

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ  
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ РОЗВИТКУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
«ОСОБЛИВОСТІ РОМАНТИЧНИХ СТОСУНКІВ У ВІРТУАЛЬНОМУ  
ПРОСТОРИ»

на здобуття освітнього рівня «Бакалавр»  
зі спеціальності 053 «Психологія»

студентки 4 курсу  
ОС «Бакалавр» ОПП «Психологія»  
**Єлизавети МАРТІЄНКО**

Науковий керівник:  
кандидат педагогічних наук,  
доцент,  
доцент кафедри соціальної  
психології  
**Дмитро КОРОЛЬОВ**

Допустити до захисту в ЕК  
Кафедри соціальної психології  
Протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_  
Завідувач кафедри:  
доктор психологічних наук, професор  
**Алла КОВАЛЕНКО**  
\_\_\_\_\_ (підпис)

## **ЗМІСТ:**

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1 .....	7
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОМАНТИЧНИХ СТОСУНКІВ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ.....	7
1.1. Психологічний зміст та причини появи романтичних стосунків у віртуальному просторі .....	7
1.2. Інтернет ресурси та їх включеність у інтимне життя сучасної людини .....	13
1.3. Закоханість у соціальних мережах та ставлення партнерів до майбутнього .....	23
Висновок до 1 розділу.....	26
РОЗДІЛ 2 .....	28
МЕТОДИКА ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ РОМАНТИЧНИХ СТОСУНКІВ У МЕРЕЖІ .....	28
2.1. Вибірка та процедура дослідження .....	28
2.2. Методики збору емпіричних даних.....	31
Висновок до 2 розділу.....	35
РОЗДІЛ 3 .....	37
РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ОСОБЛИВОСТЕЙ РОМАНТИЧНИХ СТОСУНКІВ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ .....	37
3.1. Психологічні показники ціннісних сфер і романтичних установок молодих людей у романтичних стосунках .....	37
3.2. Психологічні характеристики задоволеності життям і загального психологічного благополуччя серед молодих людей, які перебувають у романтичних стосунках .....	40

3.3. Порівняльні характеристики цінностей і задоволеності життям у жінок і чоловіків .....	42
Висновок до 3 розділу.....	46
ВИСНОВОК.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Як відомо, стан закоханості визначає особистість людини і є фактором впливу її подальшого життя. Дійсно, залежно від ситуації люди можуть виражати любов по-різному. Закоханість - це загальний стан емоцій і волі кожної людини, яким вона керується протягом усього свого життя. Ці переживання є одним із ключових емоційних станів і процесів психологічного існування. Їхньою фізіологічною характеристикою є загальна збудливість нервової системи, що визначається співвідношенням інтенсивності, збалансованості та рухливості процесів збудження і гальмування.

Актуальність цієї роботи полягає в тому, що зараз багато людей віддають перевагу знайомству в мережі, що іноді тягне за собою появу романтичних стосунків на відстані. Люди можуть спілкуватися будь-коли і будь-де за допомогою месенджерів, відеодзвінків та соціальних мереж. Це дозволяє людям будувати стосунки в середовищі, яке є комфортним для обох сторін і зближує їх одне з одним.

Крім того, віртуальний простір дає можливість взаємодіяти з більшою кількістю людей, які мають спільні інтереси. Віртуальний простір також пропонує можливість широко взаємодіяти з людьми, які мають спільні інтереси, і знаходити людей зі схожими ідеями та смаками, що значно підвищує шанси знайти підходящого партнера. Проте варто зазначити, що романтичні стосунки у віртуальному просторі мають свої ризики та переваги, що і утворює особливий інтерес до даної теми.

Дослідженням соціальних мереж, онлайн-спілкування та романтичних стосунків в Інтернеті займалися Шеррі Туркл [1], Дана Бойд, Ненсі Бейм, Джон Боулбі [3], Джозеф Волтер, С. Кемп [7], Баррі Веллман, Том Беллсторфф, Аліс Марвік, Мері Чайко. Вони досліджували різні аспекти віртуальних стосунків та його вплив на наші взаємини в реальному житті.

А серед українських вчених дослідженням романтичних стосунків в інтернеті займалися: Надія Яковенко проводила дослідження рольових

взаємин в онлайн-іграх та їх вплив на формування романтичних стосунків; Юлія Лазебна досліджувала зміну стереотипів про онлайн-дейтинг та його вплив на романтичні стосунки; Вікторія Чубук досліджувала взаємозв'язок між переживаннями віртуального та реального романтичних стосунків та їх вплив на емоційний стан людини; Гупаловська В. досліджувала гендерні детермінанти суб'єктивного благополуччя жінок [43].

**Об'єктом дослідження** є романтичні стосунки у віртуальному просторі.

**Предметом дослідження** є психологічні особливості романтичних стосунків у віртуальному просторі.

**Мета** – визначити психологічні особливості романтичних стосунків у віртуальному просторі.

**Завдання роботи:**

1. Проаналізувати теоретичні основи дослідження романтичних стосунків у віртуальному просторі.
2. Визначити методичні засади дослідження романтичних стосунків у мережі.
3. Емпірично визначити психологічні особливості романтичних стосунків у віртуальному просторі.

**Наукова новизна** цього дослідження полягає в тому, що вивчення феномена закоханості в соціальних мережах дає можливість прикладного аналізу психологічних характеристик індивідів, схильних до висловлення подібних почуттів у соціальному та віртуальному світі.

**Теоретична значущість** цього дослідження полягає в тому, що воно дає змогу по-новому поглянути на закоханість із погляду віртуальних зустрічей і спілкування. Отримані результати можуть зробити внесок у теоретичну і практичну розробку закоханості в царині віртуального середовища соціальних мереж.

**Практична значущість** цього дослідження полягає в тому, що отримані результати можуть бути використані для майбутніх досліджень і

будуть цікаві всім, хто займається проблемою закоханості в соціальних мережах.

Важливо зазначити, що дослідження психологічних особливостей романтичних стосунків у віртуальному просторі потребують особливої уваги до етики. Дослідники повинні забезпечити конфіденційність та анонімність учасників, а також дотримуватися інших етичних принципів, щоб запобігти потенційним шкідливим наслідкам для учасників дослідження.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОМАНТИЧНИХ СТОСУНКІВ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

#### 1.1. Психологічний зміст та причини появи романтичних стосунків у віртуальному просторі

Так як тема стосунків є одною з основних в житті кожної людини її розглядали, аналізували, вивчали століттями. Взагалі можна орієнтуватися на теорію прив'язаності Джона Боулбі [2; 3]. Відповідно до якої, у кожної людини існує універсальна потреба у створенні близьких емоційних зв'язків, це дозволяє особистості шукати підтримку та захист від інших в випадках загрози чи страждань [2; 3]. Джон Боулбі стверджував, що якісна взаємодія з значимими дорослими в дитинстві стимулює: розвиток внутрішніх переконань про безпечність світу; активність дослідницької діяльності та пізнання [2]. Зародження теорії прив'язаності можна помітити в роботі Боулбі 1944 року «44 малолітніх крадія: їх характер та сімейне життя», в якій він на основі аналізу дитячого досвіду передбачає майбутні проблеми в житті цих дітей [4]. Та в подальших роботах, разом з Мері Ейнсворт, була виявлена та розвинута класифікація індивідуальних особливостей прив'язаності, яка поклала початок численним теоретичним дослідженням [5].

Джон Боулбі – провідний представник психоаналітичної школи, в якій дитинство посідає особливе місце. Згідно з цим поглядом, формування майбутньої особистості відбувається на рівні несвідомого в дитинстві. З одного боку, ця ідея має багато наукових і практичних підтверджень, з іншого - повністю ігнорує дорослу суб'єктність і свідомість.

А ось Річард Ерскін виділив 8 потреб в стосунках [6]:

1. Потреба в безпеці – захист фізичної та емоційної вразливості;
2. Потреба в значимості – важливість, прийняття бажань, потреб, цілей, цінностей;

3. Потреба бути прийнятим. Потреба у значному іншому. – наявність надійного партнера поруч, який здатний захистити, розділити інтереси та цінності;

4. Потреба у підтвердженні особистого досвіду – коли інший вірить, розділяє події та переживання, схожі на власні;

5. Потреба у самовизначенні, у своїй унікальності – самоідентифікація, її прояв, повага до неї інших;

6. Потреба впливати на інших – коли власними діями, емоціями ми можемо щось змінити, щось привнести в спільне;

7. Потреба в ініціативі іншого – щоб важлива інша людина проявляла ініціативу першою час від часу;

8. Потреба у прояві кохання – проявляти почуття до іншого.

А з розвитком соціальних медіа з'явилися дослідження, що описують їхній вплив на різні аспекти життя. Соціальні мережі майже одразу стали використовуватися для пошуку романтичних партнерів і відігравати важливу роль в існуючих романтичних стосунках. Це змінило уявлення про перші враження, залицяння, спілкування та час, проведений разом.

Дійсно, соціальні мережі – це феномен 21-го століття. Не буде перебільшенням сказати, що кожен сучасний користувач ПК знає про такі мережі, як Facebook, Instagram, Telegram та інші. Соціальні мережі виникли як спосіб «використання Інтернету для пошуку друзів та романтичних партнерів». Сьогодні кількість їхніх користувачів стрімко зростає. Соціальні мережі проникли в усі сфери життя. Зокрема, на думку експертів, вони також стали одним з основних каналів комунікації у розвитку ділових відносин.

Три мільярди людей у всьому світі, тобто близько 40 % населення планети, користуються соціальними мережами, метою яких було створити простий і доступний зв'язок між знайомими людьми, особливо якщо їх розділяють тисячі кілометрів [7].

Вивчення задоволеності стосунками – одна з найважливіших сфер дослідження романтичних стосунків і шлюбу. Існує безліч інструментів для

оцінки почуттів, думок і поведінки. Якість стосунків і задоволеність ними впливають на широкий спектр психологічних досліджень як основна тема або як додаткова змінна.

Високий рівень задоволеності романтичними стосунками пов'язаний із важливими результатами, включаючи більшу стабільність стосунків і менші шанси їх розірвання [8], вищий рівень психологічного благополуччя, психічного та фізичного здоров'я [9]. Особистісні властивості романтичних партнерів також можуть сприяти рівню їхньої задоволеності стосунками [10].

Оскільки наш світ стає все більш пов'язаним із соціальними мережами, важливо розуміти зв'язок між використанням соціальних мереж і задоволеністю стосунками. Оскільки нові технології та комунікації в соціальних мережах стали більш поширеними, масштаб їхнього впливу також змінився. Дослідники починають вивчати вплив цих нових ресурсів на стосунки. Додаткова зручність спілкування з друзями та знайомими по всьому світу, безсумнівно, вплинула на міжособистісні стосунки.

Дослідження свідчать проте, що зростання використання соціальних мереж призвело до зниження рівня довіри й задоволеності стосунками [11; 12]. Пари мають установити правила поведінки для використання соціальних мереж в інтернеті, наприклад щодо фотографій та інформації про особисте життя та стосунки. Крім цього, соціальні мережі сприяють виникненню недовіри у стосунках. Почуття ревності може змусити користувачів Facebook висловити негативні емоції в інтернеті, що часто спричиняє суперечки, а вони ілюструють невпевненість партнерів у стосунках [13; 14] виявили, що люди, які уникають соціальних мереж, мають меншу ймовірність зазнати цих негативних наслідків, ніж ті, що їх використовують. «Facebook уможливорює поширення інформації про свого партнера, що, своєю чергою, може викликати ревності та збільшує час, витрачений на Facebook, для пошуку інформації, яка стосується активності партнера» [13, с. 2].

Було проведено чимало досліджень щодо формування стосунків із використанням засобів масової інформації, а також впливу ЗМІ на ці стосунки [15; 16; 17]. Передусім вважають, що ця технологія може бути корисною для початку стосунків, але також може бути використана як допоміжний засіб для їх припинення. Через природну та віртуальну відстань, яку створюють соціальні мережі, стає, здавалося б, легше виконувати неприємні міжособистісні «завдання» [18].

Соціальні мережі також можна використовувати як для самовираження, так і для демонстрації романтичних стосунків. Найбільш наочну ілюстрацію романтичних стосунків можна знайти через профіль особистості в соціальних мережах [19].

Загалом це означає, що вони схильні демонструвати свої стосунки, показуючи себе і свого партнера на фото в профілі і на фото, що відображається на головній сторінці. Таким чином вони демонструють серйозність і важливість своїх романтичних стосунків. Існують також докази того, що люди, які публікують фотографії своїх романтичних партнерів у соціальних мережах, мають вищий рівень задоволеності стосунками.

Було проведено дослідження [20], яке вивчає, як ставлення до статусів у Facebook впливає на стосунки, що базуються на інтенсивності романтичної любові партнерів і ревнощів між ними. Їхнє дослідження встановило, що в пар, які поставили статус про свої стосунки у Facebook, спостерігалось посилення інтенсивності любові, але і ревнощів також.

Водночас поширення соціальних мереж призвело до фрагментації, з якою медіапланувальникам доведеться боротися десятиліттями. У глобальному масштабі інтернет лише прискорив існуючі тенденції, передавши контроль у руки користувачів соціальних мереж. Медіаграмотність перетворилася на цифрову медіаграмотність, і зараз відбувається ще одна зміна: аудиторія перебирає контроль і сама обирає, як вона буде сприймати особисті повідомлення. iTunes і Bittorrent стали

мейнстрімом, а медіаспоживання і персональне медіапланування стали нормою, і дійсно ця тенденція лише посилюватиметься.

Бар'єри на шляху поширення інформації та знань величезні. Значна частина роботи нашої індустрії спрямована на це, але інтернет – це майже безперешкодний медіа-канал, через який може текти все, що завгодно. Задайте питання в Google, підключіть RSS-стрічку, попросіть Amazon сказати вам, що їм «теж подобається», і ви станете свідком потоку інформації. «Зміна парадигми» - це надмірно вживаний термін, але це послаблення напруженості вимагає його. Це поверхня, на якій лежать соціальні медіа, і розмова про закоханість у соціальних мережах зараз рухається новим шляхом.

Культурна еволюція технологій, що представлена інтернетом, дала споживачам медіа засоби фільтрації та вибору, які раніше були неможливими. Спочатку споживачі лише отримали більший контроль над медіа, але це відбувалося в контексті засвоєних моделей поведінки. Однак багато споживачів пішли далі і повністю переосмислили соціальні медіа, демонструючи поведінку цифрових аборигенів, а не чудових знавців у соціальних мережах.

Соціальні мережі мають низку функцій, які впливають на канали зв'язку та їх виконання:

- розширення можливостей створює клієнтів під контролем соціальних мереж;
- цифрові канали створюють час;
- час створює можливості для спілкування;
- можливість створює конкурентну перевагу;
- прозорість створює підзвітність [21]

Поширення інтернету, зростання цифрової медіаграмотності та вибух соціальних мереж в Інтернеті мають наслідки, які психологи повинні розуміти, щоб трансформувати свої стосунки з клієнтами. Тренди, якими можуть скористатися психологи:

- постійна плинність комунікації в мережах;
- різноманітність і самовираження замінюють конформізм і єдність;
- соціальні мережі замінюють певною мірою живе спілкування;
- самопрезентація в соціальних мережах є ілюзорною;
- розмови в мережах створюють ілюзію контролю кордонів спілкування.

«Закоханість 2.0» - додаток, який набирає популярності в інтернеті, призначений для того, щоб зрозуміти новітній контекст та визначити нові правила успішного роману. Тільки зрозумівши, чому медіапідковані споживачі звертаються до класичних медіа, можна створити правильне мислення, яке дозволить їм взаємодіяти з брендом повторно. Лише завоювавши довіру друзів, можна домогтися того, щоб вони рекомендували бренд.

Вибір каналів комунікації все ще широкий, і існує багато моделей інтеграції. Ми є свідками зміни психології взаємовідносин. Це, безумовно, «зміна правил гри» у порівнянні з попередньою поведінкою багатьох користувачів соціальних мереж, але це не обов'язково нове правило прозорості. Задовго до того, як інтернет вийшов з мейнстріму, соціальні аналітики відстежували зміну місця довіри людей від організацій до друзів. Соціальні медіа та онлайніві соціальні мережі лише вивільнили існуючу людську довіру.

Багато психологів оцінили це і слідуєть цьому, змагаючись за те, щоб колонізувати нові соціальні простори, але роблячи це за допомогою моделей з минулого. Тож це ще продовжує своє друге життя, і багато ранніх спроб ведення блогів насправді шкодять професіоналам, які виходять на ринок.

У міру того, як блоги та соціальні медіа переходять від основного поля до іншого потоку, наслідки для психології починають ставати очевидними. Індустрія розваг зараз стимулює соціальні мережі рекламним контентом.

Багато психологів створюють власні сторінки в соціальних мережах, а інші створюють соціальні мережі через свої компанії.

Методи також стають різноманітнішими та складнішими. Коли користувачі говорять про стосунки в Інтернеті та шукають «кохання», як вони бажають поділитися, більшість робить це через призму стосунків між батьком і немовлям. Але тепер наша дитина виросла, безумовна віра, яку вони колись притримувалися випарувалася, контекст решти світу зрозумілий, вони мають впевненість у питанні та знаннях, що вони можуть запитати своїх друзів. Переконавання релевантності, вміння слухати, практику вимірювання, постійну точність налаштування та оптимізацію: усі ці навички необхідні для створення сильних зв'язків в цифровому просторі [22].

Якщо все це здається новим світовим порядком, лякаюча реальність полягає в тому, що нам ще треба пройти довгий шлях, бо ми все ще перебуваємо лише на невеликому шляху: раптовий вибух соціальних мереж з 2005 року є найяскравішою ілюстрацією того, як швидко продовжують розгортатися інструменти цифрового мережевого суспільства. Бар'єри на шляху потоку інформації розтанули, а наслідки вже майже не відчутні.

## **1.2. Інтернет ресурси та їх включеність у інтимне життя сучасної людини**

Дослідницької літератури про частоту, з якою дорослі залучаються до романтичних і сексуальних дій в Інтернеті, небагато. Науковці стверджують, що романтичні і сексуальні дії в Інтернеті включають в себе рекреаційні та освітні заходи, розваги та отримання сексуальних матеріалів. Також вони стверджують, що це може приймати різні форми.

У 2016 році 82% європейців користувалися інтернетом принаймні раз на місяць, а 71% - щодня. У чотирьох європейських країнах, де проводилося це дослідження, 96% норвежців, 94% данців, 79% бельгійців і 68% португальців заявили, що користуються інтернетом щотижня. Крім того, 57%

європейців у віці від 55 до 74 повідомили, що є щоденними користувачами інтернету, порівняно з 96% у віці 16-24 років, причому люди з вищим рівнем освіти частіше є щоденними користувачами, ніж люди з нижчим рівнем освіти (96% проти 60%).

На загальному рівні важливі п'ять факторів, які роблять Інтернет потужним середовищем для любовних та інтимних цілей: доступ, доступність, анонімність, прийнятність і наближення. Крім того, показано, що використання Інтернету в романтичних або сексуальних цілях поділяється на дві основні групи: а) «пошук партнерів» (знаходження партнерів для кохання та/або сексуальні стосунки чи зустрічі) та б) «доступ до еротики» (читання еротичних романів або перегляд порнографічних або еротичних картин та фільмів).

На думку науковців та інших перегляд порнографічних фотографій і фільмів в Інтернеті є найпопулярнішим видом сексуальної активності серед чоловіків різного віку. Наприклад, статистика Pornhub, одного з найбільших порносайтів у світі, показує, що 26% відвідувачів у 2016 році були жінками, з невеликими відмінностями в залежності від країни, причому на вікову групу 55+ припадало 11% відвідувачів (7% на тих, кому 55-64 роки, і 4% на тих, кому 65 років і старше).

У португальській вибірці користувачів чату (313 чоловіків, 46 жінок) [Карвальгейра та Гомес, 2003] знайшли чат-кімнати, які служили для них місцем для офлайн-відносини. Інтернет-анонімність зменшила страх через соціальні санкції, створюючи контекст, де учасники могли вільно висловлювати свої бажання та інтереси. Вчені встановили, що серед норвежців гетеросексуальних людей у віці 18-67 років більше чоловіків (65%), ніж жінок (29%) повідомили про використання Інтернету в романтичних і сексуальних цілях.

Хоча чоловіки частіше переглядають порнографію, а жінки частіше шукають поради та інформацію про сексуальні питання в Інтернеті (35%). Це вказує на гендерні відмінності в тому, як люди використовують інтернет для

романтичних і сексуальних стосунків, які, наскільки нам відомо, не були додатково досліджені та кількісно оцінені для старших користувачів інтернету

Дослідники виявили, що чоловіки і жінки у віці 18-67 років, які мали дуже високий сексуальний потяг частіше, ніж інші, використовували інтернет-порнографію під час мастурбації. Це може свідчити про те, що дорослі, які були сексуально активними протягом усього свого життя і все ще залишаються сексуально активними, більш схильні використовувати інтернет для романтичних і сексуальних цілей. Крім того, чоловіки, які незадоволені своїм сексуальним життям, і жінки, які задоволені своїм сексуальним життям, частіше використовували порнографію під час мастурбації, ніж задоволені (чоловіки) або незадоволені (жінки). Це свідчить про те, що чоловіки, які незадоволені своїм сексуальним життям, можуть використовувати порнографію як компенсацію або альтернативу незадовільному сексуальному життю. З іншого боку, для жінок використання порнографії є доповненням до вже добре функціонуючого сексуального життя. Невідомо, чи ці результати справедливі для дорослих і в європейських країнах. Але результати цього дослідження сприяють заповненню цієї прогалини в літературі.

Як молоді, так і старші люди можуть відвідувати веб-сайти, щоб знайти нових партнерів або лише з сексуальною метою. Це може бути більш поширеним серед літніх людей, які не мають партнерів, ніж серед літніх людей, які мають партнерів. Досліджено вплив статусу стосунків на використання Інтернету в сексуальних цілях партнером або самотійно.

Вчені проаналізували історії 366 учасників, щоб зрозуміти як розвиваються стосунки в Інтернеті, і визначили три кроки:

- 1) закоханість,
- 2) зустріч розуму – швидка близькість і емоційний зв'язок,
- 3) віртуальне дзеркало – взаємна ідеалізація та оптимізація.

Дослідження показали, що онлайн-стосунки характеризуються високим рівнем інтимності та саморозкриття. Однак, як виявилось, розкриття інформації в Інтернеті менш поширене серед людей старшого віку. Австралійське дослідження [Мальта, 2007] проаналізувало стосунки між дорослими (у віці 61-85 років), які використовують інтернет для знайомства з потенційними романтичними партнерами в контексті старшого населення. Результати показали, що більшість з них мали значущі, інтимні та тривалі стосунки. Більшість учасників були сексуально активними зі своїми партнерами на регулярній основі, а для деяких кіберсекс був або є невід'ємною частиною їхніх стосунків. Крім того, дехто із задоволенням фліртував з іншими онлайн, тоді як інші перебували в недіалогових стосунках. Однак для подальшої оцінки та вивчення цих результатів необхідно провести більше крос-культурних досліджень, вивчивши поширеність використання дорослими Інтернету для пошуку партнерів і прогнозування того, що саме шукають такі партнери.

З точки зору здоров'я літніх людей, досліджуючи наскільки Інтернет використовується для пошуку сексуальних порад та інформації, а також для консультування з питань сексуальності, було визнано корисним з'ясувати, чи можна використовувати Інтернет для охоплення людей похилого віку та сприяння їхньому сексуальному здоров'ю і благополуччю. Використовуючи дані Європейського дослідження здорового сексуального старіння, порівняємо використання інтернету в романтичних і сексуальних цілях у чотирьох європейських країнах на великій вибірці осіб у віці 60-75 років, а також проаналізуємо, чи є зв'язок між соціально-демографічними факторами і сексуальною активністю. Оцінити, якою мірою соціально-демографічні фактори та сексуальна активність прогнозують використання інтернету.

Емпіричні дослідження показали, що приблизно кожна десята жінка в усіх країнах користувалася Інтернетом, щоб знайти партнера, отримати сексуальну інформацію чи пораду, прочитати або подивитися порнографію чи купити секс-іграшки. Істотних культурних відмінностей у використанні

Інтернету жінками було небагато. Двовимірний аналіз показав, що в Португалії більше жінок використовували соціальні мережі для пошуку сексуальних партнерів, ніж у Норвегії та Данії, що, можливо, пов'язано зі зниженням популярності соціальних мереж у Португалії через скорочення пенсійних доходів.

Однак існують значні культурні відмінності серед чоловіків, які користувалися інтернетом. Багатовимірний аналіз показав, що чоловіки в Норвегії та Данії рідше, ніж у Португалії, користуються інтернетом для пошуку сексуальної інформації чи порад. Португальські чоловіки також рідше, ніж чоловіки в інших країнах, користувалися інтернетом для пошуку сайтів знайомств, купівлі секс-товарів або для сайтів знайомств, купівлі секс-товарів, і особливо для перегляду або прослуховування порнографії. Використання порнографії вже вивчалось в минулому в кількох скандинавських країнах.

У скандинавських країнах (Данія і Норвегія) як чоловіки, так і жінки, як правило, відносно позитивно ставляться до порнографії. Крім того, жителі Норвегії, Данії та Бельгії мають хороший доступ до інтернету. У сукупності це, мабуть, найбільш вірогідні пояснення відмінностей у показниках перегляду порнографії та інших видів інтернет-активності, виявлених у Португалії, Данії та Бельгії.

Результати багатовимірного аналізу показали наступне, що серед чоловіків використання інтернету для пошуку шлюбного партнера зменшується з віком. Однією з причин цього може бути те, що рівень грамотності та користування інтернетом має тенденцію до зниження з віком. Крім того, рівень освіти був єдиним предиктором використання інтернету для пошуку серйозного партнера.

Використання інтернету для пошуку серйозних стосунків серед чоловіків і жінок. Порівняно з чоловіками та жінками з початковою освітою, чоловіки та жінки з вищою освітою менше користувалися інтернетом для

пошуку сайтів знайомств. Це може відображати той факт, що чоловіки та жінки з вищою освітою походять з різних соціальних верств.

Існує більше місць, де можна знайти партнерів, ніж в інтернеті. Соціальні норми використання інтернету для пошуку партнера також можуть відрізнятися між людьми з нижчою та середньою освітою. Оскільки «подібне притягує подібне», високоосвічені чоловіки і жінки можуть частіше зустрічатися і вибрати більше партнерів, ніж ті, хто має зовсім інший освітній рівень. Використання інтернету для пошуку партнера на сайтах знайомств також прогнозувалося залежно від статусу стосунків як для чоловіків, так і для жінок.

Як і очікувалося, ймовірність використання інтернету для пошуку постійного партнера була вищою для тих, хто не має партнера, порівняно з учасниками дослідження. Прикрим наслідком довголіття може бути самотність через втрату партнерів та друзів. Для дорослих, які не мають партнерів, інтернет може стати місцем, де можна знайти когось, з ким можна мати сексуальні стосунки і розділити життя. Це може узгоджуватися з висновком про те, що жінки, які мастурбують, більш схильні використовувати інтернет для пошуку відданого партнера, ніж жінки, які не мастурбують. Жінки, які мастурбують, можуть мати сильніші бажання, ніж жінки, які не шукають партнера для кохання та сексу

Серед чоловіків використання інтернету для перегляду порнографії зменшується з віком. Це може відображати той факт, що сексуальний інтерес і активність чоловіків з віком мають тенденцію до зниження, а також те, що серед старших вікових груп користування інтернетом загалом нижче.

Чоловіки та жінки, які мастурбують, більш схильні користуватися інтернетом для перегляду порнографії, ніж ті, хто не мастурбує. Порівняно з чоловіками, які задоволені своїм поточним сексуальним життям, чоловіки, які не задоволені менш схильні використовувати інтернет для перегляду порнографії. Подібна тенденція спостерігається і серед жінок. Це свідчить про важливість сексу в житті людей. Ті, хто мастурбує частіше, можуть мати

сильніший статевий потяг або надавати вищу цінність своєму сексуальному життю, що мотивує їх дивитися і насолоджуватися порнографією, тому що секс для них важливіший. Це узгоджується з дослідженнями, які показують, що загальне використання порнографії більш поширене серед людей з високим сексуальним потягом. Крім того, дослідники вважають, що в загальній популяції чоловіки, які незадоволені своїм сексуальним життям, можуть використовувати порнографію, щоб компенсувати несправне сексуальне життя, і що використання порнографії жінками може бути доповненням до їхнього вже добре функціонуючого сексуального життя.

Отже, дослідження показало, що чоловіки і жінки можуть ставати більш схожими в тому, що в старшому віці, чим більше вони сексуально задоволені, тим більша ймовірність того, що вони будуть використовувати порнографію.

Приклади секс-товарів, доступних в Інтернеті, представлені учасникам опитування, включали секс-іграшки, еротичну літературу, віагру та лубриканти. Результати показали, що як чоловіки, так і жінки, які мали більший досвід мастурбації, частіше користувалися інтернетом для купівлі сексуальних товарів, ніж ті, хто ніколи не займався мастурбацією. Очевидно, що для дорослих людей сексуальність має важливе значення в їхньому житті, і вони використовують Інтернет для доступу до інструментів, які підвищують їхню продуктивність і задоволення. Слід зазначити, що купівля секс-товарів та пошук сексуальної інформації і порад не були суттєво пояснені жодним із включених прогнозів, окрім країни, в якій проживають. Інтернет-грамотність і міжкультурні відмінності можуть мати важливе значення в цьому відношенні. Майбутні покоління дорослих можуть більше цінувати анонімність, доступ, доступність, прийнятність і близькість, які пропонує Інтернет, ніж сьогодні [23].

Нарешті, важке сексуальне життя не було пов'язане з жодною сексуальною активністю в Інтернеті у жінок. Цьому може відповідати гіпотези [Баумайстера, 2000] та [Баумайстера, Катанеса та Воса, 2001], що

жіноча сексуальність більш пластична і залежить від соціокультурних факторів, ніж чоловіча сексуальність.

Оцінюючи результати останніх чотирьох років досліджень, важливо враховувати низку обмежень. Попередні дослідження свідчать, що люди з більш ліберальними поглядами на сексуальність частіше беруть участь у цьому дослідженні, ніж люди з більш консервативними поглядами. Це упередження відображається на результатах, які можуть переоцінювати частку онлайн-активності, пов'язаної з переглядом порнографії або пошуком партнерів в Інтернеті.

Крім того, під час набору на роботу ми наголошували, що відповіді сексуально неактивних людей так само важливі, як і відповіді активних людей, можливо, що сексуально активні старші чоловіки і жінки надмірно представлені в цьому дослідженні, що також може призвести до завищення оцінок сексуальної активності і, можливо, сексуальної задоволеності. Деякі з показників, включених в анкету, можуть бути обмежувальними. Наприклад, лише одне запитання про задоволеність поточним рівнем сексуальної активності може ввести учасників в оману, оскільки сексуальна задоволеність є багатовимірним поняттям. Нарешті, лише 0,7% повідомили, що вони є геями або лесбійками, 1,2% - бісексуалами, а 3,2% - іншими. Оскільки останню категорію важко інтерпретувати, було вирішено не включати сексуальну орієнтацію в аналіз. Таким чином, узагальнюваність результатів щодо сексуальності є низькою через невелику кількість людей, які старіють як негетеросексуальні.

Вивчення того, як 60-75 років у Норвегії, Данії, Бельгії та Португалії використовували Інтернет в сексуальних і любовних цілях, ви можете знайти цікаві наслідки для майбутніх коригувань сексуального здоров'я [24]

Для багатьох дорослих важливо знайти партнерів, звернутися за порадою і перегляд порнографію по всій Європі. Враховуючи, що майбутні покоління людей старшого віку будуть більш обізнані з інтернетом і зможуть ним користуватися, існує великий потенціал для використання інтернету для

покращення сексуального здоров'я дорослих у Європі. Окрім того, що це місце для перегляду і читання еротики, веб-сайти, які надають знання і поради з сексуальних питань, можуть допомогти майбутнім дорослим досягти кращого сексуального здоров'я і якості життя. Це може покращити спеціальний індивідуальний веб-сайт для популяризації як сексуальності, так і того, як підтримувати віддані стосунки.

Соціальні мережі (СМ) — це профільні веб-сайти, які відображають зв'язки між користувачами. Користувачі зазвичай завантажують фотографії профілю та надають інформацію про свою освіту і професію, улюблену музику, спорт, фільми, напрямки подорожей тощо. На відміну від більш ранніх форм СМ, таких як групи новин і чати, соціальні мережі є «анонімними» онлайн середовищами. Це означає, що користувачів можна ідентифікувати і знайти в реальному житті. Профілі не лише містять ідентифікаційну інформацію, але й представляють соціальну мережу користувача. Відображені зв'язки зазвичай відповідають офлайн-зв'язкам і тому називаються «прив'язаними зв'язками». Ці характеристики відрізняють СМ як тип віртуальної спільноти. Коментарі, розміщені на стіні, або фотографії, завантажені в профіль, зазвичай доступні принаймні друзям і знайомим, якщо не всім користувачам СМ.

Найбільшою та найвідомішою соціальною мережею є Facebook, яка, згідно з власною статистикою, налічує понад 500 мільйонів активних користувачів. У Нідерландах, де проводилося дослідження, найпопулярнішою СМ є Nuves: вона налічує понад 10 мільйонів користувачів і орієнтована на голландськомовне населення; як і Facebook, вона орієнтована на дозвілля; соціальних ігор, таких як MafiaWars і Farmville.

Соціальні мережі в основному використовуються для підтримки соціальних відносин, особливо підтримувати контакт із слабшими соціальними зв'язками. Однак вони також пропонують платформу для самопрезентації. Управління враженнями було важливим мотивом створення та ведення профілю в СМ. Люди створюють те, що хочуть, тобто ідентичність

на платформі соціальних мереж і пробують стати популярними серед своїх друзів. Наприклад, користувачі свідомо вибирають фотографії, які роблять їх крутими та популярними [25].

Коли справа доходить до стосунків, СМ можна використовувати кількома способами. Користувачі можуть відображати статус своїх стосунків у своєму профілі, використовувати фотографію профілю зі своїм партнером або завантажити кілька фотографій пари. Крім того, користувачі можуть спілкуватися зі своїми партнерами та розповідати про них через СМ. Ми вважаємо, що сам по собі він може мати значний вплив на стосунки.

Основною особливістю СМ є те, що він збільшує кількість інформації, яку люди отримують про своїх партнерів. Іншими словами, якщо партнер активно користується СМ, багато інформації про його повсякденну діяльність можна отримати з дописів на стіні в профілі партнера або з дописів, залишених партнером у профілях друзів.

Зокрема, у стосунках на відстані така інформація може викликати ревності, коли у партнера з'являються нові контакти у віддалених місцях. Таким чином, СМ може кардинально змінити кількість інформації, доступної романтичним партнерам. Хоча ми завжди могли отримувати інформацію про наших партнерів від друзів і знайомих, в СМ більша частина цієї інформації управляється централізовано [26]

Друга особливість полягає в тому, що СМ – це соціально прийнятний спосіб контролювати партнера. Ревниві можуть вдаватися до спостережливої поведінки, наприклад, обшукувати сумки свого партнера. Однак вони зазвичай усвідомлюють, що така поведінка не схвалюється суспільством і сама по собі є порушенням довіри. Однак відвідування профілів друзів і партнерів є частиною звичної практики багатьох користувачів. Це може робитися з метою підтримання контакту (наприклад, залицяння), але в процесі цього можна стежити за партнером і перевіряти його поведінку. Межа між профільними візитами з метою догляду та

моніторингу розмита. Таким чином, МС забезпечує спосіб моніторингу партнерів.

Третьою особливістю СМ є те, що інформація, яка стосується стосунків, є публічною. У зв'язку з цим багато людей можуть переглядати цю інформацію, що може посилити позитивні або негативні почуття щодо поведінки людини. Хоча багато користувачів роблять свої профілі доступними лише для своїх «друзів», а поняття «друзі» має широке значення в СМ, і багато користувачів мають сотні друзів. Зробивши хоча б частину свого профілю доступною для друзів, друзі можуть розширити свою аудиторію до ще більш невизначених знайомих і незнайомих. Як наслідок, вплив інформації, знайденої в СМ, може бути сильнішим, ніж вплив інформації, знайденої у менш публічному контексті: те, як партнер у СМ обнімає іншого представника протилежної статі, можуть побачити всі друзі та знайомі, і це може бути прийнято як суспільна загроза.

Міра використання СМ має наслідки для романтичних стосунків зовсім невідомий. Тому деякі дослідники, орієнтовані на негативний вплив (тобто ревності), так і позитив наслідки. Ми не вважаємо, що використання СМ є шкідливим або корисним для відносини як так, натомість ми припускаємо, що напрямок ефектів у в основному залежить від якості відносин і поведінки партнера. З одного боку, виявлення через СМ того, що партнер може зраджувати, може призвести до ревливих реакцій. З іншого боку, пошук публічних проявів любові в СМ може зміцнювати стосунки та викликати щастя у стосунках [27].

### **1.3. Закоханість у соціальних мережах та ставлення партнерів до майбутнього**

Погляди студентів на шлюб у коледжах змінилися з появою соціальних мереж. Психологія і фізіологія учнів ще не цілком дозріли, а їх розуміння шлюбу не ґрунтовне, але їх любов і подружній світогляд схильні до впливу

соціальних мереж. Однак студенти університетів відіграють центральну роль у майбутньому розвитку нашої країни. Їхні погляди на шлюб відображають їхні цінності та погляди на життя і можуть вплинути на напрямок майбутнього розвитку нашої країни та якості наших людей.

Соціальні мережі (СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ) допомагають групам людей зі спільними інтересами та діяльністю створювати онлайн-спільноти. Їхні послуги базуються на Інтернеті і надають користувачам такі канали комунікації, як QQ та WeChat [22]. Наразі існує мало досліджень щодо впливу соціальних мереж на погляди студентів на шлюб.

Характер шлюбу та любові – це особливі стосунки між людьми [23]. Щодо погляду на шлюб та любов, то поки що немає єдиної думки щодо його визначення. Лі вважає, що «погляд на шлюб і любов визначається світоглядом людей, поглядом на життя і цінності, і це думка людей і ставлення до шлюбу і любові». [24]. Сю пропонує «погляд на шлюб і любов є втіленням людських цінностей у питанні шлюбу та любові» [25]. Цей документ визначає погляд на шлюб та любов як відображення індивідуальних цінностей щодо аспектів любові, вибору товаришів, шлюбу та сексуальності, які в основному включають поняття любові, вибір товариша, шлюб та сексуальність.

Дослідження погляду на шлюб та кохання в зарубіжних країнах розпочалися із встановлення психоаналітичної теорії Фрейда [26] у 1840-х роках, а його історія - понад 100 років. Тому дослідження погляду на шлюб та любов досить рясні. Дослідження Брантлі, Нокса та Зусмана [27] показує, що любов серед студентів до коледжу дуже поширена, і дві третини студентів вважають, що кохання є основою шлюбу, шлюб без любові не може бути щасливим.

Відкритим людям властиво приділяти більше уваги зовнішності. партнера, тоді як люди, які мають традиційні сексуальні стосунки, як правило надають значення характеру партнера [28].

Дослідження поглядів студентів на шлюб та стосунки розпочалися відносно пізно – у 1980-х роках. На ранніх етапах вони здебільшого ґрунтувалися на зарубіжних дослідженнях, але також мали свої особливості. Дослідження поглядів студентів на шлюб та любовні стосунки зосереджувалися переважно на трьох аспектах: кохання, шлюб та сексуальність. Предметом дослідження є мотиви кохання та шлюбу, ставлення до кохання та шлюбу, критерії вибору шлюбного партнера, Я-концепція та фактори, що на неї впливають. Основним інструментом дослідження є анкета. Зі стрімким розвитком мереж багато дослідників почали вивчати погляди студентів на шлюб у мережевому середовищі.

Була позитивна кореляція між залежністю студентів коледжу від соціальних мереж та перевага студентів коледжу за гарний зовнішній вигляд під час пошуку партнера та прийняття дошлюбної статевої поведінки.

Мотивація студентів коледжу шукати супутника життя, акцент на зовнішній вигляд і прийняття дошлюбної сексуальної поведінки є проявом їх поглядів на шлюб і любов. Тому можна сказати, що залежність студентів коледжу від соціальних мереж тісно пов'язані з їх поглядами на шлюб і кохання.

Усі користувачі соціальних мереж мають власні профілі, і навіть більше схильні використовувати красиві фотографії в якості своїх уявних зображень. Цей візуальний вплив може підсвідомо впливати на сприйняття цінності зовнішності для студентів. Згідно з наведеним вище аналізом, існує також позитивна кореляція між залежністю студентів від соціальних мереж і прийняттям дошлюбних сексуальних стосунків. Соціальні мережі надають студентам багато можливостей для спілкування. Їм, особливо старшим, набагато легше знайти собі пару на одну ніч у додатку для знайомств. Для молодих студентів це справжня сексуальна спокуса. Вони можуть зрадити традиційну етику і вдатися до випадкових зв'язків. Студентів, які мають хлопців чи дівчат, спокушають численні спокусливі історії та приклади

дошлюбної сексуальної поведінки в соціальних мережах, які спонукають їх скуштувати заборонений плід.

Інтерактивні можливості соціальних мереж швидко оновлюються, і вони продовжують привертати увагу студентів; на сайтах соціальних мереж зустрічаються найрізноманітніші люди. Студенти мають більше можливостей для стосунків. Вони частіше передумують, коли шукають нові знайомства. Можливо, саме тому частка партнерів на все життя поступово зменшується: у соціальних мережах з'являється все більше прикладів нерозумних почуттів. Це означає безвідповідальність перед собою і перед своєю сім'єю. Це матиме значний вплив на стосунки та шлюби студентів.

### **Висновок до 1 розділу**

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною навчання та життя сучасних студентів і тісно пов'язані з формуванням поглядів студентів на шлюб та стосунки. Залежність від соціальних мереж пов'язана з поглядами студентів на шлюб і корелює з інтенсивністю взаємодії в соціальних мережах.

Погляди студентів на шлюб та особисте життя зосереджені на виникненні шлюбних та дошлюбних сексуальних стосунків. Через емпіричний аналіз можна побачити, що погляди студентів на шлюб та любовне життя поступово відхиляються від традиційних через вплив різних зовнішніх факторів, таких як соціальні мережі: чим вища залежність від соціальних мереж, тим більше мотиви кохання студентів відхиляються від традиційних мотивів кохання, чим більше їхні критерії вибору партнера упереджені до зовнішності, тим більше їхні мотиви відхиляються від романтичного кохання і тим більше їхні мотиви відхиляються від романтичного кохання і вони більш схильні до дошлюбних статевих стосунків. Чим частіше студенти взаємодіють через соціальні мережі, тим більше їхні романтичні мотиви відхиляються від традиційних романтичних

мотивів. Тому слід докладати зусиль в освіті та шкільному навчанні, щоб допомогти молодим людям сформувати правильний погляд на шлюб і кохання з точки зору соціальних мереж.

Інтернет важливий для багатьох дорослих в Європі з точки зору пошуку партнерів, отримання порад і перегляду порнографії. Враховуючи, що майбутні покоління людей старшого віку будуть більш знайомі з інтернетом і зможуть ним користуватися, існує великий потенціал для використання інтернету в заходах з охорони сексуального здоров'я для дорослих у Європі. Окрім того, що веб-сайти слугують місцем для перегляду і читання еротики, вони також можуть допомогти майбутнім дорослим досягти кращого сексуального здоров'я і якості життя, надаючи знання і поради з сексуальних питань. Спеціалізовані веб-сайти, які пропагують як сексуальність, так і способи підтримання тривалих стосунків, можуть виявитися важливими для населення, що старіє.

## РОЗДІЛ 2

### МЕТОДИКА ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ РОМАНТИЧНИХ СТОСУНКІВ У МЕРЕЖІ

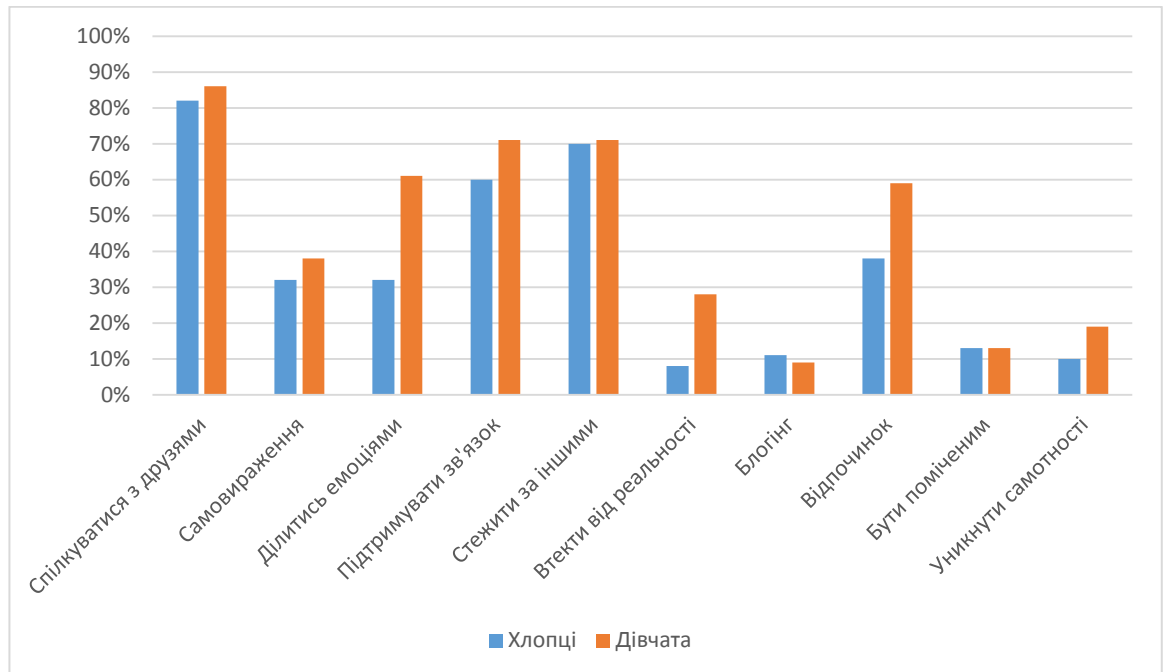
#### 2.1. Вибірка та процедура дослідження

З метою пропрацювання робочих припущень про сфери ціннісних орієнтацій на міру задоволеності життям у осіб, які мають романтичні стосунки у інтернеті, було досліджено 156 осіб віком від 20 до 23 років та різної статі, які навчалися на факультеті психології КНУ імені Тараса Шевченка.

За допомогою анкетування, опитування, спостереження, аналізу контенту було проведено дослідження. Дослідження полягало у використанні належних інструментів та технічних засобів для збору, обробки та аналізу даних. А для досягнення успішного результату, ми повинні були добре знати техніку збору даних, добре структурувати питання та визначити мету дослідження. Крім того, важливо було враховувати етичні стандарти при проведенні дослідження, забезпечити надійність та достовірність результатів та вирішувати проблеми, що виникають у процесі дослідження. Для досягнення максимальної ефективності необхідно було враховувати індивідуальні особливості та потреби різних груп осіб та використовувати належні техніки комунікації та переконання.

Отож, за допомогою цих методів збору інформації, ми виявили, що для хлопців найважливішими мотивами виявилися спілкування (85%), наслідування інших (71%) та підтримання зв'язку з далекими друзями (60%). Для дівчат ці мотиви були найбільш важливими, але також часто обиралися такі мотиви, як поділитися подіями та почуттями дня (62%) і розслабитися (58%). Це свідчить про те, що більшість молодих людей використовують соціальні медіа для спілкування, але для жінок більш важливими є й більш особисті мотиви. Ділитися своїми переживаннями з іншими – це спосіб самовираження, а відпочинок у соціальних мережах – це насамперед час для себе, який можна використовувати по-різному щоразу. Зауважимо, що мотив

«втечі від реальності» частіше зустрічається серед дівчат, ніж серед хлопців, що може свідчити про те, що для дівчат використання соціальних мереж є гарним способом відволіктися від проблем і турбот. Хлопці, ймовірно, використовують інші копінг-стратегії у своєму повсякденному житті.



Діаграма 1. Гендерні відмінності психологічних мотивів використання соцмереж

Таким чином, наша гіпотеза частково підтверджується, оскільки мотивація «поділитися подіями та почуттями дня» є спільною як для вразливих, так і для маніакальних нарцисів, тоді як інші домінуючі мотивації відрізняються між маніакальними та вразливими нарцисами.

До факторів, які визначають привабливість у віртуальному спілкуванні можуть бути віднесені:

1. Особливості віртуального сприйняття. Віртуальний простір, згідно вказаного раніше – є протилежним фізичному, таким чином у ми визначаємо привабливість обмеженою кількістю органів почуттів в залежності від ситуації, що, як правило, не властиво при спілкуванні в реальності.

2. Критичність сприйняття детермінована більшим обсягом інформації. Привабливість та не привабливість – є певною зовнішньою оцінкою, тому частково формується у порівнянні. Таким чином, більша кількість альтернатив підвищує умовний поріг «привабливості» люди.

3. Варіативність у розумінні привабливості, так як віртуальний простір не надає безпосередньо конкретної людини для оцінки і ми характеризуємо особистість віртуальну, тобто її образ віртуального «Я».

4. Відповідно до зазначеного вище твердження, при оцінці привабливості віртуальної особистості, ми можемо мати справу з різними проявами відповідно до сфери контакту. Таким чином, у соціальних мережах ми будемо мати справу з ідеалізованим образом «Я» реального, а у онлайн іграх умовним «аватаром».

5. Міра відвертості. Віртуальний простір дозволяє дотримуватися більшої анонімності при соціальних контактах, що безумовно впливає і на вираження особистості, і на оцінку привабливості. Міра відвертості може стосуватися і ступені ідеалізації себе та свого життя, тобто можливості певного обману [29].

У віртуальних стосунках необхідно враховувати потенційний негативний вплив віртуальних стосунків на сімейні та інтимні стосунки, ступінь відповідальності перед реальним і віртуальним партнером, віртуалізацію стосунків (розчарування в партнері через розбіжності між реальною дійсністю та ідеальним віртуальним образом, сформованим в результаті особистих інтерпретацій партнера), розчарування в партнері через розбіжності в стандартах, а також потенційну можливість розчарування в партнері.

Дослідниця М. В. Палчинська [30] відзначає віртуальний простір як особливу соціальну сферу, включену в систему існуючих соціальних відносин, не тільки як аналог, а і конкурент стосовно просторово-часових змін. Вона відзначає, що для віртуального простору характерне фрагментарне або повне руйнування соціального часу та присутність амбівалентності «об'єктивного та суб'єктивного». Окрему увагу слід приділити їх визначенню щодо наступного твердження: «масове включення індивідів у віртуальний простір призвело до формування норм і правил поведінки у

ньому, тобто до формування кіберкультури, яка існує як спосіб життя, що припускає наявність специфічних цінностей і світосприйняття» [30].

Цікавим виявився той факт, що вони закохуються в соціальних мережах. Деякі старшокласники писали, що відчували почуття любові, коли бачили фото і спілкувалися один з одним тільки в соціальних мережах. Здається, що постійне спілкування з людиною, в яку вони були закохані, може створити дуже приємне відчуття. Відповіді старшокласників показали, що багато з тих, хто закохався через соціальні мережі, проводили більшу частину свого вільного часу в кіберпросторі і мало спілкувалися з людьми свого віку.

Ці старшокласники, швидше за все, сором'язливі і невпевнені в собі, і більш схильні спілкуватися за допомогою повідомлень, якщо вони обмірковують свої думки і змінюють речення перед тим, як відправити їх. З цієї причини молоді люди часто пишуть зізнання в коханні на анонімних листівках, повідомленнях або в соціальних мережах, тому що вони уникають переживати травматичні та сильні емоції. Сором'язливі люди надто нервує, щоб говорити те, що думають, особливо, якщо вона спілкується з кимось, хто їй не байдужий.

## **2.2. Методики збору емпіричних даних**

На основі теоретичних досліджень психологічних особливостей людей, які практикують романтичне кохання в соціальних мережах, було висунуто гіпотезу про те, що такі люди відрізняються за ціннісними орієнтаціями щодо задоволеності життям. Для підтвердження робочого припущення було розроблено комплекс дослідницьких методів для емпіричного вивчення ціннісних орієнтацій щодо задоволеності життям людей, які практикують романтичні стосунки в соціальних мережах.

Збір емпіричних даних проводився з використанням таких методів.

1. Опитування: проведення анкетування може дати можливість отримати відповіді від учасників про їх думки, почуття та досвід з

романтичними стосунками в інтернеті. Опитування можуть бути як стандартизованими, так і нестандартизованими. Перевагами методу дослідження - опитування є його можливість швидкої збору інформації, широкого охоплення аудиторії, стандартизації та репрезентативності вибірки. Однак, недоліками такого методу можуть бути те, що відповіді на запитання можуть бути необ'єктивними, опитування може містити помилки і неповну інформацію.

2. Інтерв'ю: проведення інтерв'ю з учасниками може дати можливість отримати більш детальну інформацію про їх досвід та враження від романтичних стосунків в інтернеті. Інтерв'ю можуть бути як структурованими, так і неструктурованими.

3. Спостереження: спостереження за поведінкою учасників у віртуальному просторі може дати можливість отримати детальні дані про те, як вони взаємодіють зі своїми партнерами, як вони відповідають на питання та як вони ведуть себе в різних ситуаціях. Ефективність методу дослідження спостереження полягає в тому, що він дає можливість отримати значний обсяг інформації про об'єкт дослідження в його природному середовищі без зміни умов його функціонування. Метод спостереження дозволяє оцінити поведінку об'єкта в різні періоди часу і різних умовах, а також дозволяє зібрати інформацію про переважні процеси, тенденції і закономірності, що сприяє проведенню детального аналізу і формуванню наукових висновків. Спостереження може здійснюватися за допомогою різних методів: візуального спостереження, відеоспостереження, аудіоспостереження, систем моніторингу тощо. Застосування сучасних технологій дозволяє дистанційно здійснювати спостереження, що сприяє збільшенню обсягу інформації та підвищенню точності.

4. Аналіз контенту: аналіз контенту текстових повідомлень, фотографій, відеозаписів та інших матеріалів, що обмінюються учасники, може дати можливість отримати детальну інформацію про їхні відчуття, емоції та реакції на різні події.

5. Фізіологічні вимірювання: вимірювання фізіологічних показників, таких як пульс, кров'яний тиск та електродермальна активність, можуть дати можливість отримати об'єктивну інформацію про емоційний стан учасників у різних ситуаціях.

Ці методики можуть використовуватися окремо або комбінуватися для отримання більш повної карти романтичних стосунків в інтернеті. Крім того, дослідники можуть використовувати різні інструменти для збору даних, такі як онлайн-анкети, онлайн-інтерв'ю, соціальні мережі та інші віртуальні платформи. Також можна зазначити, що ці методики застосовувалися у нашій роботі.

*Методика SWLS (Dinner) Шкала задоволення своїм життям.*

Шкала задоволеності життям Е. Дінера [31] залишається однією з найпопулярніших методик вимірювання задоволеності життям. Шкала є семибальною і респондентам пропонують позначити ступінь згоди або незгоди (де 1-повністю згоден, 7-зовсім не згоден) з такими варіантами відповідей, що підходять вам найбільше:

1. Часто моє життя було подібним до ідеалу, що я для себе вимріяв(ла), входячи у доросле життя.

2. Я задоволений (на) своїм теперішнім станом здоров'я.

3. Я задоволений(а) своїм життям до цього часу.

4. У теперішньому моєму житті існують речі, які надають сенс моєму життю.

5. Якщо б я зміг (змогла) прожити своє життя ще раз, то хотів би(хотіла б) щоб воно було таким, яким є зараз [31].

Валідність і надійність шкали SWLS були підтверджені, що свідчить про доцільність використання цього методу для дослідження задоволеності життям як на рівні окремих груп населення, так і на національному рівні. Однак, незважаючи на позитивний досвід крос-національних досліджень, в яких використовувався цей показник, все ж таки є деякі зауваження. Наприклад, чи пов'язані висловлювання, зроблені в позитивному дусі, з

позитивним досвідом та почуттями. Це пов'язано з тим, що різні типи суспільств по-різному впливають на задоволеність життям.

Ця методологія включає 40 тверджень, які пропонуються респондентам.

Є шість варіантів відповіді, чи схожа описана людина на них: зовсім не схожа. Не схожий. Частково схожа. Деяка схожість. Дуже схожий.

*Методика PVQ для вивчення цінностей особистості.*

В даній методиці розміщено ряд тверджень, котрі описують певну людину. Проситься уважно їх прочитати і вирішити в якій мірі описана особа є подібною до вас. Потім зазначити галочкою у відповідній клітинці якою мірою описана людина є подібною до вас. Шварц [32] описує коротке визначення мотиваційних типів відповідно до їх центральної цілі:

- влада-соціальний статус, домінування над людьми і ресурсами;
- досягнення-особистий успіх в відповідності до соціальних стандартів;
- гедонізм- насолодження або чуттєве задоволення;
- стимуляція-хвилювання і новизна;
- самостійність-самостійність думки і дії;
- універсалізм-розуміння, терпіння і захист благополуччя всіх людей і природи;
- доброта-збереження і підвищення благополуччя близьких людей;
- традиції-повага і відповідальність за культурні і релігійні звичаї і ідеї;
- конформність-стримання дій і переконань, які можуть нашкодити іншим і які не відповідають соціальним очікуванням;
- безпека-безпека і стабільність суспільства, відношень до самого себе [32].

За результатами методики можна побудувати ієрархію цінностей для окремої людини або групи. Цінності, які набрали найбільшу кількість балів,

будуть провідними для людини і спрямовуватимуть її діяльність та творчість. Для того, щоб мотивувати конкретну людину до певної діяльності, слід врахувати, що слід орієнтуватися на мотиваційну мету, яка стоїть на першому місці.

Отже, перевагою методики Шварца [32] є те, що вона не лише буде ієрархію цінностей, але й визначає пріоритети мотиваційних блоків, тобто основні цілі, які ставить перед собою респондент у певний момент часу. Таким чином, методика може одночасно виявляти як когнітивні, так і мотиваційні змінні. Розширений перелік цінностей порівняно з іншими методиками та принципи їх дослідження дають можливість вивчати цінності і як зміст, і як емоційно-мотиваційні утворення Методика Ш. Шварца [32] складається з двох частин опитувальника, кожна з яких має свою незалежну процедуру. Опитувальник «Ціннісні орієнтації», що використовується в даному дослідженні, дає можливість дослідити нормативні ідеали та цінності особистості на рівні переконань. Ці цінності мають найбільший вплив на особистість, але не завжди можуть проявлятися в соціальній поведінці, оскільки можуть не збігатися з нормативними цінностями суспільства.

### **Висновок до 2 розділу**

Ми виявили, що для хлопців найважливішими мотивами виявилися спілкування (85%), наслідування інших (71%) та підтримання зв'язку з далекими друзями (60%). Для дівчат ці мотиви були найбільш важливими, але також часто обиралися такі мотиви, як поділитися подіями та почуттями дня (62%) і розслабитися (58%). Це свідчить про те, що більшість молодих людей використовують соціальні медіа для спілкування, але для жінок більш важливими є й більш особисті мотиви. Ділитися своїми переживаннями з іншими - це спосіб самовираження, а відпочинок у соціальних мережах – це насамперед час для себе, який можна використовувати по-різному щоразу. Зауважимо, що мотив «втечі від реальності» частіше зустрічається серед дівчат, ніж серед хлопців, що може свідчити про те, що для дівчат

використання соціальних мереж є гарним способом відволіктися від проблем і турбот.

До факторів, які визначають привабливість у віртуальному спілкуванні можуть бути віднесені: особливості віртуального сприйняття; критичність сприйняття детермінована більшим обсягом інформації; варіативність у розумінні привабливості, так як віртуальний простір не надає безпосередньо конкретної людини для оцінки і ми характеризуємо особистість віртуальну, тобто її образ віртуального «Я»; відповідно до зазначеного вище твердження, при оцінці привабливості віртуальної особистості, ми можемо мати справу з різними проявами відповідно до сфери контакту; міра відвертості.

У віртуальних стосунках необхідно враховувати потенційний негативний вплив віртуальних стосунків на сімейні та інтимні стосунки, ступінь відповідальності перед реальним і віртуальним партнером, віртуалізацію стосунків (розчарування в партнері через розбіжності між реальною дійсністю та ідеальним віртуальним образом, сформованим в результаті особистих інтерпретацій партнера), розчарування в партнері через розбіжності в стандартах, а також потенційну можливість розчарування в партнері.

На основі теоретичних досліджень психологічних особливостей людей, які практикують романтичне кохання в соціальних мережах, було висунуто гіпотезу про те, що такі люди відрізняються за ціннісними орієнтаціями щодо задоволеності життям. Для підтвердження робочого припущення було розроблено комплекс дослідницьких методів для емпіричного вивчення ціннісних орієнтацій щодо задоволеності життям людей, які практикують романтичні стосунки в соціальних мережах. Серед методів дослідження є методика SWLS Шкала задоволення своїм життям, методика PVQ для вивчення цінностей особистості.

## РОЗДІЛ 3

### РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ОСОБЛИВОСТЕЙ РОМАНТИЧНИХ СТОСУНКІВ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

#### 3.1. Психологічні показники ціннісних сфер і романтичних установок молодих людей у романтичних стосунках

Міжособистісні стосунки належать до пріоритетних ціннісних сфер у житті сучасної молоді. Для молодих людей дуже важливо знайти своє коло спілкування, де їх поважають, приймають і співпереживають.

Для молодих людей у дослідженні найважливішою потребою було «прийняття іншими» ( $M = 5,81$ ,  $S.D. = 1,92$ ), а необхідна «потреба в близьких стосунках» ( $M = 4,86$ ,  $S.D. = 1,21$ ) також була вищою за середню, що узгоджується з побудовою самоідентичності молодих людей на основі міжособистісних мереж.

Середні показники особистих цінностей для студентської молоді

	Мінімум	Максимум	M	S.D.
Погане самопочуття серед людей	0	7	2.62	1.48
Потреба бути прийнятим іншими	1	9	5.81	1.92
Прийняття рішення і вміння відповідати	0	9	4.23	2.11
Коливання при прийнятті рішення	0	9	4.37	2.16
Обережність при встановленні близьких стосунків	0	7	3.45	1.77
Вимогливе прагнення близьких стосунків	1	9	4.86	1.21

Таблиця 1.

Найнижчими показниками характеризувалися наступні шкали міжособистісних стосунків методика Шварца: погане самопочуття серед людей ( $M = 2,62$ ,  $S.D = 1,48$ ) та обережність при встановленні стосунків ( $M = 3,45$ ,  $S.D = 1,77$ ). На середньому рівні проявлялися прийняття рішення і уміння відповідати за нього у спілкуванні з близькими людьми ( $M = 4,86$ ,  $S.D = 1,21$ ) та коливання при прийнятті рішення ( $M = 4,37$ ,  $S.D = 2,16$ ). Такі результати можна пояснити не сформованістю особистої зрілості та прагненням знайти себе міжособистісних стосунках з іншими близькими людьми.

Середні показники особистих цінностей для студентської молоді

	Мінімум	Максимум	М	S.D.
Конфорність	6	23	17.88	3.31
Традиція	9	23	15.70	2.94
Доброта	9	24	14.90	2.41
Універсалізм	15	33	24.52	3.93
Самостійність	11	23	17.75	2.50
Стимуляція	8	18	12.76	1.92
Гедонізм	5	18	12.86	2.40
Досягнення	11	24	16.46	2.33
Влада	7	18	12.37	2.43
Безпека	12	28	21.69	3.54

Таблиця 2.

Комфорт ( $M = 17,88$ ,  $S.D. = 3,31$ ), самостійність ( $M = 17,75$ ,  $S.D. = 2,50$ ) та досягнення ( $M = 16,46$ ,  $S.D. = 2,33$ ) оцінюються вище середнього, тоді як традиції ( $M = 15,70$ ,  $S.D. = 2,94$ ) та доброта ( $M = 14,90$ ,  $S.D. = 2,41$ ) - близько до середнього. Так і є. Влада ( $M = 12,37$ ,  $S.D. = 2,43$ ), стимуляція ( $M = 12,76$ ,  $S.D. = 1,92$ ) і гедонізм ( $M = 12,86$ ,  $S.D. = 2,40$ ) характеризуються значно нижчими значеннями. Такий розподіл цінностей можна пояснити відкритістю до змін вектору сучасної молоді, яка практикує романтичні стосунки в соціальних мережах і зосереджена на зміцненні особистих самопріоритетів.

Розвиток ціннісних орієнтацій підлітків відбувається в різних модальностях їхнього життєвого простору, включаючи романтичні стосунки, що мають високу особистісну значущість, ставлення до обраної професії та майбутньої кар'єри, а також ставлення до свого етнічного та духовного буття.

Рівень смисложиттєвих орієнтацій людини в пізньому юнацькому віці прямо корелює з показниками її ціннісних орієнтацій у сімейно-шлюбних відносинах. При цьому у жінок пошук сенсу життя нерозривно пов'язаний зі зростанням суб'єктивної значущості життєвих перспективних цінностей шлюбу, материнства та щасливого сімейного життя, а у чоловіків – кохання, особистої незалежності та безпеки.

На думку Ю. Ю. Белової [33], без спеціально організованого навчання процес формування національних цінностей сучасних юнаків відбувається безсистемно і поверхнево. Це призводить до досягнення більшістю з них лише низького і середнього рівня цього психічного утворення. В умовах спеціально організованого навчання, тренінгів з активізації етнічних аксіологічних конструктів особистості обумовлює зростання її прагнення до формування національних цінностей і в інших людей. У такий спосіб відбувається трансляція цінностей, їх вихід за межі індивідуального буття людини.

Згідно з результатами досліджень Н. І. Жигайло [34], у структурі ціннісних орієнтацій молоді часто переважають матеріальні цінності й цінності приватного життя. Система ціннісних орієнтацій у більшості юнаків формується за типом «хаос цінностей», що відображає прагнення поєднати матеріальні, духовні й інтелектуальні цінності без визначення пріоритетних.

Отже, у роботі визначено та охарактеризовано зв'язок між активністю в соціальних мережах та задоволеністю романтичними стосунками. Гіпотеза дослідження підтвердилася: існує слабкий негативний зв'язок між активністю в соціальних мережах та задоволеністю романтичними стосунками.

### **3.2. Психологічні характеристики задоволеності життям і загального психологічного благополуччя серед молодих людей, які перебувають у романтичних стосунках**

Якщо мова йде про задоволеність життям та загальне психологічне благополуччя серед молодих людей, які перебувають у романтичних стосунках, свідчення учених показують, що такі люди мають декілька характеристик. Перш за все, романтичні стосунки можуть допомогти молодим людям знайти партнера, з яким вони можуть відчувати щастя та злагоду. Це може позитивно впливати на загальне психологічне благополуччя, оскільки задоволеність у зв'язку може допомогти людям почуватись більш щасливими та впевненими. Крім того, у романтичних стосунках молоді люди можуть вчитись формувати та піклуватися про відносини, розвивати рівень спілкування та емоційного інтелекту. Це може покращити загальні навички спілкування та здатність мирно вирішувати конфлікти. Також люди, які перебувають у романтичних стосунках, можуть відчувати більше підтримки, особливо у періоди стресу та труднощів. Це може підвищити загальний рівень їхнього благополуччя та знизити ризик розвитку депресійних станів.

Проте варто пам'ятати, що романтичні стосунки також можуть бути джерелом стресу та конфліктних ситуацій, що може негативно впливати на загальне психологічне становище людини. Тому важливо зберігати баланс та навчатись ефективно вирішувати проблеми, що з'являються у стосунках.

Теоретичні основи розуміння феномену психологічного благополуччя були закладені американським психологом Н. Бредберном [35]. Він визначав це явище як відчуття задоволення і щастя від життя, але головне – це баланс між двома комплексами емоцій, які накопичуються протягом життя – позитивним і негативним (у дослівному перекладі – позитивний і негативний вплив), баланс отримується завдяки постійної взаємодії цих двох видів емоцій. Індикатором психологічного благополуччя є різниця афектів. Люди з

переважно позитивним афектом мають вищий рівень задоволеності життям, і навпаки, люди з переважно негативним афектом – нижчий. У той же час Бредберн стверджує, що ці афекти не можуть бути пов'язані один з одним [35].

Таким чином, хороші стосунки з іншими включають в себе як здатність до емпатії, відкритість до спілкування, так і навички, які допомагають встановлювати і підтримувати контакт з іншими людьми. Бажання бути гнучким і знаходити компроміси у відносинах з іншими також є частиною компоненту психологічного благополуччя. За відсутності цих ознак людина почувається самотньою і не здатна будувати та підтримувати довірливі стосунки з іншими.

«Психологічне благополуччя» - це системна характеристика людини, яка набувається в процесі життя і ґрунтується на підтримці психофізіологічного функціонування. Воно проявляється в наступних аспектах як засіб досягнення внутрішніх і соціальних цілей, є умовою переживання осмисленого змісту життя і цінності життя в цілому, реалізації свого потенціалу і здібностей.

Р. М. Шаміонов [36; 37], узагальнює та визначає поняття психологічного благополуччя, як власне відношення особистості до свого власного життя та процесів, що мають важливе значення з точки зору засвоєння щодо зовнішнього та зовнішнього середовища перебування, які характеризуються відчуттям задоволення.

Задоволеність життям та психологічна оцінка власного життя з плином часу є важливими показниками, які можуть впливати на зміцнення ціннісних орієнтацій та формування змін в осіб, які практикують романтичні стосунки онлайн.

Щодо задоволеності життям, 43,9% респондентів були «скоріше задоволені, ніж незадоволені», а 41,1% - «в основному задоволені».

Відсоткові показники задоволеності життям для студентської молоді

Задоволеність життям	Частота	Відсоток
7-20 балів	16	15%
21-26 балів	47	43.9%
27-31 балів	44	41.1%

Таблиця 3.

Що стосується вивчення факторів психологічного благополуччя, то вони пов'язані з такими особистісними характеристиками, як екстраверсія, оптимістичний стиль атрибуції та емоційна стабільність [38; 39]. Також встановлено, що особистісний потенціал психологічного благополуччя значною мірою залежить від життєвих обставин, зокрема від рівня соціальної підтримки [40].

Це пояснюється тим, що люди можуть відчувати задоволеність життям у різних сферах, таких як сім'я, професія та суспільство, а суб'єктивна оцінка, що відображається терміном «добре – погано», впливає лише на загальну задоволеність життям і вказує на рівень емоційного комфорту в тій чи іншій сфері життя. Категорія «щастя» є міждисциплінарною наукою. З цієї причини соціологія, економіка, політологія та медицина використовують дуже близьке за змістом поняття «якість життя».

Отже, в рамках інтегративного підходу виділяють три складові особистісного благополуччя. Це щастя і задоволеність життям, баланс між позитивними і негативними емоціями, щастя, що відображає цілісність психологічного і соціального благополуччя, суб'єктивне благополуччя, яке впливає на самореалізацію особистості в усіх сферах життя, і гегемоністичне благополуччя, яке відображає гегемоністичні цінності.

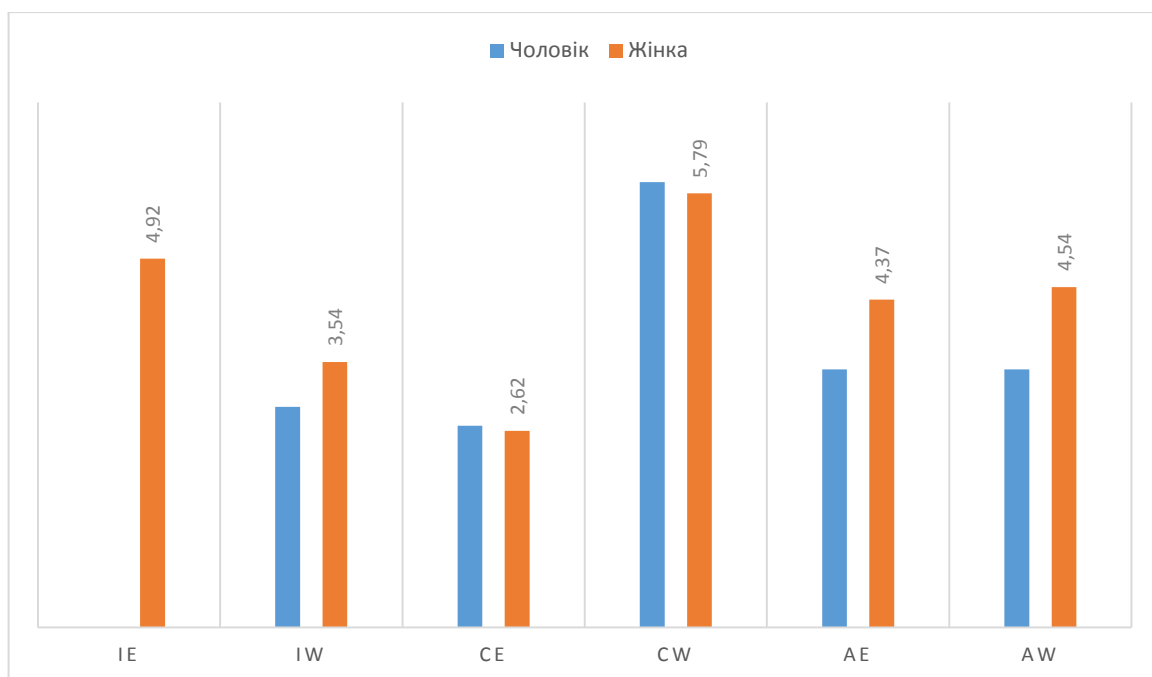
### **3.3. Порівняльні характеристики цінностей і задоволеності життям у жінок і чоловіків**

Якщо розглядати наукові статті, то можна навести такі порівняльні характеристики цінностей і задоволеності життям у жінок і чоловіків. Щодо

цінностей, то у жінок більше уваги приділяється родині, дітям та взаєминам з близькими людьми, в той час як чоловіки частіше акцентують на розвитку кар'єри та матеріального благополуччя; у обох статей цінність здоров'я є дуже важливою; жінки частіше відрізняються від чоловіків відданістю традиційним ролям та соціальному активізму, тоді як у чоловіків на перший план виходить автономія та індивідуальна свобода. Щодо задоволеність життям, то жінки в цілому виражають вищий рівень задоволеності своїм життям, ніж чоловіки; тим не менш, відсутність визнання та рівності в отриманні можливих привілеїв (такі як заробітна плата, соціальне становище) може вплинути на задоволеність життям у жінок.

Отже, можна зробити висновок, що жінки та чоловіки мають свої власні цінності та прагнення, які можуть впливати на їх задоволеність життям. Варто більше розуміти та поважати ці різниці, щоб забезпечити будь-якій людині належні умови для життя щасливого та задоволеного життям.

Попередній аналіз свідчить про те, що існують відмінності між жінками та чоловіками в романтичних стосунках у соціальних мережах з точки зору різних ціннісних орієнтацій, задоволеності життям, психологічних оцінок щастя та міжособистісної комунікації. Порівняльний аналіз двох груп проводився за допомогою Т. Стюдента.



Таблиця 4. Порівняння рівня показників міжособистісної сфери у чоловіків та жінок

Щодо аналізу таблиці:

IE – Погане самопочуття серед людей

IW – Потреба бути прийнятим іншими

CE – Прийняття рішення і уміння відповідати

CW – Коливання при прийнятті рішення

AE – Обережність при встановленні близьких стосунків

AW – Вимогливе прагнення близьких стосунків

Для молодих людей, які брали участь у дослідженні, найважливішим бажанням було бути визнаним іншими. Потреба в близьких стосунках також виявилася на рівні вище середнього. У сфері ціннісних орієнтацій найбільш важливими виявилися цінності універсальності та безпеки. Задоволеність життям була оцінена як скоріше або майже задоволена, ніж незадоволена.

Найнижчий рівень задоволеності життям виявився серед студентів четвертого курсу, а найвищий – серед студентів другого курсу. У цінностях, задоволеності життям, психологічній оцінці щастя та міжособистісному спілкуванні чоловіків і жінок, які практикують онлайн-романтичні стосунки,

були виявлені наступні значущі відмінності. З точки зору психологічної оцінки минулого життя, жінки оцінили своє минуле життя вище.

Фемінні чоловіки частіше задоволені життям та роботою, а у маскулінних чоловіків рівень когнітивної оцінки якості життя є суттєво нижчим [41]. У структурі соціально-психологічних чинників суб'єктивного благополуччя чоловіків важливу роль відіграють ресурси соціально-психологічної адаптації, якості, які сприяють налагодженню стосунків з людьми, та переживання власної самостійності, а у жінок – здатність налагоджувати глибокі емоційні стосунки з людьми, ресурси для адаптації до соціальних ролей та задоволеність стосунками з батьками [42]. Порівняльний аналіз гендерних особливостей мотивації на успіх, суб'єктивного благополуччя та задоволеності працею показав відсутність значущих відмінностей цих переживань залежно від статі [43].

Загалом жінки мають більш високий рівень благополуччя, ніж чоловіки. Жінки більш оптимістичні щодо майбутнього життя, ніж чоловіки. В країнах з низьким рівнем доходу чоловіки більш позитивно налаштовані щодо свого майбутнього, ніж жінки. Розрив між благополуччям чоловіків і жінок є більшим в країнах з меншим рівнем розвитку та меншими гендерними правами, а в умовах гендерної рівності рівень благополуччя жінок є вищим [44].

Особисте благополуччя у професійній сфері життя включає сенс, цілі та позитивні емоційні переживання, задоволеність роботою, життєвий і професійний досвід та розвиток, загальне особистісне зростання, добрі стосунки з іншими, самоприйняття та автономію, які визначаються участю в діяльності, відданістю справі, високим рівнем кваліфікації та професійних навичок. Участь у діяльності, відданість справі, високий рівень кваліфікації та професійних навичок. Особисте благополуччя працівників має безпосередній вплив на продуктивність та ефективність їхньої професійної діяльності, виконання професійних обов'язків та загальний професійний успіх.

Таким чином, особисте щастя є найважливішим типом щастя як для чоловіків, так і для жінок. Значно більше чоловіків мають професійно-орієнтований тип щастя, і ніхто не має кар'єрно-орієнтованого типу щастя. Серед жінок більше людей мають змішаний тип особистого благополуччя. Середні показники особистісної гармонії, професійної самореалізації та самоактуалізації жінок вищі, ніж у чоловіків. Особисте благополуччя більшості чоловіків і жінок в середньому має тенденцію до вищого рівня, але у чоловіків воно вище, ніж у жінок. Більшість як чоловіків, так і жінок підтвердили, що вони належать до людей, які цінують особисте благополуччя.

### **Висновок до 3 розділу**

Міжособистісні стосунки належать до пріоритетних ціннісних сфер у житті сучасної молоді. Для молодих людей дуже важливо знайти своє коло спілкування, де їх поважають, приймають і співпереживають.

Розвиток ціннісних орієнтацій підлітків відбувається в різних формах їхнього життєвого простору, включаючи романтичні стосунки, що мають високу особистісну значущість, ставлення до обраної професії та майбутньої кар'єри, а також ставлення до свого етнічного та духовного буття. Рівень смисложиттєвих орієнтацій людини в пізньому юнацькому віці прямо корелює з показниками її ціннісних орієнтацій у сімейно-шлюбних відносинах. При цьому у жінок пошук сенсу життя нерозривно пов'язаний зі зростанням суб'єктивної значущості життєвих перспективних цінностей шлюбу, материнства та щасливого сімейного життя, а у чоловіків - кохання, особистої незалежності та безпеки.

Хороші стосунки з іншими включають в себе як здатність до емпатії, відкритість до спілкування, так і навички, які допомагають встановлювати і підтримувати контакт з іншими людьми. Бажання бути гнучким і знаходити компроміси у відносинах з іншими також є частиною компоненту психологічного благополуччя. За відсутності цих ознак людина відчувається

самотньою і не здатна будувати та підтримувати довірливі стосунки з іншими.

«Психологічне благополуччя» - це системна характеристика людини, яка набувається в процесі життя і ґрунтується на підтримці психофізіологічного функціонування. Воно проявляється в наступних аспектах як засіб досягнення внутрішніх і соціальних цілей, є умовою переживання осмисленого змісту життя і цінності життя в цілому, реалізації свого потенціалу і здібностей.

Аналіз, який ми проводили свідчить про те, що існують відмінності між жінками та чоловіками в романтичних стосунках у соціальних мережах з точки зору різних ціннісних орієнтацій, задоволеності життям, психологічних оцінок щастя та міжособистісної комунікації.

Загалом жінки мають більш високий рівень благополуччя, ніж чоловіки. Жінки більш оптимістичні щодо майбутнього життя, ніж чоловіки. В країнах з низьким рівнем доходу чоловіки більш позитивно налаштовані щодо свого майбутнього, ніж жінки. Розрив між благополуччям чоловіків і жінок є більшим в країнах з меншим рівнем розвитку та меншими гендерними правами, а в умовах гендерної рівності рівень благополуччя жінок є вищим.

## ВИСНОВОК

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною навчання та життя сучасних студентів і тісно пов'язані з формуванням поглядів студентів на шлюб та стосунки. Залежність від соціальних мереж пов'язана з поглядами студентів на шлюб і корелює з інтенсивністю взаємодії в соціальних мережах.

Погляди студентів на шлюб та особисте життя зосереджені на виникненні шлюбних та дошлюбних сексуальних стосунків. Через емпіричний аналіз можна побачити, що погляди студентів на шлюб та любовне життя поступово відхиляються від традиційних через вплив різних зовнішніх факторів, таких як соціальні мережі: чим вища залежність від соціальних мереж, тим більше мотиви кохання студентів відхиляються від традиційних мотивів кохання, чим більше їхні критерії вибору партнера упереджені до зовнішності, тим більше їхні мотиви відхиляються від романтичного кохання і тим більше їхні мотиви відхиляються від романтичного кохання і вони більш схильні до дошлюбних статевих стосунків. Чим частіше студенти взаємодіють через соціальні мережі, тим більше їхні романтичні мотиви відхиляються від традиційних романтичних мотивів. Тому слід докладати зусиль в освіті та шкільному навчанні, щоб допомогти молодим людям сформуванню правильного погляду на шлюб і кохання з точки зору соціальних мереж.

Збір емпіричних даних проводився з використанням таких методів: опитування (проведення анкетування може дати можливість отримати відповіді від учасників про їх думки, почуття та досвід з романтичними стосунками в інтернеті. Перевагами цього методу дослідження – є його можливість швидкої збору інформації, широкого охоплення аудиторії, стандартизації та репрезентативності вибірки); інтерв'ю (проведення інтерв'ю з учасниками може дати можливість отримати більш детальну інформацію про їх досвід та враження від романтичних стосунків в інтернеті); спостереження (спостереження за поведінкою учасників у віртуальному

просторі може дати можливість отримати детальні дані про те, як вони взаємодіють зі своїми партнерами, як вони відповідають на питання та як вони ведуть себе в різних ситуаціях); аналіз контенту (аналіз контенту текстових повідомлень, фотографій, відеозаписів та інших матеріалів, що обмінюються учасники, може дати можливість отримати детальну інформацію про їхні відчуття, емоції та реакції на різні події); фізіологічні вимірювання (вимірювання фізіологічних показників, таких як пульс, кров'яний тиск, можуть дати можливість отримати об'єктивну інформацію про емоційний стан учасників у різних ситуаціях).

Ми виявили, що для хлопців найважливішими мотивами виявилися спілкування (85%), наслідування інших (71%) та підтримання зв'язку з далекими друзями (60%). Для дівчат ці мотиви були найбільш важливими, але також часто обиралися такі мотиви, як поділитися подіями та почуттями дня (62%) і розслабитися (58%). Це свідчить про те, що більшість молодих людей використовують соціальні медіа для спілкування, але для жінок більш важливими є й більш особисті мотиви. Ділитися своїми переживаннями з іншими - це спосіб самовираження, а відпочинок у соціальних мережах - це насамперед час для себе, який можна використовувати по-різному щоразу. Зауважимо, що мотив "втечі від реальності" частіше зустрічається серед дівчат, ніж серед хлопців, що може свідчити про те, що для дівчат використання соціальних мереж є гарним способом відволіктися від проблем і турбот.

На основі теоретичних досліджень психологічних особливостей людей, які практикують романтичне кохання в соціальних мережах, було висунуто гіпотезу про те, що такі люди відрізняються за ціннісними орієнтаціями щодо задоволеності життям. Для підтвердження робочого припущення було розроблено комплекс дослідницьких методів для емпіричного вивчення ціннісних орієнтацій щодо задоволеності життям людей, які практикують романтичні стосунки в соціальних мережах. Серед методів дослідження є

методика SWLS (Dinner) Шкала задоволення своїм життям, методика PVQ для вивчення цінностей особистості.

Таким чином, рівень смисложиттєвих орієнтацій людини в пізньому юнацькому віці прямо корелює з показниками її ціннісних орієнтацій у сімейно-шлюбних відносинах. При цьому у жінок пошук сенсу життя нерозривно пов'язаний зі зростанням суб'єктивної значущості життєвих перспективних цінностей шлюбу, материнства та щасливого сімейного життя, а у чоловіків - кохання, особистої незалежності та безпеки. Хороші стосунки з іншими включають в себе як здатність до емпатії, відкритість до спілкування, так і навички, які допомагають встановлювати і підтримувати контакт з іншими людьми. Бажання бути гнучким і знаходити компроміси у відносинах з іншими також є частиною компоненту психологічного благополуччя. За відсутності цих ознак людина відчувається самотньою і не здатна будувати та підтримувати довірливі стосунки з іншими.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Sherry Turkle: Connected, but alone? URL: <https://www.english-video.net/v/uk/1409>.
2. Bowlby, J. (1973). Attachment and loss: Volume II: Separation, anxiety and anger. In Attachment and loss: Volume II: Separation, anxiety and anger (pp. 1-429). London: The Hogarth press and the institute of psycho-analysis.
3. Bowlby, J. (1979). The bowlby-ainsworth attachment theory. Behavioral and Brain Sciences, 2(4), 637-638. URL: <https://doi.org/10.1017/S0140525X00064955>.
4. Bowlby, J. (1944). Forty-four juvenile thieves: their characters and home life. International Journal of Psycho-Analysis, 25, 107–127.
5. Cassidy, J., Jones, J. D., & Shaver, P. R. (2013). Contributions of attachment theory and research: A framework for future research, translation, and policy. Development and psychopathology, 25(4pt2), 1415-1434.
6. Erskine, R. G. (1998). Attunement and involvement: Therapeutic responses to relational needs. International Journal of Psychotherapy, 3(3), 235.
7. Kemp, S. (2020, July 21) Digital 2020: July Global Statshot – DataReportal – Global Digital Insights. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-july-global-statshot>.
8. Gottman, J. M., & Levenson, R. W. (1992) Marital processes predictive of later dissolution: Behavior, physiology, and health. Journal of Personality and Social Psychology, 63, 221-233.
9. Porter, K., Mitchell, J., Grace, M., Shinosky, S., & Gordon, V. (2012) A study of the effects of social media use and addiction on relationship satisfaction. Meta-communicate, 2(1), 1-24.
10. Malouff, J. M., Schutte, N. S., & Thorsteinsson, E. B. (2014) Trait emotional intelligence and romantic relationship satisfaction: A meta-analysis. The American Journal of Family Therapy, 42(1), 53-66.

11. Clayton, R. B. (2014) The third wheel: The impact of Twitter use on relationship infidelity and divorce. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(7), 425-430.
12. Norton, A. M., & Baptist, J. (2014) Couple boundaries for social networking in middle adulthood: Associations of trust and satisfaction. *Cyberpsychology*, 8(4), 23-36.
13. Marshall, T. C., Bejanyan, K., Di Castro, G., & Lee, R. A. (2012) Attachment styles as predictors of Facebook-related jealousy and surveillance in romantic relationships. *Social Psychology*, 20(1), 1-22.
14. Papp, L. M., Danielewicz, J., & Cayemberg, C. (2012) "Are we Facebook official?" implications of dating partners' Facebook use and profiles for intimate relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 15(2), 85-90.
15. Arias, V. S., Bassick, M., Bevan, J. L., Blackburn, K. G., Blackwell, D. R., Bostwick, E., Brody, N., Caughlin, J. P., Chen, G. M., D'angelo, J. D., Dibble, J. L., Fox, J., Frampton, J., Huemmer, J., Johnson, A. J., Lane, B. L., Lefebvre, L. E., Mandell, H., Manley, T., Pain, P., Piercy, C. W., Punyanunt-Carter, N. M., Rodriguez, N. S., Sharabi, L., Su, H., Toma, C. L., & Wrench, J. S. (2017) *The impact of social media in modern romantic relationships*. Lanham, MD : Lexington Books.
16. Duke, N. C. (2018) How social media influences our romantic relationships. Paper presented at Spokane Intercollegiate Research Conference at Gonzaga University, Washington. (Session Number – PS2-j).
17. Mod, G. B. B. (2010) Reading romance: The impact Facebook rituals can have on a romantic relationship. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 1(2), 61-77.
18. Brown, A. (2011) Relationships, community, and identity in the new virtual society. *Futurist*, 45(2), 29-34.

19. Utz, S., & Beukeboom, C. J. (2011) The role of social network sites in romantic relationships: Effects on jealousy and relationship happiness. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16, 511-527.
20. Orosz, G., Szekeres, Á., Kiss, Z. G., Farkas, P., & Roland-Lévy, C. (2015) Elevated romantic love and jealousy if relationship status is declared on Facebook. *Frontiers in Psychology*, 6, 214.
21. Дуткевич Т. В. Загальна психологія: (Конспект лекцій): Навч. посіб. Для студ. вищ. навч. закл. / Т. В. Дуткевич / Кам'янець-Подільський держ. педагогічний ун-т. Кафедра психології. – Кам'янець-Подільський, 2002. 96 с.
22. Ігнатенко І. В. Особливості розвитку емоційної стійкості в дітей різного віку / І. В. Ігнатенко, О. Я. Чебикін // Наука й освіта. Одеса, 2000. №1–2. С. 15– 18.
23. Дуткевич Т. В. Загальна психологія: (Конспект лекцій): Навч. посіб. Для студ. вищ. навч. закл. / Т. В. Дуткевич / Кам'янець-Подільський держ. педагогічний ун-т. Кафедра психології. Кам'янець-Подільський, 2002. – 96 с.
24. Ігнатенко І. В. Залежність розвитку емоційної сфери від змін у структурі особистості дитини / І. В. Ігнатенко, О. Я. Чебикін // Політика і політичний культура, в умовах становлення та розвитку української спільноти. Матеріали Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих учених. – Одеса, 1999. С. 138–139.
25. Ваксютенко П.С. Поняття «кохання» в психології: його види та класифікації. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. 2012. Вип. 10. С. 229–237.
26. Ігнатенко І. В. Особливості розвитку емоційної стійкості в дітей різного віку / І. В. Ігнатенко, О. Я. Чебикін // Наука й освіта. Одеса, 2000. №1–2. С. 15– 18.
27. Гриньова О.М. Теоретичні аспекти вивчення кохання особистості на етапах дорослішання. *Молодий вчений*. 2016. Вип. 12 (39). С. 236–238.

28. Гуцало Е. У. Навчально-методичний посібник / Е. У. Гуцало. – Кіровоград: Поліграфічно-методичний центр «Імекс LTD», 2012. 128 с.
29. Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/84764/1/Teslyk\\_pryvablyvist.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/84764/1/Teslyk_pryvablyvist.pdf).
30. Палчинська. М. В. Віртуальний простір в умовах соціокультурних трансформацій. 2016. URL : <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/>. (дата звернення 20.03.2021).
31. Шкала задоволення своїм життям. URL: <https://happypeople.blog/test/shkala-udovletvoryonnosti-zhiznyu-swls/>.
32. Семків І. І. Адаптація методики Ш. Шварца «Портрет цінностей» українською мовою. / І. І. Семків. // Практична психологія та соціальна робота. 2013. №1. С. 12–28.
33. Белова Ю. Ю. Формування національних цінностей у студентів – майбутніх учителів трудового навчання в процесі художньо–трудової діяльності: автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.02 “Теорія і методика трудового навчання” / Белова Ю. Ю. К., 2004. 24 с.
34. Жигайло Н.І. Психологічне моделювання процесу духовного становлення особистості в юнацькому віці / Н. І. Жигайло // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. 2011. № 1. С. 156–170.
35. Herzberg P. Work and the nature of man: New York. 2002. 480 p.
36. Ryan R., Deci Edvard L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. American Psychology 2000. Vol. 55 (1). P. 68–78.
37. Ryff C. D., Keyes C. L. The Structure of Psychological Well-Being Revisited. Journal of Personality and Social Psychology, 1995. P. 7–19.
38. Rigby, B. T. Do causal attributions mediate the relationship between personality characteristics and life satisfaction in adolescence? Psychology in the Schools, 2005. Vol.42. P. 91-99.

39. Chang, L. Life satisfaction, self-concept, and family relations in Chinese adolescents and children. *International Journal of Behavioral Development*, 2003. Vol.27, P. 182-189.
40. Gilman, R. Characteristics of adolescents who report very high life satisfaction. *Journal of Youth and Adolescence*, 2006. Vol.35. P. 311-319.
41. Гупаловська В. Гендерні детермінанти суб'єктивного благополуччя жінок: теоретичний аналіз. Соціогуманітарні проблеми людини. 2010. № 4. С. 208–223. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/27425>.
42. Горбаль І.С. Соціально-психологічні чинники суб'єктивного благополуччя пенсіонерів : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / НАПН України ; Ін-т соц. та політ. психології. Київ, 2016. 271 с.
43. Шестопал І.А. Гендерні особливості професійної самореалізації особистості. Проблеми сучасної психології. Збірник наукових праць К-ПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України. 2016. Випуск 34. С. 614–623. URL: <http://problemps.kpnu.edu.ua/en/>.
44. Graham C., Chattopadhyay S. Gender and Well-Being around the World. *International Journal of Happiness and Development*. 2013. Vol. 1. No. 2. P. 212–232.