

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ

Інститут управління, психології та безпеки

Кафедра теоретичної психології

**ЗАКОХАНІСТЬ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ:  
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕЖИВАННЯ**

**кваліфікаційна робота**

здобувача вищої освіти  
освітнього ступеня «бакалавр»

**Софії ЄРМІНОЇ**

4 курсу денної форми навчання  
спеціальність 053 «Психологія»  
ОПП «Психологія»

**Науковий керівник**

кандидат психологічних наук

**Лідія ОРИЩИН-БУЖДИГАН**

**Рецензент**

доктор психологічних наук, доцент

**Євген КАРПЕНКО**

*Кваліфікаційна робота допущена до захисту*

«05» травня 2022 р., протокол № 10

завідувач кафедри теоретичної психології

доктор психологічних наук, професор

\_\_\_\_\_ **Зоряна КОВАЛЬЧУК**

Львів

2022

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК ЗАКОХАНOSTI У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Романтичні почуття у віртуальному просторі.....	6
1.2. Інтернет ресурси та їх включеність у інтимне життя сучасної людини.....	11
1.3. Закоханість у соціальних мережах та ставлення до шлюбу.....	22
<b>РОЗДІЛ 2. ЧИННИКИ ВПЛИВУ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ НА МІРУ ЗАДОВОЛЕНOSTI ВЛАСНИМ ЖИТТЯМ ДЛЯ МОЛОДІ, КОТРА МАЄ РОМАНТИЧНІ СТОСУНКИ В ІНТЕРНЕТІ.....</b>	<b>27</b>
2.1. Характеристика методик емпіричного дослідження.....	27
2.2. . Проведення дослідження: основні аспекти проведення.....	31
2.3. Психологічні показники ціннісної сфери та визначники спрямованості у міжособистісних стосунках для молоді з романтичними стосунками.....	33
2.4. Психологічні особливості задоволеності життям та загального психологічного добробуту для молоді практикуючої романтичні стосунки у Інтернеті.....	35
2.5. Вивчення кореляційної взаємопов'язаності особливостей міжособистісних стосунків психологічної оцінки якості життя, ціннісних орієнтацій, задоволеності життям та соціально-демографічних показників.....	37
2.6. Порівняльна характеристика особливостей ціннісної сфери та сфери задоволеності життям у жінок та чоловіків.....	43
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>51</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>57</b>

## Вступ

**Актуальність дослідження.** Як відомо, стан закоханості дає можливість визначити індивідуальність особистості, які стають основою подальшої життєдіяльності. Безумовно у людини в різних ситуаціях може по різному проявлятися закоханість. Закоханість – загальний емоційно-вольовий стан кожної окремої людини, яка веде її впродовж всього життя. Ці переживання належать до ключових емоційних станів та процесів психологічного буття. Його фізіологічною властивістю є загальна збудженість нервової системи, визначена співвідношенням сили, врівноваженості, рухливості процесів збудження та гальмування.

Актуальність роботи зумовлена тим, що, незважаючи на численні дослідження, присвячені закоханості, дотепер вчені вивчають роль цих переживань у нашій як особистій, так і побутовій діяльності. Не дивлячись на те, що здійснювалися неодноразові спроби дослідити проблему закоханості, і досі вона відноситься до ряду суперечливих і до кінця не вирішених проблем сучасної психологічної науки.

Сучасна наука бачить у вивченні закоханості багато нюансів та типів психічного реагування в поєднанні з інтуїтивно поміченими типами фізіологічних та біохімічних реакцій індивідуума.

Закоханість належить до складної сфери емоційного життя особистості було підкріплено різноманітними рівнями переживань емоцій та почуттів. Співвідношення «високого» й «низького» рівнів для кожного з цих двох незалежних параметрів дає деяку індивідуальну характеристику людини і, як результат — формальне визначення закоханості. Закоханість відіграла важливу роль у психології й філософії нового часу, зокрема у філософії І. Канта, а також у роботах Г.Айзенка, І.П. Павлова, В.М. Русалова, В. Д. Небиліцина, Денні Медоуз-Клю та багато інших.

**Об'єктом** дослідження є психоемоційна сфера особистості

**Предметом** – основні психологічні особливості переживання закоханості у соціальних мережах.

**Мета:** охарактеризувати основні особистісні патерни молодих осіб котрі переживають закоханість у соціальних мережах.

**Наукова новизна** дослідження полягає у тому, що дослідження феномену закоханості у соціальних мережах надасть можливості прикладного практичного аналізу психологічних особливостей осіб котрі схильні до такого прояву почуттів у соціально-віртуальному світі.

**Теоретичне значення** дослідження полягає в отриманні нових знань про закоханість у аспекті віртуального знайомства та комунікації. Результати можуть служити внеском у розробку теоретичних та практичних аспектів закоханості у галузі віртуального оточення соціальних мереж.

**Практичне значення** дослідження полягає в тому, що отримані результати можуть бути використані для подальших досліджень , а також зацікавити всіх тих, хто працює над проблематикою закоханості у соціальних мережах.

Гіпотези дослідження : полягали у припущеннях, що знайомство та закоханість у соціальних мережах будуть зміцнювати та покращувати стосунки.

Емпіричний збір матеріалу проводився за допомогою наступних методик:

- методика вивчення міжособистісних стосунків ОМО,
- шкала задоволення своїм життям Діннера(Dinner),
- методика портретів Шварца (PVQ) для вивчення цінностей особистості.

**Структура роботи.** Робота складається із вступу, двох розділів, висновку, списку використаної літератури.

## **РОЗДІЛ 1. ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК ЗАКОХАНОСТІ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.**

Інтернет виявився каталізатором просування змін і посилення їх масштабу. Видалення незручностей при поширенні інформації створило кардинально інший ландшафт для роботи маркетологів, і це є ключовим елементом розуміння того, як перше покоління інтернет-маркетингу працює. Ці методи дозволяють розв'язати набагато глибші рушії в соціальних змінах, що має глибокий вплив на планування зв'язків між людьми. Маркетинг відносин нового покоління відповідає на додаткові виклики цифрової медіа грамотності, і в правильних руках може викликати відновлення всієї маркетингової суміші. Маркетинг відносин для покоління Facebook вимагає як мислення, так і дії по-різному.

### **1.1. Романтичні почуття у віртуальному просторі**

Правила маркетингової гри змінилися. Для брендів, які можуть переконати своїх клієнтів закохатись та приєднатися до розмови, пікапи будуть багатими. Для тих, кому не вдається, жодна кількість шлюбних настанов не змістить розірвання стосунків. Інтернет-маркетинг - це просто каталізатор зміни моря, яка вже давно наближається. Повідомлення про обізнаність все ще можуть призвести до витрат на телебачення, але соціальні медіа відіграватимуть вирішальну роль у намірі покупки, а також забезпечити залучення брендів до цифрового мережевого суспільства.

Десь під час подорожі часом майстерність слухати ослабла, а мистецтво заручин втрачено на користь все більш грандіозних і голосніших методів обміну повідомленнями, піднявши планку для прорізання, але мало що для створення справжнього діалогу. Методи працювали десятиліттями, але, вражаючи цільову аудиторію на все більше каналів, створювали півмісяць голосів, її побічними ефектами були створення проникливої форми медіаграмотності, та потенціал маркетингового скептицизму серед споживачів. Технології та канали розповсюдження маркетингу, можливо, розвивалися, але

щоденна практика та одностороннє повідомлення мало змінилися. Тільки в прямому маркетингу було оцінено необхідність актуальності та точності, і завдяки маркетингу баз даних це можна було б почати досліджувати.

З Інтернетом або без нього щось було встановлено для зміни. Розширення обсягу повідомлень призвело до того, що клієнти соціальних мереж прагнули цієї автентичності, а їх витончене (і зростаюче) почуття медіа грамотності впливає якість стосунків у мережі [4; 10].

Приблизно в той же час велика кількість соціальних мереж створювала фрагментацію мігренозних медіа-планувальників доведеться кооперувати з ними десятиліття. У всьому світі Інтернет просто прискорив існуючу тенденцію, поклавши контроль в руки клієнтів соціальних мереж. Медіаграмотність перетворилася на цифрову медіаграмотність, і відбулася ще одна крокова зміна, цього разу в зміні аудиторії для управління та вибору власного впливу особистих повідомлень. Оскільки споживання засобів масової інформації та планування особистих медіа стали нормою, коли iTunes та Bittorrent перейдуть у мейнстрім, ця тенденція лише посилиться.

Перешкоди для поширення інформації та знань величезні. Значна частина роботи нашої галузі спрямована на це, але Інтернет - це майже без тертя медіа-канал, уздовж якого може протікати все, що завгодно. Google свої запитання, підключіть свої RSS-канали, дозвольте Amazon показати вам, як "людям, яким це подобається, також подобається", і те, що ви є свідком, - це потік інформації без тертя. "Зміна парадигми" - це надмірно використана фраза, але це зняття напруги вимагає цього. Це поверхня, над якою закладаються соціальні медіа, і розмови про закоханість у соціальних мережах зараз подорожують нові підходи до їх конструювання.

Культурна еволюція, каталізована технологією та типізована Інтернетом, наділила споживачів, які користуються медіа, інструментами для фільтрації та вибору способом, який ніколи не був можливим. Спочатку клієнти просто здійснювали більший контроль над своїми засобами масової інформації, але

робили це в рамках вивченої поведінки: телевізійні новини все ще будуть дивитись увечері. Але багато споживачів перетнули цей кроковий камінь, щоб взагалі переоцінити свої Соціальні мережі, демонструючи поведінку цифрових тубільців, а не гарних знавців соціальних мереж.

Соціальні мережі несуть у собі ряд рис, що впливають на комунікаційні канали та їх реалізацію:

- розширення можливостей створює клієнтів під контролем засобів соціальних мереж
- цифрові канали створюють час
- час створює можливості спілкування
- можливість створює конкурентну перевагу
- прозорість створює підзвітність[11; 14]

Зростання Інтернету, зростаюча грамотність цифрових медіа та вибухонебезпечне зростання соціальних мереж в Інтернеті мають наслідки, які психологи повинні зрозуміти, чи повинні їх стосунки із клієнтами змінюватися. Тенденції, які психологи можуть використовувати:

- постійна плинність комунікації у мережах
- різноманітність та самовираження замінюють конформізм та єдність
- Соціальні мережі замінюють до певної міри живе спілкування
- самопрезентація у соціальних мережах є ілюзорною
- розмови в мережах створюють ілюзію контролю комунікаційних меж.

У мережі набуває популярності застосунок "Закоханість 2.0" - це розуміння новітніх контекстів і оцінка нових правил успішних люблячих стосунків. Лише розуміння того, чому споживачі, які користуються медіа-дотепністю, налаштовуються на класичні засоби масової інформації, можуть

створити правильне мислення, яке дозволяє повторно залучатись. Тільки заробляючи довіру своїх друзів, бренди рекомендуються цими друзями, і лише вкладаючи час та енергію в прослуховування та побудову цих відносин, будуть люблячі стосунки.

Вибір комунікаційного каналу все ще буде широким, з багатьма моделями інтеграції. Ми спостерігаємо перелом у психології стосунків, і хоча це, безумовно, "всі зміни" від того, як поводитися більшість користувачів соціальних мереж у минулому, не є новими правилами прозорості.

Задовго до того, як Інтернет вийшов з мейнстріму, соціальні аналітики відстежували, як місце довіри людей перейшло від установ до своїх друзів. Соціальні медіа та Соціальні мережі в Інтернеті просто розблокували існуючу потребу людини та прискорили цю тенденцію, дозволяючи всім, хто торкнувся Інтернету, насолоджуватися новими інструментами.

Багато психологів оцінили це і почали слідувати, змагаючись колонізувати нові соціальні простори, але роблячи це з моделями минулого. Ось чому бурхливі бур'яни все ще прокочуються через стільки другого життя, і чому багато ранніх спроб ведення блогів насправді завдали шкоди спеціалістам, котрі виходили на ринок.

Коли блоги та соціальні медіа переміщуються з поля в основний потік, вплив на психологію починає ставати зрозумілим. Індустрія розваг зараз підживлює соціальні медіа рекламним контентом. Хоча багато психологів створюють власну присутність у соціальних мережах, інші психологи працюють за посередництвом компанії в онлайн-Соціальні мережі.

Методи також стають все більш різноманітними та складнішими. Коли користувачі говорять про стосунки в мережі та шукають «кохання», яким вони хочуть поділитися, більшість роблять це через об'єктив відносин між батьком і немовлям. Але тепер наша дитина виросла, безумовна віра, яку вони колись дотримувались, випарувалася, контекст решти світу зрозумілий, вони мають



впевненість у питанні, і знайте, що вони можуть запитати своїх друзів. Віра у релевантність, вміння слухати, практику вимірювання, постійну точну настройку та оптимізацію: всі вони є навичками, необхідними для побудови міцних зв'язків у цифровому просторі [3; 20].

Якщо все це відчувається як новий світовий порядок, то жахлива реальність полягає в тому, що ми все ще лише невеликий шлях у дорозі. Раптовий вибух соціальних медіа з 2005 року - це найяскравіші нагадування про те, як швидко інструменти цифрового мережевого суспільства продовжують розгортатися. Перешкоди потоку інформації розтанули, і все ж наслідки ледь не відчуті.

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

Дослідницька література про те, як часто дорослим людям займатися Інтернет-діяльністю, пов'язаною з любов'ю та сексуальністю, є рідкою. Купер, Морахан-Мартін, Маті та Махеу (2002) стверджують, що любов до Інтернету та сексуальні заходи можуть набувати різноманітних форм, включаючи рекреаційні та освітні заходи, розваги, придбання сексуальних матеріалів, пошук партнерів, сексуальне збудження, обмін еротикою та кіберсекс.

У 2016 році 82% європейців користувалися Інтернетом принаймні раз на місяць, а 71% - щоденними користувачами (Євростат, 2018). У чотирьох європейських країнах, де проводилось поточне дослідження, щотижневе використання було зареєстровано у 96% норвезьких, 94% датських, 79% бельгійських та 68% португальських осіб. Крім того, 57% європейців у віці 55–74 років повідомили, що є щоденними користувачами Інтернету порівняно з 96% 16–24-річних дітей, люди з більшою освітою частіше відвідують щоденні користувачі, ніж люди з нижчою освітою (96% проти 60%) (Євростат, 2018).

На загальному рівні важливі п'ять факторів, які роблять Інтернет потужним середовищем для любовних та інтимних цілей[22; 24]: доступ, доступність, анонімність, прийнятність та наближення. Крім того, показано, що використання Інтернету в любовних або сексуальних цілях поділяється на дві основні групи [23]: а) "шукаючі партнери" (знаходження партнерів для любовних та / або сексуальних стосунків або зустрічей) та б) "доступ до еротики" (читання еротичних романів або перегляд порнографічних чи еротичних картин та фільмів).

За даними Купера та інших вчених [22] використання Інтернету для перегляду порнографічних фотографій та фільмів - це, безумовно, найпопулярніша онлайн-сексуальна активність для чоловіків будь-якого віку. Наприклад, статистика одного з найбільших у світі порно-веб-сайтів "Pornhub" показала, що в 2016 році 26% відвідувачів були жінками, з невеликими варіаціями в різних країнах, а вікова група віком від 55 років становила 11% відвідувачів (7% 55–64-річних та 4% тих, хто віком 65+ років).

У португальській вибірці користувачів чату (313 чоловіків, 46 жінок) Карвальгейра та Гомес (2003) знайшли чати, які слугували вихідним місцем для офлайн-стосунків. Інтернет-анонімність зменшила страх перед відхиленням та соціальними санкціями, створивши контекст, коли учасники могли вільно висловити свої бажання та інтереси. Вчені встановили, що серед норвезьких гетеросексуальних людей у віці 18–67 років більше чоловіків (65%), ніж жінок (29%) повідомили про використання Інтернету в любовних і сексуальних цілях. Хоча чоловіки найчастіше дивилися порнографію, жінкам частіше було звертатися за порадами та інформацією про сексуальні питання (35%) в Інтернеті. Це вказувало на різницю статі в тому, як Інтернет використовується для любові та сексуальної діяльності, яка, наскільки нам відомо, не була додатково досліджена або кількісно кваліфікована для старших поколінь користувачів Інтернету[25].

Вчені встановили, що 18–67-річні чоловіки та жінки, які були дуже сексуально активними, частіше використовували Інтернет-порнографію під час мастурбації, ніж інші. Виходячи з цього, можна очікувати, що дорослі люди, які були більш сексуально активними протягом усього життя і які все ще сексуально активні, швидше використовувати Інтернет для любовних та сексуальних цілей. Далі, Дослідження показало, що чоловіки, незадоволені та жінки, задоволені своїм сексуальним життям, використовували більше порнографії під час мастурбації, ніж ті, хто був задоволений (чоловіки) та незадоволений (жінки). Це вказує на те, що чоловіки, незадоволені своїм сексуальним життям, можуть використовувати порнографію як компенсацію або альтернативу незадовільному сексуальному життю. З іншого боку, у жінок використання порнографії, здається, є доповненням до вже добре функціонуючого сексуального життя. Чи дійсні ці висновки також для дорослих людей та в європейських країнах, невідомо. Результати цього дослідження сприятимуть заповненню цього прогалу в літературі [22].

Як і молодші дорослі, так і особи старшого віку можуть перевіряти веб-сайти, щоб знайти нового партнера або для сольних сексуальних цілей. Це може бути більш поширеним серед людей старшого віку без партнера порівняно з людьми старшого віку з партнером. Дослідження впливу статусу стосунків на використання Інтернету для партнерських або сольних статевих цілей серед людей старшого віку може допомогти додатково кваліфікувати це [23; 25].

Олбрайт і Конран проаналізували розповіді 366 учасників, щоб зрозуміти, як розвиваються стосунки через Інтернет, і визначили три кроки: 1) закохавшись, 2) зустріч розуму - швидка близькість та емоційне зв'язок та 3) віртуальне дзеркало - взаємна ідеалізація та оптимізація. Дослідження показали, що стосунки через Інтернет характеризуються високим рівнем близькості та саморозкриття. Однак, як видається, онлайн-розкриття інформації є менш поширеним у старших вікових групах. В контексті когорт старшого віку

австралійське дослідження (Мальта, 2007) проаналізувало стосунки серед дорослих людей (61–85 років), які всі використовували Інтернет для зустрічі з потенційними романтичними партнерами. Здебільшого описані стосунки були змістовними, інтимними та тривалими. Більшість учасників були залучені до постійної сексуальної активності зі своїми партнерами, а для деяких кіберсекс був або був невід'ємною частиною їхніх стосунків. Крім того, частка насолоджувалася фліртом в Інтернеті з іншими, а деякі також були залучені до позадіадичних стосунків. Однак для подальшого оцінювання та вивчення цих результатів потрібно більше крос-культурних досліджень, які вивчають поширеність дорослих людей, які використовують Інтернет для пошуку партнерів, і що прогнозує, що такий партнер шукає.

З точки зору охорони здоров'я серед старших вікових поколінь, вивчаючи ступінь використання Інтернету для пошуку сексуальних порад та інформації або, консультування щодо сексуальності може бути корисним у кваліфікації, якщо Інтернет можна використовувати для досягнення старшого віку та зміцнення сексуального здоров'я та самопочуття. Використовуючи дані європейського дослідження здорового сексуального старіння, цей документ має на меті порівняно вирішити питання використання Інтернету для любовних та сексуальних цілей у чотирьох європейських країнах, використовуючи великі зразки осіб віком від 60 до 75 років, і далі, оцінити ступінь, в якому соціодемографічні фактори та сексуальна активність прогнозують таке використання.

У емпіричних дослідженнях було встановлено, що близько 1 у 10 жінок у всіх країнах використовували Інтернет, щоб знайти відданого партнера, шукати сексуальну інформацію чи поради, читати чи дивитися порнографію, або купити секс-продукти. Серед жінок було мало значних міжкультурних відмінностей у використанні. Біваріант виявив, що більше жінок у Португалії, ніж у Норвегії та Данії, використовували соціальні медіа для пошуку партнера

для сексу, може бути пов'язаний зі зменшенням соціальної мережі внаслідок зменшення доходу після виходу на пенсію в Португалії.

Однак серед чоловіків були значні міжкультурні відмінності у використанні. Результати багатовимірних аналізів показали, що менша частка чоловіків у Норвегії та Данії, ніж у Португалії, використовувала Інтернет для пошуку сексуальної інформації та порад. Крім того, менша частка чоловіків у Португалії, ніж в інших країнах, використовувала Інтернет для перевірки сайтів знайомств, придбання секс-продуктів і, зокрема, для читання чи перегляду порнографії. Використання порнографії раніше вивчалось в кількох північних країнах. Наприклад, попередні норвезькі дослідження показали, що понад 90% чоловіків та 70% жінок у загальній популяції віком від 15 років

І чоловіки, і жінки в північних країнах (тобто. Данія та Норвегія) також схильні висловлювати відносно позитивне ставлення до порнографії. Крім того, люди в Норвегії, Данії та Бельгії мають хорошу доступність до Інтернету. У сукупності це, мабуть, найбільш вірогідне пояснення спостережуваної різниці у швидкості перегляду порнографічних та інших Інтернет-діяльності між Португалією та іншими трьома країнами.

На основі результатів багатоваріантного аналізу ми виявили, що використання Інтернету для пошуку відданого партнера зменшувалося зі збільшенням віку у чоловіків. Однією з причин цього може бути те, що грамотність та використання Інтернету, як правило, нижчі у старших вікових групах. Крім того, рівень освіти був унікальним прогнозом використання Інтернету для пошуку відданого партнера для обох статей. Порівняно з чоловіками та жінками з початковою освітою, ті, хто має вищу освіту, мали нижче використання Інтернету для ознайомлення з сайтами знайомств. Це може відображати, що чоловіки та жінки з вищою освітою мають інші соціальні аспекти, на яких можна знайти партнерів, ніж Інтернет. Також можуть бути різні соціальні норми використання Інтернету для пошуку партнера для людей з низькою та середньою освітою. Оскільки "лайки", як правило, приваблюють

лайки", чоловіки та жінки з вищою освітою можуть, як правило, зустрічатися та обирати один одного як партнерів у більшій мірі, ніж ті, хто має дуже різний освітній досвід. Крім того, статус відносин передбачив використання Інтернету для перевірки сайтів знайомств, щоб знайти відданого партнера в обох статях. Як і очікувалося, шанси на використання Інтернету для пошуку відданого партнера були вищими для осіб, які не є партнерами, порівняно з учасниками-учасниками. Невдалий наслідок довгого життя може бути самотністю внаслідок втрати партнерів та друзів. Для дорослих людей, які не є партнерами, Інтернет може запропонувати арену, щоб знайти когось із сексуальних стосунків та поділитися життям. Це також може відповідати висновку, що жінки, які мастурбували, були більш імовірними, ніж жінки, які не мастурбували користуватися Інтернетом, щоб знайти відданого партнера. Жінки, які мастурбують, можуть мати сильніший потяг, ніж жінки, які не знаходять партнера, щоб любити і займатися сексом[22; 23; 24; 25].

У чоловіків використання Інтернету для перегляду порнографії зменшувалося зі збільшенням віку. Це, ймовірно, може відображати, що сексуальний інтерес та активність у чоловіків, як правило, зменшуються зі збільшенням віку, а також загалом нижче використання Інтернету у старших вікових групах.

Чоловіки та жінки, які займалися самозадоволенням, були більш імовірними, ніж люди, які не мастурбували користуватися Інтернетом для перегляду порнографії. Порівняно з чоловіками, які були задоволені своїм нинішнім рівнем сексуальної активності, ті, хто не був ні задоволений, ні незадоволений, повідомили про менше використання Інтернету для перегляду порнографії. Аналогічна тенденція була і серед жінок. У сукупності це вказує на важливість сексу в житті людей. Люди, які часто мастурбують, можуть мати більш високий статевий потяг або надавати більшу цінність своєму сексуальному життю, що мотивувало їх дивитися порнографію та отримувати задоволення від неї, оскільки секс для них важливіший. Це відповідає

дослідженням, які показують, що загальне використання порнографії частіше зустрічається для високо сексуально активних людей. Крім того, серед населення населення на думку вчених, чоловіки, незадоволені своїм сексуальним життям, можуть використовувати порнографію як компенсацію за несправне сексуальне життя, а використання порнографією жінок, здавалося, є доповненням до вже добре функціонуючого сексуального життя. Результати цього дослідження показують, що в літньому віці чоловіки та жінки можуть бути більш схожими в тому, що порнографія, як правило, більше використовується серед тих, хто сексуально задоволений.

У анкеті приклади секс-продуктів, які можна придбати в Інтернеті, представлені учасникам, були секс-іграшки, еротика, віагра, мастила тощо. Ми з'ясували, що і чоловіки, і жінки, які мастурбували більше, швидше користуються Інтернетом для придбання секс-продуктів, ніж люди, які не мастурбували. Зрозуміло, існує група дорослих людей, для яких сексуальність важлива в житті, і вони використовують Інтернет для отримання засобів, які сприятимуть підвищенню продуктивності та задоволення. Однак важливо звернути увагу на те, що купувати секс-продукти, а також шукати сексуальну інформацію та поради не було суттєво пояснено жодним із включених прогнозів, крім країни. Інтернет-грамотність та крос-культурні відмінності в Інтернет-грамотності можуть мати важливе значення в цьому відношенні. Для майбутніх поколінь дорослих людей, ймовірно, більше ніж сьогодні знайдеться анонімність, доступ, доступність, прийнятність та наближення, наданий Інтернетом для придбання секс-продуктів та пошуку інформації про те, як керувати різними сексуальними труднощами в собі чи своєму партнері, що цікавить[2; 13; 4; 19].

Нарешті, ретельне життя сексуальної активності не було пов'язане з будь-якою сексуальною діяльністю в Інтернеті у жінок. Це може бути відповідно до гіпотези Баумейстера (2000) та Баумейстера, Катанеса та Воса (2001), що

сексуальність жінок є більш пластичною і залежить від соціокультурних факторів, ніж сексуальність чоловіків.

Оцінюючи результати цього чотирирічного дослідження, слід враховувати деякі обмеження. З попередніх досліджень слід припустити, що люди з більш ліберальними поглядами на сексуальність частіше брали участь у цьому дослідженні, ніж більш особи з консервативними підходами. Цей ухил може бути відображений у висновках, можливо, завищені темпи активності в Інтернеті стосовно перегляду порнографії або, можливо, навіть пошуку партнера через Інтернет, оскільки це все ще дещо незвично для старих колег. Крім того, хоча в процесі прийняття на роботу було підкреслено, що відповіді тих, хто сексуально неактивний, були настільки ж важливими, як і від тих, хто працює, можливо, що сексуально активні чоловіки та жінки, що старіють, надмірно представлені в цьому дослідженні, що, знову ж таки, завищить наші оцінки сексуальної активності та, швидше за все, сексуального задоволення. Деякі заходи, включені до анкети, можуть бути обмеженням. Наприклад, задавати лише одне питання щодо задоволення нинішнім рівнем сексуальної активності може бути оманливим для учасників, оскільки сексуальне задоволення є багатовимірним. Нарешті, з набраних учасників лише 0,7% визнали геями чи лесбійками, 1,2% - бісексуалами, а 3,2% - «іншими». Оскільки останню категорію важко інтерпретувати, ми вирішили не включати сексуальну орієнтацію в наші аналізи. Тому через невелику кількість людей, які старіють негетеросексуальними, узагальнення висновків щодо самоідентифікованих негетеросексуалів чи інших сексуальних меншин можуть бути виключені.

Вивчаючи, як 60–75-річні особи в Норвегії, Данії, Бельгії та Португалії використовують Інтернет для сексуальних та любовних цілей, можна знайти цікаві наслідки для майбутніх корекцій сексуального здоров'я. Інтернет важливий для багатьох дорослих людей щодо пошуку партнерів, пошуку порад та перегляду порнографії по всій Європі. Враховуючи, що майбутні покоління



літніх людей будуть більш знайомими та компетентними у користуванні Інтернетом, існує великий потенціал для використання Інтернету для корекції сексуального здоров'я для дорослих людей по всій Європі. Окрім того, можна довідатися, що слугуватиме ареною для перегляду та читання еротики, веб-сайти, що дають знання та поради щодо сексуальних питань, можуть допомогти майбутнім дорослим людям досягти кращого сексуального здоров'я та якості життя. Індивідуальні веб-сайти для пропаганди як сексуальності, так і способів збереження відданих стосунків, ймовірно, виявляться важливими для старіння населення.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ(СМ)- це профільні сайти, які відображають зв'язки між користувачами. Зазвичай користувачі завантажують зображення профілю та надають інформацію про свою освіту та заняття, улюблену музику, спорт, фільми, напрямки подорожей тощо. На відміну від більш ранніх форм СМ, таких як групи новин або чати, соціальні мережі є "нонімними" онлайн-середовищами. Тобто користувачів можна ідентифікувати та знайти в реальному житті. Профілі не тільки тягнуть за собою ідентифікацію інформації, але й представляють соціальну мережу користувача. Відображені відносини зазвичай відповідають офлайн-стосункам і тому називаються "прив'язаними відносинами". Ці характеристики роблять СМ виразним типом віртуальної спільноти. Коментарі, розміщені на стіні або фотографії, завантажені в профіль, зазвичай діляться принаймні з друзями та знайомими, якщо навіть не з усіма користувачами СМ.

Найбільшою і найвідомішою соціальною мережею є Facebook, який наразі має понад 500 мільйонів активних користувачів за власною статистикою. У Нідерландах, де було проведено це дослідження, Naves є найпопулярнішою СМ. Він має понад 10 мільйонів користувачів і зосереджується на голландськомовних людях. Як і Facebook, це СМ, орієнтована на дозвілля. Соціальних ігор менше, як MafiaWars або Farmville, але решта функцій досить схожі.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ в основному використовуються для підтримання соціальних відносин, особливо для підтримки контактів зі слабшими соціальними зв'язками. Однак вони також пропонують платформу для (ідеалізованого) самопрезентації. Управління враженнями було важливим мотивом створення та підтримки профілю на СМ. Люди створюють бажані ідентичності на платформі СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ і намагаються стати популярними серед своїх друзів. Наприклад, користувачі навмисно вибирають фотографії, які роблять їх виглядати крутими та популярними[5; 16; 17; 20].

Що стосується романтичних стосунків, СМ можна використовувати декількома способами. Користувачі можуть відображати свій статус відносин на профілі у СМ, вони можуть використовувати зображення профілю, яке відображає їх разом з партнером, або вони можуть завантажити кілька зображень із зображенням пари. Крім того, користувачі можуть спілкуватися з партнером та про нього через СМ. Розрізняють три характеристики СМ, які, на наш погляд, дозволяють їм мати глибокий вплив на романтичні стосунки.

Перша характеристика СМ полягає в тому, що вони збільшують кількість інформації, яку отримують люди про свого партнера. Тобто, якщо партнер є активним користувачем СМ, настінні публікації на профілі партнера та публікації, залишені партнером у друзів' профілі розкривають багато інформації про щоденну діяльність партнера. Існують анекдотичні докази того, що ця інформація може викликати ревності - особливо у відносинах на далекій відстані, коли партнер має нові контакти у своєму віддаленому місці. Таким чином, СМ можуть кардинально змінити кількість інформації, доступної романтичним партнерам. Незважаючи на те, що люди завжди отримували інформацію про свого партнера від друзів чи знайомих, СМ централізує велику частину цієї інформації в один момент.

Друга характеристика полягає в тому, що СМ пропонують соціально прийнятний спосіб моніторингу партнера. Ревні люди можуть схильні проявляти моніторингову поведінку, наприклад, пошук мішків свого партнера. Однак

вони зазвичай знають, що така поведінка не є соціально прийнятною і сама по собі є порушенням довіри. Однак відвідування у СМ профілів друзів та партнерів є частиною розпорядку перегляду С М для багатьох користувачів. Це може бути зроблено з метою підтримання контакту (тобто догляду), але в процесі цього є можливість контролювати партнера та перевіряти його діяльність. Межа між відвідуючими профілями з метою догляду та моніторингу розмита. Отже, СМ пропонують спосіб контролювати партнера, не вчиняючи очевидного порушення довіри.

Третя характеристика СМ полягає в тому, що інформація, що стосується романтичного ставлення, публічно відображається. Цей аспект може посилити позитивні та негативні почуття щодо діяльності партнера, оскільки інформацію можуть переглядати багато людей. Хоча багато користувачів роблять свої профілі доступними лише для друзів, друг має широке значення для СМ, і багато користувачів мають сотні друзів. Відкриття принаймні частин профілю також для друзів - друзів ще більше збільшує аудиторію до розпливчастих знайомих чи навіть незнайомих людей. Як результат, вплив інформації, знайденої на СМ, може бути сильнішим, ніж вплив інформації, отриманої в менш публічному контексті. Бачити на СМ, що партнер покладе руку на іншу особу протилежної статі, може бути сприйнято як суспільна загроза, оскільки цю картину можуть побачити всі друзі та знайомства.

Наскільки використання СМ має наслідки для романтичних стосунків невідомо до кінця. Тоді деякі дослідники, орієнтовані на негативні наслідки (тобто ревності), у цій статті будуть розглянуті як негативні, так і позитивні наслідки. Ми не вважаємо, що використання СМ є поганим або корисним для відносин як такого; натомість, ми припускаємо, що напрямок ефектів в основному залежить від якості відносин та поведінки партнера. З одного боку, виявлення через СМ, що партнер може обманювати, може призвести до ревних реакцій. З іншого боку, пошук публічних виразів любові у СМ може зміцнити стосунки та викликати щастя у відносинах [24, 11, 7; 8].

### **1.3. Закоханість у соціальних мережах та ставлення до шлюбу.**

Погляди студентів на шлюб коледжу змінилися з появою соціальної мережі. Психологія та фізіологія студентів ще не повністю дозріли, і їх розуміння шлюбу не є ретельним, а їх любов та шлюбний світогляд сприйнятливі до впливу соціальних мереж [1]. Однак студенти коледжу є центральною силою майбутнього розвитку нашої країни. Їх погляди на шлюб можуть відображати їхні цінності та погляд на життя, що може впливати на напрямок майбутнього розвитку нашої країни та національну якість [2].

Соціальні мережі стали важливою частиною в житті людей. Сайт соціальних мереж (СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ) допомагає групі людей із спільними інтересами та діяльністю створити інтернет-спільноту. Його послуга базується на Інтернеті та надає користувачам канали спілкування, такі як QQ, WeChat тощо [4]. В даний час існує мало досліджень впливу соціальних мереж на погляди одруження студентів коледжу. У цьому документі головним чином досліджується вплив використання соціальної мережі на концепцію шлюбу та любові студентів коледжу.

Характер шлюбу та любові - це особливі стосунки між людьми [5]. 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". [6]. Сю пропонує "погляд на шлюб і любов є втіленням людських цінностей у питанні шлюбу та любові" [7]. 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 у 1840-х роках, а його історія - понад 100 років. Тому дослідження погляду на шлюб та любов досить рясні [8]. Дослідження

Брантлі, Нокса та Зусмана 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 [9]. Дослідження показують, що люди з різним сексуальними перевагами також можуть відрізнятися при виборі партнера

Відкриті люди, як правило, приділяють більше уваги зовнішності партнера, тоді як люди, які мають традиційне сексуальне ставлення, як правило, надають значення характеру партнера [10].

Дослідження поглядів студентів на шлюб та кохання розпочалося порівняно пізно. Це почалося в 1980-х роках. На ранній стадії вони в основному ґрунтувалися на закордонних дослідженнях, але також мали свої особливості [11]. Дослідження поглядів студентів на шлюб та кохання в основному зосереджено на трьох аспектах: любові, шлюбі та сексуальності. Що стосується змісту дослідження, вчені зосереджуються на мотивах любові та шлюбу, ставленні любові та шлюбу, критеріях вибору товариша, концепції себе та факторів впливу. Основний метод дослідження - анкета. Зі швидким розвитком мережі багато вчених почали вивчати погляди студентів на шлюб у мережевому середовищі.

Існувала позитивна кореляція між залежністю студентів коледжу від соціальних мереж та перевагою студентів коледжу за гарний зовнішній вигляд при пошуку партнера та прийняттям дошлюбної сексуальної поведінки. Мотивація студентів коледжу шукати супутника протягом усього життя, акцент на зовнішності та прийняття дошлюбного сексу - це прояв їхніх поглядів на шлюб та любов. Тому можна сказати, що залежність студентів коледжу від соціальних мереж тісно пов'язана з їх поглядами на шлюб та любов.

Кожен користувач у соціальній мережі має свої профілі, і більше користувачів, як правило, використовують красиві фотографії як уявні власні фотографії. Цей візуальний вплив несвідомо вплине на сприйняття значення зовнішності для студентів коледжу. Згідно з вищевказаним аналізом, існує

також позитивна кореляція між залежністю від соціальних мереж та прийняттям дошлюбної сексуальної поведінки серед студентів коледжу. Соціальні мережі надають багатьом шансам підключитися студентів. Їм набагато простіше знайти одну ніч кохання за допомогою програм для знайомств, особливо для тих старих рук. Це справді сексуальна приманка для молодих студентів. Вони можуть зрадити традиційній етиці і потурати собі підключенням. Що стосується студентів, які мають хлопця чи подругу, то багато захоплюючих історій та прикладів дошлюбної сексуальної поведінки в соціальній мережі приваблюють їх спробувати заборонені фрукти.

Інтерактивні функції соціальних мереж швидко оновлюються, що продовжує привертати увагу студентів коледжу. У соціальних мережах є всілякі люди. Студенти коледжу мають набагато більше варіантів для кохання. Для них більше шансів продовжувати змінювати свою думку під час пошуків пари. Це може бути причиною того, що частка пошуку партнерів протягом усього життя поступово зменшувалася. У соціальній мережі є все більше прикладів спалаху необґрунтованих почуттів. Це передбачає безвідповідальність за себе та безвідповідальність для сім'ї. Це матиме великий вплив на любов та шлюб студентів.

### **Підсумки до розділу:**

Соціальна мережа стала невід'ємною частиною навчання та життя сучасних студентів, і вона тісно пов'язана з розвитком погляду студентів коледжу на шлюб та любов. Залежність від соціальної мережі пов'язана з поглядами студентів на шлюб, і існує кореляція між інтенсивністю взаємодії в соціальній мережі.

Погляди студентів на шлюб та любов включають акцент на появі подружнього та дошлюбного статевого життя. За допомогою емпіричного аналізу ми можемо виявити, що через вплив різних зовнішніх факторів, таких як Соціальні мережі, погляд студентів на шлюб та любов поступово відхиляється від традиційного погляду. Чим сильніше залежність від соціальної

мережі, тим більше любовні мотиви студентів відхиляються від традиційних мотивів кохання, тим більше стандарт вибору партнера упереджений до гарного вигляду, чим більше причина шлюбу відхиляється від любові і тим більша можливість приймати дошлюбний секс. Чим частіше студенти коледжу взаємодіють один з одним за допомогою соціальних мереж, тим більше їх любовні мотиви відхиляються від традиційного мотиву кохання. Тому потрібно наполегливо працювати з точки зору соціальної мережі, використовувати освіту та шкільну освіту, щоб допомогти молодим особам сформувати правильний погляд на шлюб та любов.

Інтернет важливий для багатьох дорослих людей щодо пошуку партнерів, пошуку порад та перегляду порнографії по всій Європі. Враховуючи, що майбутні покоління літніх людей будуть більш знайомими та компетентними у користуванні Інтернетом, існує великий потенціал для використання Інтернету для корекції сексуального здоров'я для дорослих людей по всій Європі. Окрім того, можна довідатися, що слугуватиме ареною для перегляду та читання еротики, веб-сайти, що дають знання та поради щодо сексуальних питань, можуть допомогти майбутнім дорослим людям досягти кращого сексуального здоров'я та якості життя. Індивідуальні веб-сайти для пропаганди як сексуальності, так і способів збереження відданих стосунків, ймовірно, виявляться важливими для старіння населення.

## **Розділ 2. Чинники впливу ціннісних орієнтацій на міру задоволеності власним життям для молоді, котра має романтичні стосунки в Інтернеті**

### **2.1. Характеристика методик емпіричного дослідження.**

На основі теоретичного вивчення психологічних особливостей осіб котрі закохуються у соціальних мережах, було зроблено припущення, що ютакі особи відрізнятимуться ціннісними орієнтаціями на мірою задоволеності життям. Для того щоб підтвердити робочі припущення, було складено комплекс дослідницьких методик для емпіричного вивчення ціннісних орієнтацій на міри задоволеності життям для осіб котрі практикують романтичні стосунки у мережі, до котрого належали наступні методики.

#### **Методика вивчення міжособистісних стосунків ОМО.**

Включення увазі такі поняття , як взаємини між людьми , увагу , визнання , популярність , схвалення , індивідуальність і інтерес. На емоційному рівні дана потреба визначається як прагнення створювати і зберігати почуття взаємного теплового емоційного ставлення.

Бали коливаються від 0 до 9. Чим більше вони наближаються до екстремальних оцінками , тим більше застосування має наступне загальний опис поведінки:

а ) включенням

Ie - низьке - означає , що індивід не відчуває себе добре серед людей і буде мати схильність їх уникати ;

Ie - висока - передбачає, що індивід відчуває себе добре серед людей і буде мати тенденцію їх шукати ;

Iw - низьке - припускає , що індивід має тенденцію спілкуватися з малою кількістю людей;

Iw - висока - передбачає, що індивід має сильну потребу бути прийнятим іншими і належати до них;



б) контроль .

Се - низьке - означає , що індивід уникає прийняття рішень і взяття на себе відповідальності;

Се - високе - означає , що індивід намагається брати на себе відповідальність , з'єднану з провідною роллю ;

Сw - низьке - припускає , що індивід не приймає контролю над собою ;

Сw - високе - відображає потребу в залежності і коливання при прийнятті рішень;

в) афект .

Ае - низьке - означає , що індивід дуже обережний при встановленні близьких інтимних відносин;

Ае - висока - передбачає, що індивід має схильність встановлювати близькі почуттєві відносини;

Aw - низьке - означає , що індивід дуже обережний при виборі осіб, з якими створює більш глибокі емоційні відносини;

Aw - високе - типово для осіб , які вимагають , щоб інші без розбору встановлювали з ним близькі емоційні стосунки.

Від величини балів залежить ступінь застосовності наведених вище описів : 0-1 і 8-9 екстремально низькі і екстремально високі бали , і поведінка буде мати компульсивний характер. 2-3 і 6-7 - низькі і високі бали , і поведінка осіб буде описуватися у відповідному напрямку. 4-5 - прикордонні бали, і особи можуть мати тенденцію поведінки , описаного як для низького , так і для високого сирого рахунку. Ці оцінки зручно інтерпретувати з урахуванням середніх і стандартних відхилень відповідної популяції (Перекладена методика міститься у Додатку А).

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

Шкала задоволеності життям Е.Дінера 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.

З часу появи шкали SWLS були досліджені основні показники її валідності та надійності, які підтвердили можливість застосування цієї методики при дослідженні задоволеності життям як на рівні окремих груп, так і на загальнонаціональному рівні. Однак, не зважаючи на позитивний досвід міжнародних опитувань, у яких застосовувалася ця шкала, все одно виникають певні зауваження до неї. Наприклад, чи не асоціюватимуться висловлені у позитивному дусі твердження з позитивними переживаннями та емоціями, котрі мають різний вплив на задоволеність життям у різних типах суспільства.

### **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 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.

Дана методика містить сорок тверджень, які були запропоновані респондентам. Існує шість варіантів відповіді, чи описана людина є подібною до Вас:

- 1.Зовсім не схожа.
- 2.Не схожа.
- 3.Частково схожа.
- 4.Існує певна подібність.
- 5.Схожа.

## 2.2. . Проведення дослідження: основні аспекти проведення

З метою пропрацювання робочих припущень про сфери ціннісних орієнтацій на міру задоволеності життям у осіб котрі мають романтичні стосунки у інтернеті було досліджено 47 осіб віком від 20 до 23 років та різної статі, які навчалися на факультеті психології Львівського державного університету внутрішніх справ. Більша частина досліджуваних була віком від 18 до 19 років (67%) та 20-23 роки — 33 %. Серед досліджуваних переважали представники жіночої статі (85%) чоловіки становили 15% досліджуваної групи. Студенти, які прийняли участь у дослідженні у більшості народилися у місті (57,9%), та доволі вагома частина опитаних походила з сільської місцевості (27,1%), незначна частина – з містечка (15 %). Практично абсолютна більшість опитаних осіб користувалися інтернет мережею для романтичних. Детальні характеристики досліджуваної групи розміщено у Таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

## Демографічні особливості досліджуваних осіб

		М\ кількість	
Вік		19,31 (SD=0,83)	
Стать (у %)	Чоловіки	16	15,0%
	Жінки	31	85,0%
Вік (у %)	18-19	26	67,0
	20-23	19	33,0
Курс (у %)	Другий	12	20,6
	Третій	25	60,7
	Четвертий	10	18,7

Місце проживання	У селі	18	26,2
	У містечку	7	6,5
	У місті	22	67,3
Використання мережі для романтичних знайомств	Використовую сайти для романтичних стосунків та переживав(ла) закоханість	35	80%
	Використовую сайти для романтичних стосунків, проте не переживаю закоханості	12	20%

Дослідження відбувалося у період з 20 жовтня по 29 листопада з використанням Гугл Форм.

Психологічні особливості ціннісної сфери та визначники спрямованості у міжособистісних стосунках для студентської молоді мають вельми домінуюче значення при вивченні міжособистісної сфери особистості.

### 2.3. Психологічні показники ціннісної сфери та визначники спрямованості у міжособистісних стосунках для молоді з романтичними стосунками

Міжособистісні стосунки належать до пріоритетно – ціннісної сфери життя сучасної молоді, адже налагодження різного рівня міжособистісних стосунків є пріоритетною потребою цього вікового періоду. Для молоді людини надзвичайно важливо знайти своє власне коло спілкування, де поважатимуть, прийматимуть та симпатизуватимуть.

У молодих осіб, котрі прийняли участь у дослідженні, найважливішою була потреба бути прийнятим іншими ( $M = 5,81$ ,  $S.D = 1,92$ ), також на рівні вище середнього проявлялося вимогливе прагнення близьких стосунків ( $M=4,86$ ,  $S.D = 1,21$ ), що відповідає концепції розвитку самоідентичності, ґрунтуючись на побудові міжособистісної сітки контактів, молоді згідно з Е. Еріксоном (див. Таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Середні показники особистих цінностей для студентської молоді

	Мінімум	Максимум	M	S. D.
Погане самопочуття серед людей	0.00	7.00	2.62	1.48
Потреба бути прийнятим іншими	1.00	9.00	5.81	1.92
Прийняття рішення і уміння відповідати	0.00	9.00	4.23	2.11
Коливання при прийнятті рішення	0.00	9.00	4.37	2.16
Обережність при встановленні близьких стосунків	0.00	7.00	3.45	1.77
Вимогливе прагнення близьких стосунків	1.00	9.00	4.86	1.21

Найнижчими показниками характеризувалися наступні шкали міжособистісних стосунків методика Шутца: 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 у міжособистісних стосунках з іншими близькими людьми.

У сфері ціннісних орієнтацій найбільшого значення надавалося цінностям універсалізму ( $M = 24,52$ ,  $S.D = 3,93$ ) та безпеки ( $M = 21,69$ ,  $S.D = 3,54$ ). Детальний аналіз цінностей розміщено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Середні показники особистих цінностей для студентської молоді

	Мінімум	Максимум	M	S. D.
Комфортність	6,00	23,00	17,88	3,31
Традиція	9,00	23,00	15,70	2,94
доброта	9,00	24,00	14,90	2,41
універсалізм	15,00	33,00	24,52	3,93
самостійність	11,00	23,00	17,75	2,50
стимуляція	8,00	18,00	12,76	1,92
гедонізм	5,00	18,00	12,86	2,40
досягнення	11,00	24,00	16,46	2,33
влада	7,00	18,00	12,37	2,43
безпека	12,00	28,00	21,69	3,54

На вище середнього рівні вартісними були комфортність ( $M = 17,88$ ,  $S.D=3,31$ ), самостійність ( $M = 17,75$ ,  $S.D = 2,50$ ) та досягнення ( $M = 16,46$ ,  $S.D = 2,33$ ), близько середніх показників коливалися традиція ( $M = 15,70$ ,  $S.D = 2,94$ ) та доброта ( $M = 14,90$ ,  $S.D = 2,41$ ). Доволі низькими показниками характеризувалися цінності влади ( $M = 12,37$ ,  $S.D = 2,43$ ), стимуляції ( $M = 12,76$ ,  $S.D = 1,92$ ) та гедонізму ( $M = 12,86$ ,  $S.D = 2,40$ ). Такий розподіл

ціннісних орієнтацій можна пояснити переважаючим вектором відкритості до змін у сучасній молоді котра практикує романтичні стосунки у соц мережах та зосередженості на зміцненню власних особистісних Я пріоритетів.

#### **2.4. Психологічні особливості задоволеності життям та загального психологічного добробуту для молоді практикуючої романтичні стосунки у Інтернеті**

Задоволеність життям та психологічна оцінка власного життя у часовій перспективі є важливими показниками, що можуть впливати на формування зміцнення, та зміну ціннісних орієнтацій у осіб, котрі практикують романтичні стосунки у Інтернеті.

Досліджувані оцінили міру задоволеності життям, скоріше задоволений ніж не задоволений – 43,9% та у більшості випадків задоволений 41,1 %. Детальний аналіз розміщено у Таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

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%



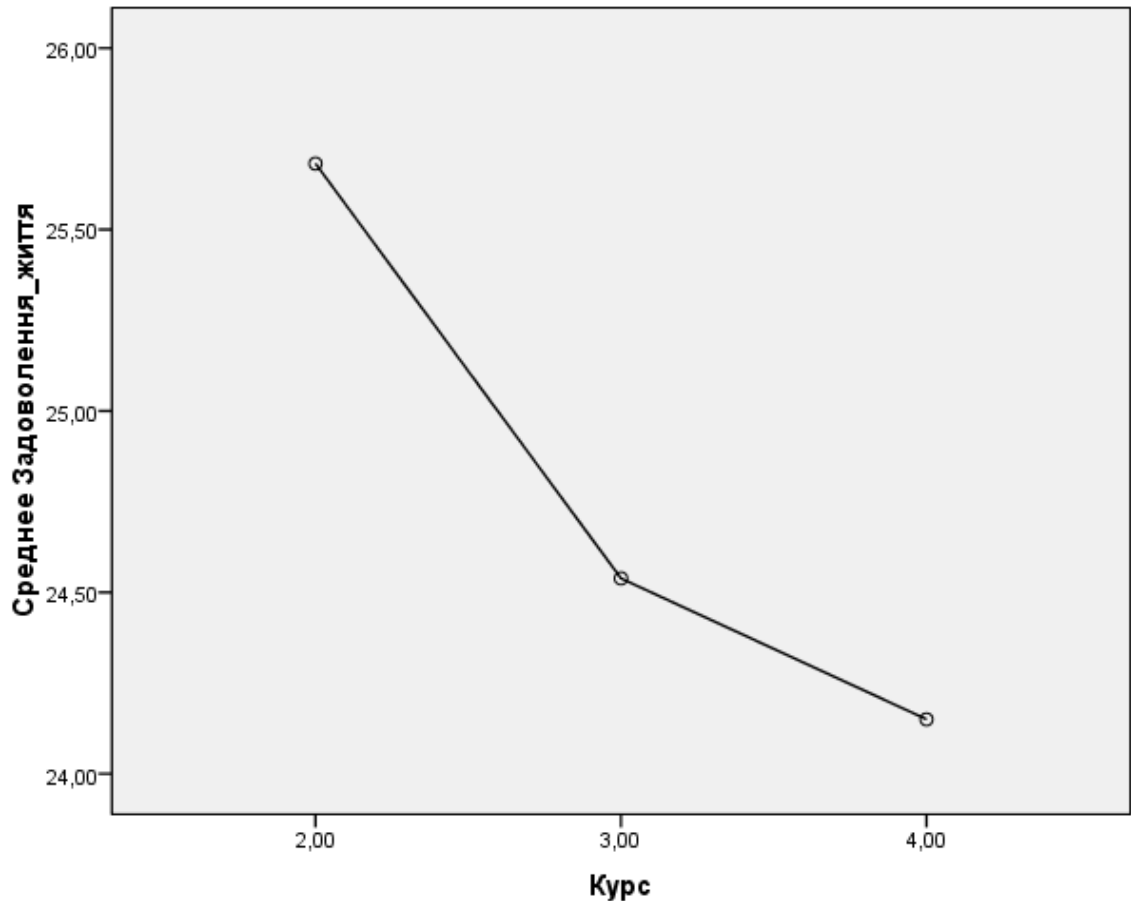


Рис.2.1. Порівняння рівня задоволеності життям на різних курсах навчання

Діаграма на рисунку 2.1 ілюструє порівняння рівня задоволеності життям у студентів, котрі почалися на 2-4 курсах. Найнижчим рівнем задоволеності життям характеризувалися студенти четверго курсу, найвищим – студенти другого курсу. Такі результати можуть бути зумовлені вищим рівнем особистої зрілості у старшого курсу, а також четвертий курс – випускний і можливо зниження рівня задоволеності життям зумовлено тривогою перед майбутнім.

## **2.5. Вивчення кореляційної взаємопов'язаності особливостей міжособистісних стосунків психологічної оцінки якості життя, ціннісних орієнтацій, задоволеності життям та соціально-демографічних показників**

Припустимо, що психологічна оцінка якості життя, особливості міжособистісних стосунків будуть пов'язаною із соціально-демографічними показниками.

Виявлено прямопропорційні кореляційні зв'язки поміж психологічною оцінкою свого минулого та закоханістю у соціальних мережах ( $r = 0,255$ ,  $p = 0,01$ ), закохані краще оцінювали своє минуле ніж чоловіки. Існував обернений пропорційний зв'язок поміж віком та поганим самопочуттям серед людей ( $r = -0,254$ ,  $p = 0,01$ ), з віком самопочуття серед людей тільки покращувалося (див. Таблиця 2.5).

Таблиця 2.5

Кореляційні зв'язки психологічної оцінки якості життя, особливостей міжособистісних стосунків та соціально-демографічних показників

		Закоханість у соціальних мережах	Вік
Кантріл перед	r	,255**	-,126
	p	,008	,195
Кантріл_зараз	r	,037	-,110
	p	,705	,257
Кантріл_після	r	,180	-,142
	p	,064	,145
Погане самопочуття серед людей	r	,125	-,254**
	p	,201	,008
Потреба бути прийнятим іншими	r	,122	,043
	p	,212	,658
Прийняття рішення і уміння	r	-,017	-,033

відповідати	р	,859	,737
Коливання при прийнятті рішення	г	-,027	-,075
	р	,780	,444
Обережність при встановленні близьких стосунків	г	,159	-,317**
	р	,102	,001
Вимогливе прагнення близьких стосунків	г	,183	-,193*
	р	,060	,047

Припустимо, що ціннісні орієнтації будуть пов'язаними із соціально-демографічними показниками.

Виявлено обернений кореляційний зв'язок поміж цінністю доброти та віком ( $r=-0,229$ ,  $p = 0,02$ ), у старшому віці цінність доброти була нижчою. (див. Таблиця 2.6).

Таблиця 2.6.

Кореляційні зв'язки ціннісних орієнтацій та соціально-демографічних показників

		Закоханість у соцмережах	Вік
Конформність	г	-,030	-,151
	р	,758	,120
Традиція	г	-,114	-,072
	р	,242	,458
доброта	г	-,169	-,229*
	р	,082	,017
універсалізм	г	-,044	-,164

	p	,651	,092
самостійність	r	-,093	-,067
	p	,339	,495
стимуляція	r	-,051	,053
	p	,601	,590
гедонізм	r	-,089	-,045
	p	,364	,644
досягнення	r	-,164	-,038
	p	,092	,695
влада	r	,119	-,124
	p	,223	,201
безпека	r	-,029	-,171
	p	,765	,077

Існував обернений пропорційний зв'язок поміж вектором ціннісних орієнтацій спрямованих на розкриття Я та віком ( $r = -0,239$ ,  $p = 0,01$ ), з віком цінності відкриття своєї особистості перед іншими людьми зменшувалися (див. Таблиця 2.7).

Таблиця 2.7.

Кореляційні зв'язки ціннісних орієнтацій та соціально-демографічних показників.

		Стать	Вік
Задоволення життя	r	-,174	-,138
	p	,073	,157

Відкритість змін	r	-,088	-,017
	p	,370	,859
Консерватизм	r	-,069	-,170
	p	,479	,081
Язміцнююче	r	-,026	-,108
	p	,793	,268
Явідкрите	r	-,111	-,239*
	p	,254	,01

Припустимо, що ціннісні орієнтації будуть пов'язаними із особливостями міжособистісного спілкування.

Виявлено обернений кореляційний зв'язок поміж потребою бути прийнятими іншими та гедонізмом ( $r=-0,230$ ,  $p = 0,02$ ), при високій потребі бути признаним гедонізм є малозначущою цінністю. Існував позитивний кореляційний зв'язок поміж прийняттям рішення і умінням відповідати за нього та цінністю досягнень ( $r=0,220$ ,  $p = 0,02$ ), особи котрі вмели приймати рішення, та відповідати за нього високо цінували досягнення. Коливання при прийнятті рішення негативно корелювало з цінністю самостійності ( $r=-0,207$ ,  $p = 0,03$ ), студенти котрим важко було визначитися при прийнятті рішення не цінували самостійність (див. Таблиця 2.8).

Таблиця 2.8

Кореляційні зв'язки ціннісних орієнтацій та показників прив'язаності.

		Погане самопочуття серед людей	Потреба бути прийнятим іншими	Прийняття рішення і уміння відповідати	Коливання при прийнятті рішення
Традиція	r	,083	-,064	,097	-,027

	p	,396	,510	,320	,785
доброта	r	,111	-,131	,098	-,101
	p	,255	,178	,315	,298
універсалізм	r	,082	-,073	,084	-,069
	p	,399	,454	,390	,478
самостійність	r	,072	-,132	,138	-,207*
	p	,460	,174	,158	,032
стимуляція	r	,014	,050	,045	,031
	p	,886	,606	,645	,748
гедонізм	r	-,074	-,230*	-,014	-,054
	p	,448	,017	,887	,577
досягнення	r	,169	,031	,220*	-,039
	p	,081	,752	,023	,688
влада	r	,110	-,052	,013	-,130
	p	,259	,592	,895	,181
безпека	r	,150	-,100	,025	,190
	p	,124	,308	,802	,050

Отже ціннісні орієнтації були пов'язаними переважно з особливостями міжособистісного спілкування, у дослідженні не виявлено кореляційних пов'язаностей поміж задоволеністю та психологічною оцінкою життя і ціннісними орієнтаціями молоді, котрі закохуються у соціальних мережах.

## 2.6. Порівняльна характеристика особливостей ціннісної сфери та сфери задоволеності життям у жінок та чоловіків

На основі результатів попередньо проведених аналізів припустимо, що існують відмінності поміж жінками та чоловіками, котрі мають романтичні стосунку у соціальних мережах, у різноманітних ціннісних орієнтаціях, рівні задоволеності життям, психологічній оцінці особливостей добробуту та сфері міжособистісного спілкування. Порівняльний аналіз двох груп, який проводився за допомогою Т Стьюдента.

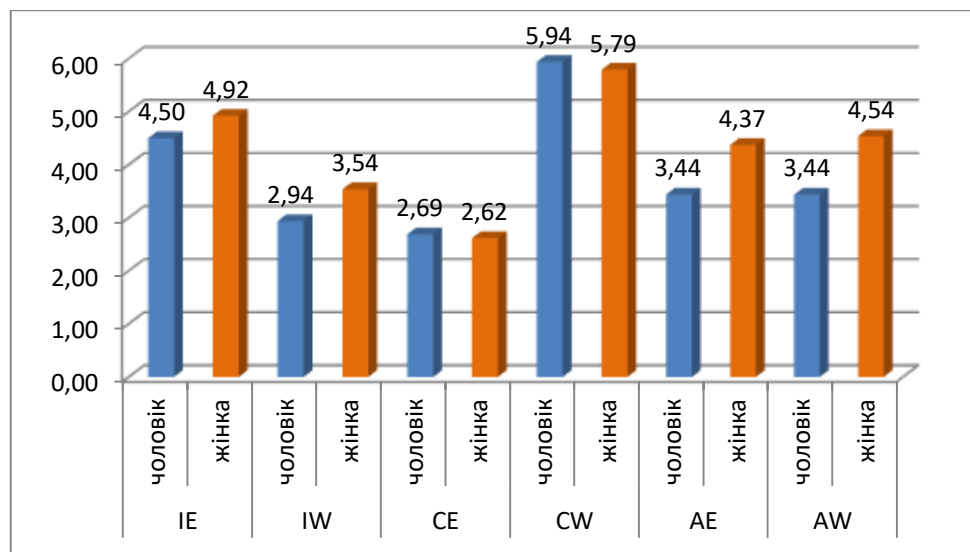


Рис.2.2. Порівняння рівня показників міжособистісної сфери у чоловіків та жінок

Розяснення до рисунку 2.2:

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

Не існувало статистично значимих відмінностей у показниках міжособистісного спілкування поміж хлопцями та дівчатами, проте на рівні тенденції у дівчат були вищими показники контролю у спілкуванні:

обережність при встановленні стосунків та вимогливе прагнення близьких стосунків (див. Рис. 2.2)

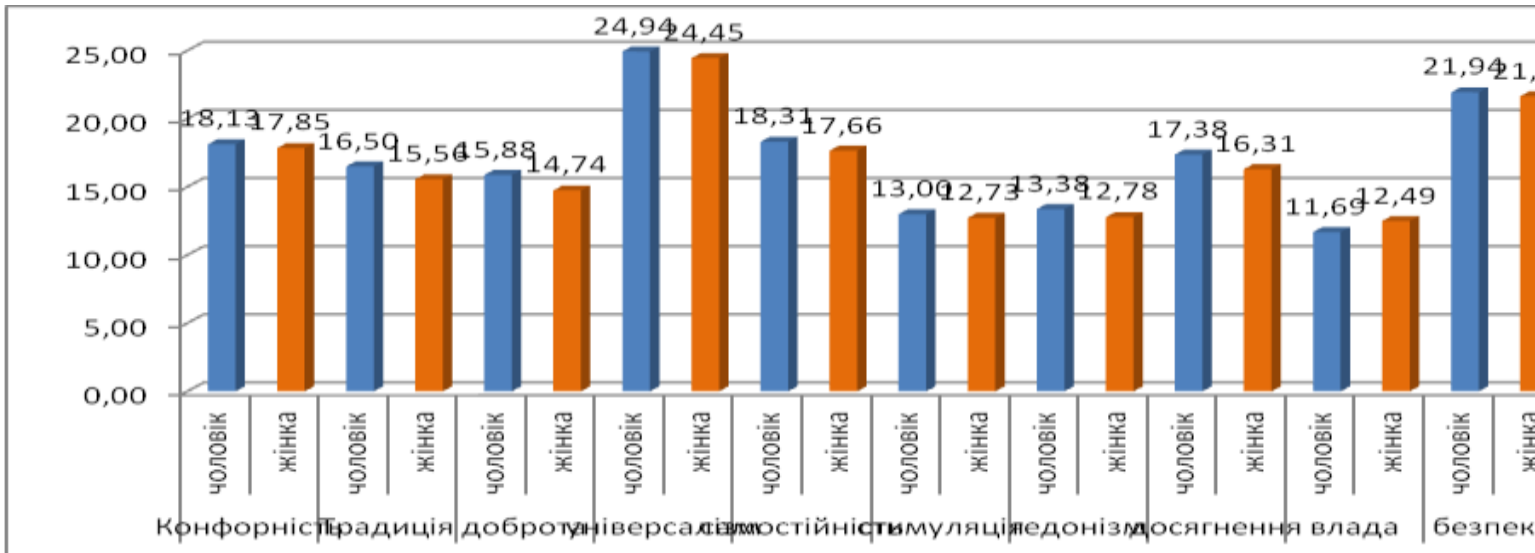


Рис.2.3. Порівняння рівня показників ціннісних орієнтацій у чоловіків та жінок

Стосовно ціннісних орієнтацій не виявлено статистично значимих відмінностей, проте на рівні слабкої тенденції можна виділити вищі показники цінностей традиції, доброти та досягнень у опитаних хлопців та вищі показники цінування влади серед дівчат (Див. Рис. 2.3). Такі результати можуть бути зумовленими зміною та модифікацією гендерних ролей.

## 2.7. Порівняльна характеристика особливостей ціннісної сфери та сфери задоволеності життям за місцем проживання

На основі попередньо проведеного статистичного порівняння та з метою деталізації робочої гіпотези, припустимо що існують відмінності між жінками та чоловіками у різноманітних ціннісних орієнтаціях, рівні задоволеності життям, психологічній оцінці особливостей добробуту та сфері



міжособистісного спілкування. Для підтвердження гіпотези було використано одночинниковий дисперсійний аналіз.

На рисунках 2.4, 2.5, 2.7 зображено дані порівняння середніх показників, спрямованого на виявлення відмінностей між досліджуваними, що проживають у селі, місті, та містечку.

Існували статистично значимі відмінності згідно з місцем проживання відносно прийняття рішення ( $F = 3,21$ ,  $p = 0,04$ ). У мешканців села ці показники були статистично вищими (Див. Рис. 2.4).

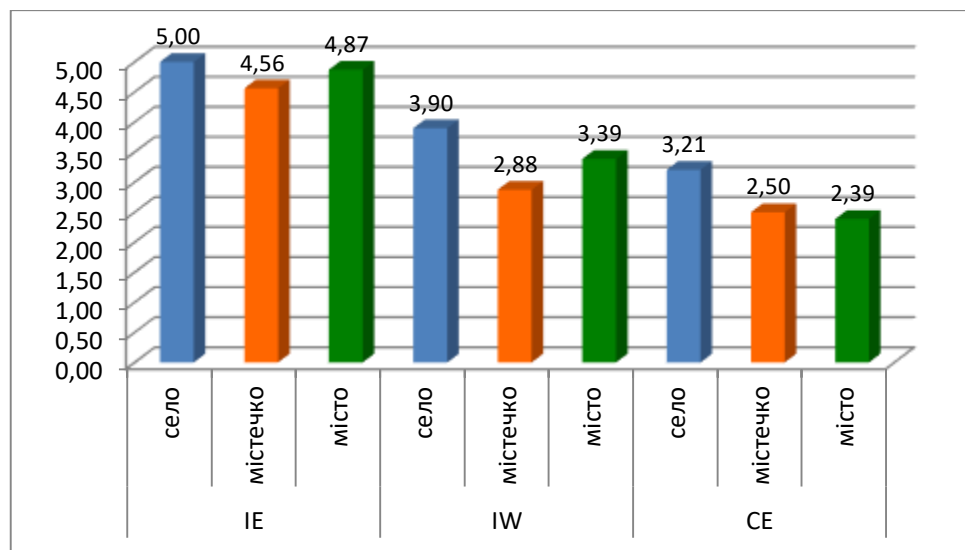


Рис.2.4. Порівняння рівня показників міжособистісної сфери за місцем проживання

Розяснення до рисунку 6-А та 6-Б:

ІЕ – Погане самопочуття серед людей

ІW – Потреба бути прийнятим іншими

СЕ – Прийняття рішення і уміння відповідати

СW – Коливання при прийнятті рішення

АЕ – Обережність при встановленні близьких стосунків

АW – Вимогливе прагнення близьких стосунків

Також спостергалися відмінності у коливанні при прийнятті рішень ( $F = 3,05$ ,  $p = 0,05$ ), жителі містечка значно частіше коливалися при прийнятті рішення ніж

жителі села та міста (Див.Рисунок 2.5);

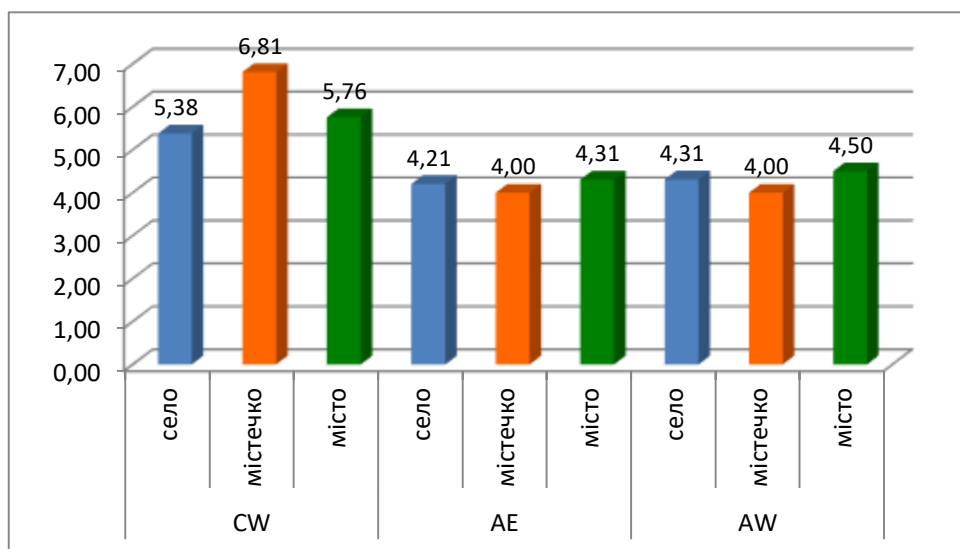


Рис.2.5. Порівняння рівня показників міжособистісної сфери за місцем проживання

Стосовно ціннісних орієнтацій, то такі цінності як конформність, традиція, та доброта однаково цінувалися незалежно від місця проживання. Детальний аналіз розміщено на Рисунок 2.6.

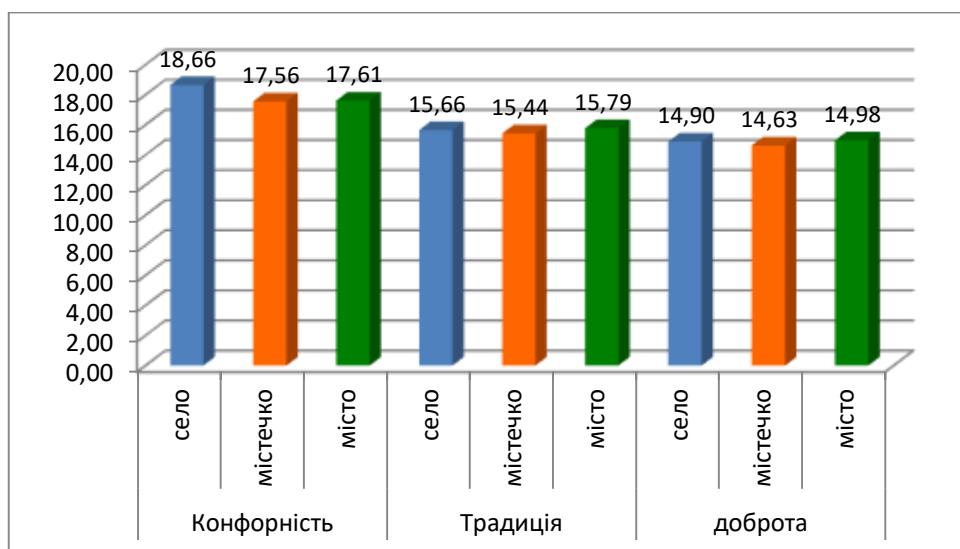


Рис.2.6. Порівняння рівня показників ціннісних орієнтацій за місцем проживання

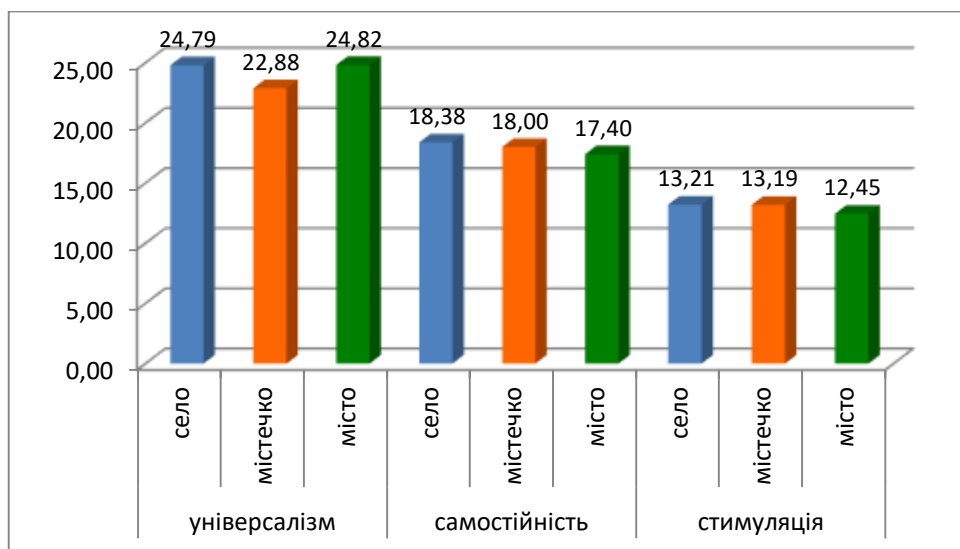


Рис.2.7. Порівняння рівня показників ціннісних орієнтацій за місцем проживання

Аналогічні до попередніх результати отримано стосовно цінностей універсалізму, самостійності та стимуляції, котрі були однаково значимі для жителів села, містечка, та міста. Детальний аналіз розміщено на Рисунку 2.8.

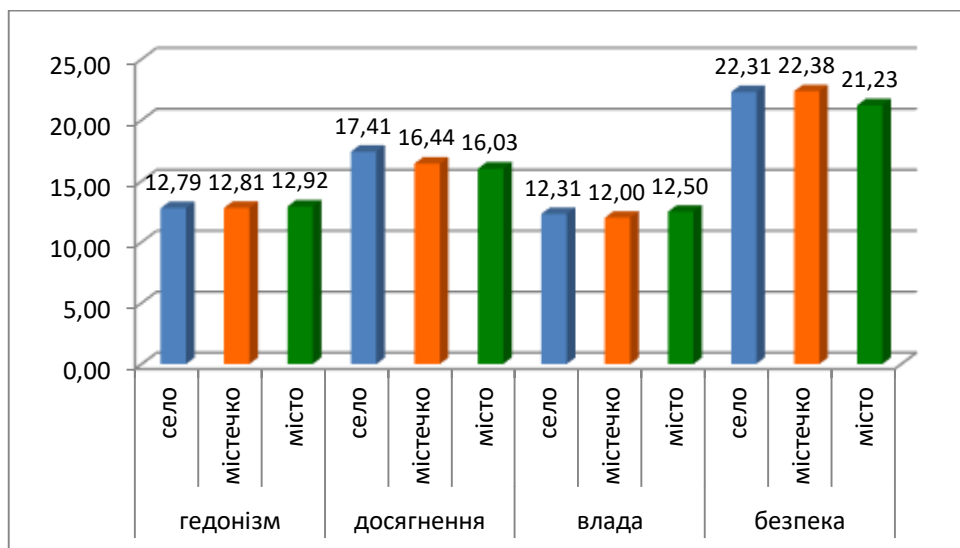


Рис.2.8. Порівняння рівня показників ціннісних орієнтацій за місцем проживання

Існували статистично значимі відмінності згідно з місцем проживання

відносно цінності досягнення ( $F=3,62$ ,  $p = 0,03$ ). У мешканців села ці показники були статистично вищими (Див. Рис. 2.9).

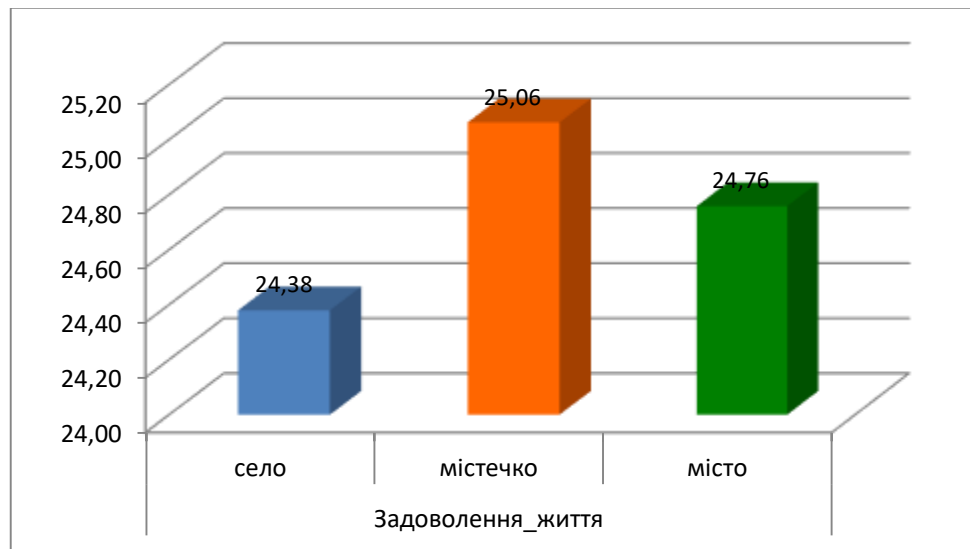


Рис.2.9. Порівняння рівня показників задоволеності життям за місцем проживання

На рівні тенденції відрізнялися задоволеністю студенти, які проживали у селі, місті та містечку. Для жителів містечка показники задоволеністю життям були вищими у порівнянні із жителями міста та села.

### Підсумок до 2 розділу

З метою апробації, та підтвердження робочої гіпотези про сфери ціннісних орієнтацій на міру задоволеності життям у осіб котрі мають романтичні стосунки у мережі було досліджено 47 осіб віком від 18 до 23 років, та різної статі, які навчаються на факультеті психології Львівського державного університету внутрішніх справ.

У молодих осіб, котрі прийняли участь у дослідженні, найважливішою була потреба бути прийнятим іншими. Також на рівні вище середнього проявлялося вимогливе прагнення близьких стосунків. У сфері ціннісних орієнтацій найбільшого значення надавалося цінностям універсалізму та безпеки. Досліджувані оцінили міру задоволеності життям, скоріше задоволений ніж не задоволений та у більшості випадків задоволений.

Найнижчим рівнем задоволеності життям характеризувалися студенти четверго курсу, найвищим – студенти другого курсу.

Щодо відмінностей поміж жінками, та чоловіками котрі практикують романтичні стосунки у мережі у різноманітних ціннісних орієнтаціях, рівні задоволеності життям, психологічній оцінці особливостей добробуту та сфері міжособистісного спілкування, то достовірними були відмінності у рівні психологічної оцінки свого минулого життя жінки оцінювали своє минуле на вищому рівні.

Існували статистично значимі відмінності згідно з місцем проживання відносно прийняття рішення. У мешканців села ці показники були статистично вищими. Також спостерігалися відмінності у коливанні при прийнятті рішень, жителі містечка значно частіше коливалися при прийнятті рішення ніж жителі села та міста. Існували статистично значимі відмінності згідно з місцем проживання відносно цінності досягнення. У мешканців села ці показники були статистично вищими

## ВИСНОВКИ

Однією з актуальних проблем сучасної психологічної науки є проблема ціннісних орієнтацій молоді котрі концентруються на романтичних стосунках у соціальних мережах. Ця тема достатньо складна, включає дослідження ряду аспектів, а саме: вікові психологічні особливості молоді, соціологічні проблеми освіти і виховання, вплив колективу, сім'ї та інше.

Соціальна мережа може використовуватися для відображення ознак прихильності, наприклад, коли новий партнер встановлює статус відносин на "у відносинах". Зміна статусу відносин є головним кроком у відносинах, а також може змінити динаміку в офлайн-стосунках. Люди публічно проявляють свою прихильність у соціальних мережах і що партнери цінують ці публічні ознаки прихильності. Ми хочемо вивчити в більш широкому зразку, чи використання соціальні мережі також позитивно впливає на романтичні стосунки.

Щастя у соціальних мережах має значною мірою визначатися задоволенням відносин. Якщо людина в цілому задоволена відносинами, людина також швидше відчуває позитивні емоції

З метою апробації, та підтвердження робочої гіпотези про сфери ціннісних орієнтацій на міру задоволеності життям у осіб котрі практикують романтичні стосунки у соціальних мережах було досліджено 47 осіб віком від 18 до 23 років та різної статі, які навчалися на факультеті психології Львівського державного університету внутрішніх справ.

*Емпіричне дослідження* особливостей ціннісних орієнтацій сучасної молоді та їх впливу на задоволеність життям проведено за допомогою методик: методика вивчення міжособистісних стосунків ОМО, шкала задоволення своїм життям Діннера(Dinner), , методика портретів Шварца (PVQ) для вивчення цінностей особистості.

Не виявлено статистично достовірних взаємопов'язаностей поміж показниками задоволеності життям та ціннісними орієнтаціями. Проте існували наступні кореляційні зв'язки для досліджуваної групи молоді: з віком самопочуття серед людей тільки покращувалося, у старшому віці цінність доброти була нижчою, з віком цінності відкриття своєї особистості перед іншими людьми зменшувалися при високій потребі бути признаним гедонізм є малозначущою цінністю особи котрі вмели приймати рішення, та відповідати за нього високо цінували досягнення. Студенти котрим важко було визначитися при прийнятті рішення не цінували самостійність. Задоволені життям молоді люди краще оцінювали свій теперішній рівень життя не виявлено кореляційних пов'язаностей поміж задоволеністю, та психологічною оцінкою життя і ціннісними орієнтаціями студентської молоді.

У сфері ціннісних орієнтацій найбільшого значення надавалося цінностям універсалізму, та безпеки. Досліджувані оцінили міру задоволеності життям, скоріше задоволений ніж не задоволений – 43,9% та у більшості випадків задоволений 41,1 %. У молодих осіб, котрі прийняли участь у дослідженні, середній рівень задоволеності життям був на рівні радше задоволений ніж. Відносно оцінки особистого добробуту у минулому то воно знаходилося на середній, шостій сходинці, свій актуальний рівень життя, вони оцінили лише трішки краще, проте у майбутньому, вони бачили виключно позитиви. Найнижчим рівнем задоволеності життям характеризувалися студенти четверго курсу, найвищим – студенти другого курсу. Жінки краще оцінювали своє минуле ніж чоловіки.

У молодих осіб, котрі прийняли участь у дослідженні, найважливішою була потреба бути прийнятим іншими також на рівні вище середнього проявлялося вимогливе прагнення близьких стосунків. Найнижчими показниками характеризувалися наступні шкали міжособистісних стосунків методика Шутца: погане самопочуття серед людей та обережність при встановленні стосунків. На середньому рівні проявлялися прийняття рішення і

уміння відповідати за нього у спілкуванні з близькими людьми та коливання при прийнятті рішення.

Стосовно відмінності поміж жінками та чоловіками у різноманітних ціннісних орієнтаціях, рівні задоволеності життям, психологічній оцінці особливостей добробуту та сфері міжособистісного спілкування то, жінки оцінювали своє минуле на вищому рівні, також жінки до певної міри краще оцінювали своє майбутнє. Не існувало статистично значимих відмінностей у показниках міжособистісного спілкування поміж хлопцями та дівчатами, проте на рівні тенденції у дівчат були вищими показники контролю у спілкуванні: обережність при встановленні стосунків та вимогливе прагнення близьких стосунків. Стосовно ціннісних орієнтацій не виявлено статистично значимих відмінностей, проте на рівні слабкої тенденції можна виділити вищі показники цінностей традиції, доброти та досягнень у опитаних хлопців та вищі показники цінування влади серед дівчат.

У розподілі психологічної оцінки свого життя у минулому, теперішньому, та майбутньому досліджувані студенти не відрізнялися між собою у залежності від місця проживання. Існували статистично значимі відмінності згідно з місцем проживання відносно прийняття рішення. У мешканців села ці показники були статистично вищими. Також спостерігалися відмінності у коливанні при прийнятті рішень, жителі містечка значно частіше коливалися при прийнятті рішення ніж жителі села та міста. Стосовно ціннісних орієнтацій, то такі цінності як конфорність, традиція та доброта однаково цінувалися незалежно від місця проживання. Аналогічні стосовно цінностей універсалізму, самостійності та стимуляції, котрі були однаково значимі для жителів села, містечка та міста. Існували статистично значимі відмінності згідно з місцем проживання відносно цінності досягнення. У мешканців села ці показники були статистично вищими. На рівні тенденції відрізнялися задоволеністю студенти, які проживали у селі, місті та містечку. Для жителів містечка показники задоволеністю життям були вищими у порівнянні із жителями міста та села.



Підсумовуючи висвітлені результати можна стверджувати, що у основному молодь, котра прийняла участь у дослідженні характеризувалася нестабільною системою цінностей із переважанням вектору відкритість до змін та була налаштована на отримання максимального задоволення від життя при мінімальній задіяності, що відповідає теоретичном концепціям висвітлення проблематики формування самоідентичності та Я-концепції у молодому віці.

Перспективою подальших наукових досліджень у галузі ціннісних орієнтацій та задоволеності життям може служити розширення проведення дослідження у різних вікових групах а також виявлення нових визначників задоволеності життям, зокрема показників комунікативної сітки контактів у молодому та зрілому віці.

Ціннісні орієнтації особистості не тільки визначають мотивацію індивідуальної поведінки, але й складають світогляд людини. Ціннісні орієнтації особистості формуються в процесі виховання і навчання. Навчання має на меті не стільки повідомити конкретні знання в певній галузі, скільки відтворити культурні й історичні нормативи, які сприяють самореалізації особистості. Через виховання здійснюється трансляція (передача) ціннісних орієнтацій від покоління до покоління як на вербальному так і на невербальному рівнях.

Особистісні цінності складають внутрішній стрижень особистості, який можна інтерпретувати як ціннісну етичну орієнтацію.

Ціннісне ставлення до матеріальних чи ідеальних предметів – це переживання їх бажаності (чи небажаності) для людини. Саме у такій психологічній формі духовні цінності суспільства стають суб'єктивними надбаннями особистості. А їх спонукально-регулятивна функція можлива завдяки тому, що переживання бажаності трансформується в зацікавлено-дійове ставлення.

Особисті цінності набувають ціннісного статусу тільки при зверненні

особистісних зусиль на свою смислову сферу, на власне «Я», тобто становлення особистісних цінностей пов'язане з динамікою процесів усвідомлення, що включають різні види вербалізації і зміщення пізнавально-особистісних зусиль на власну смислову сферу.

Певна система цінностей втілюється, опредметнюється у тих чи інших конкретних феноменах, пов'язаних із відповідними формами життєдіяльності, у якій і здійснюється оволодіння цінностями, їх поступове перевтілення із явища «зовнішнього» у явище «для себе», тобто відбувається переведення цінностей суспільних у цінності суб'єктивно значущі для самого індивіда.

Таким чином, початок навчання в університеті— це досить складний і багатогранний процес адаптації в житті кожного студента, до якого входить активне пристосування до нових умов життя, пристосування до нового соціального середовища. Важливим аспектом соціальної адаптації вважається прийняття індивідом нової соціальної ролі. саморегуляції. Основною характеристикою саморегуляції є усвідомленість, яка включає три компоненти:

- 1) усвідомлення мотиву саморегуляції;
- 2) усвідомлення способу регуляції;
- 3) усвідомлення об'єкта саморегуляції.

### Список використаних джерел:

1. Абубикирова Н. И. Что такое «гендер»? // Общественные науки и современность. 1996. №6.
2. Берн Ш. Гендерная психология. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2001.
3. Бернс Р. Я – концепция и воспитание // Психология подростка. Хрестоматия / Сост. Ю. И. Фролов. – М: Российское Педагогическое Агентство, 1997 – 526 с.
4. Большой психологический словарь / под. ред. Б.Г. Мещерякова, Москва : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 759 с.
5. Ваксютенко П.С. Поняття «кохання» в психології: його види та класифікації. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. 2012. Вип. 10. С. 229–237.
6. Василюк Ф.Е. Типы духовного совладания 2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyjournals.ru/mpj/2014/n5/vasiluk.shtml>
7. Введение в гендерные исследования: Учеб. Пособие для студентов вузов / Костикова И. В. и др.: Под общ. Ред. И. В. Костиковой. — М.: Аспект Пресс, 2005. – 235 с.
8. Гриньова О.М. Теоретичні аспекти вивчення кохання особистості на етапах дорослішання. Молодий вчений. 2016. Вип. 12 (39). С. 236–238.
9. Гурко Т. А. Гендерная социология // Социология в России. М., 1996.
10. Гуцало Е. У. Навчально-методичний посібник / Е. У. Гуцало. – Кіровоград: Поліграфічно-методичний центр «Імекс LTD», 2012. – 128 с. 11. Денисова Е. А. Самореализация личности и гендерные стереотипы 2008. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/samorealizatsiya-lichnosti-i-tendernye-stereotipy>. 45
12. Додонов Б. И. Эмоция как ценность / Б. И. Додонов.– М.: Политиздат, 1978. – 272 с.

13. 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.
14. Екимчик О.А. Когнитивный и эмоциональный и компоненты любви у людей разного возраста : автореф. дисс. ... канд. психол. наук : 19.00.1. Москва, 2009. 28 с.
15. Загальна психологія: Підручник / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинськ . Огороднійчук. – К.: Либідь, 2005. – 464с.
16. Ильин Е. П. Пол и гендер. – СПб.: Питер, 2010. — 688 с.
17. Ильин Е. П. Психология любви. — СПб.: Питер, 2013. — С. 22. — 336 с.
18. Ильин Е.П. Психология любви. Санкт-Петербург : Питер, 2013. 560 с.
19. 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.
20. 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.
21. Кагарманов Д.И. О различии любви, влюбленности и любовной зависимости 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/o-razlichii-lyubvi-vlyublennosti-ilyubovnoyzavisimosti> 46
22. Кернберг О. Ф. Отношения любви: норма и патология/Пер. С англ. М.Н. Георгиевой. — М.: Независимая фирма “Класс”, 2000. — 256 с.

23. Кинодо Ж.-М. Читая Фрейда: изучение трудов Фрейда в хронологической перспективе / Пер. с фр. О. Я. Журавлева: Когито-Центр; Москва; 2012.- 416 с.
24. Клецина, И.С. Гендерные нормы как социально-психологический феномен : монография / Е.В. Иоффе, И.С. Клецина .— М. : Проспект, 2017 .— 144 с.
25. Кон И. С. Мужчина в меняющемся мире. – Время, 2009. – 496 стр.
26. Кон И. С. Психосексуальное развитие и взаимоотношения полов // Психология подростка. Проблематика / Сост Ю. И. Фролов. – М: Российское Педагогическое Агентство, 1997 – 526 с.
27. Крайг Г. Психология развития./ Г. Крайг / 7-е межд. Издание: Перевод с англ.Н. Мальгиной. – СПб.: Питер, 2000. – 987 с.
28. Лурия А.Р. Лекции по общей психологии: учеб. пособие/ Александр Романович Лурия. – Москва и др.: Питер, 2012. – 320 с.
29. Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб, 1998 – 625 с.
30. Майоров А.А., Духарева А.В. О гендерном аспекте любви и влюбленности 2013.[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/o-gendernom-aspekte-lyubvi-i-vlyublennosti>
31. Молчанов, С. В. Психология подросткового и юношеского возраста: учебник для академического бакалавриата / С. В. Молчанов. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 351 с.
32. Мэй Р. Человек в поисках себя. - М.: Институт общегуманитарных исследований, 2015. - 224 с.
33. Наследов А. Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных. СПб.: Питер 2012.- 392 с. 47
34. Обухова, Л. Ф. Возрастная психология: учебник для бакалавров / М.: Издательство Юрайт, 2013. — 460 с.

35. Основи психології: Навч. посібник для студентів вищих навч. закладів / А. І. Веракіс, Ю. І. Завалевський, К. М. Левківський. – Харків – Київ, 2005. – 415 с.
36. Отчич С.В. Гендерні аспекти переконань щодо кохання. *Psychological journal*. 2016. Vol. 5. Issue 7. С. 130–144.
37. Отчич С.В. Психологія любові та диференціація понять «кохання» та «закоханість». Наукові записки НДУ імені М. Гоголя. Серія «Психологопедагогічні науки». 2014. № 2. С. 138–141.
38. Туревская Т.А. Диагностика механизмов и функций регуляции переживаний в подростковом возрасте. Диагностика и коррекция нарушений социальной адаптации подростков / под ред. С.А. Беличевой. - М., 1994;
39. Шпрангер Э. Эротика и сексуальность в юношеском возрасте. Психология подростка. Хрестоматия / сост. Фролов Ю.И. - М., 1997;