

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н.КАРАЗІНА

ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ

КАФЕДРА ПРИКЛАДНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Особливості суб'єктивного благополуччя жінок у контексті селфі-активності в соціальній мережі Instagram»

Студентки 4 курсу групи ПС-43
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми «Психологія» за
спеціальність 053 – ПСИХОЛОГІЯ
Данцева О. М.

Керівник к. психол. н. доцент Гуляєва О. В.

Чотирьохрівнева шкала оцінювання _____
Кількість балів: _____

Члени комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУБ'ЄКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ЖІНОК В КОНТЕКСТІ СЕЛФІ-АКТИВНОСТІ.....	6
1.1. Підходи і теорії до вивчення поняття «суб'єктивне благополуччя» та його складові.....	6
1.2. Роль соціальних мереж у житті сучасних жінок.....	9
1.3. Вплив самопрезентації в соціальних мереж на суб'єктивне благополуччя	12
Висновки до розділу 1.....	14
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУБ'ЄКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ЖІНОК В КОНТЕКСТІ СЕЛФІ-АКТИВНОСТІ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM.....	16
2.1. Мета і завдання дослідження.....	16
2.2. Характеристика вибірки.....	16
2.3. Процедура проведення дослідження.....	17
2.4. Аналіз та інтерпретація отриманих даних.....	18
2.4.1. Аналіз та інтерпретація результатів життєвої задоволеності.....	18
2.4.2. Аналіз та інтерпретація результатів психологічного благополуччя.....	21
2.4.3. Аналіз та інтерпретація результатів суб'єктивного самоствавлення.....	24
2.4.4. Аналіз та інтерпретація результатів рівня самотності.....	28
Висновки до розділу 2.....	29
ВИСНОВКИ.....	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	33
АНОТАЦІЯ.....	35
АВСТРАСТ.....	36
ДОДАТКИ.....	37

ВСТУП

Актуальність. У сучасному суспільстві соціальні мережі є невід'ємною частиною повсякденного життя пересічної людини. Вони надають можливість легкого спілкування, обміну враженнями, доступу до актуальних новин та інформації, а також пошуку друзів та спільнот, які розділяють наші інтереси. За допомогою соціальних мереж індивід може виразити свою індивідуальність, створюючи та публікуючи власний контент. Однією з найпопулярніших платформ для цього є Instagram, де користувачі можуть публікувати власні світлини та відео у профілі й обмінюватися реакціями та коментарями. Також у Instagram є можливість публікувати Stories, фото чи короткі відео, що зникають через 24 години, та Reels, короткотривалі відео, які розміщуються в окремій вкладці профілю. Однак, разом з безліччю можливостей, які надають соціальні мережі, з'являються й певні ризики та вплив на психічне та емоційне становище користувачів. Впровадження соціальних мереж у наше повсякденне життя суттєво змінює те, як ми сприймаємо навколишній світ. Тому особливо актуальним є питання впливу цих мереж на наше суб'єктивне благополуччя. Саме ж суб'єктивне благополуччя, якщо ототожнювати його з психологічним благополуччям, означає комплексний показник, який характеризується тим, наскільки людина спрямована на досягнення ключових компонентів позитивного функціонування, а також ступінь реалізації цієї спрямованості в її суб'єктивному відчутті щастя, задоволеності життям та задоволеності самою собою [3]. Усе це відображає складний психічний стан особистості, який охоплює як позитивні аспекти, так і їхню індивідуальну реалізацію, формуючи її загальний емоційний та психологічний стани.

Проблеми особливостей суб'єктивного благополуччя студентів з обмеженими можливостями здоров'я висвітлювалися в роботі О.В. Гуляєвої [3; 4; 5], предиктори когнітивного та емоційного компонентів суб'єктивного благополуччя досліджувались в роботах І.В. Кряж, О.В. Баранов [7], формування суб'єктивного відчуття самотності під впливом соціальних мереж розглядалося в роботі О. Степанченка [10], порівняльний аналіз детермінант психологічного благополуччя користувачів соціальних мереж із низькою та високою активністю представлений у

роботі Ю.В. Третьякової [11] тощо. Разом з цим науковий доробок аналізу суб'єктивного благополуччя жінок в контексті селфі-активності представлений недостатньо.

Об'єкт дослідження – суб'єктивне благополуччя жінок.

Предмет дослідження – особливості суб'єктивного благополуччя жінок в контексті селфі-активності в соціальній мережі Instagram.

Мета дослідження – дослідити та проаналізувати особливості суб'єктивного благополуччя жінок, які активно користуються соціальною мережею Instagram.

Гіпотеза – суб'єктивне благополуччя жінок із високим рівнем селфі-активності мають статистичні значущі відмінності від суб'єктивного благополуччя жінок з низьким рівнем селфі-активності, які обумовлюються їхнім рівнем самоствавлення та самотності.

Мета та гіпотеза дослідження передбачає постановку наступних теоретичних та емпіричних завдань:

1. Проаналізувати основні підходи та теорії до визначення поняття «суб'єктивне благополуччя».
2. Провести діагностику рівня задоволеності життям та психологічного благополуччя у жінок, які активно/неактивно користуються соціальною мережею Instagram.
3. Провести аналіз емоційного та змістовного ставлення жінок до себе, а також визначити рівень суб'єктивного відчуття їхньої самотності.
4. Провести порівняльний та кореляційний аналіз рівня суб'єктивного благополуччя жінок, які активно-неактивно позиціонують себе та своє життя в соціальній мережі Instagram.

Завдання емпіричного дослідження обумовили вибір наступних психодіагностичних методик:

1. Тест «Індекс життєвої задоволеності» Б. Ньюгартена для вимірювання ступеня задоволеності людини її життям та загального психологічного благополуччя.
2. «Шкала психологічного благополуччя» К. Ріфф для вимірювання основних компонентів психологічного благополуччя.
3. «Тест-опитувальник для визначення самоствавлення особистості» для з'ясування

емоційного та змістовного ставлення особистості до себе.

4. «Методика діагностики суб'єктивного відчуття самотності» Д. Рассела та М. Фергюсон для вимірювання рівня самотності.

5. Метод математичної статистики – U-критерій Манна-Уїтні та t-критерій Стьюдента для порівняльного аналізу та коефіцієнт рангової кореляції Спірмена для кореляційного аналізу.

У дослідженні взяло участь 65 людей віком від 20 до 55 років, які були розподілені на дві групи в залежності від кількості публікацій в соціальних мережах впродовж одного року.

Практична значущість роботи полягає в тому, що отриманні результати дослідження можуть сприяти глибшому розумінню психологічних потреб жінок, пов'язаних із самовираженням та соціальною взаємодією в цифровому світі. Висновки та результати дослідження можуть бути використанні для розробки програм підтримки, що будуть спрямовані на зміцнення позитивного самосприйняття, зменшення негативних ефектів від використання соціальних мереж та підвищення суб'єктивного благополуччя жінок у цілому.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУБ'ЄКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ЖІНОК В КОНТЕКСТІ СЕЛФІ-АКТИВНОСТІ

1.1. Підходи і теорії до вивчення поняття «суб'єктивне благополуччя» та його складові

Існує багато різних підходів та теорій до визначення поняття «суб'єктивне благополуччя», а також до встановлення його складових, що впливають на нього.

Вперше поняття суб'єктивне благополуччя з'явилося в контексті закордонної психології щастя. Н. Бредберн описував благополуччя як стан щастя або нещастя, а також почуття загальної задоволеності або незадоволеності життям в цілому [3]. Він продемонстрував, що негативний і позитивний афект не знаходяться на протилежних полюсах однієї шкали, а мають різну природу. Тож, благополуччя, за визначенням Н. Бредберна, є балансом між позитивним і негативним афектом, що зумовлює загальне відчуття задоволення або незадоволення життя [3].

Е. Дінер запровадив поняття «суб'єктивне благополуччя», яке він інтерпретує як трикомпонентну структуру, до складу якої входять задоволення життям, приємні емоції і неприємні емоції [16]. Він ототожнює переживання людиною суб'єктивного благополуччя із задоволеністю життям і самим собою в цілому та відчуттям щастя. Акцентуючи увагу на «щасливій особистості», теорія Е. Дінера підкреслює важливість варіативності індивідуального досвіду переживання щастя окремого індивіда (наприклад, соціального визнання або популярності, демонстрація власної успішності та соціального престижу, гедоністичне ставлення до життя тощо), що виступає критерієм оцінювання власного життя та підкреслює важливість перевищення позитивних емоцій над негативними емоціями.

На думку М. Аргайла, щастя полягає у переживанні задоволення від життя в цілому, у рефлексивній оцінці свого минулого та теперішнього, а також у частоті та інтенсивності переживання емоцій [4]. Розвиток щастя та задоволеності життям передбачає збагачення емоційного життя людини як кількісно, тобто виникає більше позитивних емоцій, так і якісно, а отже переживання емоцій відбувається глибше та усвідомлено. Загальне відчуття задоволеності виникає тоді, коли людина позитивно

оцінює власне теперішнє, не вважає його агресивним та таким, що не порушує звичний ритм життя.

О.В. Гуляєва зазначає, що категорія «благополуччя» відноситься до категорії мультидисциплінарних наук, тому що людина може відчувати задоволення життям у різних сферах, такі як професійна, соціальна, сімейна тощо. Суб'єктивна оцінка ж, яка проявляється через терміни «гарне» та «погане», впливає на загальне задоволення життям та відображає тільки рівень емоційного комфорту в якійсь сфері життя [5]. Дослідниця стверджує, що суб'єктивний економічний та соціальний добробут є ключовими аспектами загального благополуччя людини, особливо в українців. Соціальне благополуччя відбивається у динамічній та розгалуженій мережі соціальних зв'язків, а також обумовлюється позитивними міжособистісними відношеннями, що проявляються у дружбі та любові. Тобто соціальне благополуччя визначається тим, наскільки людина задоволена своїм становищем у суспільстві та тим, як вона оцінює сучасний стан суспільства, з яким ідентифікує себе людина. О.В. Гуляєва зазначає, що потреби індивіда визначають міру залученості до соціальної активності. Дана залученість має афективну оцінку, яка відображає емоційне ставлення індивіда до соціальної комунікації. Завдяки контактам людина відчуває себе членом певної спільноти та отримує задоволення від дружніх стосунків. Статус, в свою чергу, свідчить про те, наскільки ефективно індивідуум виконує вимоги, які містять в собі соціальні ролі [4]. У контексті аналізу сучасного українського суспільства О.В. Гуляєва зазначає, що економічне суб'єктивне благополуччя протягом тривалого часу розглядалося як результат порівняння людиною свого реального матеріального становища з тим, чого вона прагне, що їй потрібно, та як вона сама оцінює своє місце в суспільстві. Також важливим фактором вважалося порівняння себе з людьми, яких людина вважає для себе референтними (зразковими, авторитетними, подібними). Доволі часто економічне суб'єктивне благополуччя розглядали як одну зі складових суцільного благополуччя індивіда, тісно пов'язуючи його з матеріальним достатком, що виступає як важливий елемент «якості життя».

Схожу ідею щодо відчуття благополуччя висувують інші психологи. Велике значення у формування відчуття щастя окремого індивіда відіграє не суб'єктивний

аналіз власної успішності, а визнання індивідуальної успішності референтною групою. У дослідженні Т.В. Данильченко зазначає, що соціальне суб'єктивне благополуччя базується на тому, що людина порівнює себе та своє буття з суб'єктивними нормами, еталонами та ідеалами референтної групи або соціальної групи, яку людина вважає авторитетною та відчуває належність до неї [14; 8]. Вплив соціального середовища на тлумачення соціальної інформації є значущим, здійснюючи шляхом виконання стандартів порівняння, які містять соціально-культурні стандарти, цінності, соціальної групи чи суспільства, до якого себе відносить особистість.

Дослідниця ідентифікує та поділяє соціальні потреби на три групи: потреби в соціальній підтримці (розуміння, турбота), в соціальній залученості (відчуття «свого місця», прив'язаність, інтеграція), і в соціальному схваленні (цінність, повага, статус) [2]. Через це Т.В. Данильченко і розглядає соціальне суб'єктивне благополуччя особистості як протистояння, яке виникає між особистістю та суб'єктивними нормами, правилами та ідеалами, що виникає внаслідок соціальної конфронтації з референтною групою. Культурні та соціальні цінності, думки та звичаї, які впливають на соціальні групи чи суспільство, в якому перебуває людина, втілюються як критерії оцінювання [14].

І.В. Кряж у своєму дослідженні розглядає навіюваність як фактор суб'єктивного благополуччя [7]. Навіюваність дослідниця трактує як мінливу своєрідну особливість, що відіграє важливу роль у міжособистісній взаємодії. Вона виступає як важлива характеристика, значущість якої виявляється в різних сферах, зокрема в соціальній адаптації, психотерапії та результативних соціальних впливах. Навіювання виступає як необхідна частина психотерапевтичної роботи, що спричиняє покращення суб'єктивного благополуччя.

Отже, трактування суб'єктивного благополуччя включає в себе задоволеність життям, приємні та неприємні емоції. Важливо підкреслити, що відчуття щастя і задоволеності життям залежить від соціальних зв'язків, взаємодії з референтною групою та відповідності індивідуальним нормам та ідеалам цієї групи. Акцентуючи увагу на позитивних емоціях, рефлексивній оцінці свого життя та соціальному

статусу, людина може досягти загальної задоволеності життям, що є важливим аспектом суб'єктивного благополуччя.

1.2. Роль соціальних мереж у житті сучасних жінок

Інтенсивне використання соціальних мереж має вагомий вплив на психологічне здоров'я молоді. Дослідження в США та Великобританії підкреслюють, що соціальні мережі впливають на дівчат сильніше, ніж на хлопців. Дівчата частіше використовують соціальні мережі, тоді як хлопці більш схильні до ігор.

Довгий час, проведений у соціальних мережах, пов'язаний із збільшенням депресивних симптомів та браком якісного сну. Онлайн-знуцання, низька самооцінка та негативне сприйняття власного тіла також впливають на погіршення психологічного здоров'я. Важливо зазначити, що не весь час, проведений в соціальних мережах, шкідливий. Активне використання, наприклад, публікацій та взаємодія з ними, може навіть покращити самопочуття. Натомість пасивне використання, яке полягає в перегляді контенту без активної участі, збільшує почуття ізоляції та недостатності [17]. У своєму дослідженні Р. Девіс пояснює, що люди, які надмірно користуються Інтернетом, стають більш вразливими до психосоціальних проблем та відчуття самотності [11].

Самотність виникає тоді, коли реальний рівень соціальних контактів не відповідає очікуванням людини. У сучасній науці є дві протилежні теорії щодо взаємозв'язку між самотністю та використанням соціальних мереж. Перша, відома як «гіпотеза переміщення», стверджує, що час проведений у соціальних мережах замінює живе спілкування, що негативно відображається на якості дружніх відносин і, як наслідок, посилює відчуття самотності. На противагу цьому, «гіпотеза стимуляції» стверджує, що активність в онлайн-середовищі сприяє зміцненню соціальних зв'язків і, відповідно, зменшує відчуття самотності.

Відповідно до концепції С. Каплана, індивіди, які відчувають невпевненість у власних соціальних навичках, більш схильні до негативних емоційних станів, включаючи самотність. Вони часто вдаються до онлайн-комунікації як до способу уникнення негативних переживань, що, в свою чергу, може призвести до ще більшого

поглиблення в Інтернет-середовище. Результати дослідження продемонстрували, що особи, які багато часу проводять в соцмережах, приділяють менше уваги живому спілкуванню. Це призводить до відчуття самотності та депресії. Водночас, люди, які демонструють високий ступінь самотності, часто використовують соціальні мережі щоб отримати емоційну підтримку [11].

Інші дослідники висвітлювали механізми впливу соціальних медіа на психічне здоров'я, зокрема суспільний тиск на дотримання стандартів краси. Загалом, дослідники наголошують на необхідності усвідомлення впливу соціальних медіа на молодь та важливості розрізнення різних вимірів використання соціальних мереж за статтями.

Також зарубіжні дослідники розглядали вплив соціальних медіа на самооцінку тіла. Особливу увагу вони приділяли тому, як соціальні медіа, зокрема платформи, які акцентують увагу на образах, впливають на психічне здоров'я. Підкреслюється, що використання таких платформ, як Instagram, часто пов'язано з депресією, тривогою щодо зовнішності та незадоволенням своїм тілом, особливо серед жінок.

Теорія об'єктивації висвітлює, чому жінки частіше відчувають незадоволення своїм тілом через соціальні медіа, вказуючи на сексуалізацію жіночих тіл у суспільстві та наслідки цього для самосприйняття [17].

Так дослідження А. Мгалоблішвілі показало, що жінки, які щоденно присвячують соціальним мережам більше чотирьох годин, частіше слідують за стандартами краси та модою, що пропагуються в цифровому просторі. Це включає в себе як уявлення про ідеальне жіноче тіло та зовнішність, так і популяризацію косметологічних та хірургічних втручань, таких як перманентний макіяж, збільшення окремих частин тіла (грудей, сідниць, губ) або корекція (ринопластика, блефаропластика).

Сьогодні інтернет-користувачі активно користуються інструментами для корекції зовнішності на світлинах, тобто додатки, наприклад, FaceApp чи Photoshop. Більше половини, а саме 57%, молодих дівчат, які є активними користувачками Instagram, застосовують фільтри та маски для обробки фотографій або створення Storis. Регулярне порівняння власної зовнішності з відредагованими фото зніжує

рівень самооцінки та погіршує самоприйняття. Позитивні реакції, такі як коментарі та лайки, отримані під відредагованими світлинами, викликають задоволення та бажання повторити досвід для того, щоб знов відчувати цей стан. Але водночас виникає занепокоєння, що природній вигляд без фільтрів може викликати негативні емоції, наприклад, розчарування, або викличе сміх у інших користувачів. Лайки, отримані під відредагованими фотографіями, стимулюють до постійного порівняння та прагнення до самовдосконалення, формуючи інший, ідеальний образ, що відрізняється від реального [9].

Інше дослідження, проведене Ю.В. Третьяковою, виявило те, що користувачі, які демонстрували низький рівень психологічного благополуччя, можуть надавати подіям власного життя більш привабливого виду для соціальних мереж, прагнучи зацікавити інших. Окрім цього, більшість респондентів з низьким рівнем психологічного благополуччя зазначили, що після перегляду новинної стрічки у них може виникати відчуття дискомфорту через усвідомлення того, що їхнє життя здається менш насиченим порівняно з іншими. В підсумку, такі переживання можуть мати негативний вплив на самоприйняття. В той же час більшість людей зі значним рівнем психологічного благополуччя переглядають соціальні мережі з хорошим настроєм або ж із зацікавленістю в чомусь конкретному [13].

Серед користувачів соціальних мереж підлітки виявилися найбільш вразливими до негативного впливу. Це пояснюється особливостями цього віку, важливістю відносин з однолітками та гендерними соціалізаційними аспектами, які акцентують на зовнішності.

Водночас, феміністичні переконання можуть служити захисним фактором проти негативного впливу соціальних медіа на самооцінку тіла. Також позитивним моментом є те, що певний контент у соціальних медіа може підвищити задоволення своїм тілом і самооцінку, зокрема через експонування зображень жінок з різними типами тіла та позитивного ставлення до тіла.

Секстинг, або поширення сексуального контексту за допомогою технологій, також є ризикованою поведінкою [17]. Дівчата частіше отримують небажані сексуальні повідомлення і більш схильні до негативних наслідків, таких як

психологічний стрес.

Також дослідники вказують на нерівність у розподілі сили між статями в питанні обміну зображеннями, наявність подвійних гендерних стандартів та тенденцію до звинувачення жертв. Це вказує на необхідність зміни підходу в освіті, переорієнтації з кібербезпеки на цифрові права, етику та громадянство, зосередження уваги на освіті та притягненні до відповідальності порушників.

Отже, соціальні мережі суттєво впливають на суб'єктивне благополуччя жінок, формуючи їхню самооцінку та соціальні взаємодії. Існують різні теорії щодо впливу соцмереж. Одні стверджують, надмірне використання Instagram може посилювати почуття самотності, знижувати самооцінку та сприяти залежності від схвалення світлин в соцмережах. Інші ж теорії свідчать про те, що для деяких користувачок онлайн-комунікація слугує джерелом емоційної підтримки та може укріплювати соціальні взаємозв'язки. Проте не слід забувати, що соцмережі також можуть стимулювати прагнення відповідати ідеалізованим стандартам краси, що може викликати невдоволення власною зовнішністю.

1.3. Вплив самопрезентації в соціальних мереж на суб'єктивне благополуччя

З розвитком соціальних мереж та їх впровадження в наше життя все більше уваги приділяється вивченню впливу використання цих платформ на суб'єктивне благополуччя особистості. Технологічний прогрес і зростаюча популярність соціальних мереж роблять цю тему актуальною і важливою для дослідження. Багато дослідників розмежовують поняття суб'єктивного та психологічного благополуччя, однак інші дослідники ототожнюють їх. У нашому дослідженні в межах гедоністичного підходу це два однакових поняття [5].

Так у своєму дослідженні Ю.В. Третьякова [13], що людина сама визначає, яку роль в її житті відіграють соціальні мережі, і надмірна захопленість ними може заміщувати реальність і не підвищувати рівень психологічне благополуччя. Дослідниця також підкреслює, що ми не можемо віднести вплив соціальних мереж суто до негативного чи суто позитивного явища. Люди, що демонструють виражений рівень психологічного благополуччя використовують соціальні мережі для

досягнення конкретних життєвих цілей та витрачають на соціальні мережі менше часу, а люди з низьким рівнем психологічного благополуччя частіше відвідують соціальні мережі від нудьги та для отримання соціальної підтримки. Дослідження також показує, що якщо соціальні мережі використовуються як допоміжний інструмент для реалізації поставлених життєвих завдань та цілей, то це може позитивно впливати на психологічне благополуччя людини.

А.Х. Коброслі досліджувала вплив соціальних мереж на благополуччя у підлітковому віці [6]. Вона зазначає, що застосування соціальних мереж здатне мати складний зв'язок із психологічним благополуччям. Вплив соціальних платформ визначається низькою чинників, серед яких чисельність друзів, ступінь підтримки з боку онлайн-знайомих, рівень самотності, наявність депресивних проявів та самооцінка. Згідно з дослідженням, активність у соціальних мережах здатна впливати на рівень задоволеність життям, так і на емоційний стан у даний момент. Крім того, аналізується взаємозв'язок між віртуальною комунікацією, соціальним життям і психологічним благополуччям, який визначається особливостями комунікативних моделей. Використання смартфонів, які постійно надають доступ до соціальних мереж, призводить до значного обсягу зв'язку. Вплив соціальних мереж особливо помітний у підлітковому віці, коли вони проводять багато часу в Інтернеті, що може призвести до меншого особистого спілкування. Тим не менш, соціальні мережі також можуть бути корисними для отримання соціального досвіду та саморозвитку.

Л.І. Березовська також вивчала вплив соціальних мереж [1]. Дослідження показало, що люди, які проводять до чотирьох годин у соціальних мережах, демонструють вищу задоволеність життям, інтерес до нього та позитивніший настрій. Водночас, у спілкуванні вони частіше демонструють емоційні бар'єри. Їм важко контролювати емоції, уникають емоційного зближення та домінують переважно негативні емоції, тому їхнє відношення до інших формується під впливом безпосереднього емоційного контакту, що може бути формою психологічного захисту.

Люди, які відвідують соціальні мережі впродовж понад чотирьох годин, демонструють вищі показники організаторських та комунікативних навичок. Вони

більше схильні до соціальної взаємодії, не обмежуючи коло знайомств, наполегливо відстоюють власну думку та будують плани щодо своєї роботи. Однак їх потенціал у цих сферах не відзначається високою стабільністю. Саме тому вони мають велику кількість підписок та цифрових знайомств, значну частину з яких особисто не знають. Більше того, їхнє спілкування в мережі не завжди буває регулярним або глибоким. Також дана група респондентів відзначається зниженими показниками психологічного благополуччя в декількох аспектах, а саме: наявність життєвих цілей, компетентність, загальна якість міжособистісних стосунків та інтерес до життя. Стосовно самотавлення, то тривале перебування в соціальних мережах призводить до зниження відкритості, відчуття власної цінності, до того ж посилюється внутрішньоособистісний конфлікт.

Отже, презентація особистості себе в соціальних мережах має неоднозначний вплив на психологічне благополуччя. Використання соціальних мереж в якості самопрезентації може як сприяти особистісному розвитку, так і створювати ризики для психологічного стану. Залежно від рівня залученості та мотивів жінок соціальні платформи можуть або підтримувати позитивний емоційний фон, або посилювати почуття самотності та внутрішніх конфліктів.

Висновки до розділу 1

1. Суб'єктивне благополуччя є ключовим показником ступеня задоволеності життям та рівня щастя і відображає ступінь реалізації цього поняття у суб'єктивному відчутті. Дослідники розрізняють підходи до визначення благополуччя, але усі погоджуються, що воно залежить від різних складових. Важливо враховувати, що суб'єктивне благополуччя має складну і багатокомпонентну структуру і залежить від індивідуальних характеристик та контекстуальних факторів.

2. Соціальні мережі в житті сучасної жінки відіграють важливу роль, яка полягає у підтримці комунікації та розвитку комунікативних навичок, рефлексивного аналізу «Я» шляхом порівняння себе з іншими жінками, формування відчуття власної значущості, успішності та товариства.

3. Згідно з проаналізованими дослідженнями, самопрезентація в соціальних

мережах відіграє важливу роль у формуванні психологічного благополуччя, впливаючи на самооцінку, соціальну взаємодію та емоційний стан. Використання соціальних мереж обумовлене потребою у самовираженні та соціальній підтримці, орієнтацією на зовнішнє схвалення, що визначає позитивний чи негативний вплив на психологічне благополуччя індивіда.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУБ'ЄКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ЖІНОК В КОНТЕКСТІ СЕЛФІ-АКТИВНОСТІ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM

2.1. Мета і завдання дослідження

У попередньому розділі ми розглянули теоретичні аспекти особливостей суб'єктивного благополуччя жінок в контексті селфі-активності в соціальній мережі Instagram.

Мета роботи полягає у тому, щоб дослідити та проаналізувати особливості суб'єктивного благополуччя жінок, які активно користуються соціальною мережею Instagram.

Відповідно до мети були визначені наступні завдання:

1. Провести діагностику рівня задоволеності життям та психологічного благополуччя у жінок, які активно/неактивно користуються соціальною мережею Instagram.
2. Провести аналіз емоційного та змістовного ставлення жінок до себе, а також визначити рівень суб'єктивного відчуття їхньої самотності.
3. Провести порівняльний та кореляційний аналіз рівня суб'єктивного благополуччя жінок, які активно-неактивно позиціонують себе та своє життя в соціальній мережі Instagram.

2.2. Характеристика вибірки

Вибірку досліджуваних становили жінки віком від 20 до 55 років. Загальна кількість досліджуваних – 65 осіб, що були поділені на дві групи. До першої групи увійшли жінки, які презентують себе та своє особисте життя в соціальній мережі Instagram шляхом оприлюднення 15 і більше світлин на рік. Другу групу досліджуваних склали жінки, які не публікують світлини себе та свого особистого життя. Вибірку було поділено на дві групи за результатами анкети, що дозволила зібрати інформацію про кількість публікацій в соціальній мережі Instagram досліджуваними.



Рис. 2.2. Розподіл вибірки за кількістю публікацій на рік

2.3. Процедура проведення дослідження

Дослідження проводилося в декілька етапів. На підготовчому етапі ми використовували анкетування з метою збору загально-соціальної інформації, а саме: ім'я чи псевдонім, вік та кількість публікацій на рік.

Першим етапом для вивчення особливостей суб'єктивного благополуччя жінок в контексті селфі-активності була використана методика «Індекс життєвої задоволеності» Б. Ньюгартена для вимірювання ступеня задоволеності життям та загального психологічного благополуччя. Опитувальник складається з 20 тверджень, результати яких відносять до 5 шкал: «Інтерес до життя», «Послідовність у досягненні цілей», «Узгодженість між поставленими і досягнутими цілями», «Позитивна оцінка себе та власних вчинків» та «Загальний фон настрою». Ці шкали визначають аспекти психологічного стану досліджуваних та рівня задоволеності життям [5].

На п'ятому етапі була використана методика «Шкала психологічного благополуччя» К. Ріфф для визначення рівня психологічного благополуччя через оцінку його основних компонентів. Методика містить 84 запитання, які відносять до 6 шкал: «Позитивні відносини з оточуючими», «Автономія», «Керування середовищем», «Особистісне зростання», «Цілі в житті» та «Самоприйняття» [15].

На третьому етапі використовувалася методика «Тест-опитувальник для визначення самостворення особистості» для вимірювання змістовного та емоційного ставлення респонденток до себе. Методика налічує 110 питань та розподіляються на

9 шкал: «Відкритість», «Самовпевненість», «Самокерівництво», «Дзеркальне «Я»», «Самоцінність», «Самоприйняття», «Самоприв'язаність», «Конфліктність» та «Самозвинувачення» [12].

Четвертим етапом використовувався опитувальник «Методика діагностики рівня суб'єктивного відчуття самотності» Д. Рассела та М. Фергюсона. Опитувальник нараховує в собі 20 питань і використовується задля вимірювання рівня самотності досліджуваних [10].

П'ятий етап – порівняльний аналіз за допомогою U-критерія Манна-Уїтні та t-критерію Стьюдента показників суб'єктивного благополуччя, життєвого задоволення, самоствалення та самотності між першою та другою групами для визначення статистично значущих показників.

Шостий етап – кореляційний аналіз за допомогою коефіцієнту Спірмена між показниками суб'єктивного благополуччя у жінок в контексті селфі-активності в соціальній мережі Instagram першої групи, тобто жінки, які публікують 15 і більше власних світлин, та другої групи, в яку входять жінки, які не викладають власні світлини у соціальну мережу Instagram.

2.4. Аналіз та інтерпретація отриманих даних

2.4.1. Аналіз та інтерпретація результатів життєвої задоволеності

На підставі проведеної методики «Індекс життєвої задоволеності» Б. Ньюгартена, ми отримали наступні результати, що продемонстровані у Таблиці 1. Відповіді респонденток були умовно розподілені на низькі, середні та високі та представлені у вигляді відсотків.

Переважній більшості жінкам, які публікують багато власних світлин, властивий високий рівень за шкалами «Послідовності у досягненні цілей», «Позитивної оцінки себе та власних вчинків» та «Загального фону настрою». Це проявляється у їхній значній рішучості та непохитній наполегливості на шляху до реалізації задуманих планів, адже вони чітко бачать свої цілі та докладають зусиль для їх досягнення, схильні доброзичливо та конструктивно сприймати як свої особистісні якості, так і власну поведінку, а також їх емоційний стан часто

характеризується стійким оптимізмом та глибоким відчуттям задоволеності від життя.

Таблиця 1

Результати за методикою «Індекс життєвої задоволеності»

Шкали	Експериментальна група			Контрольна група		
	низькі	середні	високі	низькі	середні	високі
«Інтерес до життя»	12,90%	48,39%	38,17%	20,59%	55,88%	23,53%
«Послідовність у досягненні цілей»	0%	19,35%	80,65%	5,88%	47,06%	47,06%
«Узгодженість між поставленими та досягнутими цілями»	25,81%	51,61%	22,58%	20,59%	52,94%	26,47%
«Позитивна оцінка себе та власних вчинків»	3,23%	29,03%	67,74%	8,82%	38,24%	52,94%
«Загальний фон настрою»	25,81%	29,03%	45,16%	26,47%	41,18%	32,35%

Високий рівень задоволеності життям за шкалою «Узгодженість між поставленими та досягнутими цілями» більш властивий жінкам, які не викладають фото у соціальну мережу Instagram. Цей показник говорить про те, що такі жінки відзначаються відчуттям гармонії між своїми намірами та досягненнями, а також задоволеністю від результатів, яких їм вдалося досягти.

Таблиця 2

Порівняльний аналіз показників «Індексу життєвої задоволеності» у жінок, які відзначаються високою селфі-активністю та які не відзначаються селфі-активністю в соціальній мережі Instagram

<i>Показники задоволеності життям (шкали)</i>	<i>U-критерій</i>	<i>p</i>
Інтерес до життя	443,5	0,264
Послідовність у досягненні цілей	353	0,019*
Узгодженість між поставленими та досягнутими цілями	487	0,594
Позитивна оцінка себе та власних цілей	407	0,111
Загальний фон настрою	458	0,360

Примітка: * – рівень значущості $p \leq 0,05$

За результатами порівняльного аналізу (Таблиця 2) було встановлено, що

статистично значущі відмінності між двома групами досліджуваних були визначені за шкалою «Послідовність у досягненні цілей» (при $p \leq 0,05$). У жінок, які публікують багато власних світлин, послідовність у досягненні мети є ключовим фактором успіху. Це не просто одноразова дія, а скоріше систематичний і наполегливий процес, що включає ряд взаємопов'язаних кроків. Послідовність у досягненні мети є не просто інструментом для досягнення бажаного, а й важливим фактором, що безпосередньо впливає на рівень життєвої задоволеності. Послідовні дії дають відчуття контролю жінкам над власним життям, кожен успішно виконаний крок зміцнює їхню віру у власні сили та здатність досягти більшого, реалізація поставлених цілей підвищує самоповагу, а досягнення проміжних результатів приносить їм задоволення та підтримує позитивний емоційний фон.

За результатами кореляційного аналізу (Додаток 3) було встановлено, що в експериментальній групі досліджуваних «Послідовність у досягненні цілей» має прямий зв'язок зі шкалою «Інтерес до життя» (при $p \leq 0,05$) та шкалою «Загальний фон настрою» (при $p \leq 0,05$). Це вказує на те, що в жінок, які демонструють селфі-активність в соціальній мережі Instagram, високий рівень послідовності у досягненні цілей сприяє високому рівню інтересу до життя та високому рівню емоційного фону, і навпаки.

За результатами кореляційного аналізу (Додаток 31), було встановлено, що в контрольній групі досліджуваних шкала життєвої задоволеності «Послідовність у досягненні цілей» має прямий зв'язок із загальним рівнем «Психологічне благополуччя» (при $p \leq 0,01$) та зі шкалою самоствавлення «Самокерівництво» (при $p \leq 0,05$). Такий зв'язок з психологічним благополуччям свідчить про те, в жінок, які не демонструють селфі-активність у соціальній мережі Instagram, процес досягнення цілей сприяє їхньому високому рівню відчуття особистісного зростання та ефективного функціонування в різних сферах життя, а також позитивної оцінки в цілому їхнього життя. Зв'язок шкали життєвої задоволеності «Послідовність у досягненні цілей» зі шкалою самоствавлення «Самокерівництво» вказує на здатність жінок цієї групи самостійно визначати цілі, планувати свої дії, організувати себе для досягнення цих цілей, контролювати свій прогрес та коригувати власну поведінку

за потреби.

Крім того, в контрольній групі досліджуваних жінок було виявлено зворотний кореляційний зв'язок із показником «Самозвинувачення» (при $p \leq 0,01$). Тобто у жінок з відсутньою селфі-активністю здатність до емпатії та близькості з оточуючими призводить до менш жорсткого ставлення до себе та зменшує рівень негативної самокритики й звинувачення за помилки.

Отже, жінки з високою селфі-активністю демонструють загалом більш позитивне сприйняття життя, цілеспрямованість та емоційну стабільність. Водночас, жінки, які не публікують власних світлин, виявляють більшу гармонію між запланованими та досягнутими планами. Статистично значущою виявилася лише одна відмінність – послідовність у досягненні цілей, яка має сильніший прояв у жінок з високою селфі-активністю, що вказує на вищу мотивацію до самореалізації через активну життєву позицію.

2.4.2. Аналіз та інтерпретація результатів психологічного благополуччя

Отримані результати методики «Шкала психологічного благополуччя» К. Ріфф були розподілені на низькі, нормативні та високі бали з урахуванням розподілу нормованих балів за віком і продемонстровані у Таблиці 3.

Жінкам, які мають високу селфі-активність в соціальній мережі Instagram, більшою мірою властиві високі показники за шкалами «Позитивні відносини з оточуючими» та «Самоприйняття», засвідчуючи про те, що такі жінки здатні до побудови близьких, теплих та емпатійних міжособистісних стосунків, відкритості до емоційного контакту, а також прийняття власних як сильних, так і слабких сторін та визнання особистісної цінності. Окрім того, високий показник за шкалою «Самоприйняття» свідчить про те, що такі жінки оцінюють власний життєвий шлях та здобутий протягом нього досвід як позитивний.

У той же час, жінки з відсутньою селфі-активністю, продемонстрували вищі результати за шкалами «Автономія», «Керування середовищем» та «Цілі в житті». Це вказує на те, що жінки, які не публікують власні світлини у соціальній мережі Instagram, мають більш виражену незалежність у прийнятті рішень, менше

піддаються соціальному тиску, краще контролюють своє середовище, адаптуючи життєвий простір під себе та особисті потреби, створюючи комфорт, виявляють внутрішню мотивацію до саморозвитку, краще справляються з повсякденними завданнями, а також мають більш чітко окреслені життєві орієнтири, здатні краще планувати власне майбутнє, відчуваючи задоволення від реалізації особистісних завдань.

Таблиця 3

Результати за методикою «Шкала психологічного благополуччя»

Шкали	Експериментальна група			Контрольна група		
	низькі	середні	високі	низькі	середні	високі
«Позитивні відносини з оточуючими»	38,71%	45,16%	16,13%	41,18%	50,00%	8,82%
«Автономія»	25,81%	61,29%	12,90%	38,24%	41,18%	20,59%
«Керування середовищем»	16,13%	77,42%	6,45%	38,24%	52,94%	8,82%
«Особистісне зростання»	29,03%	61,29%	9,68%	23,53%	64,71%	11,76%
«Цілі в житті»	32,26%	58,06%	9,68%	35,29%	44,12%	20,59%
«Самоприйняття»	29,03%	54,84%	16,13%	38,24%	50,00%	11,76%
Психологічне благополуччя	38,71%	48,39%	12,90%	41,18%	44,12%	14,71%

За результатами порівняльного аналізу (Додаток Д) статистично значущих відмінностей між жінками, які демонструють високий рівень селфі-активності та жінками, які не демонструють селфі-активність у соціальній мережі Instagram взагалі не були встановлені.

Зауважимо, кількість респонденток першої (експериментальної) групи, які мають високі показники за шкалою «Позитивні відносини з оточуючими» майже вдвічі більше ніж кількість респонденток другої (контрольної) групи. Позитивні відносини є одним із найважливіших факторів психологічного благополуччя. Високий рівень позитивних відносин з оточуючими сприяє емоційній підтримці та відчуттю приналежності до соціальної групи, особистісному зростанню, відчуттю сенсу та мети у жінок, які публікують багато власних світлин. Проте, кількість жінок

контрольної групи, які мають високий показник «Керування середовищем», «Автономії» та «Цілі в житті» вище порівняно з кількістю жінок експериментальної групи. Керування середовищем охоплює здатність жінок цієї групи впливати на навколишнє середовище, контролювати його та пристосовувати до власних потреб і цілей. Вибір друзів та партнерів, встановлення здорових меж у відносинах, активна участь у соціальних групах, що підтримують, фільтрація новинних потоків, обмеження часу в соціальних мережах – все це є головними характеристиками жінок, які не публікують власні світлини у соціальну мережу Instagram. Автономія допомагає ухвалювати рішення незалежно від думки інших, критично оцінюючи зовнішні впливи та протистоячи соціальному тиску. Вибори та думки жінок з цієї групи не обтяжуються думкою оточення, а зосереджуються та базуються на власних переконаннях, демонструючи самостійність дій та стійкість до зовнішнього оцінювання.

Цілі в життя є не менш важливим фактором психологічного благополуччя. Жінки, які не проявляють селфі-активність мають бачення власного майбутнього, усвідомлено прямуючи до реалізації своїх цілей. Наявність довгострокових життєвих планів та внутрішнього сенсу надає їм мотивації, сприяючи розвитку та формуючи у таких жінок відчуття задоволеності життям. До того ж це допомагає їм підтримувати стійку цілеспрямованість, концентруючи зусилля на досягненні значущих результатів, що також відображається у загальному рівня психологічного благополуччя.

За результатами кореляційного аналізу (Додаток К) було встановлено, що в експериментальній групі досліджуваних шкала психологічного благополуччя «Автономія» має прямий кореляційний зв'язок із шкалою самостворення особистості «Відкритості» (при $p \leq 0,01$) та зворотній зв'язок з «Самозвинуваченням» (при $p \leq 0,01$). Такий результат свідчить, що жінки з високою селфі-активністю мають тенденцію бути більш закритими щодо усвідомлення чи розкриття потенційно значущої чи неприємної інформації про себе. Тобто, їхня незалежність та ретельний контроль відповідності власним стандартам може супроводжуватися певною внутрішньою «цензурою» або вибірковістю презентації власної особистості. Отриманий зворотній

зв'язок вказує на те, що чим вищим є рівень автономії у селфі-активних жінок, тим меншою є їх схильність до самозвинувачення. Такі жінки більше орієнтуються на власні думки, а не на думки оточуючих, що дозволяє їм легше приймати власні недоліки чи помилки, уникаючи надмірного самоосуду.

За результатами кореляційного аналізу (Додаток К1) було встановлено, що у контрольній групі шкала «Автономія» має прямий кореляційний зв'язок із шкалами «Узгодженість між поставленими та досягнутими цілями» (при $p \leq 0,01$) та «Послідовність у досягненні цілей» (при $p \leq 0,05$). Це каже про те, що жінки, які не є селфі-активними, покладаються на себе та свої внутрішні орієнтири, що сприяє відчуттю більшої впевненості у своїй ефективності щодо реалізації особисто значущих цілей, а також сприяє здатності бути наполегливими, цілеспрямованими та послідовними у своїх діях для реалізації задуманого, і навпаки.

Отже, жінки з високою селфі-активністю, у порівнянні з жінками, які не визначаються селфі-активністю характеризуються вищим рівнем психологічного благополуччя. Жінкам обох груп властивий достатній рівень реалізації їхнього потенціалу, зростання та відчуття сенсу життя. Не зважаючи на те, що статистично значущих відмінностей показників психологічного благополуччя не було встановлено між двома групами досліджуваних жінок, зазначимо, що серед жінок, які не публікують свої світлини в соціальній мережі Instagram, більш тих, кому властиві висока здатність протистояти соціальному тиску та діяти відповідно до власних переконань, відчуття незалежності та самостійності у прийнятті рішень та діях, віра у важливість своєї діяльності та її вплив на світ, здатність ефективно керувати своїм оточенням та використовувати доступні можливості та здатність створювати сприятливе для себе середовище.

2.4.3. Аналіз та інтерпретація результатів суб'єктивного самоствавлення

Результати, що були отримані після проведеної методики «Тест-опитувальник для визначення самоствавлення особистості», були розподілені на низькі, середні та високі й продемонстровані у Таблиці 4.

Жінкам, які є селфі-активними, притаманний високий рівень за шкалами

«Самовпевненість», «Самоцінність» і «Конфліктність». Це свідчить про наявність високої думки про себе, що проявляється у впевненості у своїх силах та самостійності, впевненості у власній цінності, але разом з тим про наявність внутрішньої напруги, яка може бути пов'язана з прагненням відповідати ідеалізованому образу себе.

У той же час, жінки, які не є селфі-активними, демонструють вищі результати за шкалами «Дзеркальне «Я»» та «Самозвинувачення», що вказує на їх внутрішнє уявлення про позитивне ставлення до себе з боку інших, але при цьому мають виражену внутрішню критику, яка проявляється у звинуваченні себе при виникненні проблем чи припущенні помилок.

Таблиця 4

Результати за методикою «Тест-опитувальник для визначення самоствавлення особистості»

Шкали	Групи та їх результати (у %)	Експериментальна група			Контрольна група		
		низькі	середні	високі	низькі	середні	високі
«Відкритість»		12,90%	51,61%	35,48%	14,71%	55,88%	29,41%
«Самовпевненість»		3,23%	19,35%	77,42%	2,94%	29,41%	67,65%
«Самокерівництво»		6,45%	58,06%	35,48%	17,65%	58,82%	23,53%
«Дзеркальне «Я»»		12,90%	41,94%	45,16%	5,88%	44,12%	50,00%
«Самоцінність»		3,23%	19,35%	77,42%	8,82%	38,24%	52,94%
«Самоприйняття»		6,45%	35,48%	58,06%	2,94%	38,24%	58,82%
«Самоприв'язаність»		25,81%	51,61%	22,58%	23,53%	64,71%	11,76%
«Конфліктність»		38,71%	38,71%	22,58%	41,18%	50,00%	8,82%
«Самозвинувачення»		51,61%	19,35%	29,03%	41,18%	26,47%	32,35%

За результатами порівняльного аналізу (Таблиця 5) були встановлені статистично значущі відмінності за шкалою «Самоцінність» (при $p \leq 0,01$). Так, жінки, які демонструють високу селфі-активність, мають високий рівень почуття власної внутрішньої цінності та гідності порівняно з жінками, які не публікують особистих світлин у соціальній мережі Instagram.

Самоцінність – усвідомлення того, що жінка є цінною та гідною людиною просто тому, що вона існує. Разом з цим, звертає на себе увагу, що кількість жінок експериментальної групи, які мають високі показники за шкалою «Конфліктність»

значно більше порівняно з кількістю жінок контрольної групи. Це свідчить про те, що жінки, які характеризуються селфі-активністю демонструють підвищену внутрішню напругу та схильність до саморефлексії, що може бути пов'язано з внутрішнім розривом між ідеальним образом «Я» та реальним сприйняттям себе. Така суперечність може бути наслідком постійного прагнення до зовнішнього схвалення, що посилює внутрішній конфлікт. Також варто відзначити кількість селфі-активних жінок, які мають високий показник по шкалі «Самоприв'язаність». Високі показники по цій шкалі характеризують їх як жінок, які мають ригідне (жорстко фіксоване) уявлення про себе, демонструють сильну емоційну прив'язаність до сформованого образу «Я», якщо цей образ не завжди відповідає реальності.

Таблиця 5

Порівняльний аналіз показників «Тест-опитувальник для визначення самоствавлення особистості» у жінок, які відзначаються високою селфі-активністю та які не відзначаються селфі-активністю у соціальній мережі Instagram

<i>Показники самоствавлення особистості (шкали)</i>	<i>U-критерій</i>	<i>p</i>
Відкритість	488,5	0,609
Самовпевненість	452,5	0,323
Самокерівництво	500,5	0,725
Дзеркальне «Я»	524	0,968
Самоцінність	293,5	0,002**
Самоприйняття	496,5	0,677
Самоприв'язаність	491,5	0,637
Конфліктність	434	0,220
Самозвинувачення	453,5	0,331

Примітка: ** – рівень значущості $p \leq 0,01$

У свою чергу, жінки контрольної групи продемонстрували вищі показники по шкалам «Дзеркальне «Я»» та «Самозвинувачення». Це вказує на більшу чутливість до зовнішньої оцінки, орієнтацію на думку оточення та критичне ставлення до себе. Оцінюючи себе з позиції уявних «інших», селфі-неактивні жінки очікують отримати позитивну оцінку та повагу у свій бік. Через це, припускаючись помилок вони схильні звинувачувати себе у невідповідності очікуваному позитивному образу себе в очах цих «інших».

Цікаво, що показники за шкалою «Самоприйняття» в обох групах виявилося майже однаковими. Це може бути ознакою того, що незалежно від рівня селфі-активності, більшість жінок мають загально цілісне уявлення про себе, визнаючи власні характеристики, риси та особливості особистості як прийнятні.

Результати кореляційного аналізу (Додаток Л) вказують на те, що у жінок експериментальної групи «Самоцінність» мають прямий кореляційний зв'язок зі шкалами психологічного благополуччя «Автономія» (при $p \leq 0,01$), «Керування середовище» (при $p \leq 0,05$) та «Самоприйняття» (при $p \leq 0,01$). Це говорить про те, що чим більше жінки відчують себе цінними, тим більше вони відчують себе незалежними у судженнях і поведінці, здатними контролювати події свого життя, позитивне ставлення до себе, і навпаки.

Встановлено також прямий зв'язок між шкалою «Самоцінність» і шкалами життєвої задоволеності «Узгодженість між поставленими та досягнутими цілями» (при $p \leq 0,01$) та «Загальний фон настрою» (при $p \leq 0,01$) у жінок, які характеризуються селфі-активністю. Це вказує на те, що чим вище відчуття власної гідності і значущості, тим більше гармонійне співвідношення між запланованим та досягнутим, а також краще емоційний стан.

Також встановлено зворотний кореляційний зв'язок між шкалами «Самоцінність» та «Рівень самотності» (при $p \leq 0,01$) у жінок експериментальної групи. Це свідчить про те, що чим вище жінки відчують та оцінюють свою внутрішню цінність, тим менше вони переживають самотність, і навпаки.

У жінок контрольної групи результати кореляційного аналізу (Додаток Л1) продемонстрували, що шкала «Самоцінність» має позитивний кореляційний зв'язок із загальним показником «Психологічного благополуччя» (при $p \leq 0,01$). Чим вище відчуття власної гідності, тим краще жінки усвідомлюють та визначають власні цілі, проявляють незалежність, керування навколишнім простором та визначають власне психологічне благополуччя.

Окрім цього, у контрольній групі також був встановлений зворотній кореляційний зв'язок між шкалою самоствавлення «Самоцінність» та шкалою «Рівень самотності» (при $p \leq 0,05$). Такий зв'язок демонструє те, що чим вище буде відчуття

самоцінності, тим менше буде рівень самотності, і навпаки.

Отже, жінки з високою селфі-активністю відзначаються вищим рівнем самоцінності, самовпевненості та самокерівництва, що свідчить про позитивне ставлення до себе та впевненість у власних силах. Разом з тим, їм також притаманні більш високі показники внутрішньої конфліктності та ригідного «Я»-образу. Жінки, які не проявляють селфі-активність, схильні до самозвинувачення та більш орієнтовані на зовнішнє схвалення, що вказує на чутливість до думки оточення. Незважаючи на це, обидві групи демонструють схожі показники самоприйняття і дає змогу казати про стабільність у базовому сприйнятті власного «Я» незалежно від форми самопрезентації в соціальних мережах.

2.4.4. Аналіз та інтерпретація результатів рівня самотності

Після проведеної «Методики діагностики рівня суб'єктивного відчуття самотності» Д. Рассела та М. Фергюсона були отримані результати, що продемонстровані у Таблиці 6.

Таблиця 6

Результати за «Методикою діагностики рівня суб'єктивного відчуття самотності»

	Групи та їх результати (у %)	Експериментальна група			Контрольна група		
		низькі	середні	високі	низькі	середні	високі
Рівень самотності		45,16%	38,71%	16,13%	47,06%	47,06%	5,88%

Селфі-неактивним жінкам здебільшого притаманний низький рівень самотності. Це може свідчити про наявність стабільних і задовільних соціальних зв'язків у їхньому реальному житті.

За результатами порівняльного аналізу (Додаток Ж) не було встановлено статистично значущих відмінностей між жінками, які мають високий рівень селфі-активності, та жінками, яку не визначаються селфі-активністю. Проте, звертає на себе увагу тенденція високих показників.

Зокрема, в експериментальній групі показник високого рівня самотності майже втричі перевищує відповідний показник у контрольній групі. Самотність – це

суб'єктивне переживання ізоляції та відірваності, яке не завжди залежить від фактичної наявності людей поруч. Отримані показники можуть свідчити про те, що жінка може почуватися самотньою навіть у шлюбі або в оточенні друзів, якщо їй бракує емоційної близькості та глибокого взаєморозуміння.

За допомогою кореляційного аналізу (Додаток М) був встановлений зворотній зв'язок рівня самотності жінок з селфі-активністю із загальним показником «Психологічне благополуччя» (при $p \leq 0,01$). Це означає, що зі зростанням загального відчуття психологічного благополуччя знижується відчуття самотності, що пов'язано з вищою здатністю до міжособистісних зв'язків.

Крім того, зворотній зв'язок між рівнем самотності та шкалою «Загальний фон настрою» (при $p \leq 0,05$) свідчить про те, що чим кращий настрій та більше позитивних емоцій переживають такі жінки, тим меншою є ймовірність переживання ізоляції, навіть за умов активної онлайн-самопрезентації. Це може вказувати на важливість внутрішньої емоційної стабільності як ресурсу для підтримки суб'єктивного благополуччя незалежно від рівня соціальної активності в мережі Instagram.

Отже, у жінок, які не є селфі-активними в соціальній мережі Instagram, частіше спостерігається низький рівень самотності, що може свідчити про стабільності їхніх міжособистісних зв'язків у реальному житті. У свою чергу жінки, які мають високу селфі-активність, також визначаються низьким рівнем самотності, проте частина респонденток даної групи характеризується вищим рівнем самотності у порівнянні з жінками, які не є селфі-активними, що може вказувати на деяку невдоволеність існуючими соціальними зв'язками. Це може викликати потребу в пошуку нових дружніх зв'язків через соціальну мережу. Результати кореляційного аналізу підтверджують зворотній зв'язок між самотністю та загальним психологічним благополуччям, а також із загальним фоном настрою, що вказує на те, що позитивний емоційний стан допомагає знизити відчуття самотності.

Висновки до розділу 2

1. Методика «Індекс життєвої задоволеності» показала, що жінки з високою селфі-активністю частіше демонструють позитивну оцінку себе, емоційного фону та

послідовності у досягненні цілей. Це вказує на активну життєву позицію та мотивацію до самореалізації. Натомість жінки з відсутньою селфі-активністю демонструють більш виражене відчуття узгодженості між життєвими цілями і досягненнями, що свідчить про внутрішню гармонійність та прагнення до стабільності.

2. «Шкала психологічного благополуччя» показала, що жінки з високим рівнем селфі-активності мають відкритість до соціального контакту, а також потребу у комунікації та соціальній підтримці. Водночас, жінки, які не є селфі-активними, мають незалежність мислення від думок оточення, здатність формувати сприятливі життєві умови та вміння ставити перед собою чіткі цілі.

3. «Тест-опитувальник на визначення самоствавлення особистості» виявив відмінності у структурі самоприйняття. Жінки з високою селфі-активністю мають більш виражене почуття власної цінності, впевненості у собі та самокерованості, що свідчить про позитивне ставлення до себе та віру у власну ефективність. Проте їм також властиві внутрішнє емоційне напруження та ригідність «Я»-образу. У жінок з відсутньою селфі-активністю частіше спостерігається самоосуд, сприйняття себе через думку уявних «інших», проте загалом мають збережене позитивне самоприйняття.

4. «Методика діагностики суб'єктивного відчуття самотності» показала, що більшість жінок обох груп мають низький або помірний рівень самотності, що вказує на наявність дружніх та підтримуючих соціальних зв'язків. Проте серед жінок з селфі-активністю наявна частка досліджуваних з високим рівнем самотності, яка є більшою, ніж у жінок, які не є селфі-активними, що може свідчити про пошук емоційної підтримки через отримання реакцій у вигляді лайків та коментарів у соціальній мережі Instagram.

ВИСНОВКИ

1. У результаті аналізу теоретичних підходів до визначення поняття «суб'єктивне благополуччя» було з'ясовано, що суб'єктивне благополуччя розглядається як складне, багатокомпонентне утворення, яке включає в себе когнітивні (задоволення життям) та емоційні (переживання позитивних і негативних емоцій) складові. Суб'єктивне благополуччя залежить не лише від особистісних характеристик, а й від контексту соціальної взаємодії, зокрема і цифрової, як активність у соціальних мережах.

2. У результаті дослідження життєвої задоволеності було встановлено, що у жінок із селфі-активністю домінує рішучість та завзятість у досягненні визначених цілей, позитивне і конструктивне сприйняття як своїх особистісних якостей, так і своїх дій, а також гарний емоційний стан, що проявляється в оптимізмі та відчутті задоволеності від життя. Встановлено, що особливості психологічного благополуччя селфі-активних жінок полягають у здатності до побудови щирих, чуйних та дружніх стосунків, а також у визначенні власного минулого як позитивного та усвідомленні власної цінності як особистості, приймаючи всі свої переваги та недоліки.

3. Дослідження самоствавлення продемонструвало, що у жінок з селфі-активністю переважають гарна самооцінка, чітко виражене відчуття особистої значущості та у відчутті контролю власного життя. Цим жінкам властива фіксація на сформованому образі «Я», що може утруднювати особистісні зміни та викликати внутрішні суперечності. У результаті дослідження рівня самотності було встановлено, що більшість жінок з високою селфі-активністю не мають ознак високої соціальної ізоляції, що свідчить про збережену здатність до емоційного контакту й підтримки стосунків. Проте, на відміну від селфі-неактивних жінок, жінки з високим рівнем селфі-активності частіше демонструють деяке невдоволення власними соціальними зв'язками та відчувають ізоляцію, що може спонукати їх шукати підтримки через соціальну мережу Instagram.

4. Встановлено, що особливості у жінок, які мають високу селфі-активність, полягають у тому, що вони характеризуються високою послідовністю у досягненні цілей, демонструючи неохочість пасивно миритися з труднощами, а, навпаки,

прагнення активно та рішуче діяти для досягнення бажаного, та самоцінністю, що проявляється у відчутті власної гідності та цінності як для себе, так і для інших. Досліджено, що послідовність у досягненні цілей має прямий кореляційний зв'язок з інтересом до життя та загальним фоном настрою, а самоцінність із автономністю, керуванням середовищем, самоприйняттям, з узгодженістю між поставленими та досягнутими цілями, загальним фоном настрою, а також був встановлений зворотній кореляційний зв'язок з рівнем самотності. Це свідчить про те, що цілеспрямованість та позитивна оцінка себе є важливими факторами, що сприяють психологічному благополуччю та загальній життєвій задоволеності у жінок, які активно використовують соціальну мережу Instagram. Ці якості допомагають їм відчувати себе більш незалежними, краще справлятися з життєвими обставинами, позитивно сприймати себе та менше відчувати самотність.

Проведене дослідження частково підтвердило гіпотезу. У жінок з високою селфі-активністю були виявлені статистично значущі відмінності за шкалою «Самоцінність», що вказує на вищий рівень позитивної оцінки себе. Проте, «Рівень самотності» у жінок з високою селфі-активністю виявився нижчим, ніж очікувалося, що суперечить первинним припущенням.

Перспективою подальшого дослідження є вивчення взаємозв'язку між реальним, ідеальним та уявним образами «Я» та суб'єктивним благополуччям у жінок з різним рівнем селфі-активності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Березовська Л. І. Вплив соціальних мереж на психологічне благополуччя особистості. *Вісник Національного університету оборони України*. 2020. Вип. 2 (55). С. 22-36. URL: <https://surl.li/xeosgg>
2. Блискун О. О., Круглов К. О. Особливості суб'єктивності соціального благополуччя молодих співробітників в організації. *Науковий вісник ХДУ Серія Психологічні науки*. 2020. №4. С. 100-107. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2312-3206/2020-4-14>
3. Гуляєва О. В. До проблеми структурного аналізу поняття «психологічного благополуччя». *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Психологія»*. 2016. № 59. С. 15-20. URL: <https://periodicals.karazin.ua/psychology/article/view/6029/5571>
4. Гуляєва О. В., Поліванова О. Є. До проблеми визначення психологічного змісту поняття «психологічного благополуччя». *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Психологія»*. 2015. № 1150 С. 34-39. URL: <https://periodicals.karazin.ua/psychology/article/view/5104/4658>
5. Гуляєва О. В. Чинники психологічного благополуччя у студентів з обмеженими можливостями здоров'я : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01. Харків, 2018. 207 с.
6. Коброслі А. Х. Соціальні мережі та психологічне благополуччя підлітків: переваги та ризики. *Теоретичні і прикладні проблеми психології*. 2019. № 2. С. 194-203. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tipp_2019_2_18
7. Кряж І. В., Баранов В. О. Віра в справедливий світ та інфантилізм як предиктори суб'єктивного благополуччя. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, Серія «Психологія»*. 2022. №73. С. 59-66. URL: <https://doi.org/10.26565/2225-7756-2022-73-07>
8. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ: ВЦ «Академія», 2007. Т. 2: М-Я. С. 317. URL: <https://archive.org/details/literaturoznachat2/page/n317/mode/1up?view=theater>
9. Мгалоблішвілі А. Д. Психологія використання соціальних інтернет мереж

сучасними українськими користувачами. *Вчені записи Університету «КРОК»*. 2023. Вип. 2(70). С. 201-208. URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-70-201-208>

10. Опитувальник «Методика діагностика рівня суб'єктивного відчуття самотності». *e-Pidruchniki*. URL: https://e-pidruchniki.com/content/902_49_opityvalnik_metodika_diaagnostiki_rivnya_sybektivnogo_vidchyttya_samotnosti.html
11. Степанченко О. Вплив використання соціальних мереж на формування суб'єктивного відчуття самотності. *Психологічна організація внутрішнього світу людини: теорія та практика* : матеріали Всеукр. наук.-практ. семінару, м. Дінпро, 4 жовт. 2023 р. / ред. В. В. Корнієнко. Дніпро : ДДУВС, 2023. С. 95-97. URL: <https://er.dduvs.edu.ua/bitstream/123456789/14721/1/20.pdf>
12. Тест-опитувальник для визначення самоствавлення особистості. *Житомирський державний університет імені Івана Франка*. URL: <https://studfile.net/preview/5263787/page:8/>
13. Третьякова Ю. В. Порівняльний аналіз детермінант психологічного благополуччя користувачів соціальних мереж із низькою та високою активністю. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Психологія» : збірник наукових праць. Острого : Вид-но НаУОА, квітень 2018. №6. С. 77-82. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/7555/1/16.pdf>
14. Харитинський А. А. Психологічний зміст поняття суб'єктивного благополуччя особистості. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2022. № 3-4(27). С. 149-159. URL: <https://doi.org/10.31108/2.2022.3.27.15>
15. Шкала психологічного благополуччя Ріфф. *Всеосвіта*. URL: <https://vseosvita.ua/library/skala-psihologicnogo-blagopolucca-riff-22770.html>
16. Diener E. The science of well-being: the collected works. *Social Indicators Research Series*. 2009. Vol. 37. 274 p.
17. The impact of the use of social media on women and girls / Park K. et al. European Parliament. 2023. 72 p. URL: <https://data.europa.eu/doi/10.2861/521265>

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню особливостей суб'єктивного благополуччя у жінок у контексті селфі-активності в соціальній мережі Instagram. У дослідженні взяли участь 65 респонденток віком від 20 до 55 років, які були розподілені на дві групи за рівнем селфі-активності.

У результаті дослідження було встановлено, що особливості суб'єктивного благополуччя у жінок з високою селфі-активністю проявляються у цілеспрямованості, оптимізмі, позитивному самосприйнятті та у прагненні до встановлення позитивних стосунків з іншими. Їх самостворення характеризується високою самовпевненістю, самоцінністю, ригідністю образу «Я», а також внутрішньою конфліктністю. Рівень самотності селфі-активних жінок є низьким, що свідчить про загальну задоволеність наявними соціальними контактами. Виявлені кореляційні зв'язки вказують на те, що у селфі-активних жінок послідовність у досягненні цілей та самоцінність пов'язані з вищим рівнем зацікавленості життям, автономії та самоприйняття, а також нижчим рівнем самотності.

Ключові слова: суб'єктивне благополуччя, життєва задоволеність, самостворення, рівень самотності, селфі-активність

ABSTRACT

The qualification work is dedicated to the study of the characteristics of women's subjective well-being in the context of selfie activity on the social media platform Instagram. The study involved 65 respondents aged 20 to 55 years, who were divided into two groups according to the level of selfie activity.

The study found that the characteristics of subjective well-being in women with high selfie activity are manifested in purposefulness, optimism, positive self-perception and the desire to establish positive relationships with others. Their self-attitude is characterized by high self-confidence, self-worth, self-image rigidity and internal conflict. The level of loneliness of selfie-active women is low, which indicates overall satisfaction with existing social contacts. The identified correlations indicate that selfie-active women's consistency in achieving goals and self-esteem are associated with a higher level of life interest, autonomy and self-acceptance, as well as a lower level of loneliness.

Key words: subjective well-being, life satisfaction, self-attitude, level of loneliness, selfie activity.