

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет психології та соціальної роботи

(повне найменування інституту/факультету)

Кафедра практичної та клінічної психології

(повна назва кафедри)

Кваліфікаційна робота

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

**«Вплив інтренету, соціальних мереж і додатків для знайомств на
гендерні взаємовідносини сучасної молоді»**

**«Influence of the Internet, social media and dating applications on gender
relations of modern youth »**

Виконал(а): здобувачка денної форми навчання

Спеціальності 053 Психологія

Освітня програма «Психологія»

Байлюк Катерина Сергіївна

Керівник Доцент, к.п.наук Смокова Л.С

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали) (підпис)

Рецензент д.психол.н., професор Кононенко О.І.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали)

Рекомендовано до захисту:

Протокол засідання кафедри

№ ___ від _____ 202_ р.

Захищено на засіданні ЕК

протокол № ___ від _____ 202_ р.

Оцінка _____ / _____ / _____
(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Голова ЕК

Завідувач кафедри

(підпис)

(підпис)

Одеса – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ І ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ГЕНДЕРНИХ ВІДНОСИН, МОДЕЛЕЙ ТА СУЧАСНИХ ПОЛОЖЕНЬ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ ДОДАТКІВ ДЛЯ ЗНАЙОМСТВ У НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ.....	8
1.1. Розкриття поняття «гендер» та його складових.....	8
1.2. Вивчення впливу онлайн середовища на загальну комунікацію суспільства.....	16
Висновки до першого розділу.....	19
РОЗДІЛ ІІ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІНТЕРНЕТУ, СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ І ДОДАТКІВ ДЛЯ ЗНАЙОМСТВ НА ГЕНДЕРНІ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ.....	22
2.1. Організація та методи дослідження впливу інтнету, соціальних мереж і додатків для знайомств на гендерні взаємовідносини сучасної молоді.....	22
2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження впливу інтнету, соціальних мереж і додатків для знайомств на гендерні взаємовідносини сучасної молоді.....	26
2.3. Аналіз взаємозв'язку гендеру, задоволеності відносинами та мотивів використання соціальних мереж.....	46
Висновки до другого розділу.....	50
ВИСНОВОК.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	54
ДОДАТКИ.....	61

ВСТУП

Обрана тема є вкрай актуальною у сучасному світі, адже технологічний прогрес суттєво впливає на усі сфери нашого життя, включаючи гендерні взаємовідносини молоді. Сьогодні нам не обов'язково писати паперові листи чи бачитися у реальному житті, достатньо зробити звичайний чи відеодзвінок або написати коротке смс. Ці зміни також впливають на гендерну взаємодію та будівництво романтичних стосунків.

Ще 20 років тому не було онлайн-платформ для знайомств, і люди могли зустрічатися лише у реальному житті. Сьогодні для знайомства достатньо відкрити профіль і поспілкуватися за допомогою смс. Додатки для знайомств, такі як Tinder, користуються великою популярністю. Все, що потрібно, це створити профіль, додати фото і написати короткий опис. Потенційні партнери можуть "лайкати" або "дизлайкати" профілі, проводячи пальцем ліворуч чи праворуч.

Онлайн-знайомства є одним із найпростіших способів зустрітися з людьми зі схожими інтересами. Незважаючи на успішність багатьох стосунків, які почалися через такі платформи, їх бізнес-моделі можуть викликати залежність від постійного використання. Сучасна молодь часто уникає знайомств у реальному житті, що суттєво відрізняється від патернів гендерної взаємодії минулого.

Інтерфейс додатків для знайомств перетворює пошук кохання на гру, де дофамін стимулює радість від співпадінь симпатій, що може призвести до залежності[2].

Співзасновник Tinder Джонатан Бадін, який вперше розробив функцію свайпа, характерну для багатьох dating-додатків, раніше казав: «Одна з головних функцій Tinder - перетворити колись "кропітку роботу" з пошуку пари на щось «веселе»» [2].

Популярна програма для знайомств «Hinge» коментує це так: «Може здаватися, що «метчі» (мовою застосунків) або «співпадіння» трапляються

часто, а спілкування приносить задоволення, але, з 500 співпадінь симпатій лише одне закінчується обміном телефонними номерами» [2].

На сьогодні в сучасних статтях розглядаються проблеми, пов'язані з використанням додатків для знайомств, які можуть негативно впливати на користувачів. Це залежність від стимуляції дофаміну через сповіщення про "матчі", що шкодить психічному здоров'ю, відмови та ігнорування, які викликають тривогу та депресію, а також самотність і погіршення самооцінки через збільшення вибору партнерів. Крім того, анонімність і обман у віртуальних знайомствах руйнують довіру та негативно впливають на психічний стан.

Водночас, програми для знайомств можуть бути корисними для певних груп людей, таких як інтроверти або новачки в місті. Однак, важливо враховувати ризики і користуватися додатками розумно [2].

Проведення власних досліджень у рамках кваліфікаційної роботи є важливим кроком у розумінні впливу додатків для знайомств на гендерні відносини сучасної молоді. Дана робота охопить відомі аспекти цієї проблеми та дослідить маловивчені питання, зокрема, зміни у гендерній поведінці та вплив онлайн-спілкування на довгострокові стосунки. Це дозволить краще зрозуміти, як цифровий світ формує гендерні стосунки між молодими людьми. Дане дослідження буде зосереджене на тому, як використання додатків впливає на психологічний стан користувачів, зміну гендерної взаємодії та конструктивність спілкування, що допоможе зрозуміти глибші механізми цього явища.

Мета дослідження - вивчити вплив різних онлайн-платформ для знайомств на зміну міжособистісної гендерної взаємодії молоді та конструктивність спілкування.

Завдання дослідження:

1. Провести теоретичний аналіз впливу інтернет-мереж на міжособові відносини та формування гендерних стереотипів.

2. Підібрати діагностичний інструментарій для проведення емпіричного дослідження.

3. Дослідити, як використання додатків, таких як Tinder і Bumble, впливає на гендерну динаміку та чи змінюють вони гендерні стереотипи у спілкуванні.

4. Проаналізувати тон та характер взаємодії користувачів на платформах для знайомств, визначити конструктивність спілкування і оцінити задоволеність стосунками колишніх користувачів.

Об'єкт дослідження: Молодь, яка використовує онлайн-платформи для знайомств.

Предмет дослідження: Вплив різних онлайн-платформ для знайомств на зміну міжособистісної гендерної взаємодії молоді та конструктивність спілкування.

Методи дослідження: Для досягнення поставлених цілей було обрано такі методи дослідження:

1) теоретичні методи (аналіз наукових психологічних джерел, як вітчизняних, так і зарубіжних, з уточненням, узагальненням та систематизацією основних понять);

2) емпіричні методи: опитувальник BemSexRoleInventory (BSRI) для оцінки статевої рольової самоідентифікації; RelationshipAssessmentScale (RAS) для вимірювання якості відносин (Hendrick, S. S., 1988); шкала мотивів використання соціальних мереж для підлітків та молоді (Miguel-ÁngelPertegal, AlfredoOliva, AnaRodríguez-Meirinhos, 2019); напівструктуроване інтерв'ю для детального вивчення індивідуальних досвідів;

3) методи статистичної обробки даних.

Організація і база проведення емпіричної роботи: Дослідження проводилось в онлайн форматі за допомогою Google форм серед молоді української національності віком від 18 до 35 років, яка має досвід використання соціальних мереж та додатків для знайомств.

Практичне значення роботи: Отримані результати можуть бути використані для написання рефератів, доповідей, лекцій і семінарських занять за такими дисциплінами як Соціальна психологія та Диференційна психологія.

Апробація результатів дослідження: Результати дослідження в рамках написання бакалаврської кваліфікаційної роботи було розглянуто та схвалено на студентській науково-практичній конференції: Психологічні особливості ВПО та труднощі адаптації. Матеріали до 80-ї звітної студентської наукової конференції. Секція «Факультету психології та соціальної роботи». Підсекція «Психологія» 23-25 квітня 2024 р. Одеса" Одес. нац ун-т ім.І.І, Мечникова, 2024 С. 29–32.

Структура роботи: Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу та загальних висновків, списку використаної літератури (51 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 67 сторінок. У роботі наявні: 9 таблиць, 7 рисунків.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ГЕНДЕРНИХ ВІДНОСИН, МОДЕЛЕЙ ТА СУЧАСНИХ ПОЛОЖЕНЬ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ ДОДАТКІВ ДЛЯ ЗНАЙОМСТВ У НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ.

1.1 Розкриття поняття «гендер» та його складових.

На сучасному етапі спостерігається термінологічна невизначеність навколо поняття «гендер», яке тісно пов'язане з категорією «стать». Ця невизначеність зумовлює потребу у глибшому аналізі та розумінні значення терміну «гендер». Важливо враховувати як його соціальний, так і біологічний аспекти. Вивчення терміну «гендер» допомагає розрізнити біологічні відмінності між чоловіками і жінками та соціальні ролі, які їм приписуються в різних культурах. Це поняття також дозволяє досліджувати, як суспільство формує очікування та поведінкові норми для різних статей, і як ці очікування впливають на особистий та соціальний розвиток індивідів[4, с. 5].

«Гендер – це складний соціокультурний конструкт, що відображає відмінності в ролях, поведінці, ментальних та емоційних характеристиках між чоловічим і жіночим [5, с. 232]. Поняття «стать» і «гендер» співвідносяться як світло і колір. Тобто стать і світло – природні фізичні явища, що допускають об'єктивні зміни. Гендер і колір – це історичні, культурно зумовлені категорії, за допомогою яких люди групують певні властивості, надаючи їм символічного значення» [6, с. 114].

Гендер охоплює різноманітні характеристики, пов'язані з маскулінністю та фемінністю. Залежно від контексту, під такими характеристиками можуть мати місце соціальні структури (наприклад, гендерні та інші соціальні ролі) або гендерна ідентичність. Спочатку термін «гендер» використовувався як доповнення до поняття «стать» і був

протиставлений йому. Однак у деяких випадках термін «гендер» використовується як синонім поняття «стать» [3].

Гендер охоплює багато різних елементів поведінки, тому він досить складний за суттю. Його можна зустріти в науковій літературі різних контекстах. Ось декілька визначень, які знадобляться для подальшого дослідження:

- Гендерні відносини - специфічні соціальні зв'язки, які об'єднують жінок і чоловіків як соціальні групи в конкретній спільноті, включаючи розподіл влади, доступу до ресурсів та контролю над ними між статями.

- Гендерні норми - стандарти і очікування, які зазвичай визначають, як повинні поводитися жінки і чоловіки в конкретному суспільстві, культурі та часі.

- Гендерні ролі – соціальні норми поведінки, які вважаються соціально прийнятними для осіб певної статі в рамках певної культури.

- Гендерні стереотипи - упередження, які приписують жінкам і чоловікам певні характеристики і ролі внаслідок їхньої статі.

- Гендерна система - система економічних, соціальних, культурних і політичних структур, які підтримують і відтворюють різницю у гендерних ролях і атрибутах жінок і чоловіків.

- Гендерна соціалізація - процес, внаслідок якого люди усвідомлюють і виконують моделі поведінки, пов'язані з культурними нормами щодо жіночості і чоловічості.

- Гендерна статистика – статистичні дані, які відображають різниці і нерівності у статевому положенні жінок і чоловіків у всіх сферах життя.

- Гендерна стереотипізація - практика приписування конкретних ознак, характеристик і ролей жінкам і чоловікам на основі їхньої статевої приналежності.

- Гендерна чутливість - усвідомлення і врахування соціальних і культурних факторів, які впливають на гендерне виключення та дискримінацію в різних сферах життя.

- Гендерне вираження - спосіб, яким людина проявляє свою гендерну ідентичність і як її сприймають інші.

- Гендерне питання - будь-яке питання чи проблема, що виникає внаслідок гендерних різниць між жінками та чоловіками.

- Гендерний аналіз - критичне обговорення впливу гендерних ролей, діяльності, потреб, можливостей та прав на жінок і чоловіків у конкретній ситуації чи контексті.

- Гендерний контракт - сукупність правил, що регулюють гендерні відносини і розподіл роботи, відповідальності та обов'язків між жінками і чоловіками на рівнях культури, установ і процесів соціалізації.

- Гендерний мейнстрімінг – систематичне врахування гендерних різниць у всіх політиках та діях.

- Гендерний паритет – рівноправне представництво жінок і чоловіків у визначених сферах або контекстах.

- Гендерні студії - академічний підхід до вивчення становища жінок і чоловіків і гендерних відносин, що включає гендерно чутливий аналіз всіх інших дисциплін.

- Гендерно зумовлене насильство - насильство, спрямоване на особу через її стать або гендерну ідентичність.

- Гендерно чутлива мова - використання мови, яка відображає гендерну рівність і враховує різноманітність гендерних ідентичностей. [7, с. 30].

Незважаючи на вищезазначені тлумання і сучасну розбіжність поняття гендеру і статі, у даній кваліфікаційній роботі ці два поняття будуть ототожнюватися на основі біодетерміністської теорії з тієї причини, що на сьогодні в українському суспільстві не таку велику поширеність або популярність має різноманіття гендерів і переважна більшість людей співвідносять свою стать із гендером.

Дослідження буде здійснюватися саме серед української молоді з урахуванням цих соціокультурних особливостей середовища. Таке рішення було прийняте з метою адаптації дослідження до контексту українського

суспільства та забезпечення більш точного відображення уявлень про гендер та стать серед молоді в Україні.

Біодетермінізм (біологічний детермінізм) – принцип розгляду явищ, згідно з яким визначальними для характеристик людини вважаються біологічні природні фактори. Вперше біодетермінізм виник в середині ХІХ століття в контексті вчення Дарвіна про природний добір, спочатку для пояснення своєрідності поведінки живих систем, до яких згодом стали відносити і людину. В якості прикладу слід згадати школу соціального дарвінізму, яка переносить закони Дарвіна (закон природного добору та боротьби за існування) на суспільство.

Основна ідея біодетермінізму в гендерній теорії полягає у, так званій, ідеї статі:

- по-перше, стать становить основу і структуру всього біологічного;
- по-друге, стать є динамічним потоком, що забезпечує людину вітальною силою біологічного характеру, якому вона надає первинного значення як основоположному стрижню протягом всього періоду своєї життєдіяльності [8, с.12].

У зв'язку з постійними змінами соціальних і культурних уявлень про те, як чоловіки та жінки відіграють певну роль у суспільстві, гендерні відносини стають об'єктом жвавих дебатів і досліджень. Гендерні відносини описують, як чоловіки та жінки сприймаються, взаємодіють і функціонують у суспільстві. Ці відносини відображають різноманітні елементи, включаючи фінансові, культурні, історичні та політичні фактори.

В цьому теоретичному розділі розглядаються гендерні відносини, які складаються з набору соціальних норм, очікувань і взаємодій між чоловіками та жінками в суспільстві, які є важливою частиною сучасної соціальної культури, а також розглядаються різні гендерні моделі.

Традиційна модель гендерних відносин зосереджена на зовнішніх проявах і визначена чітким розподілом соціальних ролей. Вона охоплює античні, середньовічні та сучасні (світські) моделі, які суттєво відображають

патріархальну культуру. Ця модель гендерних відносин ґрунтується на ідеї ієрархії, де акцент не стільки на принцип і рівноправ'я, скільки на розумінні специфіки ролей жінок і чоловіків. Для концепції мужності важлив і тріада «батьківство-сила-влада», а для концепції жіночності – «материнство-слабкість-підпорядкування». Фемінізм, зокрема у радикальній гілці, виступає як реакція на патріархальну модель, намагаючись створити модель, що протистоїть їй дзеркально. Це викликає уявлення про зміну гендерних відносин [8, с. 49].

Розподіл людства на дві половини в історії культури був результатом спроби зрозуміти відмінності між чоловічою та жіночою статями. Інтимність між чоловіком та жінкою в особистих стосунках, а також визначення «спільної території», початкової єдності протилежностей, яка уможлиблює розмову [8, с. 50].

З розвитком некласичної моделі виникають нові терміни:

Архетипи - це символічні структури, що пронизують історію культури, відображаючи свідоме і підсвідоме функціонування людських цінностей. Символіка архетипів співвідноситься з ідеями та образним змістом таким чином, що при всіх конкретно-історичних варіаціях цих ідей інваріантним залишається сама тематизація через архетипічні символи різних цінностей. Наприклад, трійця "істина - добро - краса" є характерною для всіх епох цивілізаційного розвитку, але в кожній епосі має унікальне змістове втілення з врахуванням моральних, естетичних та пізнавальних цінностей.

Поняття архетипів було вперше введено піфагорійцями і далі розглядалося платоністськими школами як аналог "вічних ідей" (ейдосів), що символізуються. У такому розумінні архетипи використовувалися Діонісієм Ареопагітом, Бруно, Кеплером, Сковородою. Як "праформи" архетипитрактувалися у творчості Данте, Гете, Томаса Манна.

У психологічному контексті вчення про архетипи розвинув Юнг, який пов'язував їх з символічними структурами "колективного підсвідомого", такими як "Самість" (особистість), "Маска" (соціальні ролі), "Тінь"

(антагоністична частина особистості), "Аніма" (жіночий аспект у чоловіків) та інші.

Архетипи можуть виявлятися як міфологеми (фантастичні уявлення про небо, землю, пекло), раціональні утворення (концепції наукових ідеалів, симетрії, хаосу та порядку) або образи етико-нормативної свідомості (наприклад, 10 заповідей у християнстві).

До архетипів також відносяться символічні використання понять "Захід" та "Схід" як специфічних виявів демократичних та деспотичних тенденцій суспільного розвитку. Існують також національні архетипи, які можуть відображати менталітет різних народів, такі як "Дім" (символ святого середовища), "Поле" (життєвий простір), "Храм" (символ святинь).

Аналіз архетипів є важливим засобом дослідження культурних та національних свідомостей [9, с. 39].

Важливу роль у контексті гендерних відносин відіграють стереотипи. Стереотипи - це усталена уява, уявлення або узагальнення про певні ролі, які приписуються чоловікам і жінкам у суспільстві на підставі їх статевої приналежності. Ці стереотипи можуть бути широко поширеними, нав'язливими та негативно впливати на індивідуальний розвиток та можливості особистості.

У більшості випадків гендерні стереотипи не лише створюють рамки для вибору ролей та визначення інтересів осіб, незалежно від їх статі, але й значно впливають на їхні соціальні можливості та самовизначення. Наприклад, у суспільстві може існувати розповсюджена уява про те, що жінки мають займатися виключно справами вдома та вихованням дітей, тоді як від чоловіків очікується роль провідника сім'ї з високим рівнем доходу. Ці глибоко укорінені уявлення про гендерні ролі часто стають основою для дискримінації на різних рівнях суспільства, сприяючи виникненню нерівностей і обмежень у можливостях кожної особистості розкрити свій потенціал та здійснити самореалізацію.

Самосвідомість як індивідуальності нерозривно пов'язана з гендерними відносинами. Це означає, що наше розуміння себе та інших людей значною мірою формується через призму гендерних ролей, які, у свою чергу, визначаються культурними нормами і соціальними очікуваннями. Ці ролі диктують, як ми повинні поводитися, які цінності підтримувати і як сприймати себе у контексті суспільства.

Ідентичність - це складний концепт, який визначає, хто ми є як особистості. Це включає в себе наші переконання, цінності, досвід, культурні звичаї, соціальні ролі та багато іншого. Ідентичність формується впродовж життя через взаємодію з навколишнім середовищем, вихованням, досвідом та внутрішніми переконаннями.

Гендерна ідентичність визначає, як людина сприймає свою стать, може відчувати себе чоловіком, жінкою, обома або нічим з цього. Вона не обов'язково збігається з біологічною статтю, приписаною при народженні. Важливо розуміти, що гендерна ідентичність є особистою та унікальною для кожної юдини.

У результаті часто акцентується увага на зовнішніх ознаках чоловічості та жіночості. Андрогін, що раніше відображав гармонійне поєднання цих аспектів, у мас-культурі перетворюється на парадоксальні образи, як от жінки з вусами у чоловічому вбранні чи чоловіка у жіночому одязі з відповідними манерами. Ці образи здаються самодостатніми, але насправді вони лише пародійні копії колишньої цілісності андрогіна. Межі між чоловічим та жіночим стираються, і більш життєздатними стають ті, хто здатний інтегрувати ознаки обох соціальних статей, втілюючи ідеал андрогінної істоти.

У ХХ столітті усвідомлено значення андрогінного архетипу в контексті гендерних відносин, що розглядається через призму юнгіанського вчення про аніму та анімус. Дослідницька спроба усвідомити гендерні відносини як складну проблему викликає потребу вирішення внутрішніх конфліктів, таких як розщепленість, самотність та відчуження, через особистісний розвиток.

Нова модель потребує гармонізації гендерних архетипів і стереотипів, сприяючи формуванню тілесної ідентичності в умовах, спрямованих на подолання природних бар'єрів[8, с. 50].

Основні аспекти постнекласичної моделі:

1) Поліцентричність в моделі гендерних відносин позначається наявністю різних центрів або точок зору, що не обмежуються однією 'владною перспективою. Це свідчить про різноманіття гендерних ідентичностей та досвідів.

2) Нарцисичний та перформативний аспекти гендеру вказують на те, що сприйняття гендеру та його вираження можуть бути пов'язані з самопідтриманням та виконанням ролей, що включають соціально прийняті вчинки та жести.

3) Гендери чоловіка та жінки як символи відображаються як абстрактні концепти у деяких концепціях, які використовуються для вираження бажання та влади.

4) Поняття "втрачений Інший" та меланхолійна нестача вказують на почуття втрати або невизначеності, що пов'язані зі статевою ідентичністю та відносинами.

5) Владний конструкт та перформативність гендеру відображають ідею, що гендер є соціальноконструйованим поняттям, що формується через владу та дії суб'єктів.

6) Вихід за межі гетеросексуальної моделі підкреслює можливість існування та визнання інших форм гендерної ідентичності, що виходять за рамки традиційної гетеросексуальної моделі.

7) Стать як дія підкреслює концепцію гендерного вираження ідентичності як активного процесу, а не лише фіксованої статевої сутності[8, с. 66].

Наступним аспектом постнекласичної моделі є гендерна асиметрія. Це поняття розуміє під собою явище, ситуації коли люди стикаються з нерівністю, нерівними правами та нерівними можливостями на основі їхньої

статі чи гендерної ідентичності. Це охоплює відмінності в соціальних, економічних, політичних і культурних сферах життя, які виникають через соціальні норми, стереотипи, традиції та перешкоди, пов'язані з інституціями.

Гендерна асиметрія може відстежуватись у наступних аспектах нашого сучасного життя:

1) Економічна асиметрія:

У багатьох країнах спостерігається дискримінація жінок на ринку праці, про що свідчить їхня недостатня зарплата порівняно з чоловіками за однакову роботу. Крім того, відсутність системи підтримки та стереотипи, пов'язані з гендерними ролями, обмежують доступ жінок до керівництва та високих посад у компаніях. Сімейні обов'язки, зокрема відпустки по догляду за дітьми, часто покладаються на жінок, що може призводити до зниження їхнього соціального та економічного статусу.

2) Політична асиметрія:

У політиці жінок недостатньо, особливо на керівних посадах. Гендерна рівність залишається проблемою у політичних реформах та ініціативах. Жінки та представники гендерних меншин часто стикаються з перешкодами через існуюче середовище в політиці.

3) Соціальна та культурна асиметрія:

У суспільстві існують стереотипи щодо гендерних ролей та традиційні уявлення про ідеальне ставлення до чоловіків і жінок, що впливає на всі сфери життя, від сімейних відносин до медіа та культурних практик. Насильство, зокрема домашнє та сексуальне насильство, є серйозною проблемою, яка підсилює гендерну асиметрію та порушує права та гідність жінок та інших гендерних меншин.

4) Емансипація та інновації:

Незважаючи на ці виклики, багатокраїн активно працюють над забезпеченням гендерної рівності. Це включає в себе прийняття законів, що захищають права жінок і гендерних меншин, створення ініціатив і програм

для підтримки жінок у бізнесі та політиці, а також підтримку інтеграції різних гендерних ідентичностей у освіті та культурі. У цілому, гендерна асиметрія залишається складною та багатогранною проблемою в двадцять першому столітті [10].

1.2 Вивчення впливу онлайн середовища на загальну комунікацію суспільства.

Розвиток Інтернету та медіапростору кардинально змінив традиційні уявлення про суспільство та його внутрішні зв'язки, особливо впливаючи на гендерну комунікацію. Однією з найзначніших змін є те, що сьогодні більшість людей знайомляться саме онлайн, що суттєво змінило спосіб комунікації між статями.

Соціальні мережі та онлайн-платформи для знайомств створили нові можливості для взаємодії, які об'єднують різні соціальні групи і надають жінкам і чоловікам змогу знайомитися та спілкуватися на рівних умовах. Це призвело до зміни динаміки гендерних відносин, адже в онлайн-просторі межі між традиційними гендерними ролями стали менш вираженими [17].

У зв'язку з цим у зарубіжних країнах швидко розвиваються наукові дослідження цього феномену та його впливів на людину, які отримали статус самостійного дослідницького напрямку. В Україні дослідження медіапростору, зокрема соціальних мереж, тільки починає розвиватися. Наразі соціологічні дослідження щодо нових комунікаційних середовищ, таких як віртуальні соціальні мережі, не мають достатнього теоретичного підґрунтя й залишаються обмеженими.

На сучасному етапі соціологічний погляд на проблему появи нового комунікаційного середовища – віртуальних соціальних мереж – недостатньо розвинений і теоретично обґрунтований [11, с. 15].

До появи онлайн-побачень люди розміщували газетні оголошення у так званих "колонках для самотніх сердець" [12].

Сьогодні до таких знайомств ставляться значно лояльніше, ніж навіть десять років тому. Публіка зрозуміла, що це цілком прийнятний спосіб знайти потенційного партнера [12].

Однак, від подібних за стосунків можна отримати не лише користь, а й серйозні наслідки.

Інтернет-сайти знайомств, такі як Tinder і Badoo, мають серйозні проблеми з домаганнями та небажаними фотографіями. Ця проблема полягає в тому, що користувачі часто стикаються з ситуаціями, коли їм надсилають небажані повідомлення чи фотографії, а також примушують до неприємних дій або демонструють нетолерантність.

У соціальних мережах є частина людей, які використовують ці сервіси для непотрібних домагань або надсилання образливих фотографій. Це може включати небажані сексуальні пропозиції, образливі коментарі або поширення непристойних зображень.

Жертви можуть відчувати серйозні наслідки, такі як відчуття стресу, тривоги та втрата довіри до інтернет-спілкування через цю проблему. Багато користувачів, особливо жінки, відчувають себе нещасливими та незахищеними через такі обставини.

Дослідження PewResearchCenter за 2021 рік показали, що жінки значно більше страждають від сексуальних домагань, ніж чоловіки.

57% жінок віком від 18 до 34 років отримали відверті сексуальні повідомлення або фото, про які не просили. Дослідники також зафіксували високий рівень погроз фізичної розправи щодо жінок: 19% проти 9% для чоловіків.

Марі Бергстрем з Французького інституту демографічних досліджень (INED) у Парижі вивчає те, що вона називає "приватизацією знайомств" на таких платформах, як Tinder: "Ці програми дуже відокремлені у тому сенсі, що вони повністю відірвані від соціального життя. Вони відрізняються від традиційних місць зустрічі, як-то робота, школа, друзі, сім'я", - каже Бергстрем [12].

«Оскільки віртуальна реальність відкриває нові можливості для розробників, а кількість її користувачів, як очікують, у наступні п'ять років перевищить 672 млн, онлайн-платформи стануть головним місцем, де люди шукатимуть сексуальні контакти чи кохання.» - прогнозує сайт Statista [15].

«Гадаю, такі сервіси ставатимуть все важливішими для знайомства з потенційними партнерами», - каже Марі Бергстрем, авторка книги "Нові закони кохання: онлайн-знайомства та приватизація близькості» [13].

«Раніше не було окремого місця для знайомств. Тепер воно є, і стає все менш прийнятним вступати в сексуальні й романтичні стосунки в інших контекстах. Це ж стосується роботи. Раніше багато хто знайомився з сексуальними партнерами на роботі. А зараз заводити стосунки з колегами стає все менш прийнятним», - додає М. Бергстрем [12].

Багато користувачів використовують платформи для знайомств лише для розваги, без намірів мати справу з людьми в реальному житті. Через різні обставини вони не бажають переходити до реальних зустрічей, хоча в онлайн-середовищі вони можуть насолоджуватися спілкуванням і фліртом. Такий підхід може бути зручним і для тих, хто шукає лише віртуальні відносини, але він також може мати негативні наслідки для осіб, які насправді прагнуть створити значимі стосунки.

Інтернет-спілкування на веб-сайтах знайомств, які не передбачають реальних зустрічей, може бути не лише неконструктивним, але й витратою часу для користувачів. Дослідження показують, що довготривале віртуальне спілкування без переходу до реальних зустрічей може призвести до втрати інтересу та відчуття реальності у відносинах. Також, це може стати пасткою для тих, хто мріє про стабільні та серйозні стосунки.

Користувачі ризикують втратити можливість насправді побачити, як вони взаємодіють із потенційним партнером, витрачаючи час на безкінечне обговорення та флірт у віртуальному середовищі без конкретних планів на зустрічі у реальному житті. Оскільки це спілкування відокремлює людей від реальних життєвих ситуацій, воно може перешкоджати розвитку соціальних

та інтимно-гендерних зв'язків. Це особливо актуально в умовах, коли віртуальне спілкування визначається переважно обмеженими формами взаємодії, які не сприяють налагодженню реальних емоційних та фізичних зв'язків.

Таким чином, дотримання балансу між віртуальним і реальним спілкуванням на платформах для знайомств є важливим аспектом для досягнення задоволення від взаємодії та підтримання здорових відносин.

Висновки до 1 розділу.

Гендер є складною соціальною культурною концепцією, яка відображає соціально визначені відмінності між чоловічою та жіночою ідентичністю в порівнянні з біологічною статтю. Він складається з різноманітних елементів, включаючи поведінку, ролі, норми та стереотипи, які формуються та сприймаються у різних соціокультурних контекстах.

Сучасні психологічні теорії визнають значення гендерних відносин у формуванні особистості та соціальної ідентичності. Підхід біодетермінізму, який розглядає гендер через біологічні визначники, наголошує на впливі генетики та фізіології на гендерні відмінності. Проте важливо враховувати неоднозначність термінології та розбіжності між поняттями "гендер" і "стать", що впливає на підходи до дослідження в цій області.

Гендерні стереотипи є неодмінною частиною соціального середовища, в якому вони обмежують і формують поведінку та очікування осіб різної статі. Ці стереотипи і соціальні норми визначають ідентичність та роль кожної статі у суспільстві, що ілюструє гендерну асиметрію у розподілі влади, ресурсів та можливостей.

Визначено, що дослідження гендерних відносин включає аналіз соціальних ролей, ідентичності, стереотипів та асиметрії, що сприяє розумінню механізмів сучасного гендерного порядку. Відкриття цих

механізмів дозволяє глибше розуміти соціокультурні динаміки, які впливають на формування особистості та соціальних взаємодій.

Онлайн платформи для знайомств представляють собою важливе поле для дослідження впливу гендерних стереотипів та ролей на міжособистісні взаємодії. Вони сприяють як позитивним, так і негативним аспектам взаємодії, включаючи зближення, але й можуть підсилити гендерні нерівності та соціальні асиметрії. Враховуючи вище наведене, важливо продовжувати дослідження в цій області, зокрема з урахуванням місцевих умов та соціокультурних особливостей різних груп населення. Це дозволить розширити наше розуміння гендерних взаємодій і сприятиме розвитку більш інклюзивного та рівноправного суспільства.

РОЗДІЛ 2

ЕКСПЕРЕМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІНТЕРНЕТУ, СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ І ДОДАТКІВ ДЛЯ ЗНАЙОМСТВ НА ГЕНДЕРНІ ВЗАЄМВІДНОСИНИ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

2.1 Організація та методи дослідження впливу інтренету, соціальних мереж і додатків для знайомств на гендерні взаємовідносини сучасної молоді.

У рамках написання кваліфікаційної роботи було організовано та проведено експериментальне дослідження впливу інтренету, соціальних мереж і додатків для знайомств на гендерні взаємовідносини сучасної молоді

Мета дослідження: вивчити вплив різних онлайн-платформ для знайомств на зміну міжособистісної гендерної взаємодії молоді та конструктивність спілкування.

Гіпотеза дослідження: Використання Інтернету, соціальних мереж і додатків для знайомств впливає на гендерні взаємовідносини сучасної молоді шляхом формування нових моделей спілкування, стилю, . Ці технології сприяють переосмисленню гендерних ролей, розширенню соціального кругу і зміцненню індивідуальної самоідентифікації. Водночас вони можуть призводити до викликів, таких як залежність від онлайн-комунікацій, віртуальна ізоляція та нереалістичні очікування від відносин.

Для досягнення мети дослідження необхідно вирішити наступні завдання:

1. Провести теоретичний аналіз впливу інтернет-мереж на міжособові відносини та формування гендерних стереотипів.
2. Підібрати діагностичний інструментарій для проведення емпіричного дослідження.

3. Дослідити, як використання додатків, таких як Tinder і Bumble, впливає на гендерну динаміку та чи змінюють вони гендерні стереотипи у спілкуванні.

4. Проаналізувати тон та характер взаємодії користувачів на платформах для знайомств, визначити конструктивність спілкування і оцінити задоволеність стосунками колишніх користувачів.

Експериментальне дослідження проводилось в кілька етапів:

1. Теоретична підготовка та вибір методик дослідження

На першому етапі було проведено детальний аналіз наукової літератури, присвяченої темі впливу інтрнету, соціальних мереж і додатків для знайомств на гендерні взаємовідносини сучасної молоді.

Основними напрямками дослідження були визначені теоретичні засади поняття гендеру, гендерних взаємовідносин та сучасного положення щодо наслідків і динаміки використання соціальних мереж і додатків для знайомств серед молоді. Було обрано методики для збору та аналізу даних, зокрема, опитувальники і інтерв'ю, які дозволяють оцінити відповідність соціальних ролей та гендерної ідентичності до статі, рівень впливу додатків для знайомств, рівень задоволеністю стосунками/спілкуванням в інтернеті, ставлення цільової аудиторії дослідження до подібних додатків та мотиви використання соціальних мереж молоддю.

Методики були підібрані з метою діагностики комплексного та багатовимірного впливу інтрнету, соціальних мереж і додатків для знайомств на гендерні взаємовідносини сучасної молоді.

2. Підготовка загального опитувальника з методиками та пошук респондентів.

Для дослідження впливу інтернету, соціальних мереж і додатків для знайомств на гендерні взаємовідносини сучасної молоді було зібрано респондентів віком від 18 до 30 років через соціальні мережі та інші онлайн-ресурси. Запити на участь розміщувалися за допомогою Google-форми, яка містила питання з усіх обраних методик дослідження. Після збору даних

форма аналізувалась для отримання висновків щодо співвідношення між використанням інтернет-технологій та гендерними взаємовідносинами у молодіжному середовищі.

3) Підбиття висновків

На заключному етапі дослідження здійснювалось підведення підсумків на основі отриманих відповідей у Google-формі. Дані були оброблені та проаналізовані для виявлення ключових тенденцій у використанні соціальних мереж та додатків для знайомств. Цей процес дозволив узагальнити результати й зробити об'єктивні висновки щодо впливу цих технологій на гендерні відносини серед молоді.

Використовувалися наступні методики:

1. Шкала оцінки відносин (Relationship assessment scale) Hendrick, S. S. (1988)

Шкала з 7 пунктів, призначена для вимірювання загального задоволення відносинами. Відповідачі оцінюють кожен пункт за допомогою 5-тибальної шкали, де 1 означає низьке задоволення, а 5 – високе задоволення.

У даному опитувальнику респондентам пропонувалось оцінити свої думки щодо їх партнерства або колишнього партнера, або онлайн спілкування з особою, яку вони вважають своїм партнером, відповідаючи на запитання з 5 варіантами відповіді на кожне. Якщо особа не перебувала в поточних стосунках, її просили, відповідати на питання, оцінюючи колишні зв'язки або спілкування.

2. Опитувальник статево-рольової само ідентифікації Сандри Бем

Статево-рольовий опитувальник Сандри Бем (BemSex-RoleInventory, BSRI) є широкоживаним інструментом для вимірювання гендерної ідентичності та стереотипів. Розроблений у 1974 році, він орієнтований на визначення того, наскільки особа ідентифікує себе з традиційно маскулініними (чоловічими), фемінініними (жіночими) або андрогенніними

ролями. Опитувальник складається з 60 питань, кожне з яких оцінює респондент на двобальній шкалі: «Так,якість присутня» або «Ні,якість відсутня», відображаючи важливість маскулічних, фемінічних або обох рис у їхній ідентичності.

BSRI використовується для дослідження гендерних ролей, стереотипів та ідентичності в психологічних та соціологічних дослідженнях, а також в клінічній практиці для оцінки гендерної ідентичності. Його особливий акцент на андрогінність дозволяє вивчати здатність осіб поєднувати риси, традиційно вважані чоловічими і жіночими, що важливо для розуміння гнучкості гендерних ролей.

BSRI є добре валідованим інструментом з високою надійністю, що надає структурований підхід до вимірювання гендерної ідентичності і сприяє подальшому розвитку знань про гендерні стереотипи та їх вплив на індивідуальність в сучасному суспільстві.

3. Шкала мотивів використання соціальних мереж для підлітків та молоді (Miguel-Ángel Pertegal, Alfredo Oliva, Ana Rodríguez-Meirinhos, 2019)

Шкала включає в себе 20 пунктів, які охоплюють 9 різних факторів соціальної активності і поведінки: побачення, пошук нових друзів, встановлення академічних цілей, взаємодія в соціальних групах, спостереження за іншими людьми, розваги, пошук визнання у соціальному оточенні, вираження власної особистості та пошук інформації. Кожен з цих факторів відображає різні аспекти соціальної активності та спілкування, що є важливими для розуміння соціальних взаємовідносин та індивідуальної поведінки в різних контекстах життя.

4. Напів структуроване інтерв'ю

Дана методика містить 9 питань спрямованих на отримання та дослідження думки користувачів онлайн-платформ для знайомств щодо корисності, конструктивності, стереотипів, переваг та недоліків користування такими за стосунками для онлай-побачень. Респонденти мали

відповісти як на закриті, так і на відкриті питання опитувальника, маючи змогу розкрити свою думку у повному обсязі.

2.2 Аналіз та інтерпретація результатів дослідження впливу інтрнету, соціальних мереж і додатків для знаомств на гендерні взаємовідносини сучасної молоді.

Для визначення впливу інтрнету, соціальних мереж і додатків для знайомств на гендерні взаємовідносини сучасної молодінижче представлено загальні результати опитувань заобраними методиками.

Таблиця 2.1.

Соціально-демографічні характеристики виборки дослідження

Характеристики		Процент %	Кількість
Вік	18-25	55,0	22
	26-35	45,0	18
Стать	Ж	50	20
	Ч	50	20

У дослідженні розглянуто соціально-демографічні характеристики вибірки, яка складається з 40 учасників. Характеристики включають вік та стать респондентів. За віковими категоріями учасники поділилися наступним чином: 55% або 22 особи були віком від 18 до 25 років, тоді як 45% або 18 осіб належали до вікової групи від 26 до 35 років. Щодо статі, вибірка рівномірно розподілилася між жінками та чоловіками, по 50% кожного. Це становить 20 жінок і 20 чоловіків. Таким чином, вибірка дослідження представляє різноманітність вікових груп та гендерну рівність, що дозволяє врахувати різні соціально-демографічні аспекти при аналізі даних.

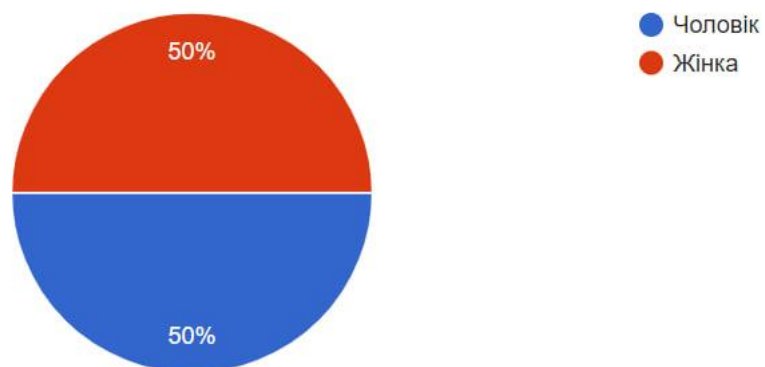


Рис.2.1. Процент співвідношення чоловіків та жінок.

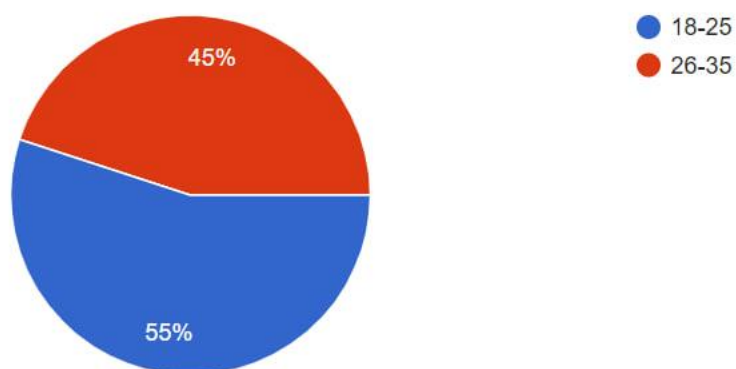


Рис.2.2. Процент співвідношення вікових груп.

Показники за опитувальником Сендри Бем

№	Стать	Основний індекс (IS)	Гендер
1	Жіноча	-0.61	Андрогінність
2	Чоловіча	-0.23	Андрогінність
3	Жіноча	1.42	Фемінність
4	Чоловіча	-1.18	Маскулінність
5	Чоловіча	0.69	Андрогінність
6	Жіноча	0.51	Андрогінність
7	Чоловіча	-1.05	Маскулінність
8	Жіноча	-0.23	Андрогінність
9	Жіноча	-0.61	Андрогінність
10	Жіноча	-0.32	Андрогінність
11	Жіноча	0.23	Андрогінність
12	Жіноча	0.66	Андрогінність
13	Жіноча	1.63	Фемінність
14	Чоловіча	-1.27	Маскулінність
15	Жіноча	0.46	Андрогінність
16	Жіноча	0.22	Андрогінність
17	Жіноча	0.12	Андрогінність
18	Чоловіча	0.34	Андрогінність
19	Чоловіча	-0.41	Андрогінність
20	Жіноча	0.26	Андрогінність
21	Жіноча	-0.37	Андрогінність
22	Чоловіча	0.42	Андрогінність
23	Жіноча	0.56	Андрогінність
24	Жіноча	0.11	Андрогінність
25	Жіноча	-0.16	Андрогінність
26	Чоловіча	0.63	Андрогінність
27	Жіноча	0.35	Андрогінність
28	Чоловіча	-0.11	Андрогінність
29	Чоловіча	-0.24	Андрогінність
30	Чоловіча	-0.18	Андрогінність
31	Чоловіча	0.83	Андрогінність
32	Чоловіча	0.59	Андрогінність
33	Чоловіча	0.49	Андрогінність
34	Чоловіча	0.82	Андрогінність
35	Чоловіча	-0.34	Андрогінність
36	Чоловіча	-0.60	Андрогінність
37	Чоловіча	-0.58	Андрогінність
38	Чоловіча	-0.76	Андрогінність

39	Жіноча	1.42	Фемінність
40	Чоловіча	-1.34	Маскулінність

Вибірка складається з 40 респондентів, розподілених порівну за статтю: 20 жінок і 20 чоловіків. Оцінки гендерної ідентичності базуються на основному індексі (IS), який варіюється від маскулінності до фемінності, з андрогінністю як проміжною категорією.

Аналіз таблиці показує наступні загальні результати. Більшість респондентів, як чоловіків, так і жінок, потрапили до категорії андрогінності. Це свідчить про те, що у них присутні як маскулінні, так і фемінні риси. Такий результат демонструє сучасну тенденцію до інтеграції традиційно чоловічих і жіночих якостей. Тільки дві жінки вказали на високий рівень фемінності, з індексами 1.42 і 1.63. Це відображає стійку орієнтацію на традиційні жіночі ролі. Кілька чоловіків мають високий рівень маскулінності, з індексами -1.18, -1.27 і -1.34. Ці результати вказують на збереження традиційних чоловічих ролей у певних респондентів.

Загалом, дані свідчать про те, що більшість учасників мають андрогінні риси, незалежно від статі. Це може свідчити про еволюцію суспільних норм та зміну уявлень про гендерні ролі, що дозволяє поєднувати в собі як традиційно чоловічі, так і жіночі якості. Також варто зазначити, що хоч маскулінні та фемінні риси присутні, вони значно менше поширені серед респондентів.

Узагальнюючи результати, можна зазначити, що у 82,5% респондентів спостерігається андрогінний тип. Це може пояснюватися саме юнацьким віком респондентів, максималістичними виявами поведінки, пошуком свого «Я» та процесом самоідентифікації гендеру. Такий високий відсоток андрогінності серед молоді може вказувати на те, що вони перебувають у процесі активного формування своєї особистості, де випробовуються різні ролі та якості, не обмежуючись традиційними гендерними стереотипами.

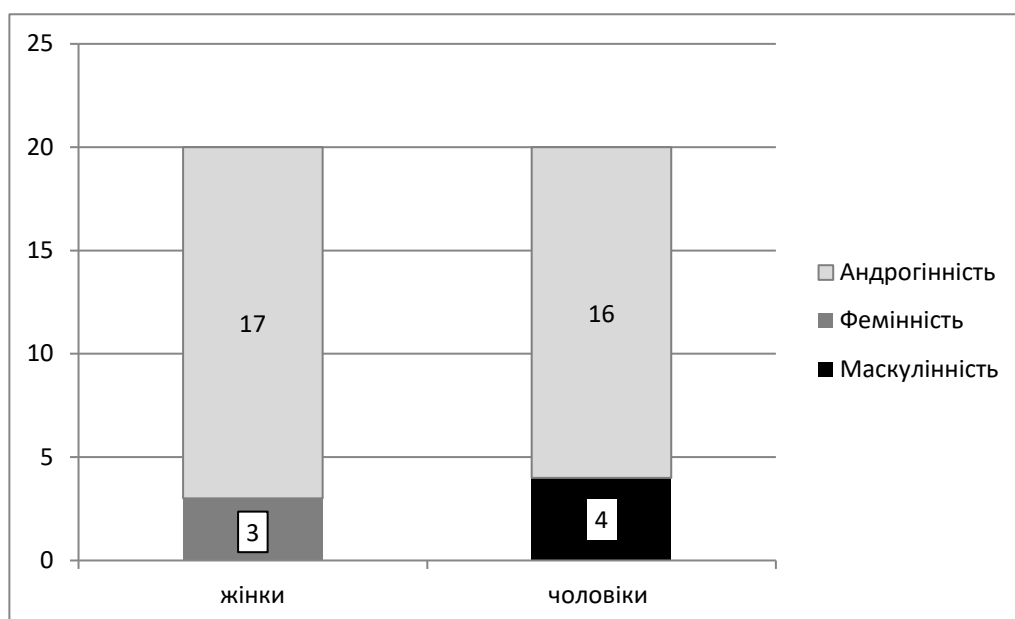


Рис. 2.3. Показники за методикою Сандри Бем

Таблиця 2.3.

Гендерні особливості прояву шкал оцінки відносин (RAS)

Шкали оцінки відносин	Стать	N	Ср.	Ст.значущість	T крит. Стюдента
Загальна задоволеність відносинами	Жіноча	19	6,62	0,012	2,91
	Чоловіча	21	5,05		
Порівняння з ідеальними стосунками	Жіноча	19	5,74	0,467	0,89
	Чоловіча	21	5,14		
Конфлікти та суперечки	Жіноча	19	6,47	0,614	1,43
	Чоловіча	21	5,52		
Підтримка з боку партнера	Жіноча	19	3,26	0,982	1,39
	Чоловіча	21	2,86		
Прихильність та близькість	Жіноча	19	3,37	0,613	1,33
	Чоловіча	21	2,95		

Загальна задоволеність відносинами: Середній бал для жінок склав 6,62, тоді як для чоловіків він був значно нижчим і становив 5,05. Статистична значущість цього результату склала 0,012, що є показником суттєвої різниці між гендерними групами. Критичне значення T Стюдента склало 2,91, що

підтверджує наявність значущої різниці в загальній задоволеності відносинами між жінками та чоловіками.

Порівняння з ідеальними відносинами: Середній бал для жінок склав 5,74, тоді як для чоловіків – 5,14. Однак, у цьому випадку статистична значущість виявилася невисокою і склала 0,467, що свідчить про відсутність значущої різниці між гендерними групами за цією шкалою. Критичне значення Т Стюдента було 0,89.

Конфлікти і суперечки: Жінки мали середній бал 6,47, тоді як чоловіки – 5,52. Статистична значущість склала 0,614, що вказує на відсутність значущої різниці між групами. Критичне значення Т Стюдента становило 1,43, що також підтверджує відсутність значущої різниці.

Підтримка з боку партнера: Середній бал для жінок склав 3,26, а для чоловіків – 2,86. Статистична значущість виявилася низькою і склала 0,982, що свідчить про відсутність значущої різниці міжгендерними групами за цією шкалою. Критичне значення Т Стюдента становило 1,39.

Прихильність і близькість: Жінки мали середній бал 3,37, тоді як чоловіки – 2,95. Статистична значущість склала 0,613, що вказує на відсутність значущої різниці між групами. Критичне значення Т Стюдента становило 1,33.

Таким чином, результати дослідження показують, що жінки в цілому більш задоволені своїми відносинами, ніж чоловіки. Це може бути пов'язано з різними факторами, такими як очікування відвідносин, соціальні норми та рольові установки. У той же час, за іншими шкалами, такими як порівняння з ідеальними відносинами, конфлікти і суперечки, підтримка з боку партнера та прихильність і близькість, суттєвих відмінностей між гендерними групами не виявлено. Ці результати свідчать про схожість у сприйнятті цих аспектів відносин між жінками та чоловіками.

Відмінності прояву шкал оцінки відносин (RAS) за розрахунком U-критерія Манна-Уїтні

Шкали оцінки відносин	Вік	Ср.зн	Рівень стат. значущості	U-критерій Манна-Уїтні
Загальна задоволеність відносинами	18-25	25,34	0,003	91,5
	26-35	14,58		
Порівняння з ідеальними стосунками	18-25	24,02	0,022	120,5
	26-35	16,19		
Конфлікти та суперечки	18-25	26,25	0,000	71,5
	26-35	13,47		
Підтримка зі сторони партнера	18-25	24,55	0,009	109,0
	26-35	15,56		
Прихильність та близькість	18-25	22,82	0,136	147,0
	26-35	17,67		

Аналіз за допомогою U-критерію Манна-Уїтні показав суттєві відмінності у проявах шкал оцінки відносин (RAS) між різними віковими групами (18-25 років та 26-35 років). Загальна задоволеність відносинами була значно вищою у молодшій віковій групі (середнє значення 25,34) порівняно зі старшою групою (середнє значення 14,58), при рівні статистичної значущості 0,003 та U-критерії 91,5.

При порівнянні з ідеальними стосунками, молодша група також показала вищі результати (середнє значення 24,02) порівняно зі старшою групою (середнє значення 16,19), з рівнем статистичної значущості 0,022 та U-критерієм 120,5.

Конфлікти та суперечки були більш виражені в молодшій групі (середнє значення 26,25) у порівнянні зі старшою групою (середнє значення 13,47), при високому рівні статистичної значущості 0,000 та U-критерії 71,5.

Підтримка зі сторони партнера також була більш значущою для молодшої вікової групи (середнє значення 24,55) порівняно зі старшою

групою (середнє значення 15,56), з рівнем статистичної значущості 0,009 та U-критерієм 109,0.

Що стосується прихильності та близькості, різниця між віковими групами була менш вираженою (середнє значення для групи 18-25 років 22,82 та для групи 26-35 років 17,67), з рівнем статистичної значущості 0,136 та U-критерієм 147,0.

Ці результати вказують на те, що молодші респонденти (18-25 років) демонструють більшу загальну задоволеність відносинами, частіше порівнюють свої відносини з ідеальними, частіше відчувають конфлікти та суперечки, і отримують більшу підтримку від партнерів порівняно зі старшими респондентами (26-35 років). Однак у сфері прихильності та близькості значних відмінностей між віковими групами не виявлено.

Таблиця 2.5

Порівняльний аналіз вираженості мотивів використання соціальних мереж у чоловіків і жінок (Scale of Motives for Using Social Networking Sites, SMU-SNS)

Шкали мотивів	Стать	N	Ср.	Ст.значу щість	T крит. Стюдента
Побачення	Жіноча	19	10,84	0,000	2,78
	Чоловіча	21	13,81		
Пошук друзів	Жіноча	19	15,53	0,921	1,002
	Чоловіча	21	9,62		
Академічні цілі	Жіноча	19	10,42	0,000	3,56
	Чоловіча	21	4,62		
Соціальна залученість	Жіноча	19	15,53	0,706	0,15
	Чоловіча	21	15,24		
Спостереження за іншими	Жіноча	19	14,11	0,336	-0,79
	Чоловіча	21	15,43		
Розваги	Жіноча	19	17,32	0,408	0,09
	Чоловіча	21	17,14		
Пошук соціальноговизнання	Жіноча	19	3,26	0,689	0,94
	Чоловіча	21	2,62		
Самовираження	Жіноча	19	2,11	0,000	1,75
	Чоловіча	21	3,33		

Результати свідчать про суттєві відмінності в мотивації використання соціальних мереж між чоловіками та жінками в деяких категоріях. Зокрема, виявлено значні відмінності в таких мотивах:

Побачення: Жінки мають середній бал 10,84, тоді як чоловіки – 13,81. Статистична значущість цього результату становить 0,000, що вказує на суттєву різницю між гендерними групами. Критичне значення Т Стюдента склало 2,78.

Академічні цілі: Жінки мають середній бал 10,42, а чоловіки – 4,62. Статистична значущість також становить 0,000, що вказує на суттєву різницю між групами. Критичне значення Т Стюдента склало 3,56.

Самовираження: Жінки мають середній бал 2,11, тоді як чоловіки – 3,33. Статистична значущість цього результату становить 0,000, що вказує на суттєву різницю міжгендерними групами. Критичне значення Т Стюдента склало 1,75.

В інших категоріях мотивів використання соціальних мереж не виявлено значущих відмінностей між чоловіками та жінками:

Пошук друзів: Жінкимають середній бал 15,53, тоді як чоловіки – 9,62. Статистична значущість становить 0,921, а критичне значення Т Стюдента – 1,002, що свідчить про відсутність значущої різниці.

Соціальна залученість: Жінки мають середній бал 15,53, а чоловіки – 15,24. Статистична значущість становить 0,706, а критичне значення Т Стюдента – 0,15.

Спостереження за іншими: Жінки мають середній бал 14,11, тоді як чоловіки – 15,43. Статистична значущість становить 0,336, а критичне значення Т Стюдента – -0,79.

Розваги: Жінки мають середній бал 17,32, а чоловіки – 17,14. Статистична значущість становить 0,408, а критичне значення Т Стюдента – 0,09.

Пошук соціального визнання: Жінки мають середній бал 3,26, а чоловіки – 2,62. Статистична значущість становить 0,689, а критичне значення Т Стюдента – 0,94.

Таким чином, аналіз показав, що чоловіки та жінки мають різні мотиви для використання соціальних мереж, особливо у категоріях, пов'язаних із побаченнями, академічними цілями та самовираженням. Ці результати можуть свідчити про різні потреби та очікування від використання соціальних мереж у чоловіків та жінок, що слід враховувати при розробці соціальних платформ та стратегій їхнього використання.

Аналіз мотивів використання соціальних мереж серед чоловіків і жінок показав суттєві відмінності в деяких ключових категоріях. Зокрема, чоловіки частіше використовують соціальні мережі для побачень і самовираження, тоді як жінки більше орієнтовані на академічні цілі. У таких категоріях, як пошук друзів, соціальна залученість, спостереження за іншими, розваги та пошук соціального визнання, значущих відмінностей між чоловіками та жінками не виявлено. Ці результати свідчать про різні потреби та очікування від використання соціальних мереж у чоловіків і жінок, що важливо враховувати при розробці соціальних платформ та стратегій їхнього використання.

Таблиця 2.6

**Відмінності прояву мотивів використання соціальних мереж (SMU-SNS)
за розрахунком U-критерія Манна-Уїтні**

Шкали мотивів	Вік	Ср.	Рівеньст ат.значу щості	U- критерій Манна- Уїтні
Побачення	18-25	16,75	0,024	115,5
	26-35	25,08		
Пошук друзів	18-25	25,14	0,005	96,0
	26-35	14,83		
Академічні цілі	18-25	24,16	0,020	117,5
	26-35	16,03		
Соціальнозалученість	18-25	19,93	0,731	185,5

	26-35	21,19		
Спостереження за іншими	18-25	16,77	0,025	116,0
	26-35	25,06		
Розваги	18-25	16,86	0,019	118,0
	26-35	24,94		
Пошук соціального визнання	18-25	21,70	0,449	171,5
	26-35	19,03		
Самовираження	18-25	19,39	0,470	173,5
	26-35	21,86		

Результати аналізу за допомогою U-критерію Манна-Уїтні показали відмінності у мотивах використання соціальних мереж (SMU-SNS) між двома віковими групами: 18-25 років та 26-35 років.

У молодшій віковій групі (18-25 років) середня оцінка мотивів значно відрізняється від старшої групи (26-35 років) у кількох ключових аспектах. Зокрема, молодші користувачі більше виявляли зацікавленість у використанні соціальних мереж для зустрічей (16,75 проти 25,08 в старшій групі) та пошуку друзів (25,14 проти 14,83). Також вони частіше використовували соціальні мережі для досягнення академічних цілей (24,16 проти 16,03 в старшій групі).

У той же час, старші користувачі (26-35 років) проявляли більший інтерес до спостереження за іншими (25,06 проти 16,77 в молодшій групі) та розваг (24,94 проти 16,86). Мотиви, такі як пошук соціального визнання та самовираження, не показали статистично значущих відмінностей між віковими групами.

Отже, ці результати вказують на вікові особливості у мотивах використання соціальних мереж, де молодші користувачі частіше використовують їх для соціальних взаємодій та академічних цілей, тоді як старші виявляють більше інтересу до споживацьких аспектів і мережевих спостережень.

Далі особливу увагу хочеться приділити результатам напівструктурованого інтерв'ю.

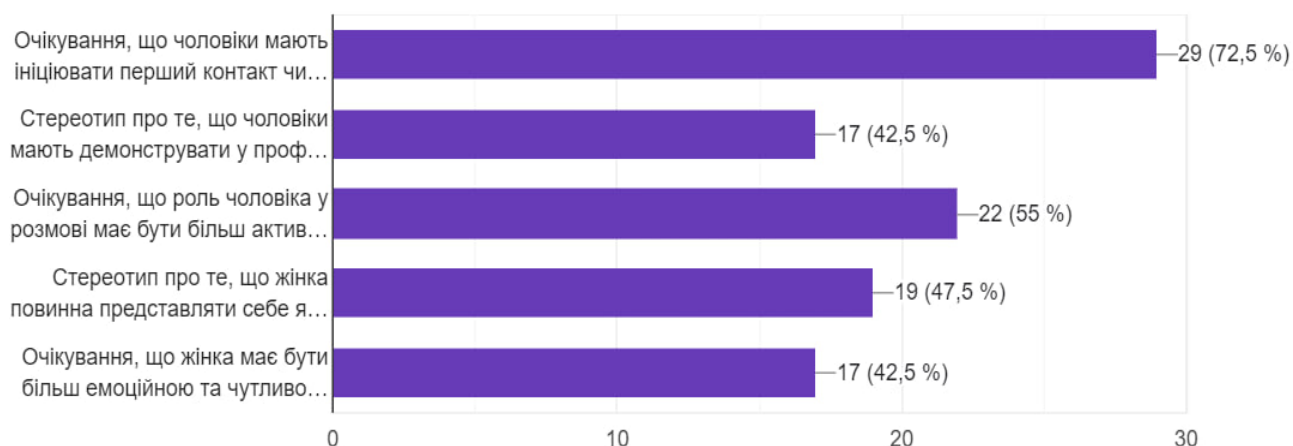


Рис.2.4 Результати відповідей на питання «Як ви вважаєте, які гендерні норми чи стереотипи можуть вплинути на способи спілкування між чоловіками та жінками при використанні додатків для знайомств?»

Респонденти мали кілька тверджень, серед яких мали змогу обрати декілько відповідей зі списку, які вважають найбільш точними. Список можливих відповідей з твердженнями виглядає так:

- 1) Очікування, що чоловіки мають ініціювати перший контакт чи перше запрошення. – **27 відповідей**
- 2) Стереотип про те, що чоловіки мають демонструвати у профілі успішність та впевненість, а жінки підкреслювати привабливість. – **17 відповідей**
- 3) Очікування, що роль чоловіка у розмові має бути більш активною, ніж жіноча. – **22 відповіді**
- 4) Стереотип про те, що жінка повинна представляти себе як більш залежна від чоловіка та чекати на його ініціативу. – **19 відповідей**
- 5) Очікування, що жінка має бути більш емоційною та чутливою у спілкуванні. – **17 відповідей**

За діаграмою на Рис.2.4. можемо зробити висновок, що найбільше респонденти виділи та згодні із першим твердженням «Очікування, що чоловіки мають ініціювати перший контакт чи перше запрошення.», яке набрало найбільшу кількість відповідей- 27. Цесвідчить про

широке поширення уявлень про гендерні ролі в ініційованій комунікації у віртуальному середовищі.

Друге за популярністю твердження стосується стереотипу, що чоловіки мають демонструвати у профілі успішність і впевненість, тоді як жінки підкреслюють свою привабливість. Це твердження отримало 17 відповідей. Далі слідує очікування активної ролі чоловіка у спілкуванні (22 відповіді), стереотип про залежність жінки від чоловіка та очікування більшої емоційності в спілкуванні від жінок (19 та 17 відповідей відповідно).

Отже, результати підтверджують наявність в суспільстві визначених гендерних стереотипів, які впливають на способи взаємодії між чоловіками та жінками через соціальні мережі та додатки для знайомств.

Чи були додатки для знайомств корисними/ефективними відповідно Вашій мотивації застосування та запитів?

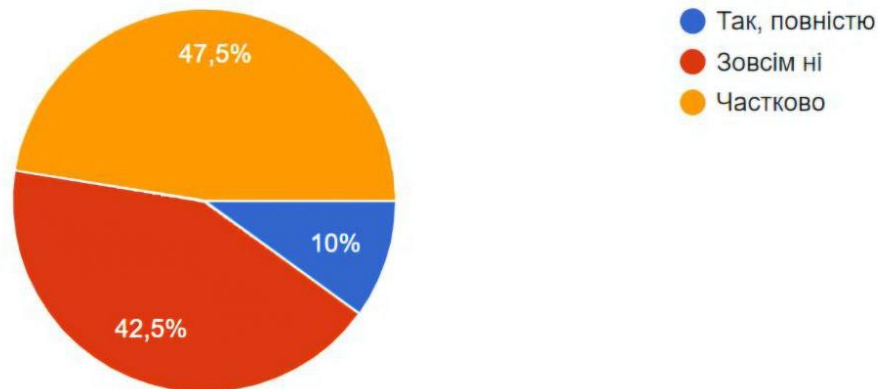


Рис.2.5 Результати другого питання

Відповідно до отриманих даних, лише 10% респондентів стверджують, що додатки для знайомств повністю відповідають їх запитам та мотивації застосування.

Більшість опитаних (47,5%) вважають додатки для знайомств є корисними лише частково. Це вказує на те, що хоча додатки вирішують деякі потреби користувачів, є проблеми абонедаліки, які не дозволяють їм повністю задовольняти потреби усіх користувачів.

42,5% респондентів визнали, що додатки для знайомств не відповідають їхнім очікуванням зовсім. Це може бути пов'язано з різноманітними факторами, такими як неефективність пошуку, низька якість спілкування або неадекватність відповідних партнерів, що впливають на загальне враження від використання таких платформ.

Це свідчить про те, що додатки для знайомств для більшості респондентів на їхньому досвіді не сприймаються як ідеальний інструмент для знайомств і спілкування і демонструє недостатню ефективність за стосунків для знайомств.

Наступне питання опитувальника було направлено на вивчення частоти зіткнень користувачів з неадекватною, неконструктивною та грубою поведінкою в додатках для знайомств. Він дозволяє оцінити, наскільки поширені та значущі такі випадки серед користувачів платформ. Відповіді на це питання можуть вказати на загальну атмосферу та тон віртуальних спілкувань в таких додатках, а також на важливість проблеми для користувачів:

Чи часто Ви зтикаєтесь з неадекватною, неконструктивною та грубою поведінкою у додатках для знайомств?

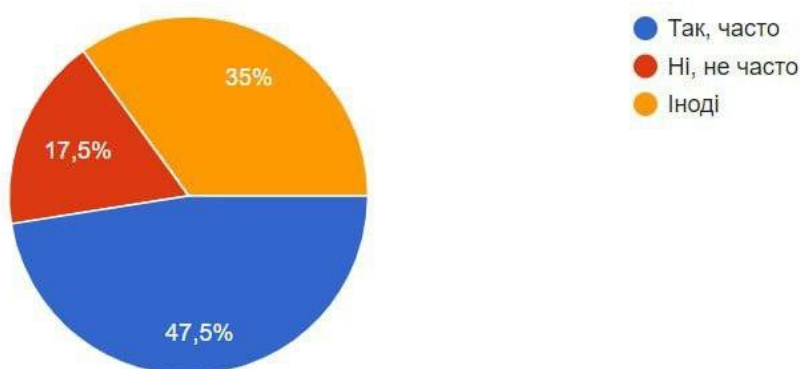


Рис. 2.6 Результати третього питання

Отримані результати вказують на різноманітність досвіду користувачів додатків для знайомств щодо зіткнень з неадекватною, неконструктивною та

грубою поведінкою. За даними опитування, 47,5% респондентів стикаються з такою поведінкою часто, що свідчить про значні проблеми з культурою спілкування в цьому середовищі. Інші 35% респондентів зазначили, що іноді стикаються з неадекватною поведінкою, що підкреслює поширеність таких випадків, але не на стільки часто, як перша група. Тільки 17,5% відповіли, що не зіткнулися з неадекватною поведінкою, що, з одного боку, може свідчити про більш сприятливі умови в їхніх взаємодіях в додатках для знайомств.

Узагальнюючи, можна сказати, що проблеми з неадекватною, неконструктивною та грубою поведінкою є актуальними для значної частини користувачів додатків для знайомств. Це підкреслює проблематику такого способу знайомств та спілкування.

Отримані результати щодо питання про вибір та оцінку потенційних партнерів на платформах для знайомств демонструють різноманітні аспекти, які важливі для респондентів у процесі вибору.

Найбільш популярними серед відповідей є увага до того, як потенційні партнери позиціонують себе на фотографіях та в описі профілю, з 28 відповідями. Це свідчить про те, що зовнішній вигляд та представлення себе є важливими критеріями для більшості користувачів.

Другим за популярністю критерієм є увага до загальних інтересів та характеристик профілю, з 65 відповідями. Це підкреслює значення спільних інтересів та особистих якостей як важливих факторів для утворення позитивного спілкування та взаєморозуміння.

Також варто зазначити, що значимість активності у повідомленнях, взаємної симпатії, поваги до інтересів та кордонів, а також комунікативних навичок є також важливими для значної кількості респондентів, з 18, 22, 29 і 31 відповідями відповідно.

Загальний аналіз показує, що користувачі платформ для знайомств оцінюють потенційних партнерів комплексно, звертаючи увагу як на візуальний аспект та представлення себе, так і на особисті якості, інтереси, а

також комунікативні навички. Це свідчить про високий рівень усвідомлення та вимогливості користувачів у виборі партнерів через ці платформи.

Наступне питання опитувальника було спрямоване на вивчення сприйняття впливу онлайн-платформ для знайомств на сучасну динаміку гендерних міжособистісних взаємовідносин. Відповіді на це питання можуть розкривати, як користувачі сприймають зміни в стосунках між чоловіками та жінками через використання цих платформ.

Як Ви оцінюєте вплив онлайн-платформ для знайомств на сучасну динаміку гендерних міжособистісних взаємовідносин?



Рис.2.7 Результати 5-го запитання

За отриманими даними, 37,5% відповідей вказали на те, що респонденти ставляться до цього питання нейтрально, вважаючи, що вплив платформ для знайомств не є значущим. Це може вказувати на те, що деякі люди вважають, що ці платформи не мають значного впливу на гендерні взаємовідносини або вони не сприяють їх зміні.

З іншого боку, 42% респондентів відповіли негативно, висловлюючи думку, що подібні додатки є малоефективними і перешкоджають живому спілкуванню. Це свідчить про те, що частина користувачів сприймає ці платформи як засіб, який не відображає реальність та є перешкодою для здорових міжособистісних взаємодій.

20% респондентів висловили позитивну думку щодо впливу подібних додатків, вважаючи, що вони спрощують знайомства. Це може свідчити про

те, що деякі люди сприймають ці платформи як корисний інструмент для знаходження партнерів та розширення соціальних контактів.

Деякі люди вбачають в цих платформах перешкоду або непотрібну інтерференцію, тоді як інші сприймають їх як корисний інструмент для соціальної взаємодії і знайомств.

Таким чином, хоча деякі користувачі бачать позитивні аспекти використання онлайн-платформ для знайомств, більша частина респондентів відчуває негативний, або нейтральний вплив цих сервісів на міжособистісні взаємовідносини.

Одним з найважливіших питань в опитувальнику було завдання для респондентів, засновуючись на власному досвіді використання онлайн платформ, написати розгорнуту відповідь на те чому вони віддають перевагу більше: пошуку знайомств на онлайн платформах чи у реальному житті і чому.

Для проведення глибинного аналізу відповідей на питання про перевагу знайомств у реальному житті або на онлайн-платформах, розглянемо основні аспекти, які підкреслили респонденти:

1. **Комфорт і безпека:** Більшість тих, хто віддає перевагу онлайн-знайомствам, відзначають комфортніші умови спілкування та відсутність соціальної тривожності, яка часто супроводжує зустрічі у реальному житті. Це дозволяє їм відчувати себе більш захищеними та здатними вибирати моменти для спілкування.

2. **Можливість вибору і швидкість:** Онлайн-платформи надають можливість швидко оцінити симпатію до партнера і, в разі неспівпадіння, легко перейти до наступного кандидата. Це робить процес знайомств більш ефективним і менш часом та ресурсозатратним.

3. **Акцент на реальність:** Респонденти, які віддають перевагу знайомствам у реальному житті, часто наголошують на здатності більш детально спостерігати за невербальними знаками та загальним враженням від

співрозмовника. Вони вважають, що такий підхід дозволяє краще оцінити характер та особистісні якості людини.

4. **Негативний досвід онлайн-знайомств:** Деякі респонденти висловлюють негативні враження від онлайн-платформ, зазначаючи, що часто такі знайомства не призводять до серйозних відносин або відбуваються з більшою кількістю непорозумінь.

За результатами опитування, 35% респондентів віддають перевагу знайомствам у реальному житті. Вони обґрунтовують це тим, що спілкування особисто дозволяє краще сприймати невербальні сигнали і оцінювати реальну особистість партнера. Вони вважають, що такий підхід є більш конструктивним та веде до більш глибоких і стабільних відносин.

25% респондентів вибирають онлайн-платформи для знайомств. Вони відзначають зручність такого способу знайомств, можливість спілкування у зручний час та безпеку, яку це надає. Вони вбачають у цьому форматі можливість швидко знайти спільні інтереси і схожих собі в людей.

40% респондентів залишаються нейтральними або не визначились між обома варіантами. Вони можуть бачити як переваги, так і недоліки обох методів знайомств і можуть вибирати в залежності від конкретної ситуації чи особистих уподобань.

Таким чином, розподіл відповідей показує, що існує різноманітність підходів до вибору способу знайомства, що визначається індивідуальними потребами, психологічними аспектами та особистим досвідом кожного респондента.

І останнім, фінальним запитанням для респондентів вінтерв'ю було щодо їх особистою думки на тему переваг, а також недоліків онлайн-знайомств.

Отже, серед **переваг** респонденти віділили такі аспекти:

Перш за все, багато людей відзначають швидкість та зручність процесу. Можливість вступити в спілкування всього лише кількома кліками миші без необхідності витратити час на вечірки або суспільні події особливо

приваблює тих, хто має активний графік чи просто не любить традиційні методи знайомств.

Крім того, безпека та комфорт є важливими аспектами для багатьох користувачів. Можливість почати розмову з незнайомцем у віртуальному середовищі, де вони відчувають себе захищеними від можливих неприємностей чи нав'язливості, дозволяє їм бути більш відкритими та відвертими. Це особливо важливо для тих, хто стикається з соціальною тривожністю чи просто віддає перевагу уникненню неприємних ситуацій.

Також важливим фактором є великий вибір потенційних партнерів. Усімвідомо, що різні платформи для знайомств пропонують широкий спектр кандидатів, відповідно до індивідуальних уподобань і критеріїв. Можливість переглядати профілі, читати описи та здійснювати вибір на підставі інформації про користувачів дозволяє зменшити час, який зазвичай потрібен на традиційні знайомства.

Крім цього, онлайн-знайомства забезпечують можливість легко і швидко перервати спілкування, якщо виявиться, що взаємної симпатії немає. Немає необхідності відповідати на повідомлення, які не зацікавили або відповідати на запити на зустрічі, які не викликали інтересу. Це зробило процес знайомств більш контрольованим і зручним для багатьох.

Отже, згідно з відповідями респондентів, основними перевагами онлайн-знайомств є швидкість, зручність, безпека і можливість вибору, що робить їх привабливими для сучасних людей, які цінують ефективність і комфорт у власному житті.

На основі аналізу відповідей респондентів про **недоліки** онлайн-знайомств можна виділити кілька ключових аспектів:

По-перше, багато користувачів відзначають проблеми з неадекватною поведінкою інших учасників. Це включає небажані чи образливі повідомлення, спроби онлайн домагань, а також наявність фейкових акаунтів, які впливають на загальний комфорт і безпеку використання платформ.

Другим ключовим аспектом є складність у встановленні емоційних зв'язків через великий обсяг користувачів і, відповідно, загальне знецінення якості комунікації. Багато спілкування на платформах стає поверхневим і малоцінним, що ускладнює пошук справжніх і значущих відносин.

Третім важливим аспектом є висока ймовірність зустріти не ту людину, яка відповідає вашим очікуванням чи критеріям. Вибір серед великої кількості профілів часто є випадковим або невідповідним через обмеженість алгоритмів платформ у показі відповідних кандидатів.

По-четверте, варто відзначити наявність рекламних матеріалів і платних послуг у більшості додатків для знайомств. Це може ускладнювати користування платформою і впливати на загальне враження від її ефективності.

Таким чином, основні проблеми, які часто висвітлюються користувачами онлайн-знайомств, включають неадекватну поведінку користувачів, складність у налагодженні емоційних зв'язків, високий ризик неправильного вибору партнера та проблеми з рекламою і платними послугами, що впливають на загальне враження від використання таких платформ.

2.3. Аналіз взаємозв'язку гендеру, задоволеності відносинами та мотивів використання соціальних мереж.

На подальшому етапі аналізу емпіричних даних нами було вивчено основні мотиви використання соціальних мереж для чоловіків і жінок, а також їхній рівень задоволеності міжособистісними взаємовідносинами. Результати використання кореляційного аналізу подано в таблицях 2.7.- 2.9.

**Кореляційні зв'язки між гендерними ролями та шкалами оцінки
відносин (RAS)**

	Показники кореляції	Маскулінність	Фемінінність
Конфлікти суперечки	К.кореляції (r)	-0,117	-0,370(*)
	Р.стат.знач. (p)	0,421	0,021
Прихильність та близькість	К.кореляції (r)	-0,393(*)	-0,262
	Р.стат.знач. (p)	0,012	0,103

** Кореляція значуща на рівні 0,01 (двосторонній).

* Кореляція значуща на рівні 0,05 (двосторонній зв'язок).

Таблиця 2.7 демонструє результати кореляційного аналізу, що досліджує зв'язок між гендерними ролями (маскулінність і фемінінність) та шкалами оцінки відносин (RAS). Кореляція показує, наскільки сильно ці фактори пов'язані між собою, а рівень статистичної значущості (p) вказує на ймовірність того, що цей зв'язок є випадковим.

Щодо конфліктів і суперечок, маскулінність має коефіцієнт кореляції -0,117, що вказує на слабкий негативний зв'язок з цим показником. Рівень статистичної значущості становить 0,421, що свідчить про те, що цей зв'язок не є статистично значущим. Це означає, що маскулінність мало впливає на рівень конфліктів і суперечок у відносинах. Натомість фемінінність має коефіцієнт кореляції -0,370, і цей зв'язок є статистично значущим на рівні 0,05, з рівнем значущості 0,021. Це вказує на помірний негативний зв'язок між фемінінністю та конфліктами і суперечками, тобто, чим вищий рівень фемінінності, тим менше конфліктів і суперечок у відносинах.

Щодо прихильності та близькості, маскулінність має коефіцієнт кореляції -0,393, що свідчить про помірний негативний зв'язок з цим показником, який є статистично значущим на рівні 0,05, з рівнем значущості 0,012. Це означає, що вищий рівень маскулінності асоціюється з нижчим рівнем прихильності та близькості у відносинах. Фемінінність, зі своїм коефіцієнтом кореляції -0,262, також має негативний зв'язок з прихильністю

та близькістю, але цей зв'язок не є статистично значущим, оскільки рівень значущості становить 0,103.

Отже, аналіз показує, що маскулінність і фемінінність по-різному впливають на різні аспекти відносин. Фемінінність асоціюється зі зниженням конфліктів і суперечок, тоді як маскулінність пов'язана зі зниженням прихильності та близькості. Ці результати вказують на те, що гендерні ролі можуть мати значний вплив на динаміку відносин, хоча цей вплив може варіюватися залежно від конкретних аспектів відносин.

Таблиця 2.8

Кореляційні зв'язки гендерних ролей і мотивів використання соціальних мереж (Scale of Motives for Using Social Networking Sites, SMU-SNS)

Мотиви	Показники кореляції	Маскулінність	Фемінінність
Пошук друзів	К.кореляції (r)	-0,506(**)	-0,186
	Р.стат.знач. (p)	0,001	0,251
Розвага	К.кореляції (r)	0,483(**)	0,019
	Р.стат.знач. (p)	0,002	0,907
Пошук соціального визнання	К.кореляції (r)	-0,068	-0,330(*)
	Р.стат.знач. (p)	0,679	0,028

** Кореляція значуща на рівні 0,01 (двосторонній).

* Кореляція значуща на рівні 0,05 (двосторонній зв'язок).

Таблиця 2.8 демонструє кореляційні зв'язки між гендерними ролями (маскулінність і фемінінність) та мотивами використання соціальних мереж (SMU-SNS).

Аналіз показує, що мотив пошуку друзів має значущу негативну кореляцію з маскулінністю (-0,506), яка є статистично значущою на рівні 0,01 з рівнем значущості 0,001. Це вказує на те, що чим вище рівень маскулінності, тим менше людина використовує соціальні мережі для пошуку друзів. Водночас фемінінність не має значущого зв'язку з цим мотивом, оскільки коефіцієнт кореляції становить -0,186, а рівень значущості - 0,251.

Щодо мотиву розваги, маскулінність демонструє позитивну кореляцію (0,483), яка є статистично значущою на рівні 0,01 з рівнем значущості 0,002. Це означає, що чим вище рівень маскулінності, тим більше людина використовує соціальні мережі для розваги. Фемінінність, у цьому випадку, має дуже слабкий зв'язок з цим мотивом (0,019) і цей зв'язок не є статистично значущим, оскільки рівень значущості становить 0,907.

Мотив пошуку соціального визнання має слабку негативну кореляцію з маскулінністю (-0,068), яка не є статистично значущою ($p = 0,679$). Водночас фемінінність має помірну негативну кореляцію (-0,330) з рівнем значущості 0,028, що є статистично значущим на рівні 0,05. Це вказує на те, що чим вище рівень фемінінності, тим менше людина використовує соціальні мережі для пошуку соціального визнання.

Таким чином, з цього аналізу можна зробити висновок, що маскулінність більше пов'язана з мотивами розваги у соціальних мережах, але менш пов'язана з пошуком друзів. Фемінінність, у свою чергу, показує значущий негативний зв'язок лише з пошуком соціального визнання, вказуючи на те, що люди з високим рівнем фемінінності менш схильні шукати соціальне визнання через соціальні мережі.

**Кореляційні зв'язки між шкалами оцінки відносин (RAS) і мотивів
використання соціальних мереж.**

Мотиви	Загальна задоволеність стосунками	Порівняння з ідеальними стосунками	Підтримка зі сторони партнера	Прихильність та близькість
Спостереження за іншими	-0,348(*)	-0,367(*)	-0,314(*)	
	0,018	0,010	0,029	
Розвага		-0,367(*)	-0,329(*)	-0,446(**)
		0,020	0,028	0,004
Пошук соціального визнання				0,330(*)
				0,028
Соціальна залученість				-0,324(*)
				0,022

** Кореляція значуща на рівні 0,01 (двосторонній).

* Кореляція значуща на рівні 0,05 (двосторонній зв'язок).

Таблиця 2.9 показує кореляційні зв'язки між шкалами оцінки відносин (RAS) та мотивами використання соціальних мереж. В таблиці наведені коефіцієнти кореляції (r) та рівні значущості (p) для різних мотивів використання соціальних мереж у контексті задоволеності відносинами, порівняння з ідеальними відносинами, підтримки з боку партнера та прихильності і близькості.

Мотив спостереження за іншими має негативний кореляційний зв'язок з загальною задоволеністю відносинами ($r = -0,348$, $p = 0,018$), порівнянням з ідеальними відносинами ($r = -0,367$, $p = 0,010$) та підтримкою з боку партнера ($r = -0,314$, $p = 0,029$). Це означає, що люди, які використовують соціальні мережі для спостереження за іншими, менш задоволені своїми відносинами, більше порівнюють їх з ідеальними та отримують менше підтримки від своїх партнерів.

Мотив розваги також має негативний кореляційний зв'язок з порівнянням з ідеальними відносинами ($r = -0,367$, $p = 0,020$), підтримкою з боку партнера ($r = -0,329$, $p = 0,028$) та прихильністю і близькістю ($r = -0,446$, $p = 0,004$). Це вказує на те, що люди, які використовують соціальні мережі

для розваги, менше задоволені своїми відносинами, частіше порівнюють їх з ідеальними, відчувають менше підтримки та менш прив'язані до своїх партнерів.

Мотив пошуку соціального визнання має позитивний кореляційний зв'язок з прихильністю і близькістю ($r = 0,330$, $p = 0,028$). Це свідчить про те, що люди, які використовують соціальні мережі для пошуку соціального визнання, більш прив'язані та близькі зі своїми партнерами.

Соціальна залученість має негативний кореляційний зв'язок з прихильністю і близькістю ($r = -0,324$, $p = 0,022$). Це означає, що люди, які активно залучені в соціальні мережі, менш прив'язані та близькі зі своїми партнерами.

Результати показують, що різні мотиви використання соціальних мереж мають значний вплив на задоволеність відносинами, підтримку з боку партнера та рівень прихильності і близькості. Зокрема, спостереження за іншими та розвага негативно впливають на якість відносин, тоді як пошук соціального визнання має позитивний вплив на прихильність і близькість. Соціальна залученість також виявляє негативний вплив на рівень прихильності і близькості.

Висновок до 2 розділу:

Підсумовуючи результати дослідження, можна зробити висновок, що гендерні ролі та мотиви використання соціальних мереж суттєво впливають на якість міжособистісних відносин.

Результати продемонстрували значущі кореляційні зв'язки між гендерними ролями (маскулінність і фемінінність) і різними аспектами оцінок відносин. Маскулінність показала від'ємну кореляцію з прив'язаністю і близькістю ($r = -0,393$, $p = 0,012$), що вказує на те, що більш виражені маскулінні ролі можуть заважати розвитку емоційної близькості в відносинах. Фемінінність, натомість, від'ємно корелювала з конфліктами і суперечками (r

= -0,370, $p = 0,021$), що свідчить про те, що більш виражені фемінінні ролі сприяють зниженню конфліктів у відносинах.

Дослідження виявило значущі кореляції між гендерними ролями і мотивами використання соціальних мереж. Маскулінність показала від'ємну кореляцію з мотивом пошуку друзів ($r = -0,506$, $p = 0,001$) і позитивну кореляцію з мотивом розваг ($r = 0,483$, $p = 0,002$), що вказує на те, що чоловіки з більш вираженими маскулінними рисами менше схильні використовувати соціальні мережі для пошуку друзів і більше для розваг. Фемінінність же показала від'ємну кореляцію з мотивом пошуку соціального визнання ($r = -0,330$, $p = 0,028$), що свідчить про меншу потребу в соціальному визнанні у жінок з більш вираженими фемінінними рисами.

Також виявлені значущі кореляції між шкалами оцінки відносин і мотивами використання соціальних мереж. Наблюдення за іншими користувачами в соціальних мережах від'ємно корелювало з загальним задоволенням відносинами ($r = -0,348$, $p = 0,018$), порівнянням з ідеальними відносинами ($r = -0,367$, $p = 0,010$) і підтримкою з боку партнера ($r = -0,314$, $p = 0,029$). Це свідчить про те, що такий мотив використання соціальних мереж може знижувати якість відносин. Розваги також від'ємно корелювали з різними аспектами якості відносин, включаючи порівняння з ідеальними відносинами ($r = -0,367$, $p = 0,020$), підтримку з боку партнера ($r = -0,329$, $p = 0,028$) і прив'язаність і близькість ($r = -0,446$, $p = 0,004$). Це підкреслює, що використання соціальних мереж для розваг може негативно впливати на глибину і якість відносин. З іншого боку, мотив пошуку соціального визнання показав позитивну кореляцію з прив'язаністю і близькістю ($r = 0,330$, $p = 0,028$), що свідчить про його потенційно позитивний вплив на ці аспекти відносин.

Незважаючи на переваги онлайн-знайомств, такі як зручність і доступність, вони також пов'язані з рядом значних недоліків, які можуть заважати розвитку глибоких і задовільних відносин. Головні переваги

онлайн-знайомств включають легкість і швидкість комунікації, безпеку, можливість бути відвереним і завершувати діалог у будь-який час.

Респонденти також виокремили ряд суттєвих недоліків онлайн-знайомств, включаючи неадекватне поведінка користувачів, низьку ймовірність знайти "свою" людину, наявність реклами та платних послуг, складнощі у встановленні емоційного зв'язку та висока ймовірність стикнення з фейковими профілями та онлайн домаганнями. Ці недоліки свідчать про те, що, незважаючи на популярність онлайн-знайомств, вони можуть призводити до значних емоційних і соціальних бар'єрів, заважаючи розвитку глибоких і якісних відносин.

Підсумовуючи результати дослідження, можна зробити висновок, що гендерні ролі та мотиви використання соціальних мереж суттєво впливають на якість міжособистісних відносин. Незважаючи на переваги онлайн-знайомств, такі як зручність і доступність, вони також пов'язані з рядом значних недоліків, які можуть заважати розвитку глибоких, конструктивних і задовільних відносин з перспективою. Важливі кореляційні зв'язки свідчать про те, що гендерні ролі та мотиви використання соціальних мереж слід враховувати при оцінці та поліпшенні якості міжособистісних відносин. Таким чином, дослідження підкреслює важливість свідомого підходу до використання соціальних мереж та урахування гендерних особливостей у контексті розвитку та підтримання якісних відносин.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження було проведено глибокий теоретичний аналіз впливу інтернет-платформ для знайомств на міжособистісні відносини сучасної молоді. Робота охопила огляд існуючих теорій та наукових праць щодо визначення понять «гендер» та «гендерні відносини», аналіз різних моделей гендерних ролей і вплив цифрових технологій на соціальні взаємодії. Було розглянуто класичні та сучасні теорії гендерних відносин, а також те, як цифрові технології змінюють традиційні уявлення про гендерні ролі та впливають на спілкування між чоловіками та жінками.

Особлива увага приділялася тому, як інтернет-платформи для знайомств, такі як Tinder та Bumble, впливають на соціальну поведінку молоді та формування нових моделей гендерних відносин. Дослідження розглядало вплив цих платформ на сприйняття гендерних ролей і традиційних стереотипів, а також їхній вплив на емоційний і психологічний стан користувачів. Окрім теоретичного аналізу, було проведено емпіричне дослідження, що дозволило скласти цілісну картину змін у соціальних взаємодіях та процесах соціалізації молоді під впливом цифрових технологій для знайомств.

Для емпіричної частини було підібрано діагностичний інструментарій, що включає психометричні шкали та адаптовані методики для оцінки гендерних ролей, мотивів використання соціальних медіа, оцінки якості міжособистісних відносин та опитувальники, спрямовані на оцінку особистісного досвіду користувачів онлайн-платформ для знайомств з метою визначення конструктивності такого виду спілкування і сучасних тенденцій. Цей інструментарій був використаний для збору даних та аналізу впливу платформ для знайомств на гендерну динаміку, стереотипи, задоволеність відносинами та спілкуванням, а також аналіз досвіду користувачів платформ.

Збір даних та їхній аналіз показали, що використання додатків для знайомств впливає на сприйняття та реальне формування і підкріплення

гендерних стереотипів. Важливою знахідкою стало те, що користувачі, які активно спілкуються на таких платформах, частіше піддаються змінам у сприйнятті гендерних ролей і поведінки. Це відкриває нові перспективи для розуміння того, як цифрові технології можуть змінювати традиційні уявлення, соціальні структури і моделі поведінки.

Аналізуючи тон та характер взаємодії користувачів на зазначених платформах, було виявлено низьку конструктивність комунікації та оцінено рівень задоволеності досвідом використання додатків для знайомств. Значна кількість респондентів висловили думку, що подібні додатки є малоефективними і перешкоджають живому спілкуванню. Більшість респондентів зазначили, що подібні онлайн застосунки для знайомств або відповідають їх потребам лише частково, або не відповідають зовсім, що підтверджує недостатню ефективність знайомств та спілкування через такі платформи. Результати підтвердили значні кореляційні зв'язки між способами взаємодії, гендером і загальною якістю міжособистісних відносин.

Незважаючи на численні переваги онлайн-знайомств, такі як легкість спілкування і безпека, вони також пов'язані з рядом важливих недоліків, які можуть стати перешкодою у розвитку глибоких та задовільних відносин. Серед них - неадекватна поведінка користувачів, складнощі у встановленні емоційного зв'язку та високий ризик натраплення на фейкові профілі. Такі аспекти підкреслюють необхідність більш свідомого використання соціальних мереж і урахування гендерних особливостей для підтримки якісних міжособистісних відносин.

Таким чином, проведене дослідження в рамках кваліфікаційної роботи розширило розуміння впливу цифрових технологій на соціальні та гендерні динаміки у суспільстві. Отримані результати наголошують на важливості подальших досліджень у цій галузі з метою оптимізації якості міжособистісних відносин у цифрову епоху.

Список використаних джерел

1. О. Залізницька, стаття «Як програми для знайомств впливають на наше життя та психологічний стан?», журнал Marie Claire, 2019. URL: <https://marieclaire.ua/uk/obshhestvo/kak-prilozheniya-dlya-znakomstv-vliayut-na-mozg>
2. Стаття «Тіндер: чому люди шукають кохання у мобільних додатках?», проект HoldYou, 2023. URL: <https://holdyou.net/news/zalezhnist-vid-tindera>
3. Білинська М. М. Гендерна політика в системі державного управління: підручник / М. М. Білинська. Київ: Національна академія державного управління, 2021. – 320 с.
4. Основи теорії гендеру: юридичні, політологічні, філософські, педагогічні, лінгвістичні та культурологічні засади. Київ: Гендерний інформаційно-консультативний центр, 2018. – 284 с.
5. Лавриненко Н.В. Гендерні стереотипи масової свідомості // Українське суспільство: моніторинг – 2000 р. Інформаційноаналітичні матеріали / за ред. В.М.Ворони, А.О.Ручки. – К.: І-нт соціології НАН України, 2000.
6. Кулачек О. Роль жінки в державному управлінні: старі образи, нові обрії: монографія / Ольга Кулачек. Київ: Інститут державного управління, 2020. – 256 с.
7. Словник Європейського інституту з гендерної рівності / пер. М. Бабак, О. Давліканова, М. Дмитрієва, М. Козир, Л. Компанцева, К. Левченко, М. Скорик, О. Сусллова. – Київ: Вістка, 2021. – 170 с.
8. Гендерні відносини: архетип, стереотип, ідентичність. Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2016. – 352 с. За загальною редакцією Пушонкової О. А., Шевченко З. В.
9. Філософський енциклопедичний словник. Київ: Національна академія наук України, Інститут філософії ім. Г. С. Сковороди, 2002. – 742 с.

10. Краснопольська Т. М. Гендерна асиметрія в сучасній українській державі / Т. М. Краснопольська. – Одеса: НУ "ОЮА", 2020. – 210 с.
11. Сучасні гендерні стереотипи в медіапросторі як фактор впливу на соціалізацію учнівської молоді. Харків: ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2019. – 198 с.
12. Стаття BBC «Tinder - 10 років. Що буде далі з онлайн-знайомствами?». URL:
<https://www.bbc.com/ukrainian/features-62818664>
13. The New Laws of Love: Online Dating and the Privatization of Intimacy by Marie Bergström, Marie Bergström, 2022. URL:
<https://bristoluniversitypressdigital.com/view/journals/emsoc/5/3/article-p374.xml>
14. Romantic relationships and online dating. In The Dark Side of Relationship Pursuit: From Attraction to Obsession and Stalking (pp. 59-74). Routledge, 2016. URL:
<https://www.routledge.com/The-Dark-Side-of-Relationship-Pursuit-From-Attraction-to-Obsession-and-Stalking/Spitzberg-Cupach/p/book/9780415896733>
15. Online dating statistics. Statista, Published by Stacy Jo Dixon, Mar 27, 2024 URL: <https://www.statista.com/topics/7443/online-dating/>
16. Article «Media and the Development of Gender Role Stereotypes» Annual Review of Developmental Psychology, 2020. URL:
<https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev-devpsych-051120-010630>
17. The Journal of Social and Personal Relationships. URL:
https://journals.snu.edu.ua/index.php/DOMTP_SNU/article/download/458/451/455
18. Т. Марценюк, С. Оксамитна «Гендерні відносини в українському суспільстві у сфері політики» Національний університет «Києво-Могилянська академія, 2010.
19. Гендерні відносини: архетип, стереотип, ідентичність / За заг. ред. Пушонкової О. А., Шевченко З. В. – Черкаси: видавець Чабаненко Ю., 2016. – 202 с.

20. Оксамитна С. «Гендерні ролі та стереотипи», Національний університет «Києво-Могилянська академія 2004.

21. Кімел М. Гендероване суспільство. – К.: Сфера, 2003.

22. Гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві, Інститут соціології НАН України Центр соціальних експертиз, Київ – 2007. URL:
https://www.soc.univ.kiev.ua/sites/default/files/library/elopen/gender_stereotypes.pdf

23. Лесицин І. Чотири історії небезпечних Tinder побачень», Журнал «The Village», Київ, 2020.

24. Ворожко В. Молоде покоління – інше. Tinder провів дослідження про майбутнє побачень, портал Mc.Today, 2023. URL:
<https://mc.today/uk/molode-pokolinnya-inshe-tinder-proviv-doslidzhennya-pro-majbutnye-pobachen/>

25. То чи насправді Tinder небезпечний для людства?, Редакція Blog Imena.UA, 2017. URL:
<https://www.imena.ua/blog/tinder-romance-video/>

26. Янченко К. (Не)безпечний метч. Що треба знати про знайомства в Tinder, проект Winder Україна, 2021. URL:
<https://www.wonderzine.me/wonderzine/life/life/5701-ne-bezpechniy-metch-scho-treba-znati-pro-znayomstva-v-tinder>

27. Кудряшова В. Люди у світі витрачають майже 5 годин щодня на мобільні додатки – дослідження, «The Village», Київ, 2022. URL:
<https://www.village.com.ua/village/business/news/321299-lyudi-u-sviti-vitrachayut-mayzhe-5-godin-schodnya-na-mobilni-dodatki-doslidzhennya>,

28. Науменко А. Користувачі додатків для знайомств вже мають стосунки або не шукають реальних побачень — дослідження, платформа новин «Мета», 15 березня 2024. URL:
<https://meta.ua/uk/news/society/173507-chasi-zminuyutsya-batki-tezh-programa-ti-yak-nagadue-yak-tse-buti-tatom/>

29. Стаття «Чому молодь відмовляється від застосунків для знайомств», Vogue ua, 17 грудня 2023 року. URL:
<https://vogue.ua/article/culture/lifestyle/chomu-zumeri-vidmovlyayutsya-vid-dodatviv-dlya-znayomstv-54288.html>

30. Єрмаков В. Експерти назвали найбезпечніші мобільні додатки для спілкування, glavcom.ua, 7 листопада, 2021. URL:
<https://glavcom.ua/techno/telecom/eksperti-nazvali-naybezpechnishi-mobilni-dodatki-dlya-spilkuvannya-797056.html>

31. Kim Mills Speaking of Psychology: Love and algorithms: The future of dating apps, with Liesel Sharabi, PhD, American Psychology Association, February 2024. URL:
<https://www.apa.org/news/podcasts/speaking-of-psychology/dating-apps>

32. Jessica Booth Dating Statistics And Facts In 2024, Forbes Health, Feb 19, 2024. URL:
<https://www.forbes.com/health/dating/dating-statistics/>

33. Nina Bai Satisfaction with online dating app depends on what you're looking for, July 6, 2023. URL:
<https://scopeblog.stanford.edu/2023/07/06/satisfaction-with-tinder-depends-on-what-youre-looking-for/>

34. The Benefits and Dangers of Online Dating Apps, January 2023, Canadian Journal of Family and Youth / Le Journal Canadien de Famille et de la Jeunesse 15(2):54-62. URL:
https://www.researchgate.net/publication/366786260_The_Benefits_and_Dangers_of_Online_Dating_Apps

35. Alan Yu Dating apps have a 'gold mine' of data on attraction, but does it lead to better matches?, WHYY, February 12, 2024. URL:
<https://whyy.org/segments/dating-apps-have-a-gold-mine-of-data-on-attraction-but-does-it-lead-to-better-matches/>

36. Стаття «Дослідження впливу соціальних мереж на наше життя та мислення», 15 квітня 2024. URL:

https://drukarnia.com.ua/articles/doslidzhennya-vplivu-socialnikh-merezh-na-nashe-zhittya-ta-mislennya-013_6

37. Л.Г. Кайдалова, Л.В. Пляка. Психологія спілкування, навчальний посібник, Міністерство охорони здоров'я України, Національний фармацевтичний університет, Київ 2007. URL:

https://fpk.in.ua/images/biblioteka/4bac_finan/Psykholohiya-spilkuvannya-Kaydalova-L.H.pdf

38. Гаркуша І.В., Кайко В.І. Психологічні аспекти та основні мотиви використання соціальних мереж. 2019. URL:

<https://pedpsy.duan.edu.ua/images/PDF/2019/2/6.pdf>

39. Гречановська О.В., Мегем О.М., Потапюк Л.М. Вплив соціальних мереж на психологічний стан та самооцінку української молоді, Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського, 2023. URL:

https://psych.vernadskyjournals.in.ua/journal/4_2023/11.pdf

40. Felix Rose-Collins Маркетинг та психологія соціальних мереж: психологія соціальних мереж і розуміння поведінки користувачів для ефективного залучення, Ranktracker site, Dec 7, 2023. URL:

<https://www.ranktracker.com/uk/blog/social-media-psychology-understanding-user-behavior-for-effective-engagement/>

41. Л.М. Лисенко Психологічні чинники задоволеності стосунками в подружніх парах, Харківський національний педагогічний університет імені Г. Сковороди, 2018. URL:

http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/5_2018/16.pdf

42. І. Ягіяєв, М. Савич, В. Келлер Зв'язок активності в соціальних мережах і задоволеності романтичними стосунками, Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Психологія», 2020. URL:

<https://bpsy.knu.ua/index.php/psychology/article/view/254>

43. М. О. Андрєєва, О. М. Василенко, К. А. Дмитренко Сучасні гендерні стереотипи в медіапросторі як фактор впливу на соціалізацію учнівської молоді, 2021.

44. Ю. Бойко, О. Водяна Особливості формування гендерних стереотипів у соціальних мережах, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, м. Тернопіль, 2018.

45. Немеш О.М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: Монографія / О.М.Немеш. Київ: Слово, 2017. – 391с.

46. Оксамитна С.М. Гендерні відносини крізь призму громадської думки в Україні і світі / С.М. Оксамитна // Гендерна перспектива / [упоряд. В. Агєєва]. – К. : Факт, 2004. – С. 135–147.

47. Безбогова М. С. Соціальні мережі як фактор формування соціальних установок сучасної молоді: дис. канд. псих. наук: 19.00.05 / Безбогова М. С., 2016. – 222 с.

48. Горошко О.І. Гендерні аспекти інтернет-комунікацій, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків – 2010. URL:

<https://www.kpi.kharkov.ua/archive/%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%82%D1%8B/2010/%D0%93%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%88%D0%BA%D0%BE%20%D0%9E.%D0%86.%20-%D0%93%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%BD%D1%96%20%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%20%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf>

49. Дослідження Гендерні ролі і стереотипи, Соціологічна група «Рейтинг», 04.03.2021. URL:

https://ratinggroup.ua/research/ukraine/gendernye_rol_i_stereotipy.html

50. Гірняк О. Г. Гендерні стереотипи у медійному інтернет-дискурсі, Національний університет «Львівська політехніка», Львів, Україна, 2020.

51. Ховрич М. О., Мекшун А. І., Інтернет-залежність – актуальна проблема сучасної молоді, Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка 2020. URL:

<https://epub.chnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7148/1/%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%20%E2%80%93%D0%B0%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%B0%20%D1%81%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D1%96.pdf>

Додаток 1

**Шкала оцінки відносин (Relationship assessment scale)
Hendrick, S. S. (1988)**

	Задоволений				Не задоволений
1) Наскільки Ваш партнер відповідає вашим запитам?	1	2	3	4	5
2) Загалом, наскільки ви задоволені відносинами зі своїм партнером?	1	2	3	4	5
3) Наскільки гарні стосунки у вашій парі порівняно з більшістю інших?	1	2	3	4	5
4) Наскільки близькі ваші стосунки до ідеальних?	1	2	3	4	5
5) Як часто ви шкодуєте про те, що вступили до цих відносин?	1	2	3	4	5
6) В якій мірі ваші взаємини відповідають тому, що ви від них очікували?	1	2	3	4	5
7) Наскільки сильно ви любите свого партнера?	1	2	3	4	5
8) Як багато проблем у ваших стосунках?	1	2	3	4	5

Додаток 2

Опитувальник статево-рольової само ідентифікації Сандри Бем (1974)

Твердження	Так, кість присутня	Ні, якість відсутня
1 Віра в себе		
2 Уміння поступатися		
3 Здатність допомогти		
4 Схильність захищати свої погляди		
5 Життєрадісність		
6 Похмурість		
7 Незалежність		
8 Соромливість		
9 Сумлінність		
10 Атлетичність		
11 Ніжність		
12 Театральність		
13 Напористість		
14 Слабкість на лестоці		
15 Удачливість		
16 Сильна особа		
17 Відданість		
18 Непередбачуваність		

19 Сила		
20 Жіночність		
21 Надійність		
22 Аналітична		
23 Уміння співчувати		
24 Ревнивість		
25 Здібність до лідерства		
26 Турбота про людей		
27 Прямота, правдивість		
28 Схильність до ризику		
29 Розуміння інших		
30 Скритність		
31 Швидкість в ухваленні рішень		
32 Співчуття		
33 Щирість		
34 Самодостатність (погане тільки на себе)		
35 Здатність утішити		
36 Пихатість		
37 Владність		

38 Тихий голос		
39 Привабливість		
40 Мужність		
41 Тепло, щирість		
42 Урочистість, важливість		
43 Власна позиція		
44 М'якість		
45 Уміння дружити		
46 Агресивність		
47 Довірливість		
48 Малорезультативність		
49 Схильність вести за собою		
50 Інфантильність		
51 Адаптивність		
52 Індивідуалізм		
53 Нелюбов лайок		
54 Несистематичність		
55 Дух змагання		
56 Любов до дітей		
57 Тактовність		

58 Амбітність, честолюбство		
59 Спокій		
60 Традиційність, схильність умовностям		

Додаток 3

**Шкала мотивів використання соціальних мереж для
підлітків та молоді (Miguel-Ángel Pertegal, Alfredo Oliva,
Ana Rodríguez-Meirinhos, 2019)**

№	Я використовую соціальні мережі щоб...							
1	Щоб знайти партнера для сексуальних стосунків	1	2	3	4	5	6	7
2	Для пошуку знайомств і побачень з потенційними романтичними партнерами	1	2	3	4	5	6	7
3	Щоб знайти романтичного партнера	1	2	3	4	5	6	7
4	Щоб завести нових друзів	1	2	3	4	5	6	7
5	Для розширення кола друзів	1	2	3	4	5	6	7
6	Щоб зустріти нових людей	1	2	3	4	5	6	7
7	Щоб запитати про інформацію, яку потрібно вивчати до іспитів	1	2	3	4	5	6	7
8	Щоб попросити або самому поділитися конспектами	1	2	3	4	5	6	7
9	Щоб перевірити або поділитися груповими завданнями	1	2	3	4	5	6	7
10	Щоб не відчувати себе відокремленим від світу	1	2	3	4	5	6	7
11	Щоб відчувати зв'язок з іншими людьми	1	2	3	4	5	6	7
12	Щоб відчувати себе соціально інтегрованим	1	2	3	4	5	6	7
13	Щоб бути в курсі того, що мої	1	2	3	4	5	6	7

	знайомі роблять у повсякденному житті							
14	Щоб знати, що відбувається в житті моїх друзів	1	2	3	4	5	6	7
15	Щоб підглядати за людьми, які мене цікавлять	1	2	3	4	5	6	7
16	Щоб мати чим зайнятись у вільний час	1	2	3	4	5	6	7
17	Щоб убити час, коли мені нудно	1	2	3	4	5	6	7
18	Щоб розважитися	1	2	3	4	5	6	7
19	Щоб відрізнятись від інших	1	2	3	4	5	6	7
20	Щоб інші люди могли прокоментувати мої пости	1	2	3	4	5	6	7