

Хмельницький національний університет  
Факультет здоров'я, психології, фізичної культури та спорту  
Кафедра психології та педагогіки

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

*Другий (магістерський)*

### «ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СТУДЕНТІВ»

Галузь знань - 05 Соціальні та поведінкові науки

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність - 053 Психологія

Шифр і назва спеціальності

Шифр \_\_\_\_\_  
номер ІНП

Виконала: студентка II курсу, групи ППмз-22-2 \_\_\_\_\_ Анастасія ТУРАНОВА  
Підпис Ініціали, прізвище

Керівник: доктор філософії з психології, доцент \_\_\_\_\_ Дарія КАРПОВА  
Підпис Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:

Зав. кафедри психології та педагогіки

доктор психологічних наук, професор

\_\_\_\_\_ Таїсія КОМАР  
Підпис Ініціали, прізвище

Хмельницький, 2023

## ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет здоров'я, психології, фізичної культури та спорту  
Кафедра психології та педагогіки  
Освітній рівень другий (магістерський)  
Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки  
Спеціальність 053 Психологія  
Освітня програма освітньо-професійна програма «Психологія»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри психології та педагогіки  
\_\_\_\_\_ Євген ПОТАПЧУК

підпис

протокол № 5 від 19 грудня 2022 р.

### ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ Анастасії ТУРАНОВОЇ

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Вплив соціальних мереж на ціннісні орієнтації студентів»

Керівник кваліфікаційної роботи: Дарія КАРПІОВА, доктор філософії з психології, доцент.

Затверджено наказом ректора університету від 15.серпня 2023 р. № 30

2. Строк подання студентом роботи на кафедру 08 грудня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: матеріали звіту з переддипломної практики, комплекс психодіагностичних методик: спостереження, бесіда, авторська анкета, діагностичні методики: «Методика вивчення особистісних цінностей Ш. Шварца», методика сенсожиттєвих орієнтацій (СЖО), методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокіча.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): вступ, розділ 1. Теоретичні аспекти теоретичні аспекти вивчення ролі соціальних мереж у розвитку ціннісних орієнтацій студентів; проблема ціннісних орієнтацій у наукових дослідженнях; особливості ціннісних орієнтацій у юнацькому віці; зв'язок між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями, висновки до розділу. Розділ 2. Емпіричне дослідження ролі соціальних мереж у розвитку ціннісних орієнтацій студентів; організація та проведення емпіричного дослідження; результати емпіричного дослідження; рекомендації студентам щодо розвитку ціннісних

орієнтацій, враховуючи участь в соціальних мережах, висновки до розділу; висновки, перелік джерел посилання.

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень)

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

Дата видачі завдання 19 грудня 2022 року

#### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапу кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапу роботи	Примітка
1	Вибір теми дослідження. Визначення об'єкта і предмета дослідження, постановка мети і завдань.	До 02.01.2023 р.	Виконано
2	Визначення методологічних і теоретичних засад дослідження. З'ясування актуальності проблеми.	До 03.03.2023 р.	Виконано
3	Оформлення вступу кваліфікаційної роботи.	До 01.09.2023 р.	Виконано
4	I розділ кваліфікаційної роботи.	До 10.09.2023 р.	Виконано
5	II розділ кваліфікаційної роботи.	До 01.10.2023 р.	Виконано
6	Загальні висновки.	До 01.11.2023 р.	Виконано
7	Оформлення кваліфікаційної роботи.	До 01.12.2023 р.	Виконано
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	_____ 2023р.	Виконано
9	Захист кваліфікаційної роботи (відповідно графіку)	_____ 2023 р.	Виконано

Здобувач \_\_\_\_\_ Анастасія ТУРАНОВА

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Дарія КАРПОВА

## АНОТАЦІЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Тема кваліфікаційної роботи «Вплив соціальних мереж на ціннісні орієнтації студентів»

Здобувач Анастасія ТУРАНОВА

Керівник Дарія КАРПОВА

Кваліфікаційна робота включає 77 сторінок, 10 рисунків, 3 таблиці, перелік джерел посилання із 52 найменувань.

Ключові слова: ціннісні орієнтації, особистісні цінності, сенсожиттєві орієнтації, соціальні мережі, студентська молодь.

Об'єкт дослідження – ціннісні орієнтації студентів.

Предмет дослідження - є ролі соціальних мереж у розвитку ціннісних орієнтацій студентів.

За результатами дослідження розроблено рекомендації щодо поведінки в соціальних мережах сучасних студентів, а також рекомендацій студентам щодо розвитку ціннісних орієнтацій, враховуючи участь в соціальних мережах.

Отримані теоретичні та емпіричні результати проведеного дослідження можуть бути використані в процесі викладання навчальних курсів «Вікова психологія», «Психологія особистості», «Психологія спілкування» та ін.

Дипломник \_\_\_\_\_ Анастасія ТУРАНОВА

Дата подання кваліфікаційної роботи до захисту \_\_\_\_\_ 2023р.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ РОЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РОЗВИТКУ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТІВ.....	10
1.1 Проблема ціннісних орієнтацій у наукових дослідженнях ...	10
1.2 Особливості ціннісних орієнтацій у юнацькому віці .....	17
1.3 Зв'язок між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями.....	26
Висновки до розділу.....	35
РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РОЗВИТКУ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТІВ .....	37
2.1 Організація проведення емпіричного дослідження .....	37
2.2 Результати емпіричного дослідження . .....	41
2.3 Рекомендації студентам щодо розвитку ціннісних орієнтацій, враховуючи участь в соціальних мережах .....	64
Висновки до розділу.....	70
ВИСНОВКИ.....	71
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	74

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сучасні соціальні мережі є невід'ємною частиною життя молоді, зокрема студентів. Вони дозволяють спілкуватися з друзями та однодумцями, отримувати інформацію, ділитися своїми думками та враженнями. У зв'язку з цим, актуальним є дослідження ролі соціальних мереж у визначенні ціннісних орієнтацій студентів. Цінності формуються в процесі соціалізації, під впливом різних факторів, зокрема сім'ї, школи, друзів та засобів масової інформації. Соціальні мережі є одним із таких факторів, який може впливати на ціннісні орієнтації молоді. Дослідження ролі соціальних мереж у визначенні ціннісних орієнтацій студентів має ряд практичних та теоретичних аспектів.

Дослідження ролі соціальних мереж у визначенні ціннісних орієнтацій студентів є відносно новим напрямком у психології. У зв'язку з цим, у цій галузі існує ряд суперечностей. Одна з суперечностей полягає в тому, що деякі дослідження показують, що соціальні мережі сприяють формуванню позитивних цінностей, таких як толерантність, співпраця та соціальна активність. Інші дослідження, навпаки, показують, що соціальні мережі сприяють формуванню негативних цінностей, таких як споживацтво, егоцентризм та індивідуалізм. Ще одна суперечність полягає в тому, що деякі дослідження показують, що соціальні мережі впливають на ціннісні орієнтації студентів незалежно від інших факторів, таких як сім'я, школа та друзі. Інші дослідження, навпаки, показують, що соціальні мережі впливають на ціннісні орієнтації студентів лише в тому випадку, якщо вони збігаються з цінностями, які вже сформовані під впливом інших факторів.

Ці суперечності можуть бути пояснені тим, що соціальні мережі є складним феноменом, який може впливати на ціннісні орієнтації студентів різними способами. Вплив соціальних мереж залежить від таких факторів.

Контент соціальних мереж може містити інформацію про різні цінності, які можуть впливати на ціннісні орієнтації студентів. Спілкування в соціальних мережах може сприяти обміну цінностями між людьми. Особистісні особливості студентів, такі як вік, стать, темперамент та ціннісні орієнтації, також можуть впливати на те, як вони сприймають соціальні мережі та використовують їх для формування власних цінностей. Для того щоб зрозуміти, як соціальні мережі впливають на ціннісні орієнтації студентів, необхідні подальші дослідження. Ці дослідження повинні бути спрямовані на вивчення таких питань: який контент соціальних мереж є найбільш впливовим на ціннісні орієнтації студентів; як спілкування в соціальних мережах сприяє обміну цінностями; які особистісні особливості студентів впливають на їхню сприйнятливість до впливу соціальних мереж.

Дослідження ролі соціальних мереж у визначенні ціннісних орієнтацій студентів може допомогти зрозуміти, як ці мережі впливають на розвиток молодої людини. Це дослідження може стати основою для розробки програм з формування ціннісних орієнтацій молоді, які враховують вплив соціальних мереж.

**Об'єктом дослідження** є ціннісні орієнтації студентів.

**Предметом дослідження** є ролі соціальних мереж у розвитку ціннісних орієнтацій студентів.

**Мета дослідження:** теоретичне обґрунтування та емпіричне дослідження ролі соціальних мереж у розвитку ціннісних орієнтацій студентів.

Відповідно до мети дослідження були визначені наступні його **завдання:**

1. Проаналізувати поняття ціннісних орієнтацій у наукових дослідженнях.

2. Охарактеризувати особливості ціннісних орієнтацій у юнацькому віці та визначити зв'язок між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями.

3. Здійснити емпіричне дослідження розвитку ціннісних орієнтацій студентів.

4. Розробити рекомендації, що спрямовані на розвиток ціннісних орієнтацій, враховуючи участь в соціальних мережах.

**Гіпотеза дослідження:** з'ясування ролі соціальних мереж у розвитку ціннісних орієнтацій студентів сприятиме розробці рекомендацій, спрямованих на розвиток ціннісних орієнтацій студентів.

Для реалізації поставлених завдань нами був використаний комплекс **методів дослідження:**

*теоретичні* (аналіз, порівняння та узагальнення наукових джерел з проблеми дослідження);

*емпіричні* (спостереження, бесіда, авторська анкета, діагностичні методики: «Методика вивчення особистісних цінностей Ш. Шварца», методика сенсожиттєвих орієнтацій (СЖО), методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокіча;

*методи кількісної та якісної обробки даних.*

**Практичне значення дослідження** полягає в розробці рекомендації щодо поведінки в соціальних мережах сучасних студентів, а також рекомендацій студентам щодо розвитку ціннісних орієнтацій, враховуючи участь в соціальних мережах.

Отримані теоретичні та емпіричні результати проведеного дослідження можуть бути використані в процесі викладання навчальних курсів «Вікова психологія», «Психологія особистості», «Психологія спілкування» та ін.

**Експериментальна база дослідження.** Дослідження здійснювалось на базі Хмельницького національного університету.

**Апробація результатів дослідження** відбувалась шляхом публікації статті на тему: «Вплив соціальних мереж на самовираження та самоідентифікацію студентів» (подано до друку) та тез конференції на тему «Виклики та переваги соціальної відповідальності студентів в онлайн-спільнотах».

**Структура роботи:** робота складається із вступу, двох розділів, висновків, переліку джерел посилання (52 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи складає 77 сторінок машинописного тексту.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ РОЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РОЗВИТКУ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТІВ

### 1.1 Проблема ціннісних орієнтацій у наукових дослідженнях

Проблема ціннісних орієнтацій завжди привертала увагу як вітчизняних, і зарубіжних учених у різних галузях наук – соціології, філософії, культурології, політології, психології та інших. Так, аналіз підходів до розробки ціннісної проблематики дозволяє виявити «філософське» коріння (Демокрит, Платон, Епікур, Демокрит та інші), що відображає природу моралі людини; і навіть заперечення природного початку справжньої моральності (І. Кант). «... У Демокріта цінне визначається у вигляді того, що реально є. Цінності, що розуміються таким чином, спочивають на міцній основі суцього, вони обумовлені «пристроєм самого світобудови» [1].

Основним підсумком етичних міркувань І. Канта є поняття категоричного імперативу і відповідне йому практичне формулювання, для виявлення якого вчений вводить поняття «царство цілей», що зіграло виняткову роль у подальшій аксіології. Формулювання категоричного імперативу представляє для нас особливу значущість, оскільки йдеться про філософію цінностей: «...Вчиняй так, щоб мотив твого вчинку міг стати принципом загального законодавства».

Наслідуючи логіку категоричного імперативу, можна говорити про те, що цінності є граничними нормативними підставами актів свідомості або поведінки людей. Інакше висловлюючись, вивчення цінностей немає замикається на розгляді їх як окремих сутностей, оскільки цінності завжди

включені у структуру відносин людей, які є граничною підставою своїх думок і дій.

Кантовську лінію теоретичної етики продовжує відомий філософ Ю. Хабермас, який стверджує виправданість поділу етики та моралі з погляду змістовної сторони класів цінностей.

Подальша згадка трактування ціннісних уявлень зустрічається в «концепції суспільного договору» (Т. Гоббсон, Ж.Ж. Руссо, К. Гальвецький, Ж. Монтеск'є, П. Гольбах), що стверджує, що основою природної моралі людини є її природа, оскільки людина сама є вінцем природи. Для орієнтації в навколишньому світі людина в собі здатна знайти необхідну підставу для обґрунтування принципів моралі, так як закони моралі і краси закладені в ньому самому.

Подальший теоретичний аналіз цінностей призводить до подання як «об'єктивних умов, які є важливими елементами поняття соціальної ситуації» (Ф. Знанецький, У. Томас); «змістовних сторін мотиваційних спонукань особистості» (Г. Олпорт); «розділення переконань, що виступають основою цілепокладання, життєвого шляху особистості» (Д. Узнадзе). Крім того, в рамках аксіологічного підходу (баденська школа неокантіанства В. Віндельбанд, Г. Ріккерт) цінності визначаються як щось існуюче; у марксистській філософії як «результат впливу факторів суспільного плану, заломленого через призму конкретних умов життя та психологічних особливостей людини».

Аналізуючи дослідження грузинських психологів, можна простежити той факт, що установка не виражає безпосередньо ніяких важливих устремлінь людини, які суттєво характеризують її як особистість. Насамперед необхідно визначити установки, що виражають основні потреби тієї чи іншої особистості, з точки зору їх суспільної цінності і типові для неї варіанти самоствердження і самовираження. Дані установки є невід'ємними складовими частинами цілісних актів діяльності і, відповідно, стійких

ціннісних орієнтацій, що характеризують особливості структури тієї чи іншої особистості.

Клакхон Д., будучи засновником етнологічного вивчення ціннісної проблематики, зазначав: «... цінності – це усвідомлене чи неусвідомлене, характерне для індивіда чи групи індивідів, уявлення про бажане, яке визначає вибір цілей з урахуванням можливих засобів і способів дії» [3]. Таке визначення дозволило М. Сміту позначити цінності як установки особливого роду, «діючих як стандарти, за допомогою яких оцінюється вибір». Отже, цінності особистості розглядаються в руслі бажаного та кращого для неї, вони швидше пов'язані з дієсловом «повинен», ніж «бути» та «хочу».

Таким чином, резюмуючи вище сказане необхідно відзначити, що цінність є зовні вираженим поняттям про значимість явища, або є змістом, що міститься всередині нього, що впливає на вибір відповідної поведінки людини.

Поняття «цінність» має безліч граней у своєму визначенні, як із загальним, дуже широким змістом, так і тих, що розглядають це поняття як одне з явищ мотиваційного процесу (М. Яницький). Так, наприклад, Е. Толмен розглядаючи категорію цінності, визначає значущість потреби та потребу мети, роблячи акцент на привабливість цільового об'єкта. З позиції М. Рокича вирішальне місце у формуванні цінностей відіграє стійка віра в те, що певні форми поведінки та образи навколишнього світу кращі для особистості, ніж будь-які інші.

Вперше поняття ціннісні орієнтації з'явилося у 20-х роках. ХХ ст. у дослідженнях У. Томаса та Ф. Знанецького. Цінності трактувалися «як більш-менш точні формальні правила, за допомогою яких група намагається утримати, регулювати, а також зробити більш поширеними та частими відповідні типи дій своїх членів» [16]. Подібних поглядів дотримувався і Т. Парсон. У його розумінні соціальна система складається з двох підсистем – з потреб індивіда та цінностей соціокультурного середовища, що

взаємодіють у певній ситуації, в якій відбувається взаємодія та взаємообмін ціннісно нормативного змісту через інституціоналізація цінностей з боку суспільства, а з іншого боку – через інтеріоризацію даних цінностей з боку особи [1]. Засновник соціологічної концепції цінностей і ціннісних орієнтацій К. Клакхон вважав, що у основі цінності, прийняті індивідом, є відбиток універсальних групових цінностей, які кожен окремих індивід трактує по-своєму, і навіть розставляє пріоритети з особистих потреб. Автор так оцінює значимість цінностей: «...без них життя суспільства було б неможливим; функціонування соціальної системи було б зберігати спрямованість для досягнення групових цілей.

Індивіди не могли б отримати від інших те, що їм потрібно в плані особистих та емоційних відносин, вони б не відчували в собі необхідну міру порядку і спільності цілей» [14]. Таким чином, за Калкхоном цінності – надситуативна освіта.

Великий інтерес до ціннісних орієнтацій особистості виявляли представники екзистенційної та гуманістичної психології. Так, згідно з К. Роджерсом – засновником гуманістичної теорії особистості, до структури індивідуальної самості включені «безпосередньо пережиті організмом», а також запозичені цінності, які індивід схильний усвідомлювати як власні. За Роджерсом і внутрішні та зовнішні цінності можуть бути актуальні лише в тому випадку, якщо їх приймає «фізіологічний апарат» для збереження та зміцнення організму – «саме на цій підставі засвоюються взяті з культури соціальні цінності» [10].

Відповідно до А. Маслоу індивід вибирає цінності, з власних переваг, і навіть з принципу свободи волі. На думку автора, цей процес відбувається на рівні інстинкту.

У своєму обґрунтуванні вчення про цінності Е. Шпрангер виділяє ціннісні орієнтації як основну характеристику особистості, за допомогою якої пізнає світ. Ціннісні орієнтації, згідно Шпрангер, також визначають

відмінність або подібність між людьми. Теорія Шпрангера була покладена основою концепції Г. Олпорта. Олпорт вважав, що джерелом вищих цінностей виступає суспільна мораль. Крім того, Олпорт виділив серію ціннісних орієнтацій, які не належать до моральних норм. Серед них – допитливість, ерудиція, спілкування та ін. Автор також вважав, що цінності та норми моралі проходять процес становлення на основі зовнішнього підкріплення з боку соціальної ситуації, тим самим деяка категорія цінностей розглядалася вченим як цінності-кошти. Процес і результат присвоєння особистістю громадських цінностей Олпорт називає «функціональною автономією», яку він розуміє як процес трансформації «категорій знання» в «категорії значущості» [2, с. 133].

У концепції Р. Ріккерта цінності є ідеальним буттям. Автор поділив всю сукупність цінностей на 6 категорій, до яких належали: цінності науки, мистецтва, цінності містичного характеру, моральні цінності, цінності особистого життя, і нарешті – релігійні цінності.

На думку М. Вебера цінність – це норма, що має значення для суб'єкта соціальних відносин. У зв'язку з цим автор також відзначав особливу значущість моральних, етичних та релігійних цінностей.

Австрійський вчений, автор методу логотерапії в екзистенційній психології В. Франкл у центр свого вчення ставив ставлення людини до сенсу життя. Згідно з автором, незважаючи на унікальність сенсу життя кожного індивіда існують так звані «сміслові універсали» – цінності та смисли, які суспільство приймає протягом усього процесу історичного становлення.

Іншу теорію запропонували Ш. Шварц та У. Білські. Автори спробували вивчити суспільні цінності у різних культурах і на цій основі обґрунтувати універсальну структуру цінностей особистості. Було запропоновано 10 типів цінностей, які, у свою чергу, поділяються на два класи: термінальні – позначають пункти вибору мети та методів її досягнення, та інструментальні

– стандарти поведінкової оцінки. Таким чином, для Шварца цінності - не властивості, властиві об'єкту, а саме критерії, за якими людина діє, оцінює свої дії та будує своє ставлення до світу [15].

Цінності включають такі характеристики:

- вони виступають як уявлення чи вірувань;
- є знаннями про бажані стани;
- пов'язані зі специфікою певних ситуацій;
- містять можливість селекції якихось подій у житті чи еволюції її поведінки;
- мають важливість.

По М. Рокичу ієрархія цінностей – структура переваг індивідом кожної окремої цінності. Як і Шварц, Рокіч виділяє термінальні (цінності-цілі) та інструментальні (цінності-засоби) цінності [13].

Становлення ціннісних орієнтацій взаємозалежне з формуванням особистісної спрямованості. На думку С. Рубінштейна, «...наявність цінностей є вираз не байдужості людини по відношенню до світу, що виникає зі значимості різних сторін, аспектів світу для людини, для її життя» [11].

Ціннісні орієнтації завжди осмислені. Д. Леонтьєв зазначає, що «особистісні цінності є й джерелами, і носіями значимих в людини смислів» [9].

У кінці ХХ століття в українській науці звернули увагу на вивчення проблеми формування, розвитку та діагностики ціннісних орієнтацій молоді. Дослідники, зокрема український науковець С. Резнік, стверджують, що в сучасному інформаційному суспільстві, яке перейшло до постіндустріального етапу, освітній процес у вищих навчальних закладах повинен базуватися на цінностях особистості студента.

Проблема життєвих цінностей особистості стала актуальною на початку ХХІ століття і вивчалася як американськими, так і українськими дослідниками. Феномени цінносно-сміслової сфери, життєві цілі,

особистісні цінності та життєва значущість (особистісна, соціальна, професійна тощо) стали об'єктом вивчення.

І. Галян, аналізуючи систему життєвих цінностей, пов'язує їх функціонування з ціннісно-сисловою сферою буття особистості. Він вказує, що життєві цінності студента відображаються у його життєвих смислах і пов'язані з мотивацією майбутнього життя. Ці цінності функціонують як джерело життєвих цілей і водночас регулюють мотиви та перспективи майбутньої життєдіяльності.

У ході розгляду проблеми особистісних цінностей, науковець із України, І. Бех, відзначає, що ці цінності виступають в ролі внутрішнього ядра особистості, сприяючи трансформації соціальних норм та ідеалів у принципи життєдіяльності особистості. Іншими словами, цінності виступають як виховний чинник, оскільки вони перетворюються у внутрішні мотиви поведінки особистості [14]. У працях С. Матяжа і А. Березнянської детально аналізується процес формування ціннісних орієнтацій особистості, а також розглядаються основні функції та чинники, які впливають на формування ціннісних орієнтацій особистості [26]. Л. Онуфрієва та І. Рудзевич розглядають аспекти професійної реалізації особистості через призму ціннісних життєвих регуляторів [21].

Таким чином, виходячи з перерахованого вище, ми приходимо до висновку про те, що як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі ціннісні орієнтації розуміються як складний соціально-психологічний феномен, який характеризує зміст активності та спрямованість людини, є невід'ємною частиною системи відносин індивіда, що визначає ставлення особистості до навколишнього соціального світу, себе й у водночас – надає сенс і напрям особистісним поглядам, принципам, переконанням, поведінці та діяльності. Система ціннісних орієнтацій є основою, де будуються відносини особистості з навколишньою дійсністю. Як основний механізм освіти та

розвитку цінностей особистості виступає процес інтеріоризації суспільно значимих цінностей.

## **1.2 Особливості ціннісних орієнтацій у юнацькому віці**

Найважливішою характеристикою ранньої юності виступає орієнтація на майбутнє, яка створює позитивний емоційний фон ставлення особистості до себе, стимулює її активність і є основою її розвитку. Найінтенсивніше процес формування системи ціннісних орієнтацій відбувається в юнацькому віці, разом з оформленням самосвідомості. У такий спосіб особистість вбудовується як соціальний суб'єкт у цілісну систему конкретного суспільства.

У сучасних словниках категорію цінностей розглядають по-різному. Для нашого дослідження цінними є трактування цінностей як явища духовної сфери буття людини, що спрямоване на задоволення певних потреб особистості, суспільства чи окремої людини. Акцентуватимемо увагу і на цінності як продукту (предмету чи абстрактної ідеї) активної діяльності молодшої людини, спрямованої на трансформацію своїх особистісних смислів життєдіяльності.

При цьому зауважимо, що серед дослідників (як українських, так і американських) теж немає одностайної думки щодо визначення поняття «цінність». Наприклад, М. Рокич розуміє під «цінностями» певні абстрактні ідеї щодо ідеалів людської поведінки, які трансформуються у власні переконання особистості щодо стилів поведінки у діяльності [14]; М. Боришевський означає їх як регулятори самоактивності індивіда [21]; а інші науковці своїх дослідженнях виходять з позиції, що «цінності» – це «поняття чи переконання, які мають відношення до бажаних станів і поведінки, наділені надситуативним характером, керують вибором, оцінкою поведінки та впорядковані в певній ієрархії» [29].

Згадані та інші підходи до означення поняття «цінності» доповнюють один одного, висвітлюють різні аспекти феноменології цінностей. Тобто, одні

дослідники «цінність» характеризують як об'єктивну суть речей, інші – як благо для особистості. Ряд дослідників пов'язують цінність із суб'єктивною значущістю для життєдіяльності людини або з властивостями задовольнити її потреби, інтереси, прагнення, бажання.

На кожній віковій стадії професійне й особистісне становлення відрізняється своїм змістом, динамікою, продовженням розвитку й формуванням особистісних (психічних і соціально-психологічних) якостей, а також активністю в процесі професійного самовизначення.

Формування ціннісної сфери людини проходить у процесі взаємодії останньої з соціальним макро- і мікросередовищем. Ця взаємодія відбувається через систему відносин із значимими людьми і проявляється в етичному ставленні до дійсності (С. Рубінштейн). Усвідомлюючи як спільні, так і відмінні від інших риси, особистість при конструюванні життєвих планів та перспектив орієнтується на розвиток таких якостей, які дозволили б їй успішніше інтегруватися в соціальні стосунки. Процес засвоєння цінностей життя і їх перетворення в змістовні елементи ціннісних уявлень виступає психологічною основою формування ціннісних орієнтацій особистості молодшої людини. Особливості протікання даного процесу умовно подають у вигляді трьох взаємопов'язаних етапів :

- на першому етапі відбувається переоцінка цінностей та ідеалів, якими керувалась особистість до цього. А тому власний досвід життєдіяльності виступає важливим джерелом ціннісних орієнтацій;

- на другому етапі засвоєння цінностей проходить не лише шляхом утворення цілісних функціональних одиниць емпіричних уявлень, а й комунікативних – через засоби масової інформації і пропаганди;

- необхідною умовою, основою третього етапу є діяльність, виражена в особистих внутрішніх відношеннях до об'єктивних умов свого буття.

Усвідомлення свого місця в майбутньому, своєї життєвої перспективи є центральним новоутворенням психічного і особистісного розвитку в цьому віці.

А. Петровський виділяє низку процесів, у яких відбувається формування та розвиток системи ціннісних орієнтації особистості. Це персоналізація, яка включає адаптацію (як присвоєння індивідом соціальних норм та цінностей), індивідуалізація (як утвердження цінностей свого «Я») та інтеграція (як зняття протиріч між цінностями особистості та групи шляхом їх трансформації). Відповідно можна виділити п'ять базових шаблів розвитку індивіда відповідно до зміни спільної діяльності дитини з іншими людьми. Освоєнням соціальних норм та принципів у спілкуванні з громадським дорослим – учителем, наставником тощо. починається на третій шаблі, що отримала назву – «персоналізація». На шаблі «індивідуалізації» особистість вступає у відносини з усім людством, опосередковані індивідуальним прийняттям системи цінностей суспільства на загалом. А найвищий ступінь – «універсалізація» відрізняється прийняттям духовних, екзистенційних цінностей.

Суперечливий характер носить формування цінностей підлітковому віці, для якого властива орієнтація на дорослі цінності.

Зокрема Є. Рибалко пояснює усвідомленням невідповідності проголошуваних дорослими моральних принципів реальної, насправді їхню різку критику підлітками, «бунтарство», а в ряді випадків - ідеалізація ними моралі свого покоління.

Однак лише у юнацькому віці система ціннісних орієнтацій набуває справді регулятивних функцій. За зауваженням Л. Божович, «тільки в юнацькому віці моральний світогляд починає являти собою таку стійку систему моральних ідеалів та принципів, що стає постійно діючим

спонукачем, опосередковує вся їх поведінка, діяльність, ставлення до навколишнього насправді і до самого себе ».

У юнацькому віці, вважають вчені, складається власне світогляд людини, що створює можливість формування внутрішньої, автономної системи цінностей, тому юнацький вік є вирішальним щодо формування ціннісної системи особистості. В основі набуття ціннісної системи реально діючого характеру, на думку науковців, лежить усвідомлення людиною особистісного змісту своєї життя. Однак динамічна система ціннісних орієнтацій не зупиняється цьому у своєму розвитку під час дорослості.

Систему життєвих ціннісних орієнтацій студентської молоді в американському суспільстві вивчали з позиції умовного поділу на такі групи: суспільно-політичні, громадянсько-патріотичні, морально-етичні, інтелектуально-професійні, культурні та полікультурні цінності. Важливим для дослідження є також класифікація цінностей особистості в освітньому процесі, запропонована науковцем М. Кісілем та ін. [96], а саме: 1) цінності-цілі; 2) цінності-засоби; 3) цінності-відносини; 4) цінності-якості; 5) цінності-знання.

Зауважимо, що цінності-цілі стають значущими чинниками життєдіяльності і впливають на інструментальні цінності, що називають цінностями-засобами [36]. Ці цінності формуються у результаті оволодіння теоретичними концепціями, методологічними прийомами і технологічними процесами. Тому в системі цінностей-засобів виокремлюються цінності-ставлення, цінності-якості та цінності-знання [36]. При цьому цінності-ставлення студентів забезпечують доцільну й адекватну побудову освітнього процесу у ЗВО та взаємодії усіх його суб'єктів. А цінності-знання – представляють собою модульну систему життєвих знань, умінь та навичок, яка послідовно конструюється і наповнюється дієво-практичним змістом у ході освітнього процесу в ЗВО [41].

Проблеми ціннісних орієнтацій юнацького віку торкається Н. Бондар

при дослідженні формування особистісної репрезентації життєвого шляху. Вона вважає, що юнацький вік є порою життєвого, соціально-рольового, професійного, особистісного, морального самовизначення та індивідуалізації (усвідомлення власної неповторності) [15].

Юність потребує від особистості знання власних можливостей та перспектив. Ця вимога задовольняється у процесі вироблення власного світогляду, смисложиттєвого та ціннісного вибору, формування життєвих планів та програм .

Молодь віком до 25 років, як правило, характеризується пошуком сенсу життя, що пов'язане із труднощами процесу дорослішання, становленням самостійності й самовизначенням. Виникає в цьому віці почуття «хазяїна свого життя», соціальна відповідальність за себе й пошук шляхів у професійному становленні триває через подальшу рефлексію критеріїв оцінки себе, як образа Я [23].

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

Ціннісні орієнтації особистості формуються під впливом пануючої в суспільстві системи цінностей, яка змінюється з розвитком історії. Події останніх десятиліть вплинули на систему ціннісних орієнтацій пострадянського суспільства і відповідно на життєві орієнтири студентської молоді, в середовищі якої набувають все більш актуального значення матеріальні цінності (матеріальний добробут, успіх у житті, прагматизм, високий зарібок, престижна робота, закордонні поїздки тощо).

Студенти менше цікавляться політикою, суспільно-політичним життям, далеко не всі люблять читати, відвідувати культурно-мистецькі заклади, займатися спортом, художньою самодіяльністю, мистецтвом, творчістю. В умовах існування складних глобальних проблем одним із основних

принципів життєдіяльності кожної особистості має стати гуманізм. Саме він повинен бути стрижнем ціннісних орієнтацій особистості в сучасному світі. Відомі вчені-прогнозисти передбачають «відродження гуманізму», вважають, що майбутнє суспільство може бути високоінтелектуальним тільки тоді, коли кожний член цього суспільства буде здатний відчувати відповідальність за долю всього суспільства і вести себе відповідно.

Основними життєвими цінностями, що формують характер особистості, дослідниця З. Шевчук виділяє такі цінності, як: здоров'я, сім'я, свобода, навчання, справедливість, любов, дружба, творчість, самовдосконалення [22]. Водночас, головною життєвою цінністю студента є, на її думку, цінність «кохання» та «здоров'я». В. Дуб акцентує увагу на тому, що для ціннісних орієнтацій студентів характерна опора на власні сили [70]. М. Рокич визначає життєві цінності особистості як орієнтири певного способу її поведінки під час життя в соціумі, що надають життю певного сенсу [41]. Водночас, складна структура життєвих потреб, мотивів, інтересів, цілей, світогляду, ідеалів, переконань студента, що складають спрямованість його особистості і виявляють його ставлення до об'єктивної дійсності, слугує психолого-педагогічним базисом процесу формування життєвих цінностей студента [2; 7; 12; 33]. Зокрема, Т. Бутківська відмічає, що «цінності формуються в результаті усвідомлення соціальним суб'єктом своїх потреб у співставленні їх з предметом навколишнього світу або в результаті відношення, що реалізується в акті оцінки» [31]. Виходячи з таких позицій формування життєвих цінностей студента під час освітнього процесу в ЗВО проходить 3 етапи: на першому етапі на основі власного життєвого досвіду відбувається переоцінка життєвих цінностей та ідеалів, якими він керувався до ЗВО; на другому етапі здійснюється засвоєння нових життєвих цінностей; на третьому етапі відбувається діагностика нової системи життєвих цінностей у практичній діяльності з вираженням особистих внутрішніх ставлень до об'єктивних умов свого буття.

У спектрі освітнього аспекту природи життєвих цінностей зазначимо, що освітній процес завжди пов'язаний з освоєнням найважливіших для особистості цінностей [13].

Таким чином, ціннісні орієнтації, виступаючи одним з центральних особистісних утворень, виражають свідоме ставлення людини до соціальної дійсності і в цій своїй якості визначають широку мотивацію її поведінки і мають суттєвий вплив на всі сторони її діяльності. Отже, розвиток ціннісних орієнтацій тісно пов'язаний з розвитком спрямованості особистості. У співвідношенні з сприйнятими у психології поняттями природи і особливостей ціннісної орієнтації особистості, цінності, які складають її структуру і зміст, поділяють на дві основні групи (М. Рокич) з точки зору цілей і завдань, яким слугує та чи інша цінність. Першу групу складають цінності - цілі (термінальні цінності), другу - цінності-засоби (інструментальні). Найголовнішими є термінальні цінності - це основні цілі людини, оскільки відображають довгострокову життєву перспективу.

Саме термінальні цінності співвідносяться з так званими змістоутворюючими мотивами (за А. Леонтьєвим). Змістоутворення особистість здійснює посередництвом своїх мотивів. З точки зору ціннісного підходу до вивчення особливостей формування свідомості особистості всі явища дійсності (включаючи і вчинки людей) можуть бути представлені у вигляді набору цінностей, який виражає суб'єктивну оцінку індивідом цих явищ з позиції їх необхідності при задоволенні його потреб та інтересів [24].

Ціннісні орієнтації особистості також мають складну ієрархічну структуру. Так, наприклад автори відомої диспозиційної концепції регуляції соціальної поведінки В. Ядов, Д. Узнадзе виділили такі рівні диспозиції: 1) елементарні фіксовані установки (виникають на основі вітальних потреб); 2) атитюди (формується на основі потреби людини у спілкуванні, яка здійснюється в малій групі); 3) суспільно спрямований інтерес особистості,

відповідно конкретної сфери активності; 4) ціннісні орієнтації особистості, які реалізують поведінку особистості [35].

Таким чином, цінності являють собою вищий рівень людських потреб. Особисті, індивідуальні потреби, співвідносячись з суспільною значущістю і усвідомлюючись особистістю, стають цінностями і регулюють поведінку людини.

Отже, між потребою і цінністю - двома головними детермінантами ціннісної орієнтації - існує значна часова й просторова "відстань", на якій відбувається процес, опосередкований соціально-психологічними властивостями особистості, суспільними умовами та іншими чинниками. Схема психологічної структури ціннісної орієнтації може мати такий вигляд: потреби - установки (настроєність, ставлення) - інтереси - мотиви - цілі - ідеали - свідомість (самосвідомість) - переконання - вибір - цінності.

Реалізація людиною ціннісної орієнтації залежить від внутрішніх (рівня розвиненості даних психологічних механізмів) та зовнішніх (суспільних відносин, економічної, соціально-політичної будови суспільства, його системи цінностей, матеріальних і духовних благ, перспектив загального розвитку) умов.

Слід зазначити, що спрямованість особистості зумовлюється не лише її ціннісними орієнтаціями, а й таким психологічним утворенням, як «особистісний смисл» (О. Леонтьєв), який трактується «як відбиття в свідомості ставлення мотиву (діяльності) до цілі (дії)»[24].

Ціннісні орієнтації займають центральне місце в психічній регуляції поведінки людини. Тому на сучасному етапі розвитку психологічної науки вивченню ціннісно-сміслової сфери особистості приділяється значна увага, оскільки саме вона виступає в якості центрального компонента детермінації поведінки людини.

Молодість як певна фаза, етап життєвого циклу біологічно універсальна, але її конкретні вікові рамки, пов'язаний з нею соціальний

статус і соціально-психологічні особливості мають соціально-історичну природу і залежать від суспільного устрою, культури і властивих даному суспільству закономірностей соціалізації [25].

Сьогодні вчені визначають молодь як соціально-демографічну групу суспільства, що виділяється на основі сукупності характеристик, особливостей соціального становища і обумовлених тими або іншими соціально-психологічними властивостями, які визначаються рівнем соціально-економічного, культурного розвитку, особливостями соціалізації в нашому суспільстві. Процес становлення соціальної зрілості молоді, вибір нею життєвого шляху відбуваються у всіх основних сферах життєдіяльності особи, реалізуючись за допомогою навчання і виховання, засвоєння і перетворення досвіду старших поколінь.

Основними соціально-психологічними регуляторами цього процесу і одночасно показниками становища молоді в суспільстві і в структурі історичного процесу розвитку виступають ціннісні орієнтації, соціальні норми і установки. Вони визначають тип свідомості, характер діяльності, специфіку проблем, потреб, інтересів, очікувань молоді, типові зразки поведінки. У віковій психології молодість характеризується як період формування стійкої системи цінностей, становлення самосвідомості і формування соціального статусу особистості.

Свідомість молодої людини володіє особливою сприйнятливістю, здатністю переробляти і засвоювати величезний потік інформації. У цей період розвиваються критичність мислення, прагнення дати власну оцінку різним явищам, пошук аргументації, оригінального рішення. Разом з тим в цьому віці ще зберігаються деякі установки і стереотипи, властиві попередньому віку. Це пов'язано з тим, що період активної ціннісно-творчої діяльності стикається у молодої людини з обмеженим характером практичної, творчої діяльності, неповною включеністю молодої людини в систему суспільних відносин.

Психологічні дослідження ціннісних орієнтацій студентської молоді останнього десятиліття переконують, що у свідомості сучасної молоді (в тому числі і студентської) формується тип особистості, характерний для західного суспільства - особистості, яка в першу чергу цінує себе і вважає, що її діяльність, успіх у житті і т. п. залежать в першу чергу саме від неї. З одного боку, це не погано, адже орієнтація на власні сили, розум, здібності при досягненні життєвих цілей вимагає роботи над собою, наполегливого оволодіння знаннями тощо. Але головне, щоб при виконанні цих завдань не формувалась людина-егоїст, яка зможе переступити через усе, попрайти будь-які моральні норми заради досягнення своєї мети.

Зміни у ціннісних орієнтаціях молоді (часто не на користь високих суспільних ідеалів) вимагають перегляду всієї системи виховної роботи у вищій школі, пошук і впровадження нових форм і методів роботи із студентською молоддю з метою підготовки і виховання студентів не лише високими професіоналами своєї справи, а справжніми гуманістами. Особливо це стосується студентів, які здобувають професії сфери «людина-людина», зокрема майбутніх психологів.

### **1.3 Зв'язок між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями**

Науковий дискурс щодо впливу соціальних мереж на ціннісні орієнтації студентів охоплює широкий спектр досліджень та поглядів. Низка дослідників, які висловлювали свої погляди на досліджувану тему, зокрема Sh. Turkle американська психологиня та професор МІТ, Шеррі Туркл, зверталася до теми взаємодії людей з технологією, включаючи соціальні мережі, у своїх працях, таких як «Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other». D. Boyd дослідниця з інформаційних технологій та спільнот в ІТ-галузі, досліджувала різноманітні аспекти соціальних мереж, включаючи їхній вплив на ідентичність та соціальні

зв'язки. Професор психології J. Twenge вивчає зміни у цінностях та поведінці молодого покоління. Її дослідження також включають розгляд впливу соціальних мереж на психічне здоров'я та самооцінку. S. Livingstone професор соціальних наук та дослідник медіа, займається дослідженням впливу інтернету та соціальних мереж на молодше покоління, включаючи їхні ціннісні орієнтації. Ці вчені та дослідники внесли значний внесок у розуміння взаємодії між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями студентів і сприяють розвитку обґрунтованих підходів до вивчення цієї проблеми.

Питання зв'язку між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями вивчали багато українських дослідників. Серед них: О. Мельник у своїй статті «Вплив соціальних мереж на ціннісні орієнтації молоді» (2018) показала, що соціальні мережі можуть впливати на ціннісні орієнтації молоді в таких напрямках, як формування нових цінностей, таких як цінність самовираження, цінність гедонізму, цінність споживацтва; зміна пріоритетів у ціннісних орієнтаціях, наприклад, перенесення акценту з цінності традицій на цінність індивідуалізму; послаблення впливу традиційних цінностей, таких як цінність патріотизму, цінність праці, цінність сім'ї. О. Тацій у своїй статті також виявив, що соціальні мережі можуть впливати на ціннісні орієнтації молоді, зокрема, на такі цінності: цінність самовираження, цінність індивідуалізму, цінність гедонізму, цінність споживацтва, цінність свободи. І. Мельник зазначила, що соціальні мережі можуть впливати на ціннісні орієнтації молоді в таких напрямках: формування нових цінностей, таких як цінність самовираження, цінність гедонізму, цінність споживацтва; зміна пріоритетів у ціннісних орієнтаціях, наприклад, перенесення акценту з цінності традицій на цінність індивідуалізму; послаблення впливу традиційних цінностей, таких як цінність патріотизму, цінність праці, цінність сім'ї.

У своїй статті С. Слюсарчук показала, що соціальні мережі можуть впливати на ціннісні орієнтації молоді в таких напрямках: формування нових цінностей, таких як цінність самовираження, цінність гедонізму, цінність споживацтва; зміна пріоритетів у ціннісних орієнтаціях, наприклад, перенесення акценту з цінності традицій на цінність індивідуалізму; послаблення впливу традиційних цінностей, таких як цінність патріотизму, цінність праці, цінність сім'ї.

Ці дослідження показали, що соціальні мережі можуть мати значний вплив на ціннісні орієнтації молоді. Вони можуть сприяти формуванню нових цінностей, зміні пріоритетів у ціннісних орієнтаціях та послабленню впливу традиційних цінностей.

Зв'язок між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями є складним і визначається різними факторами. Деякі з основних аспектів цього зв'язку відображені на рис.1.1.



Рисунок 1.1 – Основні аспекти зв'язку між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями

Один із аспектів це спілкування та взаємодія. З наукової точки зору спілкування та взаємодія в соціальних мережах є важливими аспектами, які

впливають на формування ціннісних орієнтацій студентів. Давайте розглянемо цей аспект більш детально. Спілкування в соціальних мережах дозволяє студентам взаємодіяти з різними групами та індивідами, що може впливати на формування соціальних норм і цінностей. Взаємодія у віртуальному просторі дозволяє особам сприймати та усвідомлювати різноманіття поглядів та переконань. Групи у соціальних мережах можуть створювати власні цінності та норми, що впливають на індивіда. Спільноти в мережах можуть взаємодіяти та розвивати спільні цінності, що формується через групову динаміку.

Дослідник у своїх роботах аналізують ефект «фільтру бульбашки». Вони зауважують, що спілкування в соціальних мережах може призвести до ефекту «фільтру бульбашки», де користувачі стикаються головним чином із інформацією та поглядами, які відповідають їхнім власним переконанням. Це може створювати ізольовані групи та впливати на формування ціннісних орієнтацій.

Слід зауважити, що спілкування в мережах дозволяє індивідам приймати та відтворювати соціальні ролі. Це може впливати на їхні цінності, оскільки вони адаптують свої власні погляди під соціально прийнятні ролі у віртуальному співтоваристві. Водночас, спілкування у віртуальних спільнотах дозволяє студентам виражати свої ідеї, переконання та цінності. Це важливий аспект формування особистої ідентичності та визначення власних цінностей.

Відображення особистості в соціальних мережах є значущим аспектом, який впливає на формування ціннісних орієнтацій студентів. Слід звернути увагу, що в соціальних мережах студенти створюють віртуальну ідентичність, яка може відрізнятись від їхньої реальної особистості. Дослідження, проведені Туркл і іншими, вказують на те, що цей процес може бути засобом самовираження та експериментування з різними обличчями особистості. В наукових напрацюваннях знаходимо ефект «Вибору

Представлення», який описує, що люди у соціальних мережах представляють себе у світлі, яке найбільше відповідає їхнім власним ідеалам. Це може впливати на формування ціннісних орієнтацій, оскільки відображення особистості може бути виборчим та спрямованим на досягнення конкретних цілей. Відображення особистості у соціальних мережах взаємодіє з соціальним контекстом. Студенти можуть адаптувати свою ідентичність у відповідь на соціальні очікування та сприйняття. Це може визначати їхні цінності в залежності від контекстуальних факторів. Спілкування з іншими користувачами у соціальних мережах може призводити до соціальної порівняльної ідентифікації, коли особа порівнює свою життєву ідентичність із представленням інших. Це порівняння може впливати на визначення особистих цінностей та намірів. Слід наголосити, що важливого значення має інтеракція з аудиторією, тобто спілкування та взаємодія з аудиторією в соціальних мережах може впливати на самооцінку та визначення цінностей. Взаємодія може породжувати відчуття підтримки чи, навпаки, конфліктів, що впливає на формування ціннісних переконань.

Аналізуючи роботи вчених, ми притримуємося позиції, що психологічний аспект вивчення віртуального «Я» у соціальних мережах включає розгляд психологічних механізмів, які лежать в основі вибору представлення та взаємодії, що може впливати на формування ціннісних уподобань.

Отож, відображення особистості в соціальних мережах має значущий вплив на формування ціннісних орієнтацій студентів. Розуміння цього аспекту важливо для науковців, які досліджують взаємодію особистості та віртуального світу, оскільки це дозволяє краще розуміти механізми впливу соціальних мереж на формування ціннісних уподобань та переконань у молодого покоління.

Вплив реклами та контенту у соціальних мережах визначається великою кількістю факторів, що може впливати на формування ціннісних

орієнтацій користувачів. Наукові дослідження в галузі психології вказують на те, що реклама та контент в соціальних мережах може впливати на психологічні аспекти переконань та перспектив користувачів. Це може включати формування стереотипів, відчуття соціальної приналежності, та самоідентифікацію. Реклама та контент визначають соціальні зразки та ідеали, які користувачі можуть сприймати як соціально прийнятні або бажані. Це може впливати на формування ціннісних орієнтацій, оскільки користувачі можуть намагатися адаптувати свої цінності до цих зразків. Слід звернути увагу на ефекти психологічного впливу, адже реклама в соціальних мережах може викликати різні ефекти психологічного впливу, такі як емоційне залучення, страхи, апеляції до суспільних стандартів. Ці ефекти можуть визначати, які цінності стають акцентованими або прийнятними для користувача.

Неодноразово дослідники зауважують, що реклама часто апелює до споживчих потреб та цінностей, спрямовуючи їх на певні продукти чи ідеї. Це може впливати на формування ціннісних орієнтацій, оскільки споживачі асоціюють свої цінності з продуктами чи послугами. Контент у соціальних мережах дозволяє користувачам взаємодіяти зі спільнотами, які розповсюджують певні цінності. Це може впливати на відчуття приналежності та узгодження цінностей з вибраною спільнотою. Вивчення психології взаємодії та впливу у соціальних мережах дозволяє розуміти, які механізми впливу використовуються для зміни ціннісних уподобань та переконань користувачів. Рекламний контент може впливати на сприйняття достовірності інформації. Користувачі можуть формувати свої цінності на основі того, наскільки вони довіряють представленій інформації.

Таким чином, науковий аналіз впливу реклами та контенту в соціальних мережах свідчить про значущий вплив цього аспекту на формування ціннісних орієнтацій користувачів. Реклама та контент стають важливими чинниками визначення того, які цінності стають актуальними у

віртуальному просторі та впливають на сприйняття світу користувачами соціальних мереж.

Групова взаємодія у соціальних мережах представляє собою значущий аспект, який може має вплив на формування ціннісних орієнтацій у користувачів. Теорія соціального впливу вказує на те, що взаємодія в групах може визначати, які цінності та переконання приймає індивід. Соціальні мережі надають платформу для поширення поглядів та впливу груп на цінності своїх учасників. Групова взаємодія в соціальних мережах сприяє формуванню групових норм та цінностей. Користувачі у віртуальних спільнотах можуть піддаватися впливу групових очікувань та приймати або модифікувати свої цінності відповідно. Неодноразово зазначалося, що групова взаємодія у соціальних мережах допомагає формувати групову ідентичність. Учасники груп можуть переосмислювати свої цінності в контексті групової динаміки, що впливає на їхнє самоусвідомлення.

В психологічній літературі знаходимо опис «Ефекту конформізму та відділення від групи», який визначає те, наскільки користувачі прагнуть відповідати груповим нормам. Водночас, існує можливість відділення від групи у випадку неприйняття чи конфлікту цінностей.

Слід звернути увагу, що лідери груп у соціальних мережах можуть мати значний вплив на формування цінностей. Їхні погляди та цінності можуть бути прийняті чи відхилені учасниками групи. Спілкування у міжнародному масштабі в соціальних мережах може призводити до глобальної групової взаємодії, що впливає на усвідомлення різниць у цінностях та сприяє глобальному розумінню. Групова взаємодія в політичних спільнотах соціальних мереж може впливати на формування політичних поглядів та цінностей учасників.

Отже, групова взаємодія у соціальних мережах є значущим аспектом, який визначає формування ціннісних орієнтацій. Розуміння впливу групової динаміки дозволяє науковцям та практикам краще розуміти механізми

впливу соціальних мереж на формування цінностей та переконань користувачів.

Експозиція до різноманітних перспектив у соціальних мережах визначається взаємодією користувачів з різноманітними ідеями, поглядами та культурними контекстами. Експозиція до різноманітних перспектив може сприяти плюралізму поглядів. В соціальних мережах користувачі з різних культур, географічних регіонів та соціальних груп можуть висловлювати свої унікальні точки зору, що сприяє широкому спектру ідей та підходів.

Дослідження в області соціальних наук вказують на те, що соціальні мережі стають ареною взаємодії між різними культурами та ідентичностями. Експозиція до різноманітних перспектив сприяє взаєморозумінню та зменшенню міжкультурних конфліктів. Однак, деякі дослідження вказують на те, що алгоритми соціальних мереж можуть створювати "фільтри бульбашки", обмежуючи користувачів експонуватися різноманітним перспективам. Це може впливати на формування інформаційного багатства та поглядів студентів.

Експозиція до різноманітних перспектив може варіюватися в залежності від того, які групи користувач вибирає для взаємодії. Групова динаміка може створювати «фільтри» або, навпаки, сприяти обміну різнобічними поглядами. Ехо-камери та бульбашки представляють можливість взаємодії з інформацією, яка підтверджує вже існуючі погляди користувача. Це може обмежувати експозицію до різноманітних перспектив та впливати на формування ціннісних уподобань.

Сприяння активному поширенню контенту користувачами може розширювати коло впливу та експозиції до різноманітних поглядів. Вивчення динаміки поширення інформації може допомогти розуміти, як ці перспективи поширюються в середовищі соціальних мереж.

Науковий аналіз експозиції до різноманітних перспектив в соціальних мережах свідчить про важливість цього аспекту для формування ціннісних

орієнтацій студентів. Взаємодія з різноманітними поглядами та культурними вимірами може сприяти розширенню розуміння та визначенню власних цінностей. Однак, також важливо враховувати можливі обмеження, такі як ефекти «фільтру бульбашки», які можуть виникати у віртуальному середовищі.

Психологічний аналіз аспекту «Вплив та популярність» у зв'язку між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями може розкривати цікаві аспекти взаємодії індивіда з цими медіа-платформами та вплив цього взаємодії на його ціннісну систему. Один із можливих елементів психологічного аналізу являє собою самовизначення через популярність. Цей елемент свідчить, що соціальні мережі створюють платформу для самовизначення через визнання та популярність. Особисті цінності можуть бути визначені та змінюватися відповідно до того, як індивід відчуває себе в соціальних мережах. Визначення власної цінності через вподобання, коментарі та репост може призвести до постійного прагнення отримати позитивну оцінку від інших.

Соціальні мережі часто втручаються в формування соціальних норм та стереотипів, що може впливати на ціннісні переконання користувачів. Особа може адаптувати свої цінності відповідно до прийнятих стандартів, що може призвести до внутрішньої конфліктності та стресу.

Також потрібно звернути увагу, що взаємодія з соціальними мережами може викликати різні емоційні реакції, такі як радість від отримання визнання чи роздратування від критики. Емоційний стан може впливати на те, як особа оцінює та визначає свої цінності в онлайн-середовищі.

Соціальні мережі можуть збільшувати можливості взаємодії з різними групами та культурами, що може впливати на розширення ціннісного спектру. Взаємодія з різними групами може призвести до перегляду та переоцінки власних цінностей під впливом різноманітних поглядів та переконань. Популярність в соціальних мережах може визначати самооцінку

та впевненість особи у власних цінностях. Залежність від позитивної оцінки може впливати на стабільність та неперервність цінностей відповідно до популярності в соціальних мережах.

Цей психологічний аналіз може служити початковою точкою для подальших досліджень та розуміння взаємодії між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями в сучасному цифровому суспільстві.

Таким чином, важливо враховувати, що зв'язок між соціальними мережами та цінностями є динамічним і може різнитися в залежності від індивідуальних особливостей користувачів, контексту та часу. Ця тема є предметом активного дослідження в галузі соціально-поведінкових наук та інформаційних технологій.

### **Висновки до розділу.**

Дослідження розкрило, що проблема ціннісних орієнтацій у наукових дослідженнях є важливим аспектом, який може впливати на об'єктивність отриманих результатів. Учені, розпочинаючи дослідження, повинні бути свідомі своїх власних цінностей та переконань, оскільки це може вплинути на сприйняття інформації, методи дослідження та інтерпретацію результатів. Важливо встановити прозорі процеси та керівні лінії для уникнення можливого викривлення даних через вплив особистих цінностей.

Дослідження підтверджує той факт, що вплив ціннісних орієнтацій у наукових дослідженнях може бути недооцінений чи непомічений. Науковці повинні бути уважні до своїх власних упереджень та прагнути розширювати межі свого розуміння. Важливо створювати екосистему наукового дослідження, де різні погляди та цінності шануються та враховуються. Колективна об'єктивність може бути досягнута лише в умовах різноманітності ціннісних підходів. Водночас, дослідження підтверджує існування взаємозв'язку між використанням соціальних мереж і цінностями

особистості. Люди, що активно взаємодіють у соціальних мережах, можуть бути вплинуті цінностями та поглядами своєї віртуальної спільноти. Важливо враховувати цей фактор при аналізі ціннісних орієнтацій в онлайн та офлайн середовищах. Дослідження показує, що соціальні мережі можуть функціонувати як важливий вплив на формування та поширення цінностей в сучасному суспільстві.

Ці висновки наголошують на важливості усвідомленості та виваженості в наукових дослідженнях, а також на потребі врахування культурних, особистісних та соціальних впливів на об'єктивність та достовірність дослідження.

## РОЗДІЛ 2

### ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РОЗВИТКУ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТІВ

#### 2.1 Організація проведення емпіричного дослідження

Існує багато інструментів вивчення індивідуальних цінностей особистості. Останні класифікуються науковцями за різними критеріями. Автори методики «Ціннісні орієнтації» структурували цінності на зовнішні та внутрішні, спираючись насамперед на теорію самодетермінації особистості Е. Л. Дісі та Р. М. Руаяна. Згідно даної теорії більший прояв зовнішніх або внутрішніх цінностей пов'язаний зі ступенем задоволення базових, першочергово існуючих психологічних потреб особистості: в автономності (самостійності та незалежності), у компетентності (ефективності) та у значущих міжособистісних стосунках. Задоволення даних потреб сприяє особистісному розвитку, психологічному здоров'ю, розвитку внутрішніх цінностей.

На основі мети дослідження, яка полягає в розумінні впливу соціальних мереж на ціннісні погляди студентів, ми розробили авторську анкету, яка спрямована на вивчення зв'язків між використанням соціальних мереж та формуванням цінностей серед студентської громади. В основу анкети покладені питання, що стосуються розкриття впливу соціальних мереж, збір об'єктивних та чесних відповідей від учасників, які допоможуть розкрити та проаналізувати залежності між соціальними мережами та ціннісними установками студентів, отримання повного та глибокого розуміння того, як використання соціальних мереж може впливати на особистісний розвиток та ціннісний орієнтир студентів, загальний контекст

для подальших обговорень та можливих рекомендацій, спрямованих на вдосконалення умов навчання та соціальної взаємодії в університетському середовищі. Загалом, мета полягає в глибокому аналізі та розумінні динаміки між використанням соціальних мереж та формуванням ціннісних установок студентів для сприяння подальшій розробці ефективних стратегій у сфері вищої освіти.

Система ціннісних орієнтації визначає змістовний бік спрямованості особистості та становить основу її відносин до навколишнього світу, до інших людей, до себе самої, основу світогляду та ядро мотивації життєвої активності, основу життєвої концепції та «філософії життя». Найбільш поширеною в даний час є методика вивчення ціннісних орієнтацій М. Рокіча, заснована на прямому ранжируванні списку цінностей. М. Рокіч розрізняє два класи цінностей: □термінальні – переконання у цьому, що кінцева мета індивідуального існування вартий того, щоб до неї прагнути; □інструментальні - переконання в тому, що якийсь образ дій або властивість особистості є кращим у будь-якій ситуації. Цей поділ відповідає традиційному поділу на цінності-цілі та цінності-кошти. Респонденту пред'явлено два списки цінностей (по 18 у кожному) або на аркушах паперу в алфавітному порядку або на картках. У списках підслідний надає кожній цінності ранговий номер, а картки розкладає за порядком значимості. Остання форма подачі матеріалу дає надійніші результати. Спочатку пред'являється набір термінальних, та був набір інструментальних цінностей.

Методика вивчення особистісних цінностей Ш. Шварца.

Концепція особистісних цінностей Ш. Шварца та В. Білські (S. Schwartz & W. Bilsky) є однією з найбільш розроблених. Особистісні цінності у ній розглядаються як типи мотиваційних цілей. Ці автори прагнули виявити функції цінностей та їх взаємозв'язку у структурі особистості, розглядаючи їх як часто неусвідомлювані критерії вибору та оцінки людиною своїх вчинків, інших людей та подій. Згідно з Ш. Шварцем і В. Білським, цінності являють

собою бажані людиною цілі та образ поведінки, який сприяє досягненню цих цілей. Цінності мають свою ієрархію за значимістю в людини, формуючи систему її ціннісних пріоритетів. Отже, система ціннісних пріоритетів дозволяє охарактеризувати як окремі особистості, і різні культури.

У своїй методиці вивчення особистісних цінностей Ш. Шварца виділено десять мотиваційно відмінних типів цінностей і включають:

1. Влада – прагнення до соціального статусу чи престижу, домінування над людьми та ресурсами.

2. Досягнення – особистий успіх через прояв компетентності у відповідно до соціальних стандартів, успішність та амбітність.

3. Гедонізм - насолода або чуттєве задоволення, задоволення біологічних потреб і задоволення, що при цьому відчувається.

4. Стимуляція - прагнення до новизни та глибоких переживань.

5. Самостійність (Саморегуляція) – самостійність мислення та вибору дії, у творчості та дослідницької активності.

6. Універсалізм – розуміння, терпимість та захист благополуччя всіх людей та природи.

7. Доброта (Доброзичливість) – збереження та підвищення добробуту близьких людей, з якими індивід перебуває у особистих контактах: корисність, лояльність, поблажливість, чесність, відповідальність, дружба, зріла любов.

8. Традиції – повага, прийняття звичаїв та ідей, які існують у культурі та слідування їм.

9. Конформність – стримування та запобігання діям, а також схильностям та спонуканням до дій, які можуть завдати шкоди іншим або не відповідають соціальним очікуванням: слухняність, самодисципліна, ввічливість, повага батьків та старших.

10. Безпека – безпека для інших людей та себе, гармонія, стабільність суспільства та взаємин. В основі потреба в адаптованості та передбачуваності світу, зниження невизначеності.

Опитувальник Ш. Шварца, складається із двох частин. Перша частина дозволяє вивчити нормативні ідеали, цінності лише на рівні переконань, які завжди проявляються у реальному соціальному поведінці. Друга частина опитувальника вимірює цінності лише на рівні поведінки, переваги, які найчастіше проявляються у соціальному поведінці особистості.

Тест сенсожиттєвих орієнтацій (СЖО). Сенсожиттєві орієнтації визначалися за допомогою тесту сенсожиттєвих орієнтацій (СЖО) (Д.А. Леонтьєв). Сенсожиттєві орієнтації людини розглядаються у психології як результат усвідомлення цінностей, цілей та сенсу власного життя. В. Чуднівський із співавт. визначає їх як цілісну систему свідомих та виборчих зв'язків, що відображають спрямованість особистості, наявність життєвих цілей, свідомість виборів та оцінок, задоволеність життям (самореалізацією) та здатність брати за неї відповідальність, впливаючи на її хід. Відповідно до В. Франкла невдача в пошуку людиною сенсу свого життя (екзистенційна фрустрація) і впливає з неї відчуття втрати сенсу (екзистенційний вакуум) є причиною особливого роду душевних захворювань – ноогенних неврозів (екзистенційного вакууму), які відрізняються від інших відомих видів неврозів (В. Франкл). Виходячи з цього Джеймсом Крамбо та Леонардом Махолік розроблено тест «Мета в житті» (Purpose-in-Life Test, PIL), який діагностує переживання індивідом онтологічної значущості життя. За підсумками адаптації зазначеної методики Д.А. Леонтьєвим було створено Тест сенсожиттєвих орієнтацій (СЖО) (Д.А. Леонтьєв, 2000).

У тесті СЖО свідомість життя визначається наявністю цілей, задоволенням, що отримується при їх досягненні та впевненістю в власній здатності ставити собі мети, вибирати завдання з готівки та добиватися

результатів. Тест дозволяє оцінити «джерело» сенсу життя, який можна знайти людиною чи майбутньому (мети життя), або в теперішньому (задоволеність процесом життя) або минулому (задоволеність результатом життя), або у всіх трьох складових життя.

## **2.2. Результати емпіричного дослідження**

Для дослідження психологічних особливостей ціннісних орієнтацій студентів-психологів було проведено емпіричне дослідження в Хмельницькому національному університеті. Об'єктом дослідження було 50 осіб денної та заочної форми навчання.

Перше, що ми запропонували студентам – це анкету для розуміння впливу соціальних мереж на ціннісні погляди студентів.

Аналіз відповідей студентів на питання щодо використання соціальних мереж є досить різноманітним і відображає індивідуальний підхід кожного студента до цього аспекту їхнього життя. Отримані відповіді свідчать, що більшість студентів використовує кілька соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram, Twitter тощо. Кілька основних мереж може включати у себе засоби спілкування, відслідковування новин та розваг. Деякі студенти відзначають важливість професійної мережі LinkedIn для будівництва професійних контактів та можливостей. Snapchat та Instagram можуть бути популярними для забезпечення особистих та емоційних зв'язків, вираження та обміну враженнями. Деякі студенти обирають зосередитися на конкретних мережах, виходячи з власних цілей чи потреб. Деякі можуть вказати на використання нових або менш популярних мереж, де вони знаходять щось унікальне чи цікаве. Щодо особистих поглядів та спрямованості, то відповіді віддзеркалювали особисті погляди та інтереси, такі як політика, культура чи технології. Ця диверсифікація свідчить про те, що студенти використовують

соціальні мережі для різних цілей і вибирають ті, які відповідають їхнім індивідуальним потребам і уподобанням.

Наступне питання стосувалося, як часто студенти використовують соціальні мережі протягом тижня. Більшість студентів, які використовують соціальні мережі щодня, є тими, хто активно спілкується, веде свій онлайн-журнал чи слідкує за подіями. Студенти, які кілька разів на тиждень перевіряють соціальні мережі, але не робить цього щодня, становить 25% від загальної кількості респондентів. Студенти, які використовують соціальні мережі рідко, можуть обмежувати свій час в Інтернеті або вважати ці платформи менш важливими для своєї повсякденної діяльності. Відповідей на варіанті «Ніколи» не було виявлено, тобто студентів, які можуть відмовитися від соціальних мереж або уникати їх використання з різних причин, таких як концентрація на навчанні чи особиста впевненість не було.

Отримавши відповіді на питання, яке стосувалося за якими темами найчастіше обговорюють чи діляться інформацією у соціальних мережах студенти, ми з'ясували, що студенти, активно обговорюють навчання та університетське життя, діляться досвідом, запитаннями або радами щодо навчання, роботи в університеті та подій, пов'язаних із студентським життям. Також є група студентів, які цікавляться спортом, фітнесом, спільними тренуваннями та обговоренням здорового способу життя. Водночас, зачасту студенти обговорюють культурні події, фільми, музику або мистецтво, можуть виражати свій інтерес до творчих аспектів життя. Дещо менше студентів зізналося, що обговорюють події в політиці, суспільстві, виражують свої погляди та думки на актуальні політичні теми. Проте, варто зазначити, що значна кількість студентів відмітила, що можуть ділитися своїми особистими подіями, враженнями від подорожей, фотографіями та історіями з особистого життя. Ці відповіді відображають різні підходи до використання соціальних мереж та рівні залученості студентів до цих онлайн-платформ.

Вагомим для нашого дослідження є результати відповідей на питання «Чи впливає взаємодія у соціальних мережах на ваші думки та погляди на різні аспекти життя». Частина студентів (24%) зазначили, що їхні думки та погляди на різні аспекти життя піддаються впливу соціальних мереж. Це може включати зміни в поглядах на соціальні питання, політику, культуру та інші аспекти. 32% студентів зазначили, що їхні думки і погляди залишаються стійкими і не зазнають впливу від взаємодії у соціальних мережах. Вони можуть вважати, що їхні переконання залишаються незмінними навіть при активному участі в онлайн-спільнотах. Студенти, які обирали варіант «Не впевнений/не визначаюсь», визнають, що вплив соціальних мереж на їхні думки і погляди неоднозначний або невизначений. Вони можуть вагатися або вважати, що вплив залежить від конкретних обставин чи тем.

Аналізуючи отримані відповіді на питання про найважливіші цінності у їхньому житті, де потрібно було зазначити які цінності вважають найважливішими у житті, то ми звели перелік до таких. Матеріальна забезпеченість: студенти, які вибирали цю цінність, надають велике значення фінансовій стабільності та можливості забезпечити собі комфортне життя. Для них важливо мати достатні ресурси для задоволення основних потреб. Цікава робота: студенти, які віддають перевагу цій цінності, вважають важливим знаходити і займатися такою роботою, яка викликає їхні інтереси і надає особисте задоволення. Для них важлива не лише матеріальна винагорода, але і задоволення від професійної діяльності. Любов та щасливе сімейне життя: Студенти, які обирають цінності "любов" і "щасливе сімейне життя", визнають важливість побудови близьких стосунків та стабільного сімейного оточення. Для них родина, взаєморозуміння та підтримка грають ключову роль у задоволенні від життя.

Відповіді респондентів на питання «Чи відомо вам, які цінності часто підкреслюються чи обговорюються в соціальних мережах» були

різноманітними, оскільки це залежить від індивідуальних переконань та інтересів студентів. Загалом, користувачі, активно взаємодіють з соціальними мережами, можуть бути свідомі того, що вони часто зустрічають розмови та публікації, що підкреслюють певні цінності. Вони можуть активно брати участь в обговореннях з цього приводу. Інша частина респондентів відповіла «Ні». Такі користувачі можуть не приділяти увагу чи не помічати чіткого виокремлення певних цінностей у соціальних мережах. Вони можуть вважати, що теми обговорень різноманітні і не обов'язково фокусуються на конкретних цінностях.

Деякі користувачі відповіли «Частково», тобто вони можуть відзначити, що частково помічають підкреслення певних цінностей у соціальних мережах, але це може бути неоднозначно чи обмежено за темами чи групами.

Відповіді на це питання «Чи виникали у вас ситуації, коли взаємодія у соціальних мережах впливала на вашу поведінку або рішення у реальному житті?» варіювалися від особистого досвіду кожної людини. Досліджувані розповідають про конкретні ситуації, коли взаємодія у соціальних мережах вплинула на їхні рішення або поведінку в реальному житті. Наприклад, можливий вплив на вибір місця відпочинку, вибір заходів чи покупок. Інші користувачі стверджували, що вони зберігають відносну незалежність від соціальних мереж у прийнятті важливих рішень і їхній поведінці. Вони можуть вважати, що їхні реальні життєві вирішення базуються на особистих переконаннях та досвіді, а не на впливі соціальних мереж. Деякі респонденти можуть бути не впевнені, чи взаємодія у соціальних мережах впливає на їхні дії. Вони визнають, що це може бути можливість, але вони не завжди відчують цей вплив чітко чи визначено.

Методика М. Рокіча використовувалася для вивчення ціннісних орієнтацій.

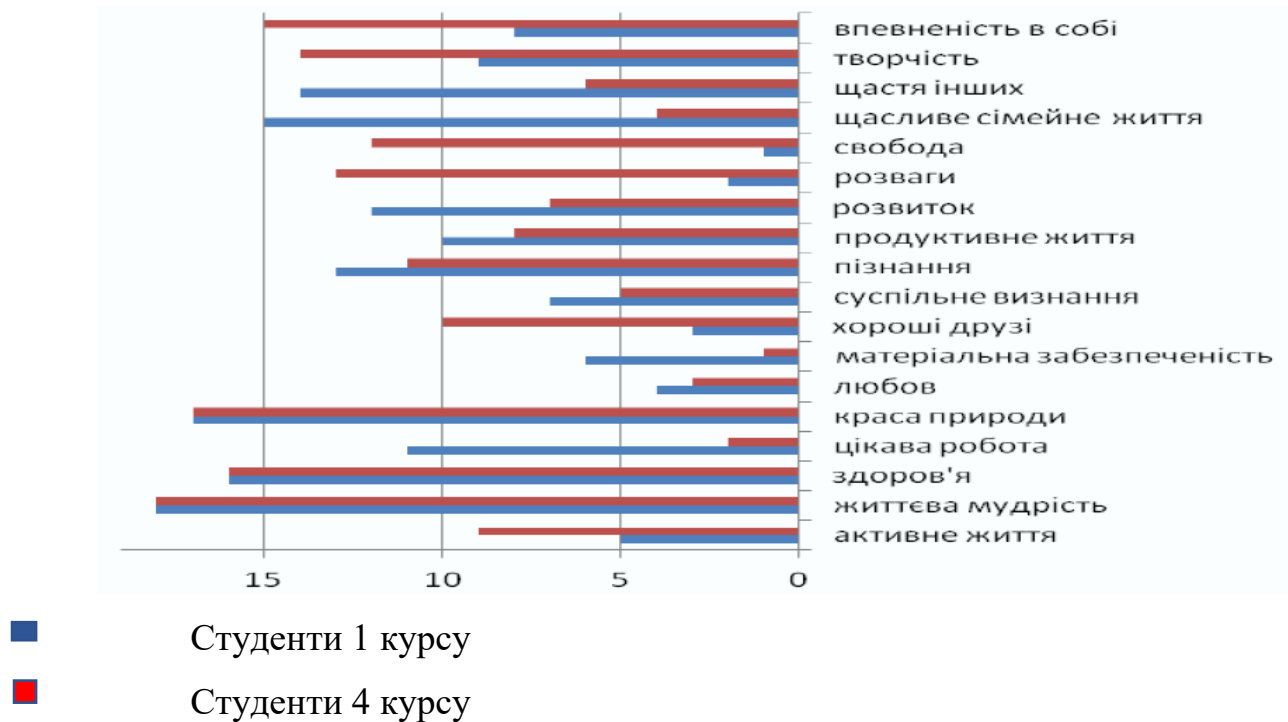


Рисунок 2.1. – Термінальні цінності (за методикою дослідження ціннісних орієнтацій М. Рокіча)

Виявлено, що у студентів першого курсу переважають такі цінності, як свобода, розваги, хороші друзі, любов та активне життя. Це можна пояснити зміною соціальної ситуації, оскільки значна частина студентів приїздить на навчання в інше місто, проживає в гуртожитку і опиняється поза звичним контролем батьків. Ця зміна умов визначає підняття на передній план цінності «свобода».

Студент отримує можливість самостійно керувати своїм життям, визначати розклад дня та управляти фінансовими витратами, що викликає активізацію цінності «розваги». Це особливо актуально, оскільки значна частина респондентів прагне компенсувати період, коли ці аспекти були під контролем батьків. Також період навчання в університеті розглядається як сприятливий час для знайомств і побудови тісних дружб, що призводить до підняття важливості цінності «хороші друзі». Додатково, виокремлюється цінність «любов», оскільки юнаки виявляють орієнтацію на розвиток інтимних відносин з партнерами.

Серед цінностей, які займають останні позиції в системі ціннісних орієнтацій першокурсників, виділяються такі: «життєва мудрість», «краса природи», «здоров'я» та «щасливе сімейне життя». Відкидання цінності «життєва мудрість» пояснюється тим, що респонденти розглядають її як характеристику, що більше підходить людям старшого віку, і не вважають її важливою для особистостей, які тільки починають своє самостійне життя.

Цінність «краса природи» також не отримала значення в очах більшості респондентів через те, що в цей період їх естетичні уподобання більше спрямовані на власний зовнішній вигляд, моду, дизайн приміщень та інші аспекти.

Цінність «щасливе сімейне життя» також потрапила до категорії відкинутих, оскільки більшість першокурсників вважають, що вони ще не готові до сімейних зобов'язань. Вони висловлюють думку, що спочатку потрібно насолодитися життям, здобути різноманітні враження, а вже потім думати про створення родини.

Цінність «здоров'я» також знаходиться серед останніх, оскільки юнаки, здебільшого, не фокусуються на своєму здоров'ї, ігноруючи симптоми нездужання та стверджуючи, що це поведінка характерна для людей старшого віку.

У групи студентів четвертого курсу визначено певні пріоритети у системі ціннісних орієнтацій, де переважають такі цінності, як матеріальна забезпеченість, цікава робота, любов, щасливе сімейне життя та суспільне визнання. Порівнюючи ціннісні орієнтації студентів першого та четвертого курсу, можна відзначити зміну в динаміці цінності «матеріальна забезпеченість», яка піднялася з шостого на перше місце. Це пояснюється тим, що більшість першокурсників ще отримують матеріальну підтримку від батьків, і питання фінансів не є для них настільки актуальним.

Одночасно цінність «цікава робота» зрушує з одинадцятого на друге місце серед студентів четвертого курсу, стаючи їх основною цінністю. Це

пов'язано з тим, що старшокурсники мають більше чітке уявлення про свою обрану професію та її вимоги. У процесі навчання вони усвідомлюють специфіку роботи психолога та ступінь відповідності її вимогам, що робить пошук роботи більш конкретним і спрямованим.

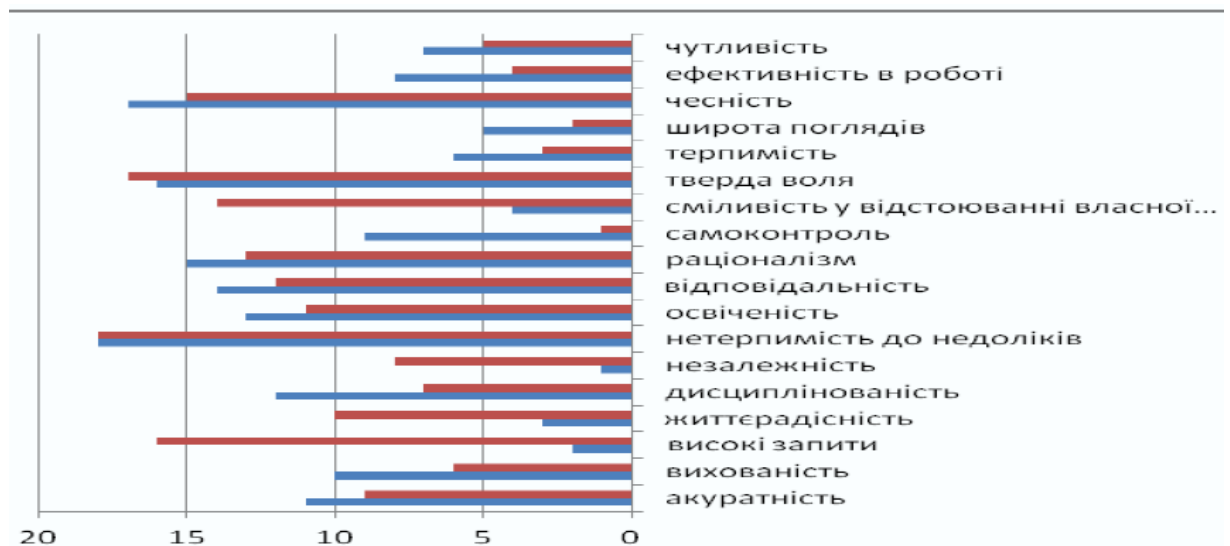
Цінність «любов» займає важливе місце як серед першокурсників (4 місце), так і серед випускників (3 місце), що відзеркалює загальний інтерес до побудови близьких стосунків з особами протилежної статі.

Аналізуючи ціннісні орієнтації студентів четвертого курсу, можна відзначити значний зсув у місці цінності «щасливе сімейне життя», яка вибула з 15-го на 4-те місце в їхніх цінностях. Це свідчить про серйозне розглядання старшокурсниками, особливо дівчатами, питання укладання шлюбу та вибору подальшої життєвої стратегії, такої як залишення в місті, де вони навчалися, чи повернення додому, а також вибір професійного шляху тощо.

Серед відкинутих цінностей для студентів четвертого курсу виявились такі: життєва мудрість, краса природи, здоров'я. Ці цінності також відкидаються першокурсниками, що свідчить про їхню стабільність в системі ціннісних орієнтацій. Глибший аналіз змін у системі цінностей студентів розкриває такі тенденції: зменшення актуальності цінності «хороші друзі» до кінця навчання (зсув з 3-го на 10-те місце), що пов'язано з орієнтацією випускників на професійну та сімейну сфери, із зростанням конкуренції серед одногрупників за обмеженими вакансіями. Також відзначається значне зниження цінності "розваги" (з 2-го на 13-те місце), оскільки для старшокурсників пріоритетними стають інші аспекти життя, такі як пошук роботи та шлюбного партнера. Значний зсув спостерігається й у місці цінності «свобода» (з 1-го на 12-те місце), оскільки випускники втрачають відчуття свободи, включаючись в професійне та сімейне життя, що накладає певні вимоги до їхньої особистості.

В аналізі цінності «щастя інших» також можна спостерігати динаміку, зсув з 14-го на 6-те місце. Це може бути пов'язано з усвідомленням студентами специфіки роботи психолога, який за своєю суттю присвячений допомозі іншим людям у вирішенні проблем та зробленні їхнього життя більш гармонійним і щасливим. По закінченню навчання випускники чітко усвідомлюють вимоги своєї професії і включають їх в свою систему ціннісних орієнтацій.

Під час подальшого аналізу отриманих результатів були розглянуті інструментальні цінності студентів (рис. 2.2).



- Студенти 1 курсу
- Студенти 4 курсу

Рисунок 2.2 – Інструментальні цінності (за методикою дослідження ціннісних орієнтацій М. Рокіча)

Серед першокурсників переважають такі інструментальні цінності, як незалежність, високі запити, життєрадісність, сміливість у відстоюванні поглядів. Актуалізація цінності "незалежність" пов'язана з виходом з-під контролю батьків та можливістю самостійно нести відповідальність за власне життя і приймати рішення.

Домінування цінності «високі запити» серед студентів може бути пояснене сприйняттям їхньої професії психолога як престижної, а також очікуванням значних матеріальних вигод при виконанні своїх професійних обов'язків. Вихід на передній план цінності «життєрадісність» свідчить про надання переваги активній і позитивній життєвій позиції та наявність бажання розважатися.

Також, актуалізація цінності «сміливість у відстоюванні власних поглядів» може бути розглянута як частина процесу сепарації від батьків або як вияв неприйняття авторитетів взагалі. Активне відстоювання власних думок тут може служити формою самоствердження та сприяти підвищенню впевненості в собі.

Цінності «нетерпимість до недоліків», «чесність» та «тверда воля» опинились серед відкинутих студентами, і це може бути пояснено з погляду їхньої адаптації до майбутньої професійної ролі психолога. Неприйняття "нетерпимості до недоліків" узгоджується з професійними вимогами, що передбачають толерантне ставлення до всіх категорій клієнтів та акцент на їхніх сильних сторонах, а не недоліках.

Нівелювання цінності «чесність» може відбити переживання респондентів підліткової кризи, що супроводжується закритістю та потаємністю, особливо при взаємодії з авторитетними дорослими. Крім того, студенти можуть не вважати чесність однією з ключових професійних вимог, оскільки вони можуть сприймати необхідність "згладжувати гострі кути" та не завжди говорити клієнту правду в чистому вигляді.

Цінність «тверда воля» також відкидається студентами, оскільки вони можуть асоціювати її з домінантністю, що не є бажаним в професійній роботі психолога з клієнтами. Вони можуть сприймати важливість роботи на рівних з клієнтом, уникання переважання та збереження емпатії.

Аналіз даних старшокурсників виявив, що вони відзначаються домінуванням певних інструментальних цінностей у своїй системі цінностей.

Зокрема, спостерігається значний зсув у цінності «самоконтроль» з 9 на 1 позицію, вказуючи на те, що випускники надають велике значення контролю над своїми емоціями та діями, розглядаючи це як ключовий елемент успішної професійної діяльності.

При аналізі цінності «широта поглядів» також виявляється зсув з 5 на 2 позицію, свідчачи про те, що старшокурсники сприймають цю характеристику як важливу в професійному та інтелектуальному розвитку.

Цінність «терпимість» переміщується з 6 на 3 позицію, вказуючи на те, що старшокурсники усвідомлюють її вагомість, особливо в контексті виконання психологічних функцій, які передбачають толерантне ставлення до різних осіб.

Динаміка цінності «ефективність діяльності» також спостерігається, зміщуючи її положення з 8 на 4 позицію. Це вказує на те, що старшокурсники акцентують увагу на результативності своєї діяльності, що більше актуально порівняно зі студентами, які тільки розпочинають своє навчання.

У групі цінностей, які старшокурсники відкидають, виявились «нетерпимість до недоліків», «тверда воля» і «високі запити». Цінності зазнали значних змін, особливо цінність «високі запити», яка втратила свою популярність, змістившись з 2 на 16 позицію. Це можна пояснити тим, що на початковому етапі навчання у першокурсників є ілюзії та ідеалізоване уявлення про обрану професію, включаючи її соціальне значення та матеріальні вигоди. Проте, з розвитком навчання ці ілюзії розчаровуються, і студенти починають реалістичніше розуміти свою майбутню професію, оцінюючи як її позитивні, так і негативні аспекти.

У цьому контексті, старшокурсники приділяють більше уваги таким цінностям, як «вихованість», «дисциплінованість», «терпимість» і «чутливість». Зменшується актуальність цінностей, таких як «життєрадісність» і «сміливість у відстоюванні власної думки». Ці тенденції

можуть свідчити про більш глибоке розуміння студентами вимог та особливостей їх обраної професії психолога.

Фактори, ідентифіковані за допомогою методики "Осмисленість життя" (ОЖ), яка була розглянута в розділі 2, можна трактувати як складові сенсу життя особистості. Ці фактори можна розділити на дві групи. Перша група включає сенсожиттєві орієнтації, такі як цілі в житті, насиченість життя і задоволеність самореалізацією. Ці сенсожиттєві орієнтації відповідають трьом складовим життєдіяльності та тимчасовим орієнтаціям в житті: метою (майбутнім), процесом (сьогоденням) і результатом (минулим). Студенти можуть знаходити сенс свого життя в одній, двох або трьох зазначених складових.

До другої групи належать два фактори, які характеризують внутрішній і зовнішній локус контролю. Один із цих факторів сприяє розвитку загального світогляду, що контроль є можливим, а інший відображає віру у власну здатність здійснювати такий контроль [27, с.10].

У нашому дослідженні методика «Сенсожиттєві орієнтації» використовувалася для вивчення динаміки змін сенсожиттєвих орієнтацій протягом навчання на психологічній спеціальності. Закономірності відмінностей між курсами оцінювалися за допомогою критерію Стьюдента через нормальний розподіл майже всіх параметрів. За допомогою цього критерію були порівняні середні показники кожного курсу за загальним показником та п'ятьма субшкалами методики СЖО. Результати цих порівнянь представлені в додатку. У таблиці 2.1 наведені середні значення для тих курсів, де виявлені значимі відмінності, а також значення коефіцієнта Стьюдента і рівень значимості цих розходжень. Знаки різниці також позначені для наочності. Ці дані систематизовані за шкалами та відділеннями. Графічне відображення змін подане на рисунках 3.3 - 3.4. На

них горизонтальні лінії позначають границі середнього (5-6 рівнів) діапазону, включаючи його верхню межу.

У кінці завдання студенти визначають термінальні цінності, де переважають матеріальна забезпеченість, цікава робота, любов, щасливе сімейне життя та суспільне визнання. Щодо інструментальних цінностей, то у першокурсників актуальними є незалежність, високі запити, життєрадісність, сміливість у відстоюванні поглядів, тоді як у старшокурсників домінують самоконтроль, широта поглядів, терпимість та ефективність діяльності.

Цей процес свідчить про зміни у внутрішніх ціннісних орієнтаціях студентів, а зростання значущості цінностей, таких як терпимість та чутливість, вказує на визрівання їхніх професійних поглядів та готовність виконувати психологічні функції.

Таблиця 2.1 – Результати за методикою СЖО

Шкала	Група 1		Група 2	Середнє арифметичне по		t-коэф-т Стьюде н-Та	Рівень знач-ти розход жень
				групі 1	групі 2		
<b>Загальний показник усвідомленості життя</b>	2 курс	>	4 курс	112,05*	101,29*	2,6326*	,0103*
	3 курс	>	4 курс	111,35*	101,29*	3,1738*	,0021*
<b>Мети в житті</b>	3 курс	>	4 курс	34,71*	30,81*	2,97*	,003*
<b>Процес життя</b>	3 курс	>	4 курс	33,18*	30,54*	2,193*	,031*
<b>Результатив-</b>		<	3 курс	26,34*	28,16*	-2,02*	,045*

<b>ніть життя</b>	1 курс						
	2 курс	>	4 курс	27,76*	25,40*	2,05*	,043*
	3 курс	>	4 курс	28,16*	25,40*	2,71*	,007*
<b>Локус контролю - Я</b>	2 курс	>	4 курс	22,48*	19,91*	2,485*	,015*
	3 курс	>	4 курс	22,79*	19,91*	3,160*	,002*
<b>Локус контролю - життя</b>	1 курс	<	3 курс	31,69*	34,22*	-2,38*	,018*
	2 курс	<	3 курс	29,48*	34,22*	-3,01*	,003*

За даними таблиці 2.1, середній загальний показник «Сенс життя» не виходить за межі середнього діапазону (92-115 сирих балів). Однак варто відзначити, що на другому курсі спостерігається певний ріст порівняно з першим, невеликий спад на третьому, значний занепад на четвертому (значення "Осмисленість життя" на четвертому курсі виявляється значимо меншим, ніж на другому і третьому), а також певний підйом на п'ятому.

Важливо відзначити, що спостерігається подібна тенденція зміни загального показника «Сенс життя»: підвищення на другому курсі, за яким слідує різке зниження, і до випуску рівень приблизно такий же, як на початку навчання – на першому курсі.

Як вже зазначалося раніше, категорія «цілі життя» розглядається як індикатор наявності життєвих цілей у майбутньому, покликання, намірів у житті, які надають йому спрямованість, свідомість і тимчасову перспективу, або відсутність таких цілей.

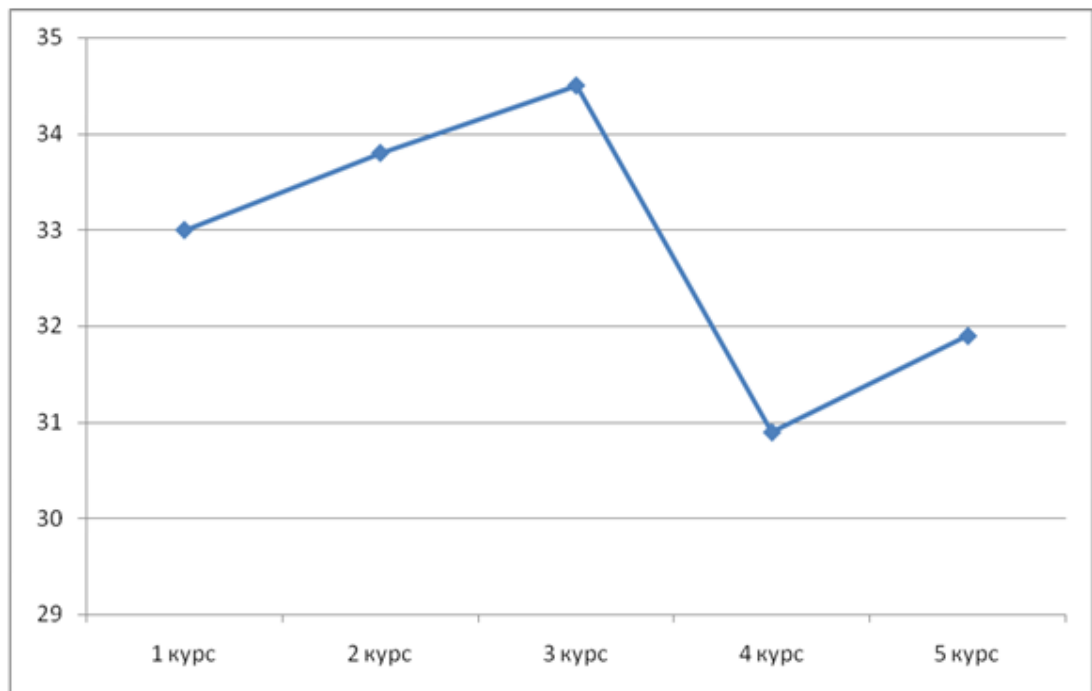


Рисунок 2.3 – Динаміка показника «Цілі життя» методики СЖО

Як можна побачити з рисунку 2.3 і таблиці 2.1, від першого курсу до третього спостерігається помітне послідовне зростання значень до рівнів трошки вище середнього діапазону, а потім на четвертому курсі настає спад. Зазначимо, що розходження між середніми показниками четвертого і третього курсів є значущим на рівні  $p = 0,0039$ . Іншими словами, саме на четвертому курсі студенти виявляють мінімальний ступінь визначеності цілей і орієнтацію на майбутнє. Це, на наш погляд, свідчить про ще один аспект кризи: ті, хто її переживає, припиняють будувати плани та приділяти менше зусиль для досягнення вже існуючих цілей, які стають менш суб'єктивно ймовірними.

Динаміка ступеня сприйняття життя в сучасності як осмисленого, цікавого та насиченого подібна до динаміки попередніх показників (субшкала «Процес життя»). Загалом значення трошки вищі, але не виходять за межі середнього діапазону. Ці значення зростають, хоча це не виявляється в значущих розходженнях, більше від першого до другого курсу, трошки

менше від другого до третього, а потім спостерігається значущий спад ( $p = 0,031$ ) на четвертому курсі, а на п'ятому вони істотно не змінюються.

Отже, показники усвідомленості життя на даний момент змінюються паралельно із показниками усвідомлення майбутнього, і в тому ж напрямку.

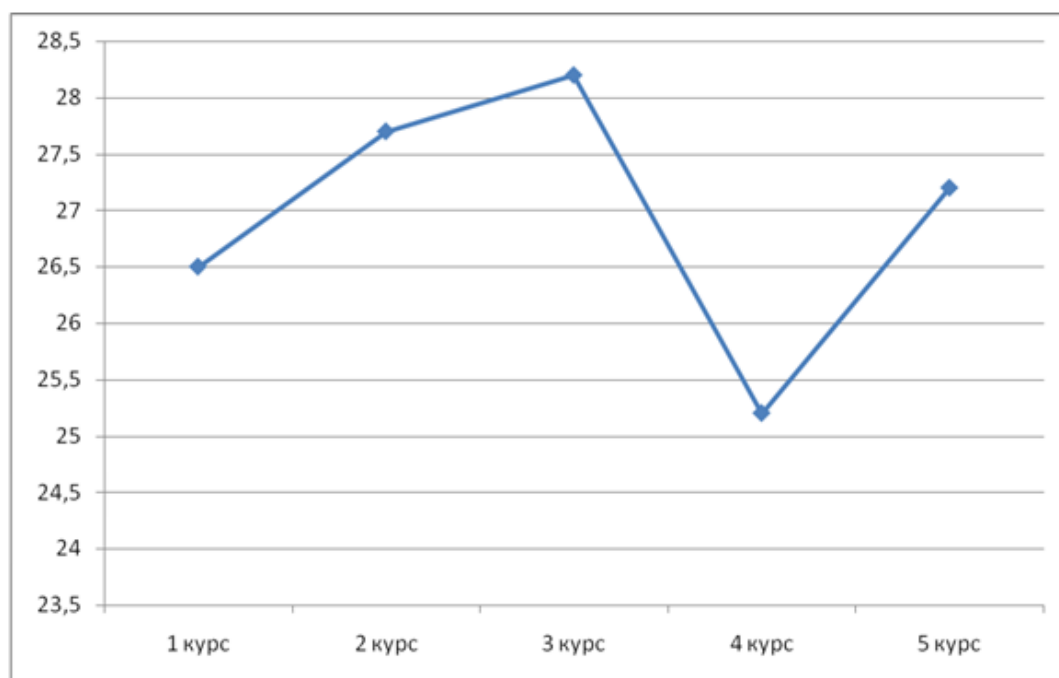


Рисунок 2.4 – Динаміка показника «Результативність життя» за методикою «СЖО»

Практично аналогічна тенденція спостерігається у динаміці показника «Результативність життя» (рис. 2.4), який відображає самооцінку пройденого «відривка» життя, осмислення того, що вже зроблено, задоволеність чи незадоволеність прожитою частиною. Важливо відзначити, що майже всі значення знаходяться в середньому діапазоні. Тільки на першому курсі «результативність життя» значимо нижче, ніж на третьому ( $p = 0,045$ ), на другому значно вище ( $p = 0,044$ ), ніж на четвертому, і на п'ятому вона підвищується до рівня, трошки вищого, ніж вихідний.

Порівняння за субшкалою «Локус контролю – Я» (рис. 2.5.) розкриває те, наскільки уявлення про себе самого як про сильну особистість, яка має достатньо волі для вибору та будівництва свого життя згідно з цілями і

уявленнями про сенс життя, відповідає реальності. Зауважимо, що ця субшкала тісно пов'язана з внутрішнім локусом контролю, що вказує на впевненість в здатності контролювати своє життя та брати відповідальність за результати власних дій, таких як навчання.

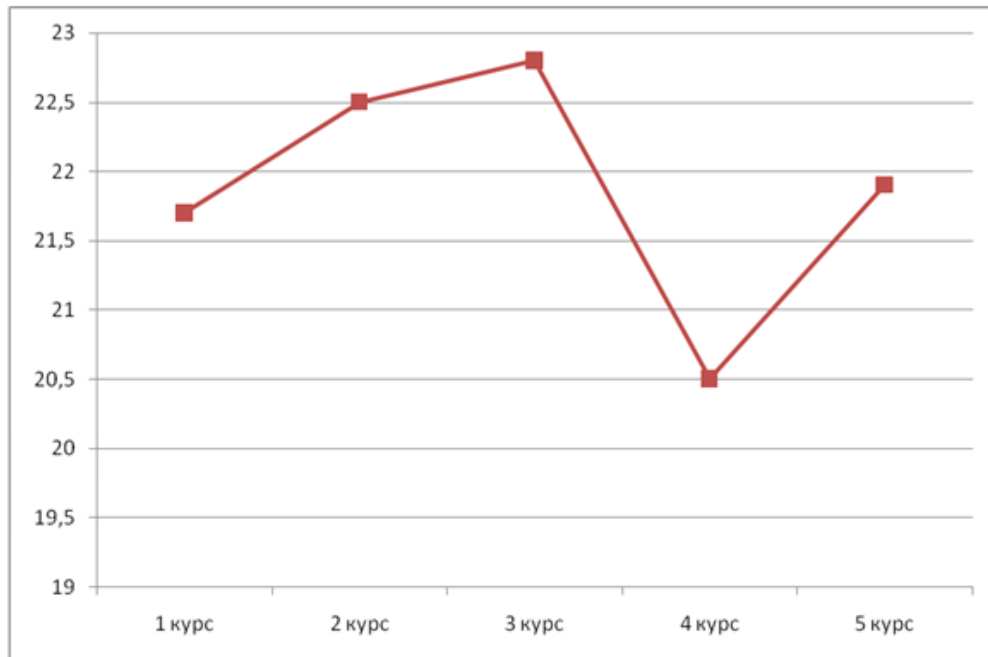


Рисунок 2.5 – Динаміка показника «Локус- Я»

З рисунку 2.5 видно, що оцінка даного параметра досить відмінно змінюється впродовж років навчання. Вона зростає до другого курсу, досягає піка на третьому, знаходячись у верхньому краї середнього діапазону. На четвертому курсі цей показник значуще ( $p = 0,0021$ ) знижується майже до нижньої границі цього діапазону. На п'ятому курсі оцінка знову зростає приблизно до рівня першого курсу, при цьому не відзначаючи значущих відмінностей порівняно з четвертим. У порівнянні із шкільними роками, упередження про себе як про особистість, здатну будувати свою долю у відповідності з власними цілями, зростає. На четвертому курсі це впевнення знижується разом з іншими показниками методики СЖО. Ймовірно, розчарування в досягненні наближеної мети не сприяє впевненості в собі. Наступне підвищення, швидше за все, пов'язане з отриманням диплома бакалавра та частковим подоланням кризи. Підтвердженням того, що зміни на четвертому та п'ятому курсах не є артефактом, пов'язаним з розглядом

даних як лонгітюдних, є наступні факти. По-перше, зниження та підвищення відбуваються в межах середнього діапазону. По-друге, однорідність розподілу була спеціально перевірена і підтверджує можливість порівнянь, які ми розглядаємо. Однак існує певна ймовірність помилки - ймовірність неоднорідного розподілу для третього та четвертого курсів є досить великою, і поки що ми утримуємося від остаточних висновків щодо тих, хто на момент дослідження навчався на третьому курсі.

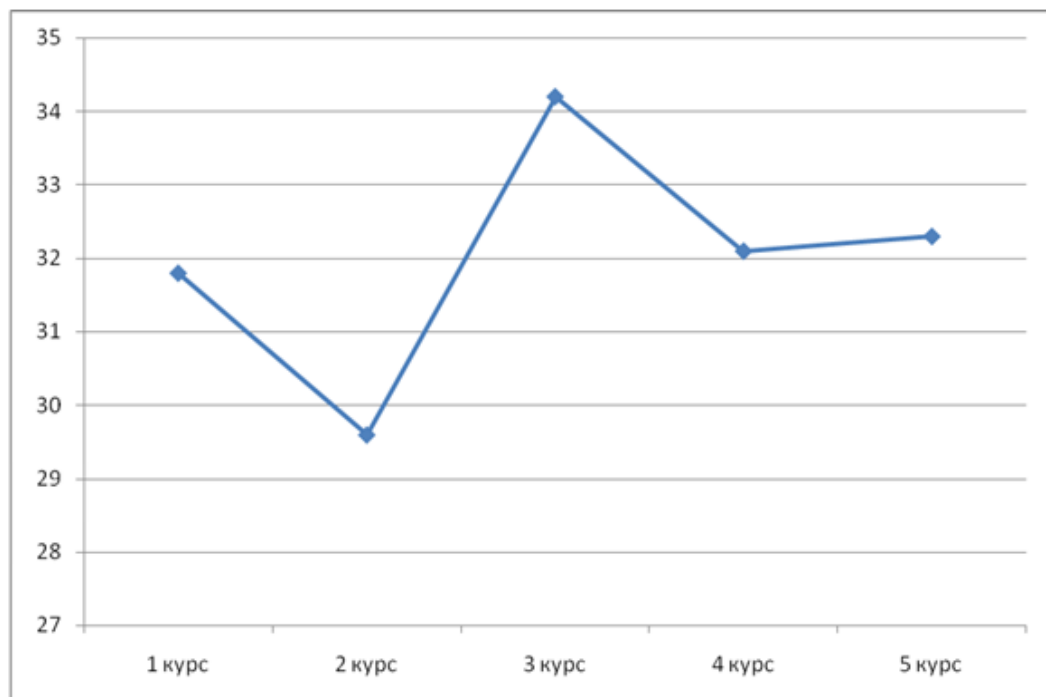


Рисунок 2.6 – Динаміка показника «Локус контролю - життя»

Динаміка показника «Локус контролю – життя» виявляє відмінності від тенденцій інших субшкал. На другому курсі спостерігається незначне зниження, а потім відбувається зростання, виходячи за верхню границю середнього діапазону. Особливо на третьому курсі він істотно відрізняється від вихідного рівня ( $p = 0,019$ ) і, тим більше, від показника на другому курсі ( $p = 0,003$ ). Після цього на четвертому курсі відбувається незначне зниження, а на п'ятому - незначне підвищення. Таким чином, підвищення на третьому курсі є достовірним.

Аналіз отриманих даних дозволяє зробити наступні висновки. На другому курсі важливим є внесок всіх субшкал, за винятком «локус

контролю – життя». Найбільший внесок вносить «процес життя», що свідчить про те, що осмисленість життя для другокурсників визначається в основному його сприйняттям як цікавого та емоційно насиченого, орієнтованого на сьогодні, а не на минуле чи майбутнє.

Сенс життя третьокурсників визначається іншим чином. Головним чином він залежить від ступеня відчуття вільності у виборі життєвого шляху, що відповідає їхнім цілям. Зазначимо, що цей показник («локус життя – Я») істотно знижується на третьому курсі порівняно з другим, особливо виразно в порівнянні з іншими показниками. Ймовірно, це пов'язано з розгубленістю, пов'язаною із усвідомленням складності їхньої професійної діяльності та зниженням віри у власні здібності.

На четвертому курсі спостерігається, що загальна осмисленість життя вже не корелює з елементами контролю над ним і вибором особистого життєвого шляху. Вона визначається передусім емоційною насиченістю поточного життєвого періоду та задоволеністю самореалізацією. Найзначущий внесок у цей аспект роблять фактори «локус контролю – Я» і «локус контролю – життя». Таким чином, невелике зниження загального показника усвідомленості життя, спостережене на цьому етапі, головним чином обумовлене зменшенням емоційної насиченості поточного періоду. Фактично, випускники, які хвилюються щодо свого майбутнього, демонструють меншу здатність насолоджуватися моментом «тут і зараз».

Подібна тенденція, хоча менш виражена, спостерігається на п'ятому курсі: зниження середнього показника «процес життя» більше впливає на динаміку загального показника, порівняно з іншими факторами. Однак сам загальний показник при цьому не зменшується, і тому зниження «усвідомленості процесу життя» компенсується сумарним впливом підвищення «результативності життя» і «локуса контролю – Я» в порівнянні з четвертим курсом. Таким чином, у нашому дослідженні демонструється взаємозв'язок між усіма трьома компонентами: «процесом» (сьогоднем),

«результатом» (минуле) і «ціллю» (майбутнє), які зазначені аналогічним чином.

Ця трансформація виявляється в істотному підвищенні всіх компонентів усвідомленості на другому курсі, за яким слідує виражене їхнє зниження на третьому та четвертому курсах. Подальше відновлення показників призводить до досягнення вихідного рівня або його трохи перевищення. Варто відзначити, що вказані зміни середніх значень відбуваються головним чином в межах середнього діапазону.

Динаміка сенсожиттєвих орієнтацій відображає ключові моменти першої професійної адаптації: ініціальний ентузіазм щодо психологічної професії на початкових етапах, криза у сприйнятті можливостей психології в сучасному соціокультурному контексті та подолання цієї кризи шляхом прийняття важкостей, пов'язаних із обраною професією.

Показник зовнішнього локусу контролю «локус контролю – Я» демонструє аналогічну динаміку сенсожиттєвих орієнтацій.

Контрольованість життя («локус контролю - життя») досягає свого піку на третьому курсі, що, на наш погляд, пов'язано з наявністю відповідного уявлення про труднощі у процесі навчання, і цей показник зростає протягом цього періоду.

У різні періоди навчання спостерігається різна витривалість усвідомлення життя. На початкових курсах це досягається завдяки орієнтації на майбутнє, на третьому і четвертому курсах, в період кризи, пріоритетніше стає орієнтація на минуле, і кризу можна вважати проявом недостатнього прийняття минулого («результативність життя»). На старших курсах провідним фактором свідомості життя є «процес життя», який асоціюється з сучасністю. Зокрема, акцент на поточному моменті, «тут і зараз», у гуманістичній психології розглядається як одна з характеристик особистості, що самореалізується [38].

В контексті нашого дослідження це може розглядатися як ознака вираженої зрілості випускників, яка є важливою як для особистісного, так і для професійного розвитку фахівців.

Нижче представлені результати емпіричного дослідження цінностей студентів, отримані із застосуванням методики Ш. Шварца.

У таблиці 2.2 наведено описові статистики цінностей – нормативних ідеалів за методикою Ш. Шварца для загальної вибірки

Таблиця 2.2 – Нормативні ідеали за методикою Ш. Шварца

№	Типи цінностей	Середнє значення	Ранг
10	Безпека	5,1540	1
1	Конформність	5,0202	2
3	Доброта	4,9342	3
8	Досягнення	4,9035	4
5	Самостійність	4,7771	5
4	Універсалізм	4,5238	6
7	Гедонізм	4,4698	7
2	Традиції	4,4514	8
9	Влада	4,1511	9
6	Стимуляція	3,6952	10

Дані в таблиці 2.2 і рисунку 2.7 дають уявлення про значимість типів цінностей – нормативних ідеалів, що дозволяють виділити домінуючі типи в структурі цінностей, які свідчать про переважаючі переконання молоді. Безпека займає тут чільне місце, поряд з цим мотиваційним типом групи найбільш значимих цінностей становлять конформність і доброта (2-е та 3-е місце відповідно), які разом належать до моделі цінностей Шварца до полюса консерватизму та самоподолання (самотрансцендентності). Нормативні

ідеали досягнення і самостійність, що примикають до них, відображають протилежний полюс самопіднесення та відкритості змін.

На рисунку 2.7 дана діаграма, що наочно показує відносну значимість цінностей – нормативних ідеалів.

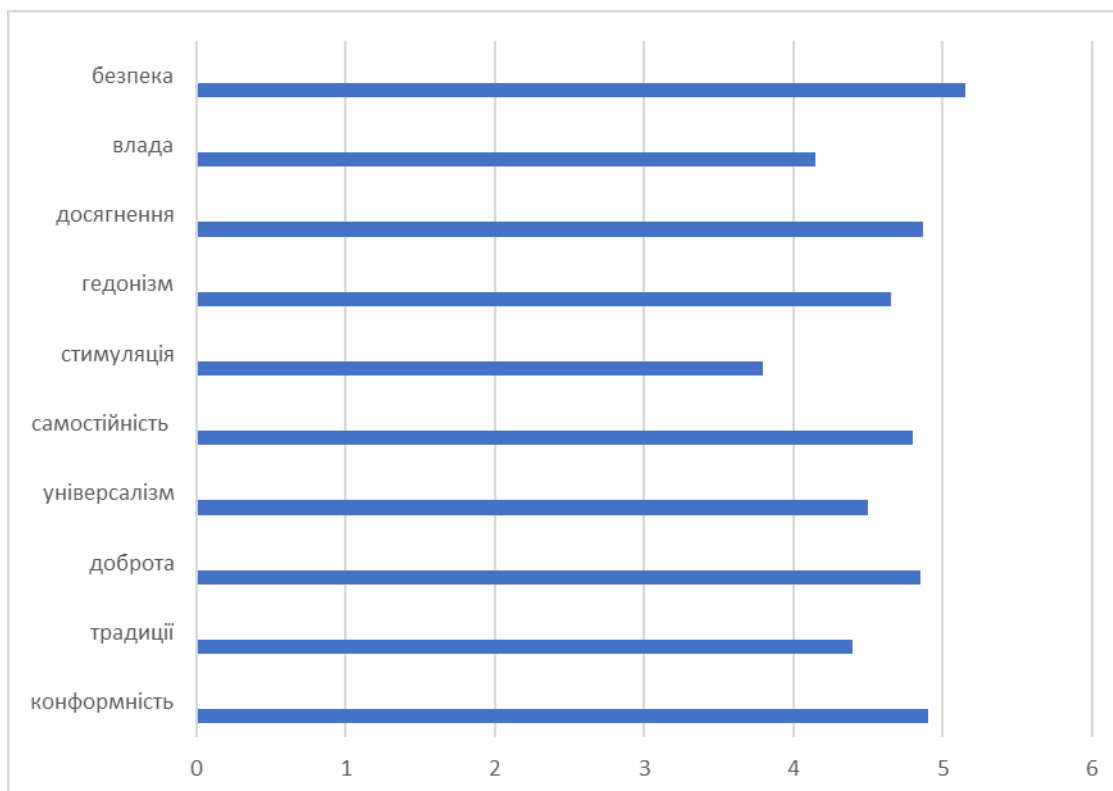


Рисунок 2.7 – Середні показники відносної значущості цінностей – нормативних ідеалів

Аналогічні дані щодо цінностей – індивідуальних пріоритетів представлені в таблиці 2.3 та на рисунку 2.8.

Таблиця 2.3 – Середні показники індивідуальних пріоритетів

№	Типи цінностей	Середнє значення	Ранг
3	Доброта	2,3178	1
5	Самостійність	2,2892	2
10	Безпека	2,1628	3
6	Стимуляція	2,1349	4
2	Традиції	2,1297	5

4	Універсалізм	2,1293	6
8	Досягнення	2,0940	7
1	Конформізм	2,0797	8
7	Гедонізм	2,0317	9
0	Влада	1,3904	10

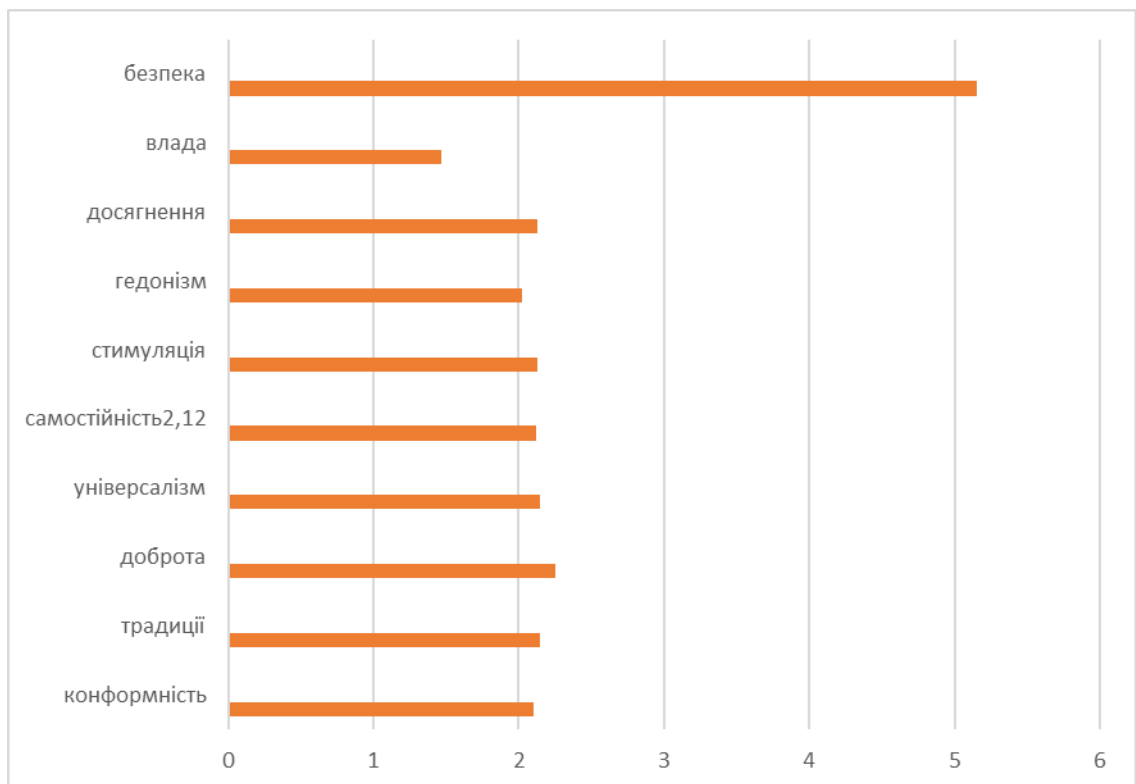


Рисунок 2.8 – Середні показники відносної значущості цінностей – індивідуальних пріоритетів

На рівні індивідуальних пріоритетів, що виявляються як часто несвідомі установки реальної соціальної поведінки особистості (конкретні вчинки), найбільш значущими цінностями виступають доброта, самостійність та безпека (1 – 3 місця відповідно), на другому плані – стимуляція та традиції.

Таким чином, домінуючі ціннісні типи на різних рівнях – нормативних ідеалів та індивідуальних пріоритетів у молоді не збігаються, що є

характерним для будь-якої популяції. Важливо те, які саме ціннісні типи входять до групи найбільш значимих. Показово, що безпека та доброта входять у домінуючу трійку на обох рівнях. Конформність, що займає друге за значимістю місце в нормативних ідеалах, на рівні індивідуальних пріоритетів витісняється самостійністю, мотиваційним типом, що відноситься до полюса зміни. Важливо, що, на відміну нормативних ідеалів, де домінують цінності єдиного полюса збереження, в індивідуальних пріоритетах є ціннісні типи протилежних полюсів.

Таким чином, аналізуючи отриману систему цінностей мотиваційних типів за Шварцем, слід зазначити домінуюче положення у ієрархи ціннісного типу безпека. Водночас звертає на себе увагу, що цінність безпеки в індивідуальних пріоритетах молоді витісняється з першого на третє місце. Зазначимо також, що близько пов'язане з ціннісним типом самостійність – досягнення, що займає в нормативних ідеалах близьке до домінуючих типів четверте місце, в індивідуальних пріоритетах, витісняється іншою найзначнішою мотиваційною метою – стимуляція, тобто. самостійність співвідноситься не з досягненнями, а стимуляцією – прагненням різноманітності та глибоким переживанням.

Отже, система цінностей дагестанської молоді загалом відображає прихильність до цінностей збереження (традиції) та групової приналежності, на протиположності цінностям індивідуалізму та своїх досягнень. Домінуючими ціннісними типами молоді на нормативному рівні є безпека, конформність та доброта, мотиваційні типи одного полюса, на рівні індивідуальних пріоритетів – доброта, самостійність та безпека, складають дисгармонічну групу цінностей протилежних полюсів, які можуть вказувати на мотиваційний конфлікт.

### **2.3 Рекомендації для студентів щодо розвитку ціннісних орієнтацій у контексті участі в соціальних мережах**

У навчальних закладах проведення дослідження щодо ролі соціальних мереж у розвитку ціннісних орієнтацій студентів може бути реалізоване за умови відповідної організації та залучення фахівців у відповідних галузях.

Різноманітні кейси зазвичай розробляють спеціалісти з області соціальних досліджень, освіти, психології або маркетингу, які спеціалізуються на аналізі впливу соціальних мереж на людей та їхні цінності. Також, це може бути результат співпраці команди фахівців, де кожен член команди вносить свій внесок у розробку різних аспектів кейсу.

Такі кейси можуть створювати дослідницькі установи, університети, агентства з маркетингу, освітні організації, а також консультативні фірми, які спеціалізуються на аналізі соціокультурних аспектів впливу технологій на суспільство.

Університетські дослідницькі групи часто займаються розробкою кейсів для використання їх у навчальних програмах та в практиці. Компанії, які цікавляться розумінням впливу соціальних мереж на свою цільову аудиторію, також можуть замовляти або розробляти подібні кейси.

На основі дослідження «Роль соціальних мереж у розвитку ціннісних орієнтацій студентів» можна запропонувати наступні рекомендації:

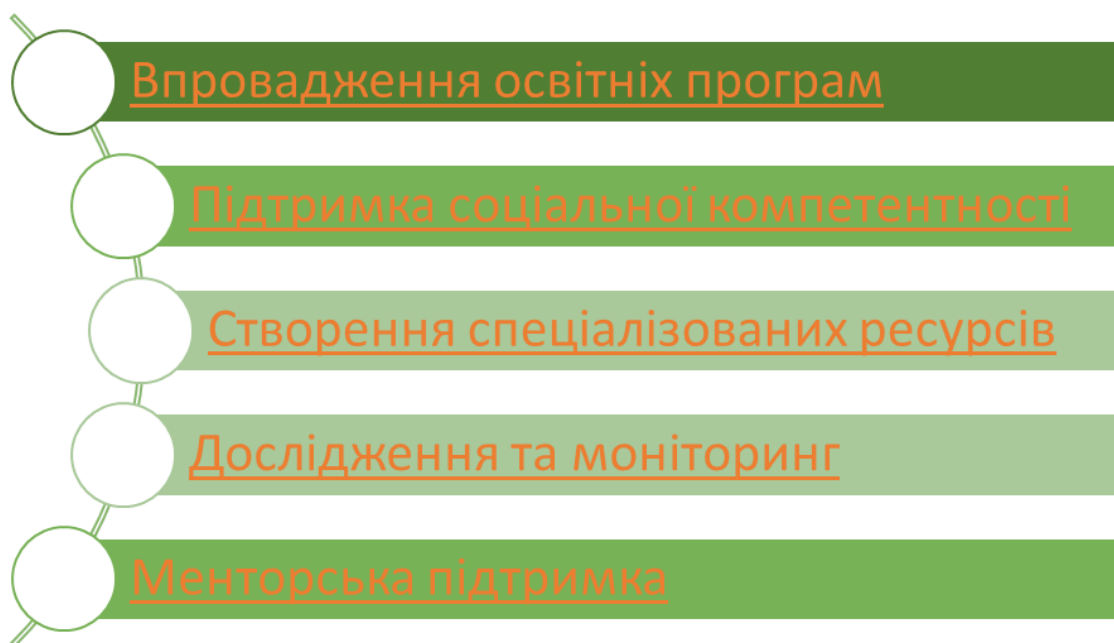


Рисунок 2.9 – Рекомендації щодо дослідження ролі соціальних мереж у розвитку ціннісних орієнтацій студентів»

Впровадження освітніх програм:

Розробити та впровадити освітні програми, спрямовані на усвідомлення студентами впливу соціальних мереж на їхні ціннісні орієнтації.

Забезпечити доступ до матеріалів, що допомагатимуть студентам розуміти важливість формування свідомих та цілеспрямованих цінностей.

Створення спеціалізованих ресурсів:

Розробити онлайн-ресурси та інформаційні платформи для студентів, які допоможуть їм усвідомити можливий вплив соціальних мереж на формування їхніх цінностей.

Забезпечити регулярне оновлення цих ресурсів для врахування змін в соціальних мережах та їхньому впливі на молодше покоління.

Підтримка соціальної компетентності:

Впровадити програми соціальної компетентності, спрямовані на розвиток навичок критичного мислення та самоаналізу серед студентів.

Організувати тренінги та семінари для підтримки студентів у розвитку здорових соціальних зв'язків та цінностей.

Менторська підтримка:

Запровадити систему менторства для студентів, спрямовану на особисті та професійні поради з управління соціальними мережами та формування збалансованих цінностей.

Залучити досвідчених менторів, які можуть ділитися своїм досвідом у використанні соціальних мереж та вирішенні етичних аспектів.

Дослідження та моніторинг:

Продовжити дослідження для вивчення змін у ціннісних орієнтаціях студентів під впливом нових технологій та трендів в соціальних мережах.

Запровадити систему моніторингу для оцінки ефективності впроваджених програм та адаптації стратегій відповідно до змін у соціальних мережах.

Ці рекомендації можуть сприяти створенню університетської атмосфери, що підтримує студентів у розвитку свідомих та глибоких цінностей під впливом соціальних мереж.

Мета розроблених рекомендацій полягає в сприянні розвитку та утриманні стійких цінностей студентів у контексті участі в соціальних мережах. Конкретні цілі включають:

Самосвідомість та самоаналіз:

Забезпечити студентам засоби для розуміння власних цінностей та переконань.

Балансоване використання соціальних мереж:

Сприяти обізнаності студентів у питанні використання соціальних мереж збалансованим та свідомим способом.

Фільтрація інформації та критичне мислення:

Зробити студентів більш критичними споживачами інформації в соціальних мережах.

### Взаємодія та толерантність:

Заохочувати взаємодію студентів з різноманітними точками зору та культурами.

### Позитивна активність в мережах:

Підтримувати активну участь у позитивних онлайн-спільнотах.

### Самовдосконалення та обмін знаннями:

Заохочувати студентів використовувати соціальні мережі для освітнього розвитку та обміну досвідом.

### Онлайн-активізм та соціальна відповідальність:

Збуджувати інтерес студентів до активної участі у питаннях, які вони вважають важливими.

Загалом, мета полягає в формуванні освічених, відповідальних та взаєморозуміючих користувачів соціальних мереж, які здатні свідомо використовувати ці технології для свого розвитку та позитивного впливу на спільноту.

Рекомендації студентам щодо розвитку ціннісних орієнтацій, враховуючи участь в соціальних мережах

Соціальні мережі є потужним інструментом, який може позитивно або негативно впливати на розвиток ціннісних орієнтацій студентів. Щоб використовувати цей інструмент на користь, студентам слід дотримуватися таких рекомендацій:

- Усвідомте свою роль у соціальних мережах. Розберіться, чому ви користуєтеся соціальними мережами, які цілі ви ставите перед собою, які цінності ви транслюєте у своїх дописах.
- Будьте критичними до інформації, яку ви отримуєте з соціальних мереж. Не сприймайте все, що ви бачите в мережі, як істину. Запитуйте, звідки взялася інформація, чи є вона достовірною, чи відповідає вашим цінностям.

- Залучайтеся до позитивного контенту. Слідкуйте за сторінками, які транслюють цінності, які ви поділяєте. Підпишіться на людей, які є для вас прикладом.

- Не бійтеся ділитися своїми цінностями. Розповідайте про те, що для вас важливо, чому ви вірите. Ваші слова можуть надихнути інших.

Ось кілька конкретних порад, які можуть допомогти студентам у розвитку ціннісних орієнтацій:

- Приєднуйтеся до груп та спільнот, які поділяють ваші цінності. Це допоможе вам знайти людей, які підтримують вас у ваших прагненнях.

- Читайте книги та статті про цінності. Це допоможе вам краще зрозуміти, що таке цінності та як вони формуються.

- Будьте активними у громадському житті. Беріть участь у волонтерських проектах, громадських організаціях. Це допоможе вам реалізувати свої цінності на практиці.

Пам'ятайте, що розвиток ціннісних орієнтацій - це тривалий процес, який вимагає усвідомленості та зусиль. Соціальні мережі можуть стати вашим союзником у цьому процесі, якщо ви будете використовувати їх відповідально.

Рекомендації щодо поведінки в соціальних мережах для сучасних студентів:

1. Свідоме споживання контенту: перевіряйте достовірність інформації перед її поширенням. Будьте критичними до новин та переконайтеся у їхній об'єктивності.

2. Збереження Професійного Образу: дотримуйтеся етикету та зберігайте професійний образ в соціальних мережах. Оберегайте свою репутацію, уникаючи спільнот та публікацій, що можуть негативно вплинути на ваш статус.

3. **Взаємодія та Зв'язки:** активно взаємодійте з іншими студентами, викладачами та професіоналами відповідних галузей. Створюйте зв'язки та будуйте мережу професійних контактів.

4. **Безпека та Конфіденційність:** захищайте свою конфіденційність, обмежуючи доступ до особистої інформації. Уважно слідкуйте за налаштуваннями конфіденційності та безпеки своїх акаунтів.

5. **Активізм та громадянська позиція:** висловлюйте свою думку з питань, які вам важливі, зберігаючи конструктивну громадянську позицію. Активна участь у обговореннях суспільних питань може сприяти розвитку критичного мислення.

6. **Розвиток освітніх та професійних інтересів:** використовуйте соціальні мережі для вивчення нового та розширення своїх освітніх і професійних інтересів. Приєднуйтесь до груп та спільнот, спрямованих на вашу галузь чи інтереси.

7. **Культурна толерантність та взаєморозуміння:** будьте відкриті до різноманітності інших культур та поглядів. Уникайте дискримінаційних висловлювань та поведінки.

8. **Збереження Балансу:** управляйте часом, проведеним в соціальних мережах, зберігаючи баланс між онлайн-активностями та особистим життям.

Ці рекомендації спрямовані на створення позитивного та корисного онлайн-досвіду для студентів, сприяючи їхньому розвитку та формуванню етичного підходу до використання соціальних мереж.

Таким чином, в умовах сучасного світу, де соціальні мережі стають невід'ємною частиною життя студентів, важливо враховувати їхню взаємодію з цими платформами у контексті розвитку ціннісних орієнтацій. Рекомендації щодо свідомого використання соціальних мереж виокремлюють ключові аспекти, такі як збереження професійного образу, розвиток взаємодії та взаєморозуміння, безпека та конфіденційність, а також культурна толерантність.

Студентам рекомендується свідомо визначати власні цінності, обирати позитивне та конструктивне спілкування в соціальних мережах, активно розвиватися та вивчати нове, зберігати баланс між онлайн-та офлайн-активностями, а також взаємодіяти з іншими з урахуванням різноманітності та культурних особливостей.

Враховуючи ці аспекти, студенти можуть використовувати соціальні мережі як інструмент для самовираження, професійного розвитку та позитивного впливу на оточуючих, сприяючи не лише своєму особистому росту, але й створенню сприятливого та взаємопідтримуючого онлайн-середовища.

#### **Висновки до розділу.**

Система ціннісних орієнтацій, яка формується в процесі навчання в закладах вищої освіти, є динамічним утворенням, піддатливим впливу різноманітних зовнішніх та внутрішніх факторів. Починаючи свій навчальний шлях, студенти спочатку проявляють орієнтацію на активне життя, свободу, розваги та встановлення дружби. Однак з розвитком навчання в закладі вищої освіти спостерігається значний зсув у їхніх цінностях.

## ВИСНОВКИ

Теоретичне та емпіричне дослідження проблематики дало можливість зробити висновки:

1. Проблема ціннісних орієнтацій представляє собою важливий аспект в галузі наукових досліджень, оскільки вони визначають основні переконання та цінності, що впливають на поведінку особистості. Вивчення ціннісних орієнтацій має широкий спектр застосувань, охоплюючи різні соціокультурні, історичні та психологічні контексти. Розуміння природи, еволюції та впливу ціннісних орієнтацій дозволяє не лише здобути глибше знання про людську поведінку, а й розробляти ефективні підходи до впливу на них. Один із важливих аспектів досліджень полягає у вивченні взаємозв'язків між ціннісними орієнтаціями та іншими аспектами особистості, такими як ментальне здоров'я, соціальна адаптація та ступінь задоволення життям. Дослідження впливу суспільних чинників на формування ціннісних структур є актуальним напрямком, що допомагає зрозуміти вплив культури, освіти та соціального середовища на цінності особистості. Проблема ціннісних орієнтацій також включає вивчення їхнього змінного характеру в різних етапах життя, зокрема на дитячому, підлітковому, дорослому та старечому віці.

2. Дослідження особливостей ціннісних орієнтацій у юнацькому віці виявило, що цей період є критичним у формуванні системи цінностей особистості. Молодь активно конструє своє уявлення про світ і визначає основні пріоритети, які будуть впливати на їхню поведінку та вибори в подальшому. Однією з ключових особливостей юнацьких ціннісних орієнтацій є їхня динамічність та змінюваність під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. Молодь активно експериментує із різними цінностями, переглядає свої погляди та адаптує їх до нових життєвих обставин. Зазначено, що на фоні глобалізації та швидких змін у сучасному світі, молодь

усвідомлює необхідність адаптації своїх цінностей до нових реалій. При цьому вони виявляють тенденцію до цінностей, спрямованих на індивідуальний розвиток, толерантність та соціальну відповідальність.

Дослідження взаємозв'язку між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями підтверджує, що ці дві сфери мають тісний вплив одна на одну в сучасному інформаційному суспільстві. Соціальні мережі виступають важливим фактором формування і поширення цінностей серед користувачів. Виявлено, що соціальні мережі стають платформою для обміну цінностями, ідеями та враженнями. Вони не лише рефлексують загальні соціокультурні тенденції, але й активно їх визначають, впливаючи на формування ціннісних стереотипів у користувачів. Сучасні соціальні мережі виступають катализатором глобальних змін у ціннісних уявленнях. Вони стимулюють розширення кругозору, підтримуючи взаємодію із різними культурами та точками зору. Такий взаємний обмін впливає на розвиток толерантності та відкритості до різноманітності цінностей.

3. Емпіричне дослідження ролі соціальних мереж у розвитку ціннісних орієнтацій студентів виявило ряд важливих тенденцій та взаємозв'язків, що варто враховувати для глибшого розуміння впливу цих онлайн-платформ на формування ціннісних уявлень молодого покоління. Соціальні мережі стають значущим інструментом для спілкування та обміну інформацією серед студентів, що створює особливе віртуальне середовище для взаємодії.

Аналізуючи результати бесіди та опитувальника, з'ясовано, що студенти активно використовують соціальні мережі для висловлення своїх ціннісних поглядів та переконань через публікації, коментарі та обговорення тем, що є важливим для них. Участь у дискусіях та обміні інформацією на соціальних мережах впливає на розширення кругозору студентів та формування їхнього світогляду.

Застосування діагностичних методик, таких як «Методика вивчення особистісних цінностей Ш. Шварца» та інші, показало, що цінності студентів

можуть бути вплинуті чи модифіковані внаслідок взаємодії в соціальних мережах. Динаміка сенсожиттєвих орієнтацій, вивчена за допомогою методики СЖО, вказує на те, що вплив соціальних мереж проявляється в основному в емоційному відчутті життя в сьогоденні. Методика ціннісних орієнтацій М. Рокіча дозволила з'ясувати, як соціальні мережі впливають на готовність студентів приймати та відстоювати свої цінності в сучасному інформаційному середовищі. Студенти виявляють певні тенденції до формування цінностей відповідно до групових норм та поглядів, які переважають в їхній соціальній мережі. Соціальні мережі можуть викликати внутрішній конфлікт у студентів, особливо тих, чий цінності розходяться з загальноприйнятими стандартами групи. Зв'язок між вибором певних цінностей та активністю на соціальних мережах дозволяє глибше розуміти, які питання та теми є актуальними для молодого покоління.

Отже, існує значущий вплив соціальних мереж на ціннісні орієнтації студентів, а тому вони мають бути враховані у соціальних та освітніх стратегіях для ефективного формування ціннісних структур сучасного покоління.

3. Розвиток ціннісних орієнтацій серед студентів, зокрема враховуючи їх участь у соціальних мережах, вимагає уважної уваги до численних аспектів. Зважаючи на виявлені під час дослідження тенденції та взаємозв'язки розроблені рекомендації щодо розвитку ціннісних орієнтацій студентів, ураховуючи участь в соціальних мережах, оскільки це є ключовим етапом формування стійких цінностей та світогляду в інформаційному суспільстві. Мета рекомендацій полягає в сприянні свідомому розвитку цінностей у студентів, зокрема в умовах їхньої участі у соціальних мережах.

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Алексєєва В.Г. Ціннісні орієнтації як чинник життєдіяльності і розвитку особистості. Практична психологія. 2007.№5. С.15-23.
2. Безугла М. В. Ціннісні уподобання сучасної студентської молоді. Проблеми сучасної педагогічної освіти. зб. статей. Сер.: Педагогіка і психологія, 2014. Том. 3. Вип. 43. – С. 10–18.
3. Бех І.Д. Особистість на шляху до духовних цінностей : монографія. Київ–Чернівці : Букрек, 2018. 320 с.
4. Бурцева І. І. Формування у студентської молоді цінностей і особистісних смислів життя у навчально-виховному процесі класичного університету : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.07. Луганськ, 2012. 284 с.
5. Васютинський В. О. Ціннісно-орієнтаційні площини сучасного українського суспільства. *Проблеми загальної та педагогічної психології* : зб.наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка. Київ, 2006. Т. 8. Вип. 6. С. 40–45
6. Вахріна О. Погляди польських науковців на поняття «цінність». *Український педагогічний журнал*. 2016. № 1. С. 23–29.
7. Вікова та педагогічна психологія : навчальний посібник / Олександр Скрипниченко [та ін.] ; Націонал. педагог. ун-т ім. М. П. Драгоманова. - 4-е вид., випр. і доп. - К. : Каравела, 2014. – 399с
8. Вініченко А.А. Формування ціннісних орієнтацій у студентів закладів вищої освіти у сучасному соціокультурному просторі. Вісник післядипломної освіти. Серія «Педагогічні науки». 2017. Вип. 4. С. 24–32.
9. Глинянюк Н. В. Психолого-педагогічні умови формування ціннісних орієнтацій сучасної студентської молоді [Електронний ресурс] / Н. В. Глинянюк. – Режим доступу : [http://tme.uomo.edu.ua/docs/Dod/3\\_2010/Glinaniyk.pdf](http://tme.uomo.edu.ua/docs/Dod/3_2010/Glinaniyk.pdf).

10. Долинська Л.В., Максимчук Н. П. Психологія ціннісних орієнтацій майбутнього вчителя: Навчальний посібник для студентів ВНЗ. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В.,2008. 124 с.
11. Драч С. В. Ціннісні орієнтації студентської молоді українського суспільства: сутність та динаміка. Зб. наук. праць Хмельницького інституту соціальних технологій університету Україна. 2010. № 2. С. 26-30.
12. Іванова Л. С. Динаміка ціннісних орієнтацій студентів педагогічного вузу. *Практ. психологія та соц. робота*. 2007. № 4. С. 16-19.
13. Інтелектуальний розвиток дорослих у віртуальному освітньому просторі: монографія / М.Л. Смульсон, Ю.М. Лотоцька, М.М. Назар,П.П. Дітюк, І.Г. Коваленко-Кобилянська та ін.; за ред. М.Л. Смульсон. К.: Педагогічна думка, 2015. 221 с. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/10064>
14. Зазимко О. Формування життєвих цінностей у юнацькому віці: психологічні особливості. Вісник КНТЕУ. 2012. №4. С. 89-104.
15. Кадикова Т. А. Динаміка ціннісних орієнтацій студентів-психологів: навчальна книга. Дніпропетровськ, 2000. С. 190–196.
16. Коберник Л. О. Роль та місце ціннісних орієнтацій у формуванні особистості. *Наука і освіта // Науковопрактичний журнал південного наукового центру АПН України*. 2008. No 4-5. -С. 28–33
17. Кобзаренко Л.А.Ціннісно-виховний потенціал етнопедагогіки: реалії та перспективи. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. Суми, 2012. –№4 (22). –С.17–24
18. Макарова О. В. Особливості ціннісних орієнтацій студентської молоді [Електронний ресурс] / О. В. Макарова // Вісник Національного технічного університету України КПІ. Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2005. – № 3. – Част. 1. – С. 32-38. – Режим доступу : <http://novyn.kpi.ua/2005-3-1/index.html>.
19. Матяж С. В. Класифікація цінностей та ціннісних орієнтацій особистості. Наукові праці [Чорноморського державного університету імені

Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. Сер. : Соціологія. 2013. Т. 225, Вип. 213. С. 27-30. -Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdusoc\\_2013\\_225\\_213\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdusoc_2013_225_213_7)

20. Москаленко В. В., Шайгородський Ю. Ж., Міщенко о. о.економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект[монографія]. К.: Вид-во „Центр соціальних комунікацій”, 2012. – 348 с.

21. Панчук Н. П. Ціннісні орієнтації як системоутворюючий фактор соціально активної позиції майбутнього фахівця. Проблеми сучасної психології. 2013. Вип. 21. С. 17–19.

22. Пирог, Г. В., Мельник, О. Особливості смисложиттєвих орієнтацій користувачів соціальних мереж раннього дорослого віку. Прикладні аспекти психології особистісного зростання (2). 2017. С. 40-44.

23. Підлісний М. М. Проблеми аксіології та шляхи їх вирішення : монографія. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 164 с.

24. Пінчук О. П. Історико-аналітичний огляд розвитку соціальних мережних технологій і перспектив їх використання у навчанні. Інформаційні технології і засоби навчання. 2015. Т. 48, вип. 4. С. 14-34. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN\\_2015\\_48\\_4\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN_2015_48_4_4)

25. Посохова В. В. Інтернет-середовище і формування гендерної ідентичності в процесі життєвого планування [Електронний ресурс] / В. В. Посохова. — Режим доступу: <http://politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=41&c=822>.

26. Психологічні чинники впливу засобів масової інформації на ціннісні орієнтації студентської молоді [Текст] / О. В. Ануфрієва. К. : Знання України, 2009. 20 с.

27. Романюк Л. В. Ціннісні орієнтації студентів: сутність, структура і психологічні механізми розвитку. Київський національний

ун-т ім. Тараса Шевченка, Подільська держ. аграрно-технічна академія. - Кам'янець-Подільський : Абетка-Нова, 2004. 188 с.: рис. -Бібліогр.: с. 172-184

28. Свід О. Динаміка ціннісних орієнтацій українських студентів часів незалежності [Електронний ресурс] / О. Свід, Л. Сокурянська. – Режим доступу : <http://sgsofia.com.ua/dinamika-zinnisnih-orientazij-ukr-studentovchasiv-nezaleznosti>

29. Сіпакова О. А. Ціннісні орієнтації студентської молоді. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2014. № 3 (24). С. 12–15.

30. Скуратівський В. Л. Культурні цінності. Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / гол. редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк та ін. ; НАН України, НТШ. – К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2016. – Режим доступу : [https://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=51489](https://esu.com.ua/search_articles.php?id=51489).

31. Собкова С.І. Психологічна характеристика ціннісної сфери у підлітковому віці. Раціогуманістичні студії : збірник тез наукових доповідей методологічного семінару, присвяченого 47-річчю лабораторії методології і теорії психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. / Відп. ред. В.Л. Зливков ; укладачі С.О. Лукомська, О.В. Котух. Київ : Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. 2020. 138 с.

32. Целякова О. М. Духовність і ціннісні орієнтації студентської молоді України в трансформаційному суспільстві [Електронний ресурс]. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2009. Вип. 38. –Режим доступу : [http://zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK\\_38\\_22.pdf](http://zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_38_22.pdf)

33. Церковний А. Аспекти формування Інтернет-залежності [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vidmagcontent.php3?m=6&n=31&c=495>

34. Шайгородський Ю. Ціннісні орієнтації особистості: формалізована модель цілісного, багатоаспектного аналізу. *Соціальна психологія*. 2010. № 1 (39). – С.94–106.
35. Шапошникова І. В. Формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2013. Вип. 57. С. 27–30.
36. Штанько В. І. Ціннісні орієнтації молоді в умовах глобалізації та інформатизації соціуму [Текст] : монографія / В. І. Штанько [та ін.] ; Харківський національний ун-т радіоелектроніки. Х. : ХНУРЕ, 2009. -164 с.
37. Щєпова, Д. Ціннісні орієнтації сучасного українського студентства. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*, 2010. № 2 (13), С. 181-184
38. Allport G. W., Vernon P., & Lindzey G. Study of values. Factor Structure for a Combined Sample of Male and Female College Students / G.W. Allport // *Psychological Reports*. (Revised third ed). Chicago: The Riverside Publishing Company, 1970. Volume 27. Issue 3. – P. 955–958.
39. Boyd, D., & Ellison, N. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
40. Brown S. and Glasner A. *Assessment matters in higher education*. Buckingham: Open University Press, 2003. 134 p.
41. Gärling, T., Fujii, S., Gärling, A., & Jakobsson, C. Moderating effects of social value orientation on determinants of pro environmental behavior intention. *Journal of Environmental Psychology*, 23. 2003. 1-9.
42. Frison, E., & Eggermont, S. (2016). Browsing, posting, and liking on Instagram: The reciprocal relationships between different types of Instagram use and adolescents' depressed mood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(6), 336-342.

43. Manca, S., & Ranieri, M. (2017). Facebook and the others. Potentials and obstacles of Social Media for teaching in higher education. *Computers & Education*, 95, 216-230.
44. Rogers C. R. Bringing Together Ideas and Feelings in Learning / C.R. Rogers // *Learning Today*, 1972. № 5. – P. 32–43.
45. Rogers C. On Becoming a Person: A Therapists View of Psychotherapy. Boston, 1961. 234 p.
46. Rokeach M. The Nature of Human Values. New York: Free Press, 1973. 438 p
47. Kluckhohn C. Values and Value Orientations in the Theory of Action // *Toward a General Theory of Action* / ed. by T. Parsons, E. Shils. Cambridge, 1951.
48. Status of Mind: Social media and young people's mental health // Royal Society for Public Health, 2017. 31 p.
49. Schwartz S.H., Bilsky W. Toward a Universal Psychological Structure of Human Values // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1987. Vol. 58. № 5. P. 550–562.
50. Thamas W., Znaniecki F. *Cholp poliskiw Europe I Ameryce*. Warszawa, 1976. V. 1
51. Tillman, D. Living values. Activities for Young Adults. N.Y.: International Coordinating Office, 2001. – 85 p.
52. Young K. S. The Relationship Between Depression and Internet Addiction [Electronic resource] / K. S. Young, R. C. Rodgers — Available from: <http://netaddiction.com/articles/cyberpsychology.pdf>.