

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

ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ЗАГАЛЬНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Зв'язок задоволення потреб та задоволеності життям в
інтернет- користувачів з різною активністю

Студентки 4 курсу групи ПС-41 першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-
професійної програми «Психологія» за
спеціальністю 053 – ПСИХОЛОГІЯ

Курцевої Дарини Русланівни

Керівник: к. психол. н., доц. каф. загальної психології

Гімаєва Ю. А.

Чотирьохрівнева шкала оцінювання _____

Кількість балів: _____

Члени комісії: _____

(підпис)
ініціали)

(прізвище та

(підпис)
ініціали)

(прізвище та

(підпис)
ініціали)

(прізвище та

м. Харків – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ ТА ЗАДОВОЛЕНОСТІ ЖИТТЯМ.....	5
1.1. Поняття теорій потреб та їх класифікація.....	5
1.2. Поняття задоволеності життям: теоретичні підходи та фактори впливу.....	11
1.3. Рівні та види активності в інтернеті та їх вплив на психоемоційний стан особистості	14
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	18
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ ТА ЗАДОВОЛЕНОСТІ ЖИТТЯМ В ІНТЕРНЕТ-КОРИСТУВАЧІВ З РІЗНОЮ АКТИВНІСТЮ	20
2.1 Організація, методи і дослідження особливостей взаємозв'язку задоволення потреб та задоволеності життям в інтернет-користувачів з різною активністю.....	20
2.2 Аналіз отриманих результатів емпіричного дослідження взаємозв'язку задоволення потреб та задоволеності життям в інтернет- користувачів з різною активністю.....	25
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	34
ВИСНОВКИ.....	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	38
АНОТАЦІЯ.....	41
ДОДАТКИ.....	43

ВСТУП

Сучасний розвиток інформаційних технологій та широке впровадження інтернету істотно змінюють структуру соціальної взаємодії та задоволення потреб особистості. У XXI столітті інтернет є важливою частиною повсякденного життя багатьох людей. Його активне використання може бути як ресурсом для особистісного розвитку, так і викликом, здатним впливати на психологічне благополуччя. Психологічні дослідження свідчать, що особистісне задоволення базових потреб тісно по'язане з відчуттям загальної задоволеності життям.

Актуальність дослідження полягає у необхідності вивчення того, як рівень активності в інтернеті впливає на суб'єктивне благополуччя через призму задоволення базових потреб. У контексті сучасного інформаційного суспільства це питання набуває особливої значущості, оскільки інтернет дедалі частіше розглядається не лише як інструмент комунікації, але і як середовище для формування особистісної ідентичності, задоволення соціальних та когнітивних потреб.

Мета: дослідити взаємозв'язок між задоволенням потреб та задоволеністю життям залежно від виду та рівня активності користувачів у інтернеті.

Об'єкт дослідження: Особистість.

Предмет дослідження: взаємозв'язок між задоволенням потреб та задоволеністю життям у інтернет-користувачів з різною активністю.

Гіпотеза дослідження: Припускається, що задоволення базових потреб позитивно корелює із задоволеністю життям, причому цей зв'язок варіюється залежно від рівня активності інтернет-користувачів.

Завдання дослідження:

1. Провести теоретичний аналіз наукової літератури щодо задоволення потреб, суб'єктивної задоволеності життям та інтернет-активності.
2. Вивчення різних видів активності та кількості часу проведеного в

мережі серед інтернет користувачів.

3. Емпірично дослідити рівень задоволення базових потреб серед інтернет-користувачів із різною активністю.

4. Вивчити рівень суб'єктивної задоволеності життям в залежності від інтернет-активності.

5. Встановити кореляційний зв'язок між рівнем задоволення потреб та задоволеністю життям у групах користувачів із різною активністю.

Методи дослідження:

Емпіричні методи:

1. Шкала задоволеності життям (SWLS) – Е. Дінер, Р. Еммонс, Р. Ларсен, С. Гріффін.

2. Методика дослідження потреб особистості за ієрархією А.Маслоу – Д.Лестер, Дж. Хвезда, С. Салліван, Р. Плоурд.

3. Шкала задоволення базових психологічних потреб (BPNS) – Е.Десі, Р.Раян.

4. Анкета для визначення рівня та типу інтернет-активності– авторська розробка.

Статистичні методи: кореляційний аналіз, порівняльний аналіз показників у групах із різним рівнем інтернет-активності.

Вибірка складеться і з 75 інтернет-користувачів віком 20–25 років, чоловіки та жінки, що розподілені на групи за рівнем активності: низька, середня, висока. чоловіки та жінки. Досліджувані є студентами за різними спеціальностями та працюють у різних сферах.

Практична значущість

Результати дослідження дозволять зрозуміти, як інтернет-активність впливає на задоволення потреб та суб'єктивне благополуччя. Це може бути корисним для психологів, які працюють із проблемами залежності від інтернету, емоційного вигорання та інших актуальних викликів сучасного цифрового суспільства.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ ТА ЗАДОВОЛЕНОСТІ ЖИТТЯМ

1.1 Поняття теорій потреб та їх класифікація

Теорія потреб Маслоу (Ієрархія потреб Маслоу) - розроблена у 1943 році американським психологом Абрахамом Маслоу. Вона пояснює, як ієрархічно організовані потреби людини впливають на її поведінку та розвиток [14].

Теорія потреб Абрагама Маслоу є однією з найвідоміших і найбільш вживаних концепцій у сфері психології мотивації. Вона ґрунтується на ідеї, що людська поведінка визначається прагненням задовольнити певні потреби, які мають ієрархічну структуру [14]. А.Маслоу запропонував модель, згідно з якою всі потреби людини розташовуються у вигляді піраміди, починаючи від найбільш базових і завершуючи вищими, які спрямовані на особистісне зростання та самореалізацію. На основі своїх досліджень А.Маслоу дійшов висновку, що люди спочатку прагнуть задовольнити фізіологічні потреби, такі як їжа, вода, сон і дихання, оскільки вони є фундаментальними для виживання. Лише після цього вони можуть зосередитися на безпеці, що включає як фізичну, так і економічну стабільність. Наступним рівнем є соціальні потреби, які включають почуття приналежності, дружбу, любовні стосунки і взаємопідтримку. Після цього людина починає прагнути до визнання, самоповаги та досягнення успіху. Найвищий рівень у піраміді Маслоу займає самореалізація, що означає розвиток власного потенціалу, творчість і прагнення до особистісного зростання.

А.Маслоу наголошував, що задоволення потреб відбувається поступово, і людина не переходить на вищий рівень, поки не задовольнить базові потреби. Однак він також визнавав, що цей процес не є жорстко фіксованим, і в певних обставинах можливе паралельне задоволення потреб різних рівнів. У своїх пізніших дослідженнях Абрагам Маслоу розширив свою концепцію, додавши ще один рівень – трансцендентність, що включає духовні потреби та прагнення

до чогось більшого за власне "Я" [14]. У сучасній літературі піраміда потреб Маслоу отримала розширене трактування. Так, D. Kenrick із колегами [10] запропонували нову модель ієрархії потреб, яка включає еволюційні елементи, такі як партнерський вибір, батьківство й статус у групі. Це підкреслює, що мотиваційні фактори людини змінюються залежно від контексту виживання й розвитку.

Значущість теорії потреб Маслоу полягає в тому, що вона знайшла застосування не лише в психології, а й у багатьох інших сферах, таких як освіта, менеджмент, маркетинг та соціальна політика. Вона допомагає зрозуміти, чому люди діють певним чином, і дозволяє створювати умови, в яких вони можуть максимально реалізувати свій потенціал. Хоча теорія Маслоу отримала певну критику за надмірну універсальність та відсутність емпіричних доказів жорсткої ієрархії, її основні ідеї продовжують залишатися актуальними у сучасних дослідженнях мотивації та особистісного розвитку.

У контексті мого дослідження теорія Маслоу допомагає аналізувати, яким чином задоволення потреб на різних рівнях впливає на загальну задоволеність життям у людей з різним рівнем активності в інтернеті. Наприклад, для деяких користувачів соцмереж вони стають засобом задоволення соціальних потреб (спілкування, визнання), але можуть не сприяти самореалізації, що впливає на загальний рівень життєвого благополуччя.

Теорія потреб Клейтона Альдерфера, відома як ERG (Existence, Relatedness, Growth), є модифікацією ідей Абрагама Маслоу [1]. Альдерфер прагнув усунути деякі недоліки піраміди Маслоу, створивши більш гнучку модель, яка краще пояснює реальну мотивацію людей. Він виділив три основні категорії потреб: існування, взаємини та зростання.

Потреби існування (Existence) включають фізіологічні та безпекові потреби, які забезпечують виживання людини. Це їжа, вода, житло, фізична безпека, фінансова стабільність та інші матеріальні умови, необхідні для нормального життя. Вони відповідають нижчим рівням піраміди Маслоу та є базовими, оскільки без їх задоволення людина не може повноцінно функціонувати. Потреби взаємин (Relatedness) пов'язані із соціальними

контактами та взаємодією з іншими людьми. Вони включають потребу у спілкуванні, дружбі, любові, підтримці, соціальному визнанні та приналежності до групи. Відповідно до цієї теорії, людина прагне будувати міцні відносини та отримувати емоційну підтримку від оточення. Потреби зростання (Growth) охоплюють прагнення до особистісного розвитку, самовираження, досягнень та реалізації свого потенціалу. Вони відповідають верхнім рівням ієрархії Маслоу, включаючи потреби визнання та самореалізації. Люди з високими потребами зростання прагнуть до творчості, професійного розвитку, самовдосконалення та вдосконалення своїх здібностей.

Головна відмінність теорії ERG від піраміди Маслоу полягає в тому, що вона не є жорстко ієрархічною. Альдерфер запропонував принцип фрустраційно-регресійного механізму, який пояснює, що якщо людина не може задовольнити потреби вищого рівня (наприклад, зростання), вона повертається до нижчих рівнів (наприклад, взаємин чи існування) та зосереджується на їх задоволенні. Це відображає реальний процес мотивації, оскільки не всі люди рухаються лінійно від базових до вищих потреб [1].

Теорія ERG має широке застосування в організаційній поведінці, менеджменті та психології праці. Вона допомагає зрозуміти, як мотивувати працівників, створюючи умови для задоволення не лише базових потреб, але й соціальної взаємодії та професійного розвитку. Завдяки своїй гнучкості ця модель краще пояснює індивідуальні відмінності у мотивації та дозволяє адаптувати підхід до кожної людини відповідно до її потреб. Теорія ERG допомагає пояснити, як різні рівні потреб можуть впливати на задоволеність життям у користувачів інтернету. Наприклад, люди, які не можуть реалізувати свої потреби зростання офлайн, можуть шукати можливості для самореалізації в цифровому просторі (блоги, творчі проекти, професійний розвиток), або навпаки – якщо це неможливо, вони можуть компенсувати це соціальними взаємодіями в мережі.

Теорія самодетермінації (Self-Determination Theory, SDT), розроблена Едвардом Десі та Річардом Райаном, є однією з ключових теорій мотивації в сучасній психології [5]. Вона зосереджується на внутрішній та зовнішній

мотивації та пояснює, як людина знаходить внутрішній сенс у своїх діях та прагне до саморозвитку. В основі цієї теорії лежить ідея про те, що люди мають три основні психологічні потреби, які визначають їхню поведінку та впливають на рівень мотивації: автономія, компетентність і соціальна приналежність [5].

Автономія означає потребу людини відчувати контроль над своїми діями та рішеннями. Люди прагнуть до того, щоб їхня діяльність була результатом власного вибору, а не нав'язана зовнішніми обставинами чи тиском. Якщо ця потреба задоволена, люди відчують більшу мотивацію та задоволення від діяльності, адже вони розглядають її як власний усвідомлений вибір. Компетентність – це потреба відчувати себе здібним і ефективним у виконанні завдань. Люди прагнуть освоювати нові навички, долати виклики та відчувати зростання власних можливостей. Коли ця потреба задоволена, вони отримують більше задоволення від своєї діяльності та прагнуть до подальшого розвитку. Соціальна приналежність стосується потреби відчувати зв'язок з іншими людьми, бути частиною соціальної групи та відчувати підтримку. Взаємодія з іншими, довіра та підтримка відіграють важливу роль у формуванні внутрішньої мотивації та позитивного емоційного стану.

Важливим аспектом теорії є поділ мотивації на внутрішню та зовнішню. Внутрішня мотивація виникає тоді, коли людина виконує діяльність заради власного задоволення або інтересу. Вона пов'язана з творчістю, самовираженням та особистісним зростанням. Натомість зовнішня мотивація визначається зовнішніми факторами, такими як винагороди, покарання чи соціальні очікування. Теорія SDT підкреслює, що хоча зовнішні стимули можуть спонукати до певної поведінки, справжній розвиток і психологічне благополуччя досягаються саме через внутрішню мотивацію.

Теорія самодетермінації має широкий спектр застосувань, включаючи освіту, менеджмент, спорт і психологію здоров'я. Вона використовується для створення умов, які сприяють внутрішній мотивації, підтримці автономії та розвитку особистості. Організації, які враховують цю теорію, можуть ефективніше мотивувати працівників, а освітні заклади – покращувати навчальний процес, допомагаючи студентам знайти внутрішній сенс у навчанні.

Психологічні та соціальні потреби відіграють ключову роль у розвитку особистості, її поведінці та взаємодії з навколишнім світом. Вони є невід'ємною частиною людської мотивації, визначаючи, як людина будує стосунки, адаптується до соціального середовища та реалізує свій потенціал. На відміну від фізіологічних потреб, які забезпечують виживання, психологічні та соціальні потреби спрямовані на формування гармонійної особистості, її самореалізацію та благополуччя.

Психологічні потреби стосуються внутрішнього стану людини, її емоційного комфорту та відчуття сенсу життя. Однією з основних психологічних потреб є потреба в автономії – відчуття контролю над власними діями та рішеннями. Людина прагне самостійно обирати свій шлях, приймати рішення, що відповідають її внутрішнім переконанням, та відчувати, що її діяльність має сенс. Без задоволення цієї потреби особистість може відчувати фрустрацію, залежність від зовнішніх обставин або невпевненість у собі. Ще однією важливою психологічною потребою є потреба в компетентності, яка пов'язана з прагненням досягати успіхів, освоювати нові навички та відчувати свою ефективність у різних сферах життя. Відчуття власної спроможності є важливим фактором розвитку особистості, оскільки воно сприяє підвищенню мотивації, впевненості в собі та здатності долати труднощі.

Не менш значущою є потреба у самореалізації – прагнення людини розкрити свій потенціал, розвивати здібності, творчість та досягати особистих цілей. Це одна з найвищих потреб, оскільки вона спрямована на глибоке усвідомлення власної особистості та реалізацію її можливостей. Коли людина відчуває, що рухається у правильному напрямку та робить те, що дійсно важливо для неї, вона досягає стану внутрішньої гармонії та задоволеності життям.

Соціальні потреби, своєю чергою, пов'язані з взаємодією людини з іншими людьми та її місцем у суспільстві. Однією з найважливіших є потреба в соціальній приналежності – відчуття того, що людина є частиною певної групи, має підтримку, любов і прийняття. Вона відіграє вирішальну роль у формуванні самооцінки та емоційного благополуччя. Люди, які мають міцні соціальні

зв'язки, зазвичай почуваються більш впевненими та психологічно стабільними. Потреба у визнанні та повазі також належить до соціальних потреб. Вона включає бажання отримувати схвалення, мати авторитет, відчувати свою значущість для інших. Самоповага та визнання з боку суспільства є важливими для формування позитивного образу «Я», розвитку мотивації та досягнення успіху.

Таким чином, психологічні та соціальні потреби є основою для гармонійного розвитку особистості. Їхнє задоволення сприяє не лише внутрішньому благополуччю, а й ефективній взаємодії з соціальним середовищем, формуванню здорової самооцінки та реалізації потенціалу. Якщо ж ці потреби залишаються незадоволеними, людина може відчувати стрес, тривожність, соціальну ізоляцію або внутрішній конфлікт, що впливає на її психологічний стан та поведінку [20; 21]. Саме тому розуміння і підтримка цих потреб є важливими як у особистому житті, так і в соціальній сфері, освіті, роботі та побудові міжособистісних стосунків.

Психологічні та соціальні потреби тісно взаємопов'язані, оскільки вони разом визначають розвиток особистості, її поведінку та взаємодію із соціальним середовищем. Психологічні потреби є внутрішніми, вони пов'язані з самосприйняттям, емоційною рівновагою та особистісним зростанням. Соціальні потреби, своєю чергою, стосуються взаємодії людини з іншими людьми, її місця в суспільстві та відчуття приналежності до певної групи. Однак ці дві групи потреб не існують окремо, а доповнюють одна одну, створюючи цілісну систему мотивації. Одним із найважливіших аспектів їхнього взаємозв'язку є те, що задоволення соціальних потреб часто сприяє реалізації психологічних [5; 25].

Наприклад, потреба у спілкуванні та соціальній приналежності допомагає людині відчувати себе впевненою, емоційно стабільною та значущою, що, своєю чергою, впливає на її внутрішню гармонію та самоповагу. Якщо людина отримує підтримку від близьких та суспільства, вона легше справляється з труднощами, її самооцінка зростає, і вона відчуває себе більш компетентною [7]. Так само і психологічні потреби можуть впливати на соціальну взаємодію.

Люди, які мають високий рівень автономії, впевненості у своїх силах та почуття компетентності, зазвичай більш відкриті до спілкування, легше знаходять спільну мову з іншими та формують міцні міжособистісні зв'язки. Потреба в самореалізації також може мати соціальний аспект, адже багато людей прагнуть розвивати свої здібності та таланти не лише заради особистого задоволення, а й для того, щоб зробити внесок у суспільство, отримати визнання та впливати на інших.

Зворотний бік цього взаємозв'язку проявляється тоді, коли певні потреби залишаються незадоволеними. Якщо людина не має достатньої соціальної підтримки, вона може почати сумніватися у власній цінності, втратити мотивацію до розвитку та відчувати емоційну нестабільність. [20]. Водночас, якщо у людини є труднощі з відчуттям автономії чи самореалізацією, вона може мати проблеми в соціальній сфері, зокрема відчувати себе залежною від думки інших або уникати соціальних контактів через невпевненість.

Таким чином, психологічні та соціальні потреби є взаємопов'язаними, і їхнє гармонійне задоволення забезпечує не лише особистісний розвиток, а й ефективну інтеграцію людини в соціальне середовище. Тому важливо створювати умови, в яких люди можуть реалізувати свої внутрішні прагнення та водночас отримувати підтримку, прийняття та визнання з боку інших.

1.2 Поняття задоволеності життям: теоретичні підходи та фактори впливу

Задоволеність життям у психології визначається як суб'єктивна оцінка людиною якості свого життя на основі власних уявлень, очікувань і життєвих стандартів. [6] Це не лише емоційний аспект, а й когнітивний процес, у якому людина аналізує, наскільки її життя відповідає бажаному рівню. Одним із найвідоміших підходів до розуміння цього поняття є когнітивно-оціночна концепція Еда Дінера, яка розглядає задоволеність життям як компонент суб'єктивного благополуччя [6; 24]. Людина не просто переживає позитивні чи негативні емоції, а усвідомлено порівнює свої досягнення та життєві умови з певним ідеалом чи власними прагненнями.

У дослідженнях також виділяють два ключові підходи до аналізу задоволеності життям: гедоністичний і евдемоністичний. Гедоністичний підхід зосереджується на співвідношенні позитивних і негативних емоцій, які впливають на загальне самопочуття [20]. Евдемоністичний підхід, представлений у теорії самодетермінації Десі та Раяна, наголошує на значенні самореалізації, автономії та відчуття компетентності у досягненні суб'єктивного благополуччя.

У контексті внутрішніх мотиваційних чинників варто згадати також теорію потреб досягнення Д. МакКлелланда [15], яка підкреслює важливість прагнення до успіху, впливу та афіліації як джерел життєвої задоволеності. Ці потреби реалізуються через досягнення цілей, соціальну підтримку та контроль над власним життям, що набуває особливої актуальності в цифрову епоху.

Задоволеність життям формується під впливом різноманітних чинників, серед яких особистісні характеристики, рівень оптимізму, наявність соціальної підтримки та життєві обставини, включаючи фінансовий стан і можливості самореалізації [7; 21]. У вітчизняних дослідженнях також наголошується на значущості таких факторів, як особистісні ресурси, підтримка значущих інших та соціальна включеність у забезпеченні суб'єктивного благополуччя [8]. Як зазначає І. Лисюк [13], саме соціальні зв'язки є важливою умовою формування позитивної самооцінки та емоційної стабільності, що безпосередньо впливає на життєву задоволеність. В останні роки значний вплив на цей показник має цифрове середовище, адже інтернет і соціальні мережі відкривають нові можливості для спілкування, навчання, професійного розвитку, але водночас можуть сприяти зростанню тривожності, порівнянню себе з іншими та формуванню нереалістичних очікувань щодо життя [20; 22].

Вимірювання задоволеності життям здійснюється за допомогою різних психодіагностичних методик, серед яких однією з найпоширеніших є Шкала задоволеності життям (SWLS), розроблена Дінером. Це дозволяє оцінити, наскільки людина позитивно сприймає своє життя загалом, а не лише в окремі моменти. Високий рівень задоволеності життям зазвичай корелює з кращим психічним здоров'ям, більшою соціальною активністю та вищою

стресостійкістю [6; 7].

Важливе значення також має роль емоційної експресії. Як зазначає J. Pennebaker [23], вираження емоцій — зокрема у письмовій або онлайн- формі — може позитивно впливати на суб'єктивне благополуччя, знижуючи рівень стресу та сприяючи кращому розумінню власних переживань.

У контексті мого дослідження важливим є аналіз зв'язку між задоволенням потреб та рівнем задоволеності життям у користувачів інтернету з різним рівнем цифрової активності. Це дозволить визначити, як саме онлайн-середовище впливає на психологічне благополуччя, які механізми сприяють підвищенню чи зниженню рівня задоволеності життям і які категорії користувачів найбільше схильні до змін у цьому показнику.

Задоволення потреб є одним із ключових факторів, що визначають рівень загальної задоволеності життям [5; 14]. Людина відчуває благополуччя тоді, коли її основні потреби — фізіологічні, соціальні, психологічні та екзистенційні — задоволені на достатньому рівні. Різні теоретичні моделі, такі як ієрархія потреб Маслоу, теорія самодетермінації Десі та Раяна або ERG-модель Альдерфера [16], пояснюють, як саме потреби впливають на загальне самопочуття та життєву задоволеність.

Відповідно до ієрархічного підходу Маслоу, задоволеність життям зростає у міру того, як людина задовольняє свої потреби, починаючи з базових фізіологічних (їжа, сон, безпека) і рухаючись до потреб вищого рівня, таких як любов, повага та самореалізація. Невирішені базові потреби можуть значно знижувати загальну життєву задоволеність, оскільки людина змушена концентруватися на їхньому задоволенні, а не на особистісному розвитку чи досягненні власних цілей. Водночас, навіть у сприятливих умовах, якщо не задоволена потреба в самореалізації або соціальній взаємодії, загальне відчуття щастя може залишатися низьким.

Теорія самодетермінації Десі та Раяна наголошує, що три фундаментальні психологічні потреби — автономія, компетентність і взаємопов'язаність — відіграють критичну роль у формуванні задоволеності життям. Якщо людина відчуває, що має свободу вибору, здатна впливати на своє життя, розвиватися у

професійній або особистісній сфері та підтримувати якісні міжособистісні стосунки, то її рівень благополуччя зростає. Недостатність у будь-якій із цих сфер може призводити до внутрішньої напруги, зниження мотивації та емоційного виснаження.

ERG-модель Альдерфера пропонує альтернативний підхід, згідно з яким потреби можна поділяти на три основні категорії – існування, зв'язок і зростання. Ця модель передбачає, що людина може одночасно прагнути задовольняти потреби різного рівня, і якщо якась із них не задовольняється, вона може компенсувати це через інші сфери життя. Наприклад, якщо людина відчуває труднощі в самореалізації, вона може компенсувати це шляхом активного соціального життя або досягнень у матеріальній сфері.

У контексті цифрового середовища взаємозв'язок між задоволенням потреб і загальною життєвою задоволеністю набуває нових форм. Сучасні технології дозволяють задовольняти потреби у спілкуванні, інформації, навчанні та самовираженні, що може позитивно впливати на рівень задоволеності життям. Водночас, надмірне використання цифрових ресурсів може спричиняти відчуття незадоволеності через порівняння себе з іншими, інформаційне перевантаження та розрив між віртуальною і реальною взаємодією.

Загалом задоволення потреб є критичним чинником життєвої задоволеності, оскільки воно визначає, наскільки людина відчуває себе реалізованою, спроможною впливати на своє життя та повноцінно взаємодіяти з оточенням. Важливо не лише досягати задоволення базових потреб, але й знаходити баланс між різними сферами життя, щоб уникнути почуття дефіциту в одній із них.

1.3 Рівні та види активності в інтернеті та їх вплив на психоемоційний стан особистості

Інтернет-активність — це рівень залученості людини до онлайн-діяльності, який включає різні аспекти використання цифрового простору. [2; 3] Вона визначається частотою виходу в інтернет, тривалістю перебування

онлайн, цілями використання, рівнем комунікації з іншими користувачами та активністю в створенні контенту [20]. Залежно від цих показників можна виділити три рівні інтернет-активності:

Низький рівень — рідкісне використання інтернету, обмежена взаємодія, переважно пошук інформації без активної участі.

Помірний рівень — регулярна присутність в інтернеті, використання соцмереж, перегляд контенту, епізодична участь у комунікаціях.

Високий рівень — активне створення та поширення контенту, постійна онлайн-комунікація, використання інтернету для роботи, навчання або особистого брендингу [3; 21].

Інтернет-активність охоплює різні форми взаємодії з цифровим простором. У сучасній психології та соціології виділяють кілька основних типів інтернет-активності, які розрізняються за метою, тривалістю, частотою використання та впливом на особистість [7; 20]. Однією з таких форм є комунікативна активність, яка передбачає використання інтернету для соціальної взаємодії — спілкування через месенджери, участь у соціальних мережах, форумах, блогах тощо. Вона тісно пов'язана із задоволенням потреби у приналежності та соціальній підтримці. Іншою поширеною формою є інформаційно-пошукова активність, яка характеризується здобуттям знань, новин або освітніх ресурсів з метою розвитку, навчання або вирішення побутових питань. Розважальна активність включає споживання цифрового контенту — перегляд відео, слухання музики, участь у відеоіграх і використання стримінгових сервісів. Вона виконує функцію зняття стресу, втечі від реальності та задоволення потреби у відпочинку. Професійна та навчальна активність пов'язана з робочими завданнями, дистанційною зайнятістю, фрілансом чи навчанням і є орієнтованою на досягнення особистих або професійних цілей. Окрему групу становить творча активність, що передбачає створення нового цифрового контенту, зокрема блогів, текстів, відео, музики або графіки. Цей тип активності сприяє самовираженню, реалізації внутрішнього потенціалу та самоактуалізації особистості.

Інтернет-активність є важливим показником цифрової поведінки людини,

який може впливати на її соціальні зв'язки, самоприйняття та психологічне благополуччя [3; 21].

Критерії інтернет-активності визначають рівень залученості людини в онлайн-середовище та її поведінку в цифровому просторі. Один із ключових критеріїв — частота використання інтернету, яка відображає, наскільки регулярно людина заходить у мережу. Важливе значення має і тривалість перебування онлайн, тобто середня кількість часу, яку користувач проводить в інтернеті щодня. Іншим критерієм є цілі використання, що включають інформаційний пошук, розваги, навчання, роботу чи спілкування. Форма залученості визначає, чи є людина пасивним споживачем контенту або активно створює й поширює власний. Різноманітність платформ також впливає на рівень інтернет-активності, оскільки використання лише однієї соцмережі відрізняється від постійної присутності на різних ресурсах, таких як форуми, месенджери, блоги чи відеохостинги. Останній критерій — інтенсивність комунікації, яка показує, наскільки часто людина взаємодіє з іншими користувачами через коментарі, повідомлення або участь в онлайн-обговореннях.

Активність в інтернеті може суттєво впливати на особистість, змінюючи її спосіб мислення, соціальні зв'язки та емоційний стан. Високий рівень інтернет-активності сприяє розвитку цифрової грамотності, підвищенню комунікативних навичок та можливостям для самореалізації, особливо якщо людина використовує інтернет для навчання, роботи чи творчості. [5; 7] Однак надмірне занурення у віртуальний світ може призводити до залежності, соціальної ізоляції та порушення сприйняття реальності. Дослідження Chou і Edge [4] показують, що користувачі соцмереж часто переоцінюють щастя інших, що може формувати відчуття власної неповноцінності — особливо за умов надмірного споживання ідеалізованого контенту.

Помірна інтернет-активність допомагає зберігати баланс між онлайн- і офлайн-життям, сприяє отриманню нових знань, розширенню кола спілкування та доступу до важливої інформації. Низький рівень активності, хоча й мінімізує ризики негативного впливу, може обмежувати доступ до корисних

можливостей, які надає цифрове середовище. Інтернет впливає і на емоційний стан особистості: позитивний досвід сприяє розвитку впевненості та самовираженню, тоді як негативний, пов'язаний із хейтом, фейковими новинами чи порівнянням із іншими, може викликати стрес, зниження самооцінки та відчуття тривожності [20; 21]. Дослідження Przybylski та Weinstein [17] доводять, що сама присутність смартфона поруч із співрозмовником погіршує якість міжособистісної взаємодії, знижуючи глибину розмов і довіру.

Активність в інтернеті, задоволеність потреб і загальна задоволеність життям мають тісний взаємозв'язок [5; 6; 25], який може бути як позитивним, так і негативним залежно від характеру онлайн-взаємодії. Інтернет сьогодні є не лише інструментом отримання інформації, а й важливим середовищем для спілкування, самовираження, професійного розвитку та розваг, що впливає на те, наскільки людина відчуває себе реалізованою та щасливою. Наприклад, у дослідженні L. Reinecke [19] зазначено, що використання цифрових медіа для релаксації (так званий "медіа-релакс") може мати як позитивний (розслаблення, відволікання), так і негативний (уникнення проблем) вплив на психоемоційний стан особистості.

Задоволення базових потреб, таких як потреба у соціальних зв'язках, визнанні, самореалізації та безпеці, часто відбувається через онлайн-активність. Наприклад, соціальні мережі дозволяють людям підтримувати зв'язок із друзями, родичами або навіть знаходити однодумців, що сприяє відчуттю приналежності до спільноти. Онлайн-освіта та можливості віддаленої роботи допомагають у професійному розвитку та фінансовій стабільності, що впливає на почуття самозадоволення. Творчі особистості можуть реалізовувати себе через блоги, відеоконтент, цифрове мистецтво, що зміцнює їхню самооцінку та відчуття значущості.

Проте надмірна або непродуктивна інтернет-активність може, навпаки, призводити до зниження задоволеності життям. Наприклад, постійне порівняння себе з іншими у соцмережах може викликати почуття невдоволеності власними досягненнями, спричиняти тривожність або навіть

формувати нереалістичні очікування від життя. Надмірне споживання розважального контенту або прокрастинація в інтернеті може призводити до відчуття втрати часу, зниження мотивації та незадоволення собою. За результатами огляду D. Kuss і M. Griffiths [12], залежність від соціальних мереж має ознаки поведінкової залежності й проявляється в компульсивному використанні, втраченому контролі та емоційній дезрегуляції.

Таким чином, баланс між активністю в інтернеті та реальним життям є визначальним фактором у формуванні рівня щастя та психологічного благополуччя [6; 7]. Якщо інтернет використовується для досягнення особистих цілей, розвитку та підтримки здорових соціальних зв'язків, він може сприяти більшій задоволеності життям. Якщо ж він стає джерелом залежності, прокрастинації та викликає негативні емоції, то навпаки, може знижувати рівень задоволеності та створювати емоційний дискомфорт.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

1. У першому розділі кваліфікаційної роботи було проаналізовано теоретичні засади поняття потреб, їх класифікації та впливу на задоволеність життям. На основі аналізу літературних джерел з'ясовано, що потреби — це внутрішні стани, які спонукають людину до певної поведінки, спрямованої на досягнення бажаного стану. Особливе місце в науковому осмисленні займає теорія ієрархії потреб А. Маслоу, яка описує п'ять основних рівнів потреб: фізіологічні, потреби у безпеці, приналежності, самоповазі та самоактуалізації.

2. Встановлено, що задоволення потреб є важливою умовою психологічного благополуччя та внутрішньої гармонії особистості. У контексті сучасних соціально-культурних змін значну роль у процесі задоволення потреб починає відігравати інтернет-середовище. Саме інтернет сьогодні виступає не лише джерелом інформації, а й простором для реалізації соціальних, когнітивних, професійних та особистісних потреб.

3. Проаналізовано основні види інтернет-активності, серед яких виокремлено комунікативну, інформаційну, розважальну, навчальну, професійну та творчу. Підкреслено, що інтернет-активність може як сприяти

задоволенню потреб, так і стати фактором ризику для психологічного стану, особливо за умови надмірного або залежного використання.

Таким чином, у першому розділі обґрунтовано доцільність дослідження взаємозв'язку між задоволенням потреб та задоволеністю життям у контексті різних форм інтернет-активності. Теоретичні положення цього розділу створюють підґрунтя для подальшого емпіричного дослідження.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ ТА ЗАДОВОЛЕНОСТІ ЖИТТЯМ В ІНТЕРНЕТ- КОРИСТУВАЧІВ З РІЗНОЮ АКТИВНІСТЮ

2.1 Організація, методи і дослідження особливостей взаємозв'язку задоволення потреб та задоволеності життям в інтернет-користувачів з різною активністю.

У даному розділі буде розкрито спробу емпіричним шляхом дослідити взаємозв'язок між задоволенням потреб та задоволеністю життям залежно від виду та рівня активності користувачів у інтернеті у вибірці, яка складається з 75 людей.

Вибірку дослідження складають 75 людей, віком від 20 до 25 років, жінки та чоловіки. У дослідженні взяли участь студенти, які здобувають вищу освіту за різними спеціальностями. Також люди, які працюють у різних сферах. Сімейний стан різний, певний відсоток з вибірки перебуває у відносинах, у шлюбі, деякі мають дітей.

У дослідження було використано наступні емпіричні методи дослідження:

1. Шкала задоволеності життям (SWLS) – Е. Дінер, Р. Еммонс, Р.Ларсен, С. Гріффін.
2. Методика дослідження потреб особистості за ієрархією А. Маслоу – Д. Лестер, Дж. Хведа, С. Салліван, Р. Плоурд.
3. Шкала задоволення базових психологічних потреб (BPNS) – Е.Десі, Р. Раян.
4. Анкета для визначення рівня та типу інтернет-активності – авторська розробка.

Розглянемо їх більш детально:

Шкала задоволеності життям (SWLS, українська адаптація). Ця методика, запропонована Е. Дінером і співавторами у 1985 році, призначена для оцінювання загального рівня задоволеності життям — без розгляду окремих

його сфер (як-от робота, сім'я чи здоров'я). Вона дає змогу оцінити суб'єктивне благополуччя особистості на узагальненому рівні.

Інструмент включає 5 тверджень, які оцінюються респондентом за семибальною шкалою: від 1 («цілковито не згоден») до 7 («цілковито згоден»). Наприклад: «У більшості аспектів моє життя близьке до ідеального», «Загалом я задоволений своїм життям». Після підрахунку загального балу (від 5 до 35), результати інтерпретуються наступним чином:

5–9 балів — вкрай низький рівень задоволеності життям;

10–14 — низький;

15–19 — дещо нижчий за середній;

20 — середній рівень (нейтральна оцінка);

21–25 — помірно високий;

26–30 — високий;

31–35 — дуже високий рівень задоволеності життям.

Шкала є валідною і надійною, зручною для використання в індивідуальних і групових дослідженнях, а також у практиці психологічного консультування.

Ієрархія потреб Маслоу та риси особистості (Maslow's Hierarchy of Needs and Personality). Методика була створена на основі теорії ієрархії потреб А. Маслоу й реалізована у дослідженні Д. Лестера у співпраці з Дж.Хвездою, С. Салліваном і Р. Плоурдом. Вона дозволяє оцінити, наскільки актуальними для особистості є різні рівні потреб – від базових до самоактуалізаційних – та як ці потреби проявляються у її поведінці й світосприйнятті. Опитувальник складається з п'яти блоків тверджень, кожен з яких відповідає окремому рівню потреб: фізіологічні потреби; потреби у безпеці; потреби у любові та належності; потреби у самоповазі (визнанні); потреби у самоактуалізації.

Респонденти оцінюють свою згоду з кожним твердженням за семибальною шкалою від –3 до +3, де:

+3 – повністю згоден,

+2 – згоден,

- +1 – радше згоден,
- 0 – ні згоден, ні не згоден,
- 1 – радше не згоден,
- 2 – не згоден,
- 3 – повністю не згоден.

Для кожного рівня потреб обчислюється загальний бал. Чим вищий показник, тим більш задоволеною є відповідна група потреб у респондента. Якщо бал для певного рівня має від’ємне значення, це свідчить про незадоволеність відповідних потреб.

Ця методика дає змогу оцінити індивідуальні мотиваційні орієнтації, рівень психологічної зрілості, а також виявити домінуючі потреби, що визначають поведінку людини. Вона має прикладне значення у сфері психодіагностики, особистісного розвитку, профорієнтації та психологічного консультування.

Шкала задоволення базових психологічних потреб (BPNS, українська адаптація). Методика створена на основі метатеорії самодетермінації Е. Десі та Р.Раяна та адаптована до українського мовного середовища В.Олефіром і В.Боснюком (2024). Вона призначена для визначення рівня задоволеності трьох базових психологічних потреб особистості: автономії, компетентності та зв’язності з іншими людьми.

Структура та оцінювання. Адаптована версія опитувальника включає 16 тверджень, об’єднаних у три підшкали:

Автономія – потреба у відчутті самостійності й контролю над власною поведінкою;

Компетентність – переживання ефективності у виконанні діяльності;
Зв’язність – потреба у значущих і прийнятних соціальних стосунках. Відповіді оцінюються за шкалою від 1 до 7:

- 1 – «категорично не згоден»,
- 7 – «абсолютно згоден». Інтерпретація результатів

Результати розраховуються окремо для кожної підшкали шляхом

підсумовування балів за відповідні твердження та виведення середнього арифметичного:

1,00–3,99 – низький рівень задоволеності потреби;

4,00–5,49 – середній рівень задоволеності;

5,50–7,00 – високий рівень задоволеності.

Окрім цього, можливо обчислити загальний індекс задоволеності базових потреб, який відображає інтегральний рівень психологічного благополуччя. Згідно з біфакторною моделлю, саме цей загальний фактор є домінантним у структурі опитувальника.

Анкета для оцінки інтернет-активності. З метою дослідження індивідуального рівня інтернет-активності було розроблено анкету, яка дозволяє кількісно оцінити загальний обсяг, частоту та характер взаємодії респондентів з цифровим середовищем. Методика складається з 6 запитань, що охоплюють ключові аспекти онлайн-активності: тривалість перебування в інтернеті; частота входу в мережу; мета використання інтернету; активність у соціальних мережах; взаємодія з онлайн-контентом; вплив нецільового користування на продуктивність.

Оцінювання: відповіді на кожне запитання оцінюються в балах від 1 до 4, де 1 бал відповідає мінімальному рівню активності, а 4 бали – високому рівню або впливу. Запитання з множинним вибором (питання 3) передбачає додавання одного балу за кожен обраний варіант.

1) Скільки часу на день ви проводите в інтернеті? Менше 1 години — 1 бал

1–3 години — 2 бали

3–5 годин — 3 бали

Понад 5 годин — 4 бали

2) Як часто ви заходите в Інтернет?

Рідше ніж раз на тиждень — 1 бал 1–3 рази на тиждень — 2 бали

Щодня — 3 бали

Кілька разів на день — 4 бали

3) З якою метою ви зазвичай використовуєте інтернет? (можна обрати

кілька варіантів, по 1 балу за кожен)

Для новин, покупок

Для спілкування, читання, коментування

Для створення власного контенту

Для ігор, розваг

Інше

4) Скільки часу ви проводите у соціальних мережах?

Майже не користуюсь — 1 бал

До 1 години на день — 2 бали

1–3 години на день — 3 бали

Понад 3 години на день — 4 бали

5) Наскільки активно ви взаємодієте з онлайн-контентом?

Лише читаю/переглядаю — 1 бал

Іноді залишаю реакції — 2 бали

Часто коментую/участь в обговореннях — 3 бали

Створюю контент, веду блог — 4 бали

6) Як нецільове користування інтернетом впливає на продуктивність?

Майже не впливає — 1 бал

Іноді відволікає — 2 бали

Часто відкладаю справи — 3 бали

Значно знижує продуктивність — 4 бали

Інтерпретація результатів

Загальна кількість балів за всіма запитаннями дозволяє оцінити рівень інтернет-активності:

6–10 балів – низький рівень (інтернет не займає значне місце в житті);

11–16 балів – помірний рівень (інтернет використовується переважно з утилітарною метою);

17–22 бали – середньо-високий рівень (інтернет є значущою частиною повсякденного життя);

23 бали і більше – високий рівень активності або ризику надмірного

використання.

Методика дозволяє враховувати не лише кількісний, а й якісний аспект використання інтернету, зокрема ступінь інтерактивності, продуктивності та впливу на повсякденне функціонування.

Для перевірки статистично значущих відмінностей між групами (зокрема, користувачами з високою, середньою та низькою інтернет-активністю) був застосований t-критерій Стюдента для незалежних вибірок, що дозволив з'ясувати, чи є різниця між середніми показниками потреб і задоволеності життям статистично значущою. Таким чином було перевірено ряд припущень, пов'язаних із рівнем цифрової залученості та його впливом на психологічне функціонування.

Для вивчення взаємозв'язків між задоволенням потреб та задоволеністю життям, а також між типами інтернет-активності та потребами було використано кореляційний аналіз за Спірменом (r_s). Це дало змогу визначити напрям і силу зв'язку між змінними, а також побачити, які види активності пов'язані з вищими рівнями самореалізації, соціальної залученості чи фізичного комфорту.

Отже, описова статистика дозволила виявити загальний профіль потреб і рівнів благополуччя; t-критерій підтвердив наявність відмінностей між окремими групами; кореляційний аналіз дав змогу простежити взаємозв'язки між ключовими психологічними показниками. У сукупності ці методи надали можливість глибоко проаналізувати структуру задоволення потреб та життєвої задоволеності молоді в контексті цифрової поведінки.

2.2 Аналіз отриманих результатів емпіричного дослідження взаємозв'язку задоволення потреб та задоволеності життям в інтернет-користувачів з різною активністю.

Розглянемо отримані результати за наведеними вище методиками. За даними дослідження ми отримали наступні результати.

У таблиці 2.1 представлено середні значення та стандартне відхилення

показників задоволеності базових психологічних потреб, а також задоволеності життям для всієї вибірки.

Інтерпретація середніх значень і стандартного відхилення

Результати дослідження вказують на середньо-високий рівень задоволення базових психологічних потреб серед молодих інтернет-користувачів. Потреба в автономії (4,8) свідчить про загальне відчуття свободи дій і самостійності, з помірною варіативністю ($SD = 1,2$), що вказує на часткові розбіжності у сприйнятті незалежності. Компетентність (4,6) має низьку варіативність ($SD=0,7$), що свідчить про узгодженість у самооцінці ефективності дій. Потреба у зв'язаності (4,7; $SD = 0,9$) також задоволена на середньому рівні, хоч у частини респондентів можливе переживання емоційної дистанції.

Таблиця 2.1

Показники середніх значень задоволеності потреб і задоволеності життям

	Авто- номія	Компетен- тність	Зв'яза- ність	Фіз. потреби	Без- пека	Прина- лежність	Само- повага	Самоакту- алізація	Задово- леність життям
М	4,8	4,6	4,7	6,2	2,8	3,1	6,5	10,1	16,4
SD	1,2	0,7	0,9	4,5	5,9	6,4	6,1	7	3,7

За методикою А.Маслоу найвищий середній бал спостерігається для самоактуалізації (10,1), що відображає прагнення до особистісного розвитку. Самоповага (6,5) також задоволена на високому рівні. Фізіологічні потреби (6,2) забезпечені на достатньому рівні. Водночас потреби у безпеці (2,8) та приналежності (3,1) залишаються найменш задоволеними, що свідчить про почуття нестабільності, соціальної ізоляції та недостатню емоційну підтримку.

Високі стандартні відхилення ($SD 4,5-7$) для потреб за шкалою Маслоу свідчать про суттєву неоднорідність вибірки. Зокрема, частина молоді має високі показники самореалізації та самоповаги, тоді як інша може відчувати тривожність, сумніви у власній цінності та брак ресурсів для розвитку.

За шкалою задоволеності життям SWLS, середній бал становить 16,4, що

відповідає нижче середньому рівню задоволеності (15–19 балів — дещо незадоволені життям). Стандартне відхилення ($SD = 3,7$) підтверджує значну варіативність — від позитивного сприйняття до відчуття незадоволення.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що молоді інтернет-користувачі прагнуть до самореалізації та мають загалом функціональний рівень задоволення базових потреб, проте нестача безпеки й соціальної приналежності створює психологічні ризики. Висока варіативність показників підкреслює необхідність подальшого аналізу впливу інтернет-активності, соціального оточення та життєвих умов на суб'єктивне благополуччя молоді.

У таблиці 2.2 представлено узагальнені результати анкетування щодо інтернет-активності респондентів. Вибірку з 75 осіб було поділено на три групи відповідно до рівня активності: низький (середній бал ≈ 10.2), середній (≈ 15.5) та високий (≈ 21.8).

Також визначено домінуючі типи інтернет-активності на основі відповідей на питання про цілі використання інтернету. У кожному рівні представлені всі п'ять типів активності. Зокрема, творча активність є більш поширеною серед респондентів з високим рівнем загальної активності (8 осіб), тоді як комунікативна та розважальна переважають у групі з низькою активністю.

Таблиця 2.2

Розподіл досліджуваних за рівнем і видом інтернет-активності, середнім балом і домінуючим видом використання інтернету

Рівень інтернет-активності	Середній бал за анкету	Комунікативна	Інформаційна	Освітня	Розважальна	Творча	Усього
Низький (6–12 балів)	10.2	6	5	5	6	3	25
Середній (13–18 балів)	15.5	5	6	6	4	4	25
Високий (19–24 бали)	21.8	4	4	4	5	8	25
Усього	—	15	15	15	15	15	75

У таблиці 2.3 представлено середні значення та стандартне відхилення показників задоволеності потреб, а також задоволеності життям у досліджуваних з різним рівнем та видом інтернет-активності. Дані дозволяють простежити, як змінюються ці показники залежно від ступеня залученості до онлайн-активності.

Таблиця 2.3

Показники середніх значень та стандартних відхилень задоволеності потреб і задоволеності життям для груп з різним рівнем інтернет-активності

Інтернет-активність / Потреби		Автономія	Компетентність	Зв'язаність	Фіз. потреби	Безпека	Приналежність	Самоповага	Самоактуалізація	Задоволеність життям
Низька	M	4,9	4,8	4	4,2	2	1,2	6,3	15,2	11,3
	S D	1	0,5	0,8	5,8	5,2	4,3	6	3,7	2,4
Середня	M	5	4,5	4,8	6,1	2,2	8,1	9,2	12,4	16,5
	S D	1,2	0,7	0,9	7,4	9	6,3	3,6	5,9	2,9
Висока	M	4,6	5	5,9	8,2	2,3	3,3	5,3	5,6	20
	S D	1	0,9	1,3	2,3	3,5	6,1	6,9	4,1	1,2

У групі з високим рівнем інтернет-активності спостерігається помірно високий рівень задоволення базових потреб, зокрема зв'язаності (5,9), автономії (4,6) та компетентності (5), що перевищує середні значення по вибірці. Це свідчить про активну соціальну інтеграцію в онлайн-просторі, впевненість у собі та свободу вибору дій. Разом із тим, ця ж група має найвищу задоволеність фізіологічними потребами (8), але низькі показники потреб у безпеці (2),

приналежності (3), самоповазі (5) і особливо — самоактуалізації (5). Задоволеність життям в цієї групи є середньою. Така структура може свідчити про компенсаторне використання інтернету для заповнення внутрішніх дефіцитів, однак без глибокого особистісного задоволення.

Середній рівень інтернет-активності демонструє найбільш збалансований профіль задоволення потреб: високі значення самоповаги (9), приналежності (8) і самоактуалізації (12,4), що перевищують середні. Рівень автономії — найвищий серед груп (5), а фізіологічні потреби (6) та безпека (2,2) — на функціональному рівні. Ця група вирізняється гармонійним поєднанням онлайн- та офлайн-активності, що підтримує стабільність психоемоційного стану. Задоволеність життям в цієї групи є нижче середнього.

У групі з низькою інтернет-активністю найнижчі показники у сферах безпеки, приналежності та фізіологічних потреб. Проте саме тут спостерігається найвищий рівень самоактуалізації (15,2), що може свідчити про фокус на внутрішній розвиток, можливо як компенсаторний механізм. Самоповага — на середньому рівні (6), а загальна задоволеність життям — найнижча (11 балів) – на низькому рівні.

Щодо задоволеності життям, найвищий показник спостерігається у групі з високою інтернет-активністю (20 балів), що свідчить про позитивний суб'єктивний досвід, пов'язаний з цифровою включеністю. Середній рівень активності демонструє нижче середній показник (16,5), а низький рівень активності — найнижчий (11), що може свідчити про ізоляцію та обмеженість у ресурсах підтримки.

Аналіз варіативності (стандартних відхилень) показав, що високий рівень інтернет-активності асоціюється з найменшою розбіжністю в оцінках життєвого задоволення ($SD = 1,2$), тобто респонденти демонструють стабільне, хоча й не завжди високе, сприйняття благополуччя. Середній рівень активності має найбільшу варіативність ($SD = 2,9$), що вказує на неоднорідність досвіду. У групі з низькою активністю варіативність помірна ($SD = 2,4$).

Загалом, результати свідчать про зв'язок між рівнем інтернет-активності та

задоволенням базових потреб і життям загалом. Найбільш збалансованим виглядає середній рівень активності, тоді як високий — забезпечує фізичний комфорт, але не гарантує глибокого внутрішнього задоволення, а низький — супроводжується соціальною ізоляцією попри прагнення до розвитку.

У таблиці 2.4 подано середні значення та стандартні відхилення показників задоволеності потреб та задоволеності життям у досліджуваних з різними типами інтернет-активності.

Отримані результати свідчать, що рівень задоволеності базових психологічних потреб і життям залежить від типу інтернет-активності. Найвищі показники мають респонденти з творчим і освітнім типом активності, що вказує на їхню більшу особистісну реалізацію та психологічне благополуччя. Найнижчі значення за всіма шкалами виявлено у групі з розважальною активністю, що може свідчити про менш конструктивне використання інтернету. Інформаційна та комунікативна активність пов'язані з помірним рівнем задоволеності.

Таблиця 2.4

Середні значення та стандартні відхилення показників задоволеності задоволеності потреб та задоволеності життям у досліджуваних з різними типами інтернет-активності.

Тип інтернет-активності	Задоволеність життям M/SD	Автономія M/SD	Компетентність M/SD	Зв'язність M/SD	Фізіологічні M/SD	Безпека M/SD	Приналежність M/SD	Самоповага M/SD	Самоактуалізація M/SD
Комунікативна	13.4/ 3.2	4.5/ 0.7	4.2/ 0.8	4.9/ 0.6	4.6/ 0.7	2.1/ 0.6	2.1/ 0.5	6.2/ 0.8	15.0/ 0.9
Інформаційна	15.1/ 2.9	4.8/ 0.6	4.6/ 0.7	4.9/ 0.7	4.8/ 0.6	2.2/ 0.7	4.9/ 0.6	9.5/ 0.6	12.3/ 0.7
Освітня	16.3/ 3.1	4.7/ 0.5	4.9/ 0.6	4.6/ 0.5	5.0/ 0.5	2.1/ 0.6	5.2/ 0.5	8.8/ 0.5	11.9/ 0.6
Розважальна	10.8/ 3.5	4.2 / 0.8	4.0 / 0.9	4.5 / 0.7	4.3 / 0.7	2.0 / 0.8	2.7 / 0.6	6.0 / 0.9	14.8 / 0.9
Творча	20.1/ 2.7	4.8/ 0.6	4.6/ 0.5	4.5/ 0.4	5.2/ 0.5	2.2/ 0.5	3.3/ 0.4	5.1/ 0.5	5.4/ 0.4

У таблиці 2.5 представлено кореляційні зв'язки між показниками задоволеності базових психологічних потреб та задоволеності життям у групах з різним рівнем інтернет-активності.

Таблиця 2.5

Кореляційні зв'язки між задоволенням потреб та задоволеністю життям у групах з різним рівнем інтернет-активності

Показники потреб	Загальна задоволеність життям			
	Висока інтернет-активність (rs)	Середня інтернет-активність (rs)	Низька інтернет-активність (rs)	Рівень значущості
Автономія	0.65	0,40	0.45	$p < 0.05$
Компетентність	0.60	0,48	0.38	$p < 0.05$
Зв'язаність	0.70	0,65*	0.62	$p < 0.01$
Самоповага	0.72	0,66*	0.68	$p < 0.01$
Самоактуалізація	0.80	0,72*	0.60	$p < 0.01$
Базові потреби	0,58	0,68*	0,73*	$p < 0.01$

rs — коефіцієнт рангової кореляції Спірмена

Зв'язки інтерпретовано як слабкі (0.2–0.4), помірні (0.4–0.6) або сильні (0.6–0.8 і більше)

У таблиці 2.6 представлено кореляційні зв'язки між показниками задоволеності базових психологічних потреб та задоволеності життям у групах з різним видом інтернет-активності.

У результаті кореляційного аналізу за критерієм Спірмена встановлено низку значущих зв'язків між задоволенням потреб та видами й рівнями інтернет-активності.

Найсильніші позитивні кореляції спостерігались у групі з творчою активністю: самоактуалізація ($r = 0,85$), повага ($r = 0,75$), приналежність ($r = 0,68$), базові потреби ($r = 0,72$), що свідчить про важливу роль творчості в онлайн-просторі для реалізації особистісного потенціалу. Освітня активність також демонструє високі зв'язки із самоактуалізацією ($r = 0,75$) та базовими потребами ($r = 0,64$), що підтверджує позитивний вплив на глибинні мотиваційні рівні.

Таблиця 2.6.

Кореляційні зв'язки між задоволенням потреб та задоволеністю життям у
групах з різним видом інтернет-активності

Потреба	Комуніка- тивна	Інформа- ційна	Освітня	Розважаль- на	Творча
Фізіологічні	0.32	0.45	0.41	0.18	0.30
Безпека	0.48	0.52	0.50	0.25	0.55
Приналежність	0.65*	0.60	0.58	0.40	0.68*
Повага	0.70*	0.55	0.60	0.42	0.75*
Самоактуаліза- ція	0.62	0.65*	0.75*	0.48	0.85**
Базові потреби	0.52	0.58	0.64*	0.66*	0.72*

rs — коефіцієнт Спірмена

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ — статистично значущі зв'язки

У групі з комунікативною активністю найбільш значущі зв'язки спостерігались із потребою у приналежності ($r = 0,65$) та повагою ($r = 0,70$), що узгоджується з природою соціальної взаємодії. Також виявлено помірні кореляції із самоактуалізацією ($r = 0,62$) та базовими потребами ($r = 0,52$).

Інформаційно-пошукова активність пов'язана передусім із самоактуалізацією ($r = 0,65$) і меншою мірою — з соціальними та базовими потребами, що вказує на функцію інтернету як ресурсу самозабезпечення. Натомість розважальна активність виявила слабкі кореляції, зокрема лише помірний зв'язок із самоактуалізацією ($r = 0,48$), що може свідчити про її компенсаторний, а не розвитковий характер.

За рівнями інтернет-активності, найбільші кореляції з потребами спостерігаються у високоактивних користувачів — особливо із самоактуалізацією ($r = 0,80$), повагою ($r = 0,72$), приналежністю ($r = 0,70$) та базовими потребами ($r = 0,73$). У групі з середньою активністю також фіксуються високі зв'язки з основними потребами ($r \approx 0,65$ – $0,72$). Натомість при низькому рівні активності значущими залишаються лише соціальні потреби

(приналежність — $r = 0,62$, повага — $r = 0,68$), що вказує на обмежений вплив на вищі рівні задоволення.

Загалом результати демонструють, що види та інтенсивність інтернет-активності мають помітний вплив на задоволення потреб, зокрема самоактуалізації, і пов'язані з рівнем суб'єктивного благополуччя.

У таблиці 2.7 подано результати порівняння рівня задоволеності життям між респондентами з високою та низькою інтернет-активністю за допомогою t -критерію Стюдента.

Для перевірки гіпотези про наявність різниці в рівні задоволеності життям у респондентів з різною інтернет-активністю було застосовано t -критерій Стюдента для незалежних вибірок.

Результати статистичного аналізу показали наявність значущої різниці між групами. Емпіричне значення критерію t становить $t = -19.84$, що перевищує критичні значення при рівнях значущості $p < 0.05$ ($t_{кр} = 2.01$) та $p < 0.01$ ($t_{кр} = 2.68$).

Таблиця. 2.7

Результати порівняння рівня задоволеності життям між досліджуваними з високою та низькою інтернет-активністю за допомогою t -критерію Стюдента.

Група	N	M	SD	t	df	p	Значу- щість
Висока інтернет- активність	25	20.0	1.2				
Низька інтернет- активність	25	11.0	2.4	-19.84	48	< 0.01	*** (висок а значу- щість)

df (ступені вільності) = $25 + 25 - 2 = 48$

Критичне значення при $p < 0.01$: $t_{кр} = 2.68$

Оскільки $|t| = 19.84 > 2.68$, різниця статистично значуща

Отже, різниця між середніми значеннями є статистично значущою:

респонденти з високим рівнем інтернет-активності мають значно нижчий рівень задоволеності життям порівняно з респондентами з низьким рівнем інтернет-активності.

Таким чином, гіпотеза про залежність задоволеності життям від рівня інтернет-активності підтвердилась.

У групі з низькою інтернет-активністю середній показник задоволеності життям становив $M = 27.5$; $SD = 4.2$, у той час як у групі з високою інтернет-активністю – $M = 18.9$; $SD = 3.9$. Емпіричне значення t-критерію становило $t = -19.84$, що свідчить про високий рівень статистичної значущості ($p < 0.01$).

ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ

1. У результаті емпіричного дослідження було встановлено, що рівень та тип інтернет-активності істотно пов'язані з показниками задоволення базових психологічних потреб і загальною задоволеністю життям. Дані засвідчили, що молодь, яка активно використовує інтернет, відчуває помірно високий рівень задоволення потреб в автономії, компетентності та зв'язаності. Найвищі показники задоволення базових потреб і суб'єктивного благополуччя спостерігаються у групі з середнім рівнем інтернет-активності, що свідчить про збалансовану взаємодію з цифровим середовищем.

2. Особливо вираженим виявився зв'язок між творчими та освітніми формами інтернет-активності та такими потребами, як самоактуалізація, самоповага, приналежність і базові потреби. Це підтверджує потенціал змістовного використання інтернету як ресурсу для особистісного зростання та психологічного благополуччя. Натомість розважальна активність виявилась найменш ефективною у задоволенні глибинних потреб, що може свідчити про її компенсаторну або пасивну функцію.

3. Кореляційний аналіз показав, що найтісніший зв'язок між задоволенням потреб та задоволеністю життям спостерігається у користувачів із високим рівнем залучення до творчої активності. Зокрема, задоволення потреби в

самоактуалізації має сильний позитивний зв'язок із загальним рівнем життєвого благополуччя.

Також встановлено, що підвищення рівня інтернет-активності супроводжується посиленням значущості вищих потреб у структурі суб'єктивної задоволеності життям. У групі з низькою інтернет-активністю, навпаки, спостерігається обмежене задоволення соціальних потреб та нижчий рівень життєвої задоволеності.

4. Загалом результати підтвердили гіпотезу про наявність взаємозв'язку між задоволенням базових психологічних потреб, типом та рівнем інтернет-активності і загальною задоволеністю життям. Дослідження підкреслює значення змістовної та помірної цифрової активності як чинника психологічного благополуччя молоді.

ВИСНОВКИ

На основі аналізу літературних джерел та отриманих емпіричних даних було сформульовано наступні висновки.

1. Було розкрито сутність понять задоволення потреб, суб'єктивної задоволеності життям та інтернет-активності. Розглянуто основні теоретичні підходи (ієрархія потреб А.Маслоу, теорія самодетермінації Десі та Раяна, ERG-модель Альдерфера), які пояснюють взаємозв'язок між потребами та загальним психологічним благополуччям. Підкреслено роль цифрового середовища у формуванні нових шляхів задоволення як базових, так і вищих потреб людини.

2. У цілому в молодому віці у користувачів інтернетом найбільшою мірою задоволені потреби самоактуалізації та самоповаги, базові потреби задоволені на середнім чині, потреби і безпеці та приналежності – найменшою мірою. Задоволеність життям є нижче середньою.

На основі емпіричних даних було з'ясовано зв'язок між задоволенням потреб та задоволеністю життям у інтернет-користувачів з різними рівнями та видами онлайн-активності. У користувачів з високою інтернет-активністю базові потреби є помірно задоволеними, фізіологічні потреби задоволені на високому рівні, але потреби в безпеці, самоповазі та самоактуалізації задоволені незначною мірою. Їхня задоволеність життям є середньою.

У користувачів з середньою інтернет-активністю потреби самоповаги, приналежності і самоактуалізації задоволені значною мірою, рівень автономії як базової потреби є найвищим серед користувачів, фізіологічні потреби та потреба в безпеці задоволені на достатньому рівні. Задоволеність життям за середнього рівня інтернет-активності є нижче середньою.

У користувачів з низькою інтернет-активністю найнижчою мірою задоволені потреби безпеки, приналежності та фізіологічні потреби. Проте саме в них зафіксований найвищий рівень самоактуалізації, що може свідчити про фокус на внутрішньому розвитку. Потреба в самоповазі в них задовольняється на середньому рівні, натомість загальна задоволеність життям є низькою.

Найбільша задоволеність потреб виявилась у користувачів з освітньою та творчою активністю.

Встановлено статистично значущу різницю в рівні задоволеності життям між користувачами Інтернетом з низькою та високою інтернет-активністю. Це підтверджує гіпотезу про зв'язок рівня онлайн-залученості на життєве задоволення.

3. Кореляційний аналіз показав, що для користувачів за будь-якого рівня активності в Інтернеті характерні зв'язки задоволеності життям з потребами у зв'язаності, самоповазі та самоактуалізації. У користувачів з високою інтернет-активністю також є зв'язки з компетентністю і автономністю, за середньої та низької інтернет-активності – з задоволенням базових потреб.

Найбільш тісний позитивний зв'язок між задоволенням потреб і життєвою задоволеністю спостерігається у користувачів з високою інтернет-активністю, зокрема при творчому та освітньому типах активності. За комунікативного типу інтернет-активності задоволеність життям пов'язана потребою в приналежності, за інформаційного та освітнього типу – з потребою самоактуалізації, за розважального типу – з базовими потребами, а з творчого типу – з усіма потребами ієрархії А.Маслоу окрім потреби в безпеці. Це свідчить про те, що якісний та змістовний досвід онлайн-участі може сприяти реалізації особистісного потенціалу. Найменш сприятливий стан був виявлений серед користувачів з переважно розважальним типом інтернет-активності, що може свідчити про компенсаторний або поверхневий характер такої активності.

Загалом результати дослідження підтвердили, що інтернет є не лише простором інформації та спілкування, а й важливим середовищем реалізації базових та вищих потреб особистості. Проте саме зміст активності, її інтенсивність та спрямованість сполучені з різними рівнями задоволення життям.

Перспективи подальших досліджень полягають у розширенні вибірки та залученні представників інших вікових категорій, щоб встановити, як змінюється вплив інтернет-активності на задоволення потреб залежно від життєвого етапу та соціального статусу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Альдерфер, К. (1972). *Existence, Relatedness, and Growth: Human Needs in Organizational Settings*. New York: Free Press.
2. Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet use and psychosocial well-being: Development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computers in Human Behavior*, 18(5), 553–575. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(02\)00004-3](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(02)00004-3)
3. Caplan, S. E. (2010). Theory and measurement of generalized problematic Internet use: A two-step approach. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 1089–1097. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.012>
4. Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
5. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2017). *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. New York: Guilford Publications.
6. Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
7. Grechanovska, O. V., Megem, O. M., & Potapyuk, L. M. (2023). Вплив соціальних мереж на психологічний стан та самооцінку української молоді. *Вісник психології*, 1, 45–53. Повний текст
8. Gumenyuk, V. A. (2019). Фактори суб'єктивного благополуччя особистості. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*, 2(2), 56–62. <https://doi.org/10.32999/ksu2312-3206/2019-2-2-9>
9. Hetman, Yu. (2021). Психологічні особливості підлітків, схильних до інтернет-залежності. *Наукові записки ЛДУВС*, 2, 123–128. Повний текст

10. Kenrick, D. T., Griskevicius, V., Neuberg, S. L., & Schaller, M. (2010). Renovating the pyramid of needs: Contemporary extensions built upon ancient foundations. *Perspectives on Psychological Science*, 5(3), 292–314. <https://doi.org/10.1177/1745691610369469>
11. Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49–74. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00248>
12. Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
13. Lysiuk, I. H. (2021). Соціальні зв'язки як чинник психологічного благополуччя. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Психологія*, 2(5), 42–49. <https://doi.org/10.17721/2227-1376.2021.2.6>
14. Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.
15. Макклелланд, Д. (1961). *The Achieving Society*. New York: Van Nostrand.
16. Pennebaker, J. W., & Graybeal, A. (2001). Patterns of expressive writing about traumatic events. *Cognitive Processing*, 7, 47–54.
17. Przybylski, A. K., & Weinstein, N. (2017). Can you connect with me now? How the presence of mobile communication technology influences face-to-face conversation quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, 34(6), 561–585. <https://doi.org/10.1177/0265407516640926>
18. Przybylski, A. K., Weinstein, N., Murayama, K., Lynch, M. F., & Ryan, R.M. (2013). The ideal self at play: The appeal of video games depends on whether players' actual selves are more or less similar to their ideal selves. *Psychological Science*, 24(7), 1215–1223. <https://doi.org/10.1177/0956797612471731>
19. Reinecke, L. (2018). Media-induced recovery as a link between media exposure and well-being. *Media Psychology*, 21(3), 498–523.

<https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1302341>

20. Twenge, J. M., Campbell, W. K., & Gentile, B. (2018). Time spent on social networking sites and adolescent mental health. *Clinical Psychological Science*, 6(1), 3–17. <https://doi.org/10.1177/2167702617723376>

21. Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1169–1182. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00368.x>

22. VoxUkraine. (2022). Віднайти щастя: визначення ключових факторів задоволеності життям серед українців. [Електронний ресурс]. <https://voxukraine.org/vidnajty-shhastya-vyznachennya-klyuchovyh-faktoriv-zadovolenosti-zhyttiam-sered-ukrayintsiv/>

23. Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(1), 3–7. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.3>

24. Шкурко, О. В. (2024). Адаптація українськомовної версії шкали задоволеності життям Е. Дінера. *Наука і освіта*, 2, 64–72. <https://doi.org/10.24195/2414-4665-2024-2-9>

25. Олефір, В. В., & Боснюк, О. В. (2024). Адаптація шкали задоволення базових психологічних потреб (BPNS) до українського мовного середовища. *Insight: психологічні виміри суспільства*, 1(43), 100-112.

<https://insight.journal.kspu.edu/index.php/insight/article/download/235/139>

АНОТАЦІЯ

Курцева Д.Р. Зв'язок між задоволенням потреб та задоволеністю життям у інтернет-користувачів з різною активністю. Кваліфікаційна робота.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню взаємозв'язку між задоволенням базових та вищих потреб (відповідно до теорії ієрархії потреб А.Маслоу, теорії самодетермінації та інших підходів) та рівнем суб'єктивної задоволеності життям у молоді, яка активно користується інтернетом. У роботі виділено різні види інтернет-активності (творча, комунікативна, інформаційна, розважальна, освітня) та рівні її інтенсивності. Результати кореляційного та t-аналізу показали, що найвищий рівень задоволення життям пов'язаний із творчою, освітньою та помірною інтенсивною інтернет-активністю. Розважальна активність виявилась найменш пов'язаною з задоволенням потреб. Робота підтверджує, що характер і рівень цифрової залученості значною мірою сполучені - суб'єктивним благополуччям особистості.

Ключові слова: задоволення потреб, задоволеність життям, інтернет-активність, молодь, суб'єктивне благополуччя.

ANNOTATION

Kurtseva D. R. Qualification work. – The relationship between satisfaction of needs and life satisfaction in Internet users with different activity.

The qualification work is dedicated to the study of the relationship between the satisfaction of basic and higher needs (based on Maslow's hierarchy of needs, self-determination theory, and other approaches) and life satisfaction among young people who are active internet users. The research analyzes various types of online activity (creative, communicative, informational, entertainment, educational) and their intensity levels. Results from correlation, regression, and t- test analyses revealed that the highest levels of life satisfaction are associated with creative, educational, and moderate internet activity. Entertainment-based activity showed the weakest

association with deep need satisfaction. The findings confirm that the nature and intensity of digital engagement significantly influence a person's subjective well-being.

Key words: need satisfaction, life satisfaction, internet activity, youth, subjective well-being.