

УДК 316.6:159.923.2  
DOI 10.32999/2663-970X/2019-1-14

## ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ СОЦІАЛЬНОЇ БАЖАНОСТІ ТА ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ В ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

## RESEARCH ON THE CORRELATION BETWEEN SOCIAL DESIRABILITY AND VALUE ORIENTATIONS IN ADOLESCENCE

**Шевченко Альона Володимирівна**

студентка III курсу

Херсонський державний університет

[kalanchak27@gmail.com](mailto:kalanchak27@gmail.com)

ORCID 0000-0002-6581-6938

**Shevchenko Alyona Volodymyrivna**

III year student

Kherson State University

[kalanchak27@gmail.com](mailto:kalanchak27@gmail.com)

ORCID 0000-0002-6581-6938

**Анотація.** Зазначено, що кожна людина має свою систему цінностей, яка впродовж життя формується, переосмислюється та модифікується. Акцентовано, що найважливіший час для становлення та розвитку системи цінностей – юнацький вік, у якому пріоритети почасти під тиском «значущих інших» та соціуму зазнають суттєвих змін і трансформацій. Поведінку молодшої людини, яка не йде проти інших, проти загальноприйнятих норм та цінностей, щоб не відрізнятись від загалу, погоджується з думкою та позиціями інших людей, трансформуючи свою ціннісну систему, авторка статті визначає як соціально бажану.

**Мета** статті полягає в теоретичному дослідженні взаємозв'язку феномену соціальної бажаності та ціннісних орієнтацій осіб юнацького віку.

У дослідженні застосовано наступні методи: аналізування наукової літератури з окресленої проблематики; систематизація та узагальнення; обґрунтування взаємозв'язків соціальної бажаності та ціннісних орієнтацій осіб юнацького віку.

**Результати:** у статті здійснено огляд проблеми впливу соціальної бажаності на ціннісні орієнтації осіб юнацького віку. Проаналізовано наукові роботи провідних вітчизняних та зарубіжних науковців. Висвітлено особливості формування ціннісних орієнтацій осіб юнацького віку. Описано вплив феномену «соціальної бажаності» на особистість. Вказано низку чинників, які зумовлюють ефект соціальної бажаності, розкрито прийом прояву та контролю ефекту соціальної бажаності.

**Висновки:** окреслено розуміння глибини і складності взаємозв'язку феномену соціальної бажаності та ціннісних орієнтацій. Констатовано, що цінності формуються впродовж усього життя і мають тенденцію змінюватися, модифікуватися. Акцентовано, що саме в юнацькому віці проходять значні трансформації в ціннісно-сенсовій сфері особистості.

**Ключові слова:** цінності, ціннісно-сенсова сфера, шкала соціальної бажаності, соціальні очікування, юнацький вік, суспільство.

**Abstract.** The study underlines that everyone has his/her value system which is developed over the course of a lifetime, reinterpreted and modified. It highlights that the most important period for creating and developing a value system is adolescence, when priorities undergo essential changes and transformations partly under the pressure of "significant others" and society. The behavior of a young person who does not contradict others, generally accepted norms and values not to differ from majority, agrees to other people's views and opinions, transforming his/her value system, is considered as socially desirable.

**The purpose** of the study is to conduct theoretical research on the correlation between the phenomenon of social desirability and value orientations of adolescents.

The following methods are used in the research: analyzing of scientific literature on the issues outlined; systematization and generalization; substantiation of correlations between social desirability and value orientations of adolescents.

**Results:** the problem of the impact of social desirability on value orientations of adolescents has been examined in the paper. Scientific studies of the leading Ukrainian and foreign scholars have been analyzed. The peculiarities of formation of value orientations of adolescents have been illuminated. The research looks at the features of developing value orientations. The influence of the phenomenon of "social desirability" on personality has been described. A number of factors that determine the social desirability effect are indicated, methods of manifestation and control of the social desirability effect have been revealed.

**Conclusions:** An understanding of the depth and complexity of the relationship between social desirability and value orientations has outlined. It has been stated that that values are developed over the course of a lifetime and are inclined to be changed and modified. It has been emphasized that at a young age there are significant transformations in the value-sense sphere of the individual.

**Key words:** values, value and sense area, scale of social desirability, social expectations, adolescence, society.

**Вступ.** XXI століття – це час досить потужного впливу на особистість всіх сфер людського життя. Не існує жодної людини, котра б не зазнала впливу соціуму, адже ми народжуємося індивідами, а особистістю стаємо лише в процесі соціалізації. Соціалізація – це процес поступового входження індивіда в соціальне середовище, тобто в соціум, через засвоєння певних норм, ідеалів та цінностей. Кожна людина має

свою систему цінностей, яка впродовж життя може трансформуватися, переосмислюватися та модифікуватися. Найважливіший час для становлення та розвитку системи цінностей є юнацький вік. Саме в юнацькому віці пріоритети молоді почасти під тиском соціуму зазнають суттєвих змін і трансформацій.

**Теоретичне обґрунтування проблеми.** Головним важелем зміни системи цінностей молоді може

бути як вплив значущої людини, котра є авторитетом, наприклад, це може бути кумир, або ж вплив референтної групи – група людей, велика чи мала, думкою яких індивід дорожить, об'єднаний з учасниками системою цінностей. Зазвичай у такій групі індивід виконує певну роль. Такою групою може бути сім'я, коло друзів чи співробітників. Щоб не йти «проти інших», проти загальноприйнятих норм та цінностей, щоб не відрізнитися від загалу, юнаки погоджуються з думкою та позиціями інших людей, трансформуючи свою ціннісну систему. Таку поведінку ми характеризуємо, як соціально бажану.

Проблему ціннісних орієнтацій розглядали такі провідні зарубіжні вчені, як А. Маслоу, М. Рокіч, В. Франкл, Е. Фромм, Ш. Шварц, Е. Шпрангер та ін. Висвітленню проблеми ціннісних орієнтацій присвячені праці українських та російських вчених, таких як: В. Баранівський, О. Голюк, О. Гриньова, В. Марчук, У. Михайлишин, О. Паскевич, Н. Савченко, І. Субашкевич, Ю. Шайгородський та ін.

До кола дослідників, які вивчали феномен «соціальної бажаності», відносимо А. Едварса, Д. Марлоу, Д. Крауна, Д. Паулуса, А. Бочарова, У. Кондратьєву, М. Молоканову, Е. Осіна, Н. Салміну, І. Боровинську та ін.

**Мета статті** полягає в теоретичному дослідженні взаємозв'язку феномену соціальної бажаності та ціннісних орієнтацій осіб юнацького віку.

У дослідженні застосовано наступні **методи**: аналізування наукової літератури з означеної проблематики; систематизація та узагальнення, обґрунтування взаємозв'язків соціальної бажаності та ціннісних орієнтацій осіб юнацького віку.

**Результати.** Останнім часом наше суспільство зазнає перманентних змін, які позначаються на політичній, економічній та соціальній сферах і зачіпають майже все населення нашої країни. Особливою спільнотою, яка наділена новаторським духом і є рушійною силою соціуму, вважається юнацтво. Водночас, ця категорія є досить чутливою до різноманітних навіювань, впливів, дій з боку навколишнього оточення. Тому однією з важливих проблем сучасної психології є дослідження детермінант формування ціннісних орієнтацій молоді, від якої залежатиме майбутнє нашого суспільства.

Поняття «цінність», з погляду філософського вчення, відображає процеси, явища, предмети, які мають певну значущість для людини та суспільства в цілому, і сприяють задоволенню її потреб та інтересів. Цінності можна класифікувати на матеріальні – предмет або об'єкт та духовні – явища суспільної свідомості: мораль, релігія, традиції. Індивідуальними є цінності конкретного суб'єкта діяльності та загальнолюдськими є цінності, важливість яких є однаковою для всього людства: мир, соціальна рівність та справедливість, збереження природи.

Німецький психолог Е. Шпрангер вважав, що цінності характерні для людей в будь-яких комбінаціях та співвідношеннях. У своїй праці він виокремив шість спрямувань особистості, що представлені цін-

нісними орієнтаціями: теоретична, економічна, соціальна, релігійна, естетична та політична. Теоретична орієнтація спрямована на прагнення до розкриття істини, раціонального підходу до життя, економічна орієнтація – на отримання вигоди. Естетична орієнтація спрямована на утримання балансу та гармонії, сприйняття явищ навколишнього світу з точки зору привабливості і насолоди. Соціальна орієнтація представлена найвищою цінністю – любов'ю інших людей. Політична орієнтація розглядає головною цінністю владу та вплив, а релігійна – доброту, єдність всесвіту та віру (Шпрангер, 1982).

Інший видатний психолог А. Маслоу на основі своєї класифікації потреб об'єднує загальнолюдські цінності у дві основні групи: вищі цінності – вітальні, цінності «розвитку» і нижчі цінності – дефіцитарні або гомеостатичні, регресивні, захисні цінності. (Маслоу, 1997). Багато хто вважає, що поки не будуть задоволені потреби нижчого рівня, неможлива реалізація вищих. Однак в наш час почасти люди нехтують нижчими, біологічними цінностями, обмежуючи себе наприклад в їжі (різноманітні дієти), щоб задовільнити потреби соціального рівня, показати себе в більш вигідному світлі, тобто реалізувати вищі цінності.

Відомий психолог М. Рокіч запропонував чітке визначення поняття «цінності» і розробив легкий у використанні інструментарій. Під цінностями вчений розуміє вид переконань, що має центральне значення для життя людини. Цінності є керівними принципами життя, що визначають, як необхідно поводитися особистості (Rokeach, 1979). Завдяки доробку М. Рокіча у сучасній психології виокремлюємо цінності культурні та індивідуальні. Значним внеском дослідника було виокремлення 18 термінальних і 18 інструментальних цінностей, що дало потужний поштовх до розуміння цінностей як рушійної сили, яка регулює поведінку особистості. До термінальних цінностей віднесено найважливіші цілі, ідеали, самоцінний зміст життя людини, щастя, мудрість; також їх поділяють на особисті й соціальні. Під інструментальними цінностями розуміють засоби досягнення цілей, які схвалює суспільство. Найвідомішим та найбільш розповсюдженим інструментарієм для вивчення ціннісно-сенсової сфери особистості є методика «Rokeach Value Survey» – «Методика ціннісних орієнтацій Рокіча» (Rokeach, 1979). Вона отримала визнання та використовувалася в дослідженнях як зарубіжних вчених, так і вітчизняних. Методика базується на прийомі прямого ранжування списку цінностей. На нашу думку, недоліком даної методики є схильність до впливу соціальної бажаності.

Інший вчений Ш. Шварц, досліджуючи та аналізуючи праці попередників, розробив новий підхід до вивчення цінностей та обґрунтував концепції мотиваційної мети ціннісних орієнтацій, створив модель динамічних відносин між ціннісними типами. Дослідник розуміє під цінностями мотиваційні цілі, які складаються з мотивів, настановлень та переконань людини. Цікавість привертає динамічна модель

ціннісних типів, котра складається з 10 цінностей з відповідними мотиваційними цілями: самостійність, стимуляція, гедонізм, досягнення, влада, безпека, конформізм, традиція, універсалізм та доброзичливість (Schwartz, 2007). Узагальнюючи визначення цінностей багатьох теоретиків, Ш. Шварц і В. Білські розкрили основні їх характеристики:

- цінності – це судження та переконання людини;
- цінності – це бажана людиною мета та образ поведінки, який допомагає досягти цю мету;
- цінності не обмежені певними діями або ситуацією, тобто є трансцендентними;
- цінності виступають як стандарти, що керують вибором чи оцінкою дій, людей, подій;
- цінності впорядковані за важливістю між собою (Schwartz & Bilsky, 1987)

Ш. Шварц, розробляючи авторський опитувальник, уважно вивчив методику М. Рокіча, модифікувавши низку аспектів, розширивши та удосконаливши концептуальну базу даної методики. «Тест цінностей» (1992), як він його назвав, представляє собою шкалу, що призначена для вимірювання значущості цінностей (Карандашев, 2004).

На думку Н. Савченко, ціннісні орієнтації, які відіграють ключову роль у формуванні особистості і в загальному розвитку суспільства, виконують дві найбільш важливі та основні функції. Перша полягає у тому, що цінності виступають основою формування і розвитку ціннісних орієнтацій людини. Друга ж зводиться до того, що цінності мотивують діяльність і поведінку людини, оскільки орієнтація людини у світі і прагнення до досягнення мети обов'язково співвідносяться з цінностями, які складають внутрішню структуру особистості (Савченко, 2015). Дослідниця також має свій погляд на визначення даного поняття, вона тлумачить цінності як «один із видів ціннісних ставлень, що мають перевагу тих чи інших значущих для суб'єкта об'єктів». Ціннісні орієнтації характеризуються значущим елементом особистісної структури людини, зміст якої визначають почуття, інтереси, потреби, ідеали, здібності та її настановлення.

Ціннісні орієнтації, з погляду О. Голюк, можна визначити, як вибір людиною певних матеріальних і духовних цінностей як об'єктів, що визначають її цілеспрямовану життєдіяльність, весь спосіб життя. В ціннісних орієнтаціях акумулюється життєвий досвід людей, вони є своєрідним індикатором ієрархії переваг, які людина надає тим чи іншим цінностям у процесі своєї життєдіяльності (Голюк, 2015).

Інший український вчений – Ю. Шайгородський запропонував модель цілісного, багатоаспектного аналізування ціннісних орієнтацій. До аспектів даної моделі дослідник відніс: мотиваційно-сенсовий аспект, який віддзеркалює змістовий бік ціннісних орієнтацій особистості й відображає внутрішню основу її ставлення до дійсності, систему диспозицій; комунікативно-орієнтовний аспект, який є детермінантою формування ціннісних орієнтацій особистості, та процесуально-результативний аспект, що є показником

результативності особистісних диспозицій. Складові ціннісних орієнтацій особистості виступають у вигляді певної функціональної структури, кожна складова якої не має статусу самостійного регулятора поведінки і діяльності, а робить лише певний функціональний внесок у цілісну структуру ціннісних орієнтацій як багатоаспектного утворення (Шайгородський, 2010).

На думку української дослідниці І. Субашкевич, цінності розглядаються як певні ідеали або зразки, що вбирають у себе значущість явищ дійсності, які відповідають основним потребам індивіда, соціальних груп і суспільства в цілому. Ціннісні орієнтації особистості виступають регуляторами її соціальної активності та виникають тоді, коли вона спочатку інтеріоризує, а потім екстеріоризує цінності у якості певних сенсових утворень. Вона вважає, що найбільш активним учасником процесів переоцінки і трансформації цінностей є молодь, яка змушена вибудовувати свою систему цінностей в умовах відсутності чітких моральних орієнтирів (Субашкевич, 2017).

Юнацький вік – це віковий період, в якому індивід «набуває можливості не лише створювати ідеальні когніції свого майбутнього, але й автономно реалізувати здійснені життєві вибори». У цей час особи юнацького віку набувають здатності до самотворення власних ціннісних орієнтацій. Інтегруючи досвід минулого, особливості теперішнього та очікування майбутнього, особистість втілює в ціннісних орієнтаціях образи життєвих цілей, а також вибір способів їх досягнення (Гриньова, 2018; Попович, 2015)

Потрібно враховувати також соціально-психологічний континуум даної проблеми, адже розглядати цінності та ціннісні орієнтації потрібно у такому відношенні, як «суспільство – індивід». Під час соціалізації індивід акумулює досвід та знання попередніх поколінь, сприймає вплив особливостей своєї культури, а також набуває соціально схвалені стереотипи поведінки, які є завжди спрямованими на соціокультурні цінності (Блинова, 2018; Цілінко, 2013). Зазначимо, що широкий та багатограний спектр цінностей розвивається саме в особистісно-суспільних зв'язках, які є наявними у провідному виді психічної діяльності – навчально-професійній (Porovuch & Vlynova, 2019). Ці зв'язки формуються з народження, однак визначальною віхою для їх розширення та укріплення є юнацький вік. Цей період життя також є основоположною для формування ціннісних орієнтацій молоді.

Потрібно підкреслити, що за системою ціннісних орієнтацій можливо детерминувати характер розвитку загальних відносин, перспективи розвитку суспільства. Вивчення та дослідження ціннісних орієнтацій осіб юнацького віку дає можливість визначити міру їх адаптації до нових соціальних умов. Під час цієї адаптації, група здійснює вплив на окрему особистість, і щоб не «випасти» з цього кола, юнаки можуть змінювати свої пріоритети у ціннісній сфері. Прагнучи до позитивного та конструктивного взаємовпливу, взаємообміну з суспільством, особистість підкорюється йому, представляючи себе у вигідному світлі.

Цю схильність ми пояснюємо феноменом «соціальної бажаності».

Першим, хто почав досліджувати дане явище був дослідник А. Едвардс у кінці 50-х років минулого століття. У своїй праці «The social desirability variable in personality assessment and research» (1957) він показав, що тенденція до соціально схвалених відповідей в опитувальниках не завжди і необов'язково свідомий вибір досліджуваного. Науковець назвав це «ефектом фасаду», тобто, коли індивід прагне представити себе і свою поведінку таким, щоб воно відповідало нормам суспільства та отримало схвалення соціуму. На думку А. Едвардса, наявність такої тенденції свідчить про відсутність розуміння себе чи небажання показувати особистісні недоліки (Edwards, 1957).

Досліджуючи проблему соціальної бажаності, дослідниця У. Кондратьєва проаналізувала велику кількість підходів до розуміння даного явища і прийшла до висновку, що соціальна бажаність розглядається як:

- схильність чи настановлення надавати соціально бажані відповіді на самооцінні запитання, при цьому виокремлює два аспекти, перший розглядає соціальну бажаність як самообман і несвідому переконаність у власних можливостях, інший – як свідомий намір контролювати створене враження і вводити в оману інших;
- особистісна змінна, яка є складовою індивідуальності людини;
- соціально бажані відповіді є загальною потребою індивіда в самозахисті, соціальній згоді та схваленні, а також потребою в увазі і підвищенні самооцінки;
- тенденція до альтруїстичної поведінки в реальному житті;
- соціальна бажаність пов'язана з емоційним інтелектом;
- соціальна бажаність пов'язана з психічним і соматичним здоров'ям.

Однак сама дослідниця вважає, що соціальна бажаність – це особливий соціальний спосіб дії, який дозволяє оволодіти соціальними нормами взаємодії і моделями поведінки з метою бути прийнятим окремою соціальною спільністю, і зайняти в ній певне місце (Кондратьєва, 2011).

Займаючи своє місце в суспільстві, спільноті або ж групі, молодь, функціонує за її правилами. І. Попович, досліджуючи психологію соціальних очікувань (Попович, 2016), зазначає, що людина, стаючи членом окремої спільноти, виконує відповідну соціальну роль, яка спонукає її дотримуватися низки норм, обов'язків та правил. Це у свою чергу впливає на формування системи очікувань особистості щодо учасників та перебігу подій у конкретній соціальній групі. Дана система впливає на вибірковість контактів, ставлень, настановлень, що засвідчує її органічний зв'язок з ієрархією цінностей (Попович, 2006). Тобто, можна стверджувати, що соціальні очікування групи можуть впливати на цінності кожного учасника

даної взаємодії, і щоб відповідати даним очікуванням, індивід діє згідно соціальним нормам та звичаям, змінюючи свою систему цінностей, і очікує на схвалення з боку групи.

Часто в опитувальниках соціальна бажаність визначається як шкала відвертості, яка перевіряє наскільки чесними є відповіді респондентів. Існує невелика кількість методик, які призначені для вимірювання соціальної бажаності. Серед них найчастіше використовується «Методика самооцінки мотивації схвалення» (шкала соціальної бажаності) Д. Марлоу – Д. Крауна, «Опитувальник Едвардса», методика Паулюса «Balanced inventory for desirable responding», а також «Методика діагностики соціально-бажаної поведінки» для дошкільного, молодшого шкільного і старшого шкільного віку, авторами якої є Н. Салміна, Т. Іовлева, І. Тиханова. Однак потрібно зауважити, що у зазначених методиках є шкала соціальної бажаності.

Науковець Є. Осін виокремив ряд чинників, які зумовлюють ефект соціальної бажаності. До них належать: мотиваційні диспозиції особистості – мотивація схвалення; ситуаційні чинники – цілі психологічної діагностики, методи обстеження, ступінь анонімності, рівень стресу; особистісні якості – здібності до самопрезентації, рівень інтелекту. Автор виокремив різноманітні способи прояву та контролю ефекту соціальної бажаності. Ці методи можна поділити на критеріальні та опитувальні. Зміст критеріальних методів полягає в тому, що досліджуваним пропонується оцінити свою успішність або особистісні особливості, тобто надати суб'єктивну оцінку, яка потім порівнюється з об'єктивною оцінкою їх діяльності, або ж з оцінкою наданою іншими людьми. Залишок від регресії суб'єктивних оцінок над об'єктивними і є показником соціальної бажаності. Також до критеріальних методів можна віднести «методику переоцінки».

Щодо опитувальних методів, то серед них можна виокремити прямі та непрямі. До прямих належать шкали соціальної бажаності, брехні, які входять до складу різних опитувальників, наприклад: MMPI, CPI, EPI та інші. До непрямих опитувальних методів відносяться різноманітні прийоми, за допомогою яких соціальна бажаність оцінюється без використання спеціальних шкал. Ще один варіант непрямого методу – аналіз інтраіндивідуальних коваріацій. Взагалі прояв і попередження ефекту соціальної бажаності може здійснюватися на будь-якому етапі психодіагностичного обстеження. На етапі розробки психометричних методик соціальна бажаність окремих пунктів та шкал може визначатися шляхом експертних оцінок чи порівняння балів. На етапі проведення психодіагностики основними заходами щодо зниження впливу соціальної бажаності є забезпечення анонімності та конфіденційності результатів даного дослідження. Можуть використовуватися обмежуючі інструкції чи більш складніші прийоми, такий як «уявний детектор брехні». Для того, щоб мінімізувати ефект соціальної бажаності, потрібно створити

атмосферу довіри та відкритості, також посприяє відсутності особистого знайомства респондента з людиною, котра проводить психодіагностику. На етапі статистичного аналізу можуть використовуватися аналітичні стратегії з метою корекції індивідуальних балів за показниками соціальної бажаності, чи відсвіту респондентів з високою соціальною бажаністю. Ступінь впливу соціальної бажаності на показники інших методик можна оцінити за допомогою кореляційного чи факторного аналізів шкал (Осін, 2011).

Зауважимо, що ефективним способом контролю є використання дублюючих питань. Тобто одні й ті самі запитання, що спрямовані на виявлення інформації, формулюються по-різному, і якщо наявні протиріччя між відповідями, то можна говорити про ефект соціальної бажаності. Метод вимушеного вибору – ще один варіант перевірки. Його суть полягає в тому, що респонденту надається вибір між фразами або словосполученнями, які є одночасно допустимі, але мають різну валідність. Ці обидві фрази є соціально бажаними та небажаними в змістовому плані.

Огляд наукової психологічної літератури, ретроспективне аналізування дають підстави зробити наступні **висновки**. Здійснено теоретичне аналізування таких понять, як «ціннісні орієнтації» та «соціальна бажаність». Розглянуто значний перелік підходів і поглядів як зарубіжних, так і українських вчених на проблематику цінностей, їх роль, особливості

формування та динаміку. Констатовано, що цінності формуються впродовж усього життя, і мають тенденцію змінюватися та модифікуватися. Соціалізуючись, індивід засвоює норми, ідеали та цінності, проте водночас саме соціум вносить корективи щодо ієрархії цінностей особистості. Саме в юнацькому віці проходять трансформації в ціннісно-сенсовій сфері особистості, і важливо, щоб стаючи зрілими, молоді люди не зраджували своїм цінностям під тиском соціальних очікувань «значущих інших» та соціуму.

Нами окреслено спектр методик, які дозволять змістовно дослідити ціннісні орієнтації людини, а також перелічені методики, що забезпечать визначення рівня соціальної бажаності індивіда.

У статті вказані різноманітні прийоми щодо встановлення та контролю ефекту соціальної бажаності, які мають на меті зниження цього впливу на результати психодіагностичних досліджень, а також безпосереднє дослідження цього феномену та кореляція з іншими психологічними особливостями особистості.

Перспективи подальших досліджень. Проблема впливу соціальної бажаності на ціннісно-сенсову сферу молоді вимагає більш поглибленого наукового аналізування, висвітлення та узагальнення. Вбачаємо потребу в емпіричному дослідженні та теоретико-методологічному обґрунтуванні психологічного взаємозв'язку соціальної бажаності та ціннісних орієнтацій осіб юнацького віку.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Блинова О. Є. Соціокультурні та психологічні вектори становлення особистості. Херсон: Вид-во ФОП Вишемирський, 2018. С. 6–29.
2. Голік О. А. Ціннісні орієнтації батьків як основа забезпечення гармонійного буття дитини у сім'ї. *Імідж сучасного педагога*. К., 2015, 6 (155). С. 41–44.
3. Гриньова О. М. Психологічні особливості становлення ціннісних орієнтацій особистості в пізньому юнацькому віці. *Проблеми педагогічної та вікової психології*. К., 2018. № 6. С. 9–13.
4. Карандашев В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. СПб: Речь, 2004. 70 с.
5. Кондратьева У. Г. Социокультурные условия развития личности и феномен «социальной желательности». *Философия образования. Вестн. Новг. гос. ун-та*. 2011. 2(35). С. 208–215.
6. Маслоу А. Психология бытия. М.: Рефл-бук; К.: Вак-лер, 1997. 304 с.
7. Осин Е. Н. Проблема социальной желательности в исследованиях личностного потенциала. *Личностный потенциал: структура и диагностика*. М.: Смысл, 2011. С. 454–468.
8. Попович І. С. Конструювання особистістю моделі очікуваного майбутнього. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: психологічні науки : зб. наук. праць ХДУ*. Херсон: ВД «Гельветика», 2015. Вип. 6. С. 145–154.
9. Попович І. С. Соціальні очікування як регулятор соціально-психологічної реальності. *Актуальні проблеми психології*. К.: Фенікс. 2016. Т.1. Вип. 44. С. 138–143.
10. Попович І. С. Соціально-психологічні очікування в міжособистісній взаємодії малої групи. *Проблеми заг. та пед. психології*. К. 2006. Т. VIII. В. 7. С. 259–268.
11. Савченко Н. Ціннісні орієнтації як складова особистісного самовизначення. *Наукові записки. Серія : Педагогічні науки*. К. 2015. Вип. 140. С. 13–18.
12. Субашкевич І. Р. Медіапсихологічні чинники формування ціннісно-сислової сфери студентської молоді. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. К., 2017. 195 с.
13. Цілінко І. О. Особливості моральної сфери в юнацькому віці. *Науковий вісник ХДУ. Серія: психологічні науки*. Херсон: ВД «Гельветика», 2013. Вип. 1. С. 47-51.
14. Шайгородський Ю. Ціннісні орієнтації особистості: формалізована модель цілісного, багатоаспектного аналізу. *Соціальна психологія*. К, 2010. № 1 (39). С. 94–106.
15. Шпрангер Э. Основные идеальные типы индивидуальности. *Психология личности. Тексты*. М.: Изд-во МГУ, 1982. С. 55–60.
16. Edwards A. L. The social desirability variable in personality assessment and research. N.Y.: The Dryden Press. 1957. 177 p.

17. Popovych, I. S., Blynova, O. Ye. The Structure, Variables and Interdependence of the Factors of Mental States of Expectations in Students' Academic and Professional Activities. *The New Educational Review*. 2019, 55 (1), P. 293-306. DOI: 10.15804/tner.2019.55.1.24.
18. Rokeach M. *Understanding human values Individual and social*. NY: New York the Free press, 1979. P. 7.
19. Schwartz S. H., Bilsky W. Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1987. 53. P. 550-562.
20. Schwartz S. H. A theory of cultural value orientations: *Explication and applications. Measuring and mapping cultures: 25 years of comparative value surveys*. Leiden, The Netherlands: Brill, 2007. P. 33-78.

#### REFERENCES:

1. Blynova, O. Ye. (2018). *Sotsiokulturni ta psykhologichni vektory stanovlennia osobystosti [Socio-cultural and psychological vectors of personality formation]*. Kherson: Vyd-vo FOP Vyshemyrskyi. [in Ukrainian].
2. Holiuk, O. A. (2015). Tsinnisni orientatsii batkiv yak osnova zabezpechennia harmoniinoho buttia dytyny u simi [Parental value orientations as a basis for ensuring a harmonious existence of the child in the family]. *Imidzh suchasnoho pedahoha – The image of the modern teacher*, 6 (155), 41-44. [in Ukrainian].
3. Hrynova, O. M. (2018). Psykhologichni osoblyvosti stanovlennia tsinnisnykh orientatsii osobystosti v piznomu yunatskomu vitsi [Psychological peculiarities of formation of personality value orientations in late adolescence]. *Problemy pedahohichnoi ta vikovoi psykhologii – Problems of pedagogical and age psychology*, 6, 9-13. [in Ukrainian].
4. Karandashev, V. N. (2004). *Metodika Shvartsa dlia izucheniiia tsennosti lichnosti: kontseptsii i metodicheskoe rukovodstvo [Schwartz methodology for the study of personality values: concept and methodological guidance]*. SPb: Rech. [in Russian].
5. Kondrateva, U. G. (2011). Sotsiokulturnye usloviia razvitiia lichnosti i fenomen "sotsialnoi zhelatelnosti" [Sociocultural conditions of personality development and the phenomenon of "social desirability"]. *Filosofiiia obrazovaniia. Vestn. Novg. gos. un-ta – Philosophy of Education. Vestn. Nov state university*, 2(35), 208-215. [in Russian].
6. Maslou, A. (1997). *Psikhologiiia bytiia [Psychology of being]*. Moscow: Refl-buk; Kyev: Vak-ler. [in Russian].
7. Osin, E. N. (2011). Problema sotsialnoi zhelatelnosti v issledovaniakh lichnostnogo potentsiala [The problem of social desirability in studies of personal potential]. *Lichnostnyi potentsial: struktura i diagnostika – Personal potential: structure and diagnosis*, 3(3), 454-468. [in Russian].
8. Popovych, I. S. (2015). Konstruiuvannia osobystistiu modeli ochikuvanoho maibutnoho [Constructing the model of the model of the expected future]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Serii: psykhologichni nauky: zb. nauk. prats KhDU – Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Psychological Sciences: Coll. Sciences. against the KSU*, 6, 145-154. [in Ukrainian].
9. Popovych, I. S. (2016). Sotsialni ochikuvannia yak rehuliator sotsialno-psykhologichnoi realnosti [Social expectations as a regulator of socio-psychological reality]. *Aktualni problemy psykhologii – Actual problems of psychology*, 1(44), 138-143. [in Ukrainian].
10. Popovych, I. S. (2006). Sotsialno-psykhologichni ochikuvannia v mizhosobystisnii vzaiemodii maloi hrupy [Socio-psychological expectations in small group interpersonal interaction]. *Problemy zah. ta ped. Psykhologii – Problems and ped. Psychology*, 8(7), 259-268. [in Ukrainian].
11. Savchenko, N. (2015). Tsinnisni orientatsii yak skladova osobystisnoho samovyznachennia [Value orientations as a component of personal self-determination]. *Naukovi zapysky. Serii : Pedahohichni nauky – Proceedings. Series: Pedagogical Sciences*, 140, 13-18. [in Ukrainian].
12. Subashkevych, I. R. (2017). Mediapsykhologichni chynnyky formuvannia tsinnisno-smyslovoi sfery studentskoi molodi [Mediapsychological factors of formation of the value-semantic sphere of student youth]. *Candidate's thesis*. Kyiv: Instytut sotsialnoi ta politychnoi psykhologii NAPN Ukrainy. [in Ukrainian].
13. Tsilyenko, I. O. (2013). Osoblyvosti moralnoi sfery v yunatskomu vitsi [Features of the moral sphere in adolescence]. *Naukovyi visnyk KhDU. Serii: psykhologichni nauky – KSU Scientific Bulletin. Series: Psychological Sciences*, 1, 47-51. [in Ukrainian].
14. Shaihorodskiy, Yu. (2010). Tsinnisni orientatsii osobystosti: formalizovana model tsilisnoho, bahatoaspektynoho analizu [Personality value orientations: A formalized model of holistic, multidimensional analysis]. *Sotsialna psykhologiiia – Social Psychology*, 1(39), 94-106. [in Ukrainian].
15. Shpranger, E. (1982). Osnovnye idealnye tipy individualnosti [The main ideal types of personality]. *Psikhologiiia lichnosti. Teksty – Personality Psychology. Texts*, 55-60. [in Russian].
16. Edwards, A. L. (1957). *The social desirability variable in personality assessment and research*. N.Y.: The Dryden Press.
17. Popovych, I. S. & Blynova, O. Ye. (2019). The Structure, Variables and Interdependence of the Factors of Mental States of Expectations in Students' Academic and Professional Activities. *The New Educational Review*, 55(1), P. 293-306. DOI: 10.15804/tner.2019.55.1.24.
18. Rokeach, M. (1979). *Understanding human values Individual and social*. NY: New York the Free press, p. 7.
19. Schwartz, S. H. & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53. 550-562.
20. Schwartz, S. H. (2007). A theory of cultural value orientations: *Explication and applications. Measuring and mapping cultures: 25 years of comparative value surveys*. Leiden, The Netherlands: Brill, 33-78.