяльності та низька оцінка безкарності.

Для представника першого кластеру провідними мотивами користування інтернет простором є комунікація, самовираження, романтичні стосунки та соціалізація. Менш значущими мотивами для нього виступають проведення часу, пошук інформації, зручність, економічна взаємодія, інтимні стосунки, міжгруповий контакт, психологічна допомога, інструмент для робочої діяльності, афеліація, самостійність, самореалізація, рекреація. Мінімально значущими у свою чергу виступають мотиви міжособистісної корисності, розваги, ескапізму, інтерактивного контролю, приватності, безкарності, корегування, самоствердження.

Для представника другого кластеру провідними мотивами користування інтернет простором є пошук інформації, інтерактивний контроль, коригування, рекреація. Менш значущими мотивами для нього виступають проведення часу, зручність, ескапізм, економічна взаємодія, романтичні та інтимні стосунки, психологічна допомога, приватність, самостійність, інструмент для робочої діяльності, самовираження. Мінімально значущими у свою чергу виступають мотиви міжособистісної корисності, розваг, соціалізації, міжгрупового

контакту, безкарності, афіліації, самореалізації, самоствердження та комунікації.

Для представника третього кластеру провідними мотивами користування розваги, ескапізм, соціалізація, приватність. Менш значущими мотивами для нього виступають проведення часу, пошук інформації, зручність, інтимні стосунки, коригування, інструмент для робочої діяльності, афіліація, рекреація, комунікація. Мінімально значущими у свою чергу виступають мотиви міжособистісної користі, інтерактивного контролю, економічної взаємодії, романтичні стосунки, міжгруповий контакт, психологічна допомога, безкарність, самостійність, самореалізація, самовираження, самоствердження.

Отже на основі даних отриманих в результаті кластерного аналізу ми пропонуємо типологію студентів відповідно до критерію мотивації користування інтернетом, що об'єднує три типи студентів, перший з яких є орієнтованим на комунікацію, самовираження, соціалізацію та романтичні стосунки, другий — на пошук інформації, інтерактивний контроль, коригування та рекреацію, а третій у свою чергу — на розваги, ескапізм, соціалізацію та приватність.

3.3. Особливості зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет простором студентами

Третій етап емпіричного дослідження полягав у тому, щоб завдяки кореляційному аналізу виявити зв'язки між психологічним благополуччям та мотивами користування інтернет простором у студентської молоді. Як попередньо зазначалося у другому розділі даної роботи для цього були використані наступні методики: методика «Вимірювання п'яти основних факторів особистості «BFI-10» Г. Раммтедта., Шкала психологічного благополуччя К. Ріфф, адаптація опитувальника «Стабільність психічного здоров'я» (коротка форма, МНС-SF-UA) Е. Носенко та А. Четверик-Бурчак.

Результати кореляційного аналізу наведені нижче, більшість зв'язків носять слабкий, значущі зв'язки помірної та середньої сили кореляції ми виділяємо окремо, зазначаючи їх показники.

Мотивація міжособистої корисності прямо корелює зі шкалами позитивних відносин ($r=0.514$, $p<0.05$) з іншими та управління середовищем, відкритості, екстраверсії, привітності, соціального та психологічного благополуччя.

Мотивація проведення часу прямо корелює зі шкалами автономії та управління середовищем, відкритості, соціального та психологічного благополуччя.

Мотивація пошуку інформації прямо корелює зі шкалами автономії, управління середовищем ($r=0.527$, $p<0.05$), особистісного росту ($r=0.603$, $p<0.05$), мети у житті, відкритості, сумлінності ($r=0.548$, $p<0.05$) та невротизму.

Мотивація зручності прямо корелює зі шкалами автономії ($r=0.472$, $p<0.05$), управління середовищем, особистісного росту, сумлінності та невротизму, а також соціального та психологічного благополуччя.

Мотивація розваг прямо корелює зі шкалами позитивних відносин з іншими, автономії та управління середовищем, відкритості, екстраверсії та привітності, а також емоційного, соціального та психологічного благополуччя.

Мотивація ескапізму позитивно корелює зі шкалами сумлінності та невротизму ($r=0.622$, $p<0.05$), та негативно корелює зі шкалами позитивних відносин з іншими, самосприйняття, екстраверсії, привітності, емоційного та соціального благополуччя.

Мотивація інтерактивного контролю позитивно корелює зі шкалами позитивних відносин з іншими, автономії та управління середовищем ($r=0.568$, $p<0.05$), відкритості, екстраверсії та привітності, соціального благополуччя, а також негативно корелює зі шкалою самоприйняття.

Мотивація соціалізації позитивно корелює зі шкалами позитивних відносин з іншими ($r=0.571$, $p<0.05$), управління середовищем та мети в житті,

відкритості, екстраверсії, привітності, а також негативно корелює зі шкалами самоприйняття.

Мотивація економічної взаємодії контролю позитивно корелює зі шкалами автономії, управління середовищем, соціального ($r=0.381$, $p<0.05$) та психологічного благополуччя.

Мотивація романтичних стосунків позитивно корелює зі шкалами автономії, управління середовищем, відкритості, екстраверсії, привітності, а також негативно корелює зі шкалами самоприйняття.

Мотивація інтимних стосунків позитивно корелює зі шкалами автономії, відкритості, екстраверсії, невротизму, а також негативно корелює зі шкалами самоприйняття ($r=-0.329$, $p<0.05$) та сумлінності.

Мотивація міжгрупового контакту позитивно корелює зі шкалами позитивних відносин з іншими та управління середовищем, відкритості, екстраверсії та привітності.

Мотивація психологічної допомоги позитивно корелює зі шкалами автономії, управління середовищем, особистісного росту та мети в житті, сумлінності та екстраверсії, а також негативно корелює зі шкалами психологічного та емоційного благополуччя.

Мотивація приватності позитивно корелює зі шкалами автономії, особистісного росту, сумлінності та невротизму, психологічного благополуччя, а також негативно корелює зі шкалами позитивних відносин з іншими та самоприйняття, екстраверсії та привітності.

Мотивація безкарності негативно корелює зі шкалами позитивних відносин з іншими, сумлінності та привітності.

Мотивація коригування та редагування позитивно корелює зі шкалами управління середовищем ($r=0.582$, $p<0.01$), мети у житті, сумлінності та екстраверсії, а також негативно корелює зі шкалами автономії та самоприйняття, емоційного та психологічного благополуччя.

Мотивація самостійності позитивно корелює зі шкалами автономії, управління середовищем, мети у житті, соціального благополуччя.

Мотивація інструменту робочої діяльності позитивно корелює зі шкалами автономії, управління середовищем, особистісного росту, мети у житті, відкритості, сумлінності, невротизму, соціального благополуччя.

Мотивація інструменту навчальної діяльності позитивно корелює зі шкалами автономії, управління середовищем, особистісного росту, мети у житті, сумлінності, невротизму, соціального благополуччя.

Мотивація афіліації позитивно корелює зі шкалами позитивних відносин з іншими ($r=0.613$, $p<0.05$), управління середовищем, мети у житті, відкритості, екстраверсії, привітності, соціального благополуччя, а також негативно корелює зі шкалами автономії та самоприйняття.

Мотивація самореалізації позитивно корелює зі шкалами позитивних відносин з іншими, автономії, управління середовищем, особистісного росту, мети у житті, відкритості, сумлінності, екстраверсії, емоційного, соціального та психологічного благополуччя.

Мотивація самовираження позитивно корелює зі шкалами позитивних відносин з іншими, автономії, управління середовищем, особистісного росту ($r=0.451$, $p<0.01$), мети у житті, відкритості, сумлінності, екстраверсії, емоційного, соціального та психологічного благополуччя.

Мотивація самоствердження позитивно корелює зі шкалами управління середовищем, екстраверсії та невротизму, а також негативно корелює зі шкалами позитивного відношення з іншими ($r=-0.389$, $p<0.05$) та самоприйняттям ($r=-0,392$, $p<0.05$).

Мотивація рекреації позитивно корелює зі шкалами автономії та самоприйняття, відкритості, екстраверсії, невротизму, емоційного, соціального, психологічного благополуччя, а також негативно корелює зі шкалою мети у житті.

Мотивація комунікації позитивно корелює зі шкалами позитивних відносин з іншими, управління середовищем, самоприйняття, відкритості, екстраверсії, привітності, соціального благополуччя.

Висновки до розділу 3

1. Емпіричне дослідження включило три основні етапи аналізу, перший з яких – частотний аналіз результатів, отриманих завдяки блоку анкети, що був спрямований на виявлення поведінкових особливостей користування інтернет простором студентами; другий – кластерний аналіз результатів, отриманих завдяки блоку анкети, що був спрямований на виявлення мотивів користування інтернет простором студентами; третій – кореляційний аналіз результатів отриманих завдяки анкеті та таким методикам як «Шкала психологічного благополуччя», «Стабільність психічного здоров'я» та «BFI-10»;

2. Були виявлені особливості спрямованості користування інтернет простором студентською молоддю: переважна більшість студентської молоді високо оцінює значущість користування інтернет простором; переважна більшість користується інтернетом від 5 до 12 годин на добу; провідними гаджетами для користування інтернетом для більшості студентів слугують смартфон та лептоп; більшість студентів не обмежують час перебування в інтернеті та більшість студентів частково або повністю визначають мету перебування в інтернет простор;

3. Була сформована типологізація студентів відповідно до критерію мотивації користування інтернет простором. Типологізація об'єднала три типи студентів, перший з яких відрізняється такими провідними мотивами користування інтернет простором як комунікація, самовираження, романтичні стосунки та соціалізація, для другого – пошук інформації, інтерактивний контроль, коригування, рекреація, для третього – пошук інформації, інтерактивний контроль, коригування, рекреація.

4. Була виявлена велика кількість зв'язків між благополуччям та мотивами користування інтернет простору студентами, найбільш яскравими з яких виступили наступні: зв'язок мотивації міжособистісної корисності та позитивних відносин з іншими; мотивації пошуку інформації з управлінням

середовищем та особистісним ростом; мотивації зручності та автономією; мотивації інтерактивного контролю та позитивних відносин з управлінням середовищем; мотивації соціалізації з позитивними відносинами з іншими; мотивації економічної взаємодії з соціальним благополуччям тощо.

ВИСНОВКИ

1. Теоретичний аналіз особливостей зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет простором у студентському віці вказав на те, що, інтернет простір як такий виступає з одним найважливіших інститутів, обумовлюючих психологічне благополуччя студентів. З допомогою інтернет простору прямо чи опосередковано реалізуються і задовольняються провідні потреби характерні даній віковій групі, такі як потреба у спілкуванні, самооцінці, безпеці та підтримці. Мотиви користування інтернетом доцільно розділяти на внутрішні та зовнішні. А також виокремлювати як позитивний так і негативний вплив користування інтернет простором на психологічне благополуччя.

2. Одним із найважливіших соціальних інститутів, що впливає на психологічне благополуччя студентів сьогодні є інтернет. Важливим є той факт, що в студентському віці мотиви комунікації та соціалізації та самореалізації стають більш глибокими та емоційно значущими. Інтернет-простір задовольняє потреби студентів у спілкуванні, самооцінці, безпеці та підтримці, особливо у випадку, коли це важко реалізувати в реальному житті та сприяє формуванню зрілих соціальних зв'язків, що в свою чергу впливає на загальне благополуччя.

3. Емпіричним шляхом досліджено особливості зв'язку психологічного благополуччя та мотивів користування інтернет простором у студентському віці в результаті чого розроблено типологію студентів відповідно до критерію мотивації користування інтернет простором. Для першого типу студентів характерні такі провідні мотивами користування інтернет простором як комунікація, самовираження, романтичні стосунки та соціалізація, для другого – пошук інформації, інтерактивний контроль, коригування, рекреація, для третього – пошук інформації, інтерактивний контроль, коригування, рекреація.

4. З допомогою частотного аналізу даних отриманих в результаті опитування студентів виявлено особливості спрямованості користування

студентами інтернет простором за такими критеріями як оцінка значущості користування інтернет простором, кількість часу проведеного в інтернет просторі, контроль обмеження цього часу, фіксація мети перебування в інтернет просторі та надання переваги певним типам гаджетів для доступу до інтернету. Переважна більшість студентів оцінюють користування інтернет простором як аспект життя, що має високу значущість, користується інтернет простором від 5 до 12 годин на добу, задіюючи для цього смартфон та лептоп, не обмежуючи себе у кількості часу, однак фіксуючи свою мету перебування у інтернет просторі. Також в результаті емпіричного дослідження було виявлено, що мотиви користування інтернет простором пов'язані з психологічним благополуччям студентів надзвичайно щільно. Низка з цих зв'язків потребують окремої уваги, як то зв'язок між мотивами користування інтернет простором та психологічним благополуччям. Так мотивація міжособистісної корисності пов'язана з позитивними відносинами з іншими, мотивація пошуку інформації – з управлінням середовищем та особистісним ростом, мотивація зручності з автономією, мотивації інтерактивного контролю – з позитивними відносинами і управлінням середовищем, а мотивації економічної взаємодії.

Список використаних джерел

1. Галіч, Т. (2014). Соціальні мережі Інтернет як агент соціалізації молоді. Спеціальні та галузеві соціології, XV(281), 250-256.
2. Горошко, О. (2009). Мотиви користування мережею Інтернет: гендерний аналіз. Соціальна психологія, 5 (4), 148-161.
3. Гуревич, Р., Кадемія, М., Шевченко, Л. (2012). Інформаційні технології навчання: інноваційний підхід. Вінниця.
4. Засекіна, Л. (2016). Віртуальний дискурс у комунікативному просторі студентів. Розвиток особистості в різних умовах соціалізації: [колективна монографія] (с. 193-211). Київ.
5. Лазаренко, Н., Коломієць, А., & Паламарчук, О. (2018). Комунікація в Інтернет-просторі: психологічний аспект. Інформаційні технології і засоби навчання, 65 (3), 249-26.
6. Ліфарєва, Н. В. (2003). Психологія особистості: Навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури.
7. Лучинкіна, А. (2011). Основні методологічні підходи до розгляду процесу соціалізації у віртуальному середовищі. Проблеми сучасної педагогічної освіти. 7-13.
8. Махній, М. (2017). «Покоління селфі»: соціалізація молоді у сфері публічної інтимності. Сучасна молодь у соціально-психологічному вимірі: здобутки чернігівських психологів: монографія (с. 135-153). Чернігів: Десна Поліграф.
9. Прохоренко, Т. (2018). Соціалізація молоді в інформаційному суспільстві: особливості та ризики. Вісник Національного університету.
10. Савчин, М. В., & Василенко, Л. П. (2017). Вікова психологія: навч. посіб. 3-тє вид. перероб. допов. Київ: Академія.
11. Симхович, В. (2011). Проблеми соціалізації молоді в мережевому суспільстві. В S. Partycki (Ред.), Spoleczenstwo sieci Tom I. Gospodarka sieciowa w Europie srodkowej i wschodniej (с. 201-205).

12. Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge, MA: Addison-Wesley.
13. Amichai-Hamburger, Y., & Etgar, S. (2016). Intimacy and Smartphone Multitasking – a new oxymoron?. *Psychological Reports*.
14. Amichai-Hamburger, Y., & Hayat, Z. (2013). Internet and personality. In Y. Amichai-Hamburger (Ed.), *The social Net: Understanding our online behavior* (2nd ed., pp. 1–20). New York: Oxford University Press.
15. Amichai-Hamburger, Y., & McKenna, K. Y. A. (2006). The contact hypothesis reconsidered: Interacting via the Internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
16. Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1289–1295.
17. Aristotle. (1992). *Eudaemian ethics* (2nd ed.; M. Woods, Trans.). Oxford, United Kingdom: Clarendon Press.
18. Aristotle. (2000). *Nicomachean ethics* (R. Crisp, Ed.). Cambridge, England: Cambridge University Press.
19. Ben-Arieh, A. (2006). Is the study of the 'State of our children' changing? Re-visiting after 5 years. *Children and Youth Services Review*, 28(7), 799–811.
20. Ben-Ze'ev, A. (2005). "Detachment": The unique nature of online romantic relationships.
21. Bevan, J. L., Gomez, R., & Sparks, L. (2014). Disclosures about important life events on Facebook: Relationships with stress and quality of life. *Computers in Human Behavior*, 39, 246–253.
22. Bradburn, N. M. (1965). *Reports on Happiness. A Pilot Study of Behavior Related to Mental Health*. Aldine Publishing Company. Chicago, USA.
23. Bradburn, N. M. (1969). *The Structure of Psychological Well-Being*.
24. Bradshaw, C. P., Bottiani, J. H., Osher, D., & Sugai, G. (2014). The integration of positive behavioral interventions and supports and social and emotional learning. In M. D. Weist, N. A. Lever, C. P. Bradshaw, & J. Sarno Owens (Eds.),

Handbook of school mental health: Research, training, practice, and policy (2nd ed., pp. 101–118). Springer Science + Business Media.

25. Brothers, D. (1991). *Private Practice*. N.Y. Falling backwards: An exploration of trust and self-experience [in English].

26. Bumgarner, B. A. (2007). You have been poked: Exploring the uses and gratifications of Facebook among emerging adults. *First Monday*, 12, Number 11–5.

27. Chae, J. (2017). Virtual makeover: Selfie-taking and social media use increase selfie-editing frequency through social comparison. *Computers in Human Behavior*, 66, 370–376.

28. Cromwell, R. C., Woods, J. D., & Wilson, C. A. (2021). *Psychology: Theories & Research*, 12th Edition. Wadsworth Publishing. ISBN: 978-1-347-62455-5.

29. Cserni, R. T., & Talmud, I. (2015). To know that you are not alone: The effect of internet usage on LGBT youth's social capital. *Communication and Information Technologies Annual (Studies in Media and Communications)*, 9, 161–182.

30. Csikszentmihalyi, M., & LeFevre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815-822.

31. Cummins, R. A. (2010). Subjective Wellbeing, Homeostatically Protected Mood and Depression: A Synthesis. *Journal of Happiness Studies*, 11, 1-17.

32. David, P., Kim, J. H., Brickman, J. S., Ran, W., & Curtis, C. M. (2014). Mobile phone distraction while studying. *New Media & Society*, 1461444814531692.

33. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*.

34. Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 93, 542–575.

35. Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2004). Beyond Money: Toward an Economy of Well-Being. *Psychological Science in the Public Interest*, 5(1), 1–31.

36. Erikson E. H. (1950). *Childhood and Society* (2nd ed.).

37. Farwell, J. P. (2014). The media strategy of ISIS. *Survival*, 56(6), 49–55.
38. Fox, J., Cruz, C., & Lee, J. Y. (2015). Perpetuating online sexism offline: Anonymity, interactivity, and the effects of sexist hashtags on social media. *Computers in Human Behavior*, 52, 436–442.
39. Groenke, S. L. (2007). Collaborative dialogue in a synchronous CMC environment.
40. Hamburger, Y. A., & Ben-Artzi, E. (2000). The relationship between extraversion and neuroticism and the different uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 16, 441–449.
41. Haybron, D. M. (2008). *The pursuit of unhappiness. The elusive psychology of well-being*. Oxford University Press.
42. Headey, B., & Wearing, A. (1989). Personality, life events, and subjective well-being: Toward a dynamic equilibrium model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(4), 731–739.
43. Hendry, L. B., & Kloep, M. (2002). *Lifespan development: Resources, challenges, and risks*.
44. Jang, K. (2000). *Diagnosis – Internet addiction*.
45. Katz, J. E., & Crocker, E. T. (2015). Selfies and photo messaging as visual conversation: Reports from the United States, United Kingdom and China. *International Journal of Communication*, 9, 1861–1872.
46. Kerkhof, P., Finkenauer, C., & Muusses, L. D. (2011). Relational consequences of compulsive Internet use: A longitudinal study among newlyweds. *Human Communication Research*, 37(2), 147–173.
47. Khrabrov, A., & Cybenko, G. (2010, August). Discovering influence in communication networks using dynamic graph analysis. In *Social Computing*.
48. Kivimäki, J., & Diener, E. (2009). How does income affect well-being? A review of the literature. *Journal of Happiness Studies*.
49. Konu, A., & Rimpelä, M. (2002). Well-being in schools: A conceptual model. *Health Promotion International*, 17(1), 79–87.

50. Korgaonkar, P. K., & Wolin, L. D. (1999). A multivariate analysis of Web usage. *Journal of Advertising Research*.
51. Le Roux, I., & Maree, T. (2016). Motivation, engagement, attitudes and buying intent of female Facebook users. *Acta Commercii*, 16, a340.
52. Liu, D., & Baumeister, R. F. (2016). Social networking online and personality of self-worth: A meta-analysis. *Journal of Research in Personality*, 64, 79–89.
53. Liu, D., Ainsworth, S. E., & Baumeister, R. F. (2016). A meta-analysis of social networking online and social capital. *Review of General Psychology*, 20, 369–391.
54. Manne, S., & Badr, H. (2008). Intimacy and Relationship Processes in Couples' Psychosocial Adaptation to Cancer. *Cancer*, 112, 2541-2455.
55. Mascheroni, G., Vincent, J., & Jimenez, E. (2015). "Girls are addicted to likes so they post semi-naked selfies": Peer mediation, normativity and the construction of identity online. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 9, article 5.
56. McAndrew, F. T., & Jeong, H. S. (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 28, 2359–2365.
57. McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. J. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58, 9–32.
58. McKenna, K. Y., & Bargh, J. A. (1998). Coming out in the age of the Internet: Identity "Demarginalization" through virtual group participation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 681–694.
59. Moneta, G. B., & Csikszentmihalyi, M. (1996). The effect of perceived challenges and skills on the quality of subjective experience. *Journal of Personality*, 64(2), 275-310.
60. Neuberg, S. L., & Cottrell, C. A. (2002). Intergroup emotions: A biocultural approach. In D. M. Mackie & E. R. Smith (Eds.), *From prejudice to*

intergroup relations: Differentiated reactions to social groups (pp. 265–283). New York, NY: Psychology Press.

61. Newman, D. B., Tay, L., & Diener, E. (2014). Leisure and subjective well-being: A model of psychological mechanisms as mediating factors. *Journal of Happiness Studies*, 15, 555–578.

62. Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175–196.

63. Park, N., & Lee, H. (2012). Social implications of smartphone use: Korean college students' smartphone use and psychological well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 491–497.

64. Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841–1848.

65. Ridgway, J. L., & Clayton, R. B. (2016). Instagram unfiltered: Exploring associations of body image satisfaction, Instagram# selfie posting, and negative romantic relationship outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19, 2–7.

66. Riordan, M. A., & Kreuz, R. J. (2010). Emotion encoding and interpretation in computer-mediated communication: Reasons for use. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1667–1673.

67. Rogers, C. R. (1959). A Theory of Therapy, Personality, and Interpersonal Relationships: As Developed in the Client-Centered Framework. In S. Koch (Ed.), *Psychology: A Study of a Science. Formulations of the Person and the Social Context* (Vol. 3, pp. 184-256). New York: McGraw Hill.

68. Ryan, R. M., & Frederick, C. M. (1997). On Energy, Personality, and Health: Subjective Vitality as a Dynamic Reflection of Well-Being.

69. Ryff, C. D. (1989). Happiness and existential well-being: A review. *Psychological Bulletin*, 106(1), 190-206.

70. Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55, 5–14.

71. Setter, J. D., & Elliot, A. K. (2020). *Personality Theories: Classical and Contemporary Approaches*. Cengage Learning.
72. Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97.
73. Spranger E. (1928). *Types of men: The psychology and ethics of personality*.
74. Sumner, L. W. (1999). *Welfare, happiness, and ethics*. Oxford, United Kingdom: Clarendon Press.
75. Schwartz, M. B., & Brownell, K. D. (2004). Body image and obesity. *Body Image*, 1, 43–56
76. Tatarkiewicz, W. (1976). *Analysis of happiness*. Warsaw: Polish Scientific Publishers.
77. Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103(2), 193–210.
78. Tiberius, V. (2006). Well-being: Psychological research for philosophers. *Philosophy Compass*, 1, 493–505.
79. Veenhoven, R. (2009). How do we assess how happy we are? Tenets, implications and tenability of three theories. In A. K. Dutt & B. Radcliff (Eds.), *Happiness, economics and politics* (pp. 63-82). Edward Elgar Publishing.
80. Weiser, E. B. (2015). # Me: Narcissism and its facets as predictors of selfie-posting frequency. *Personality and Individual Differences*, 86, 477–481.

Додатки

Додаток А

Вік	17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22
Стать	чоловіча / жіноча
Оцініть рівень значущості інтернету у вашому житті (1 - мінімальна значущість, 10 - максимальна значущість)	1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10
Скільки часу на добу ви проводите в інтернеті	до 4 / 5-8 годин / 9-12 годин / 13-16 годин / більше 16 годин
Яким гаджетом ви користуєтеся найчастіше для входу в інтернет	смартфон / планшет / лептоп / стаціонарний комп'ютер
Чи обмежуєте ви час, що проводите в інтернеті?	так / ні / частково
Чи визначаєте ви мету свого перебування в інтернеті	так / ні / частково
Оцініть важливість нижчеперерахованих мотивів, характерних при використанні вами інтернету:	
Міжособистіна корисність (можливість бути корисним для інших та отримувати користь від інших)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Проведення часу (можливість організувати своє дозвілля)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Пошук інформації	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Зручність (можливість оптимізувати, організувати свій час, задачі, процеси тощо)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Розваги	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Ескопізм (можливість уникнути проблем та стресу, пов'язаних з реальним життям)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5

Інтерактивний контроль (можливість контролювати інформацію та комунікацію)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Соціалізація	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Економічна взаємодія (можливість продавати, купувати онлайн, тощо)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Романтичні стосунки	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Інтимні стосунки	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Міжгруповий контакт (можливість налагоджувати комунікацію між конфліктуєчими групами)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Психологічна допомога	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Приватність (можливість будувати середовище, доступ до якого є виключно у вас)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Безкарність (відсутність відповідальності за дії)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Корегування, редагування, «друга спроба» (можливість змінювати, виправляти, перегравати ситуацію, дію, помилку, повідомлення тощо)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Самостійність (можливість самостійно приймати рішення)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Інструмент для робочої діяльності	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Інструмент для навчальної діяльності	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Афеліація (можливість належати до спільноти)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Самореалізація	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Самовираження	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Самоствердження	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Рекреація (можливість відпочити)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5
Комунікація (можливість спілкуватися з іншими)	0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5

