

cross-cultural counseling. The necessity of creating a unified algorithm has been proved, it will help the psychologist-consultant to work with couples at a highly professional level and always have a ready-made scheme for working with even the most difficult cases. The need has been identified to analyze the achievements and achievements from various scientific points of view, and to derive a clear list of actions to consider the processes and stages of conducting direct counseling. In this case, there will be an increase in the quality of counseling, especially in a cross-cultural context, as well as an increase in the level of confidence in counseling in general.

Key words: *family counseling, mentality, ethnic psychologist, multiethnic families, marriage satisfaction, dissatisfaction of needs, psychological compatibility, interethnic relationships, role expectations, ethnos, family conflict, psychological crises.*

Чиркова Тетяна Ігорівна – здобувач (науковий кореспондент) Інституту психології імені Г.С. Костюка Національної Академії педагогічних наук України», м. Київ, Україна;

Chirkova Tatiana – candidate (scientific correspondent) of the GS Psychology Institute Of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine», Kyiv, Ukraine.

УДК 159.923

DOI: <https://doi.org/10.33216/2219-2654-2019-50-3-2-146-157>

Шевченко А. В.

ЗВ'ЯЗОК СОЦІАЛЬНОЇ БАЖАНОСТІ ТА ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ У ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

ORCID: 0000-0002-6581-6938

У статті висвітлено результати дослідження зв'язку соціальної бажаності та ціннісних орієнтацій осіб юнацького віку. Зазначено, що ціннісні орієнтації виконують регулятивну роль у житті людини, а особливо ними керується сучасна молодь. Показано, що соціальна бажаність – це тенденція особистості представляти себе у вигідному світлі, котра накладає відбиток як на зміну відношення до загальних цінностей, до оточення, так і до значущих інших. Досліджено ціннісні орієнтації і соціальну бажаність, що спонукало віднайти у цій проблематиці суттєві взаємозв'язки між цими елементами.

Мета статті полягає в емпіричному дослідженні взаємозв'язку соціальної бажаності та ціннісних орієнтацій в юнацькому віці.

Методи: теоретичне аналізування, синтезування, систематизація та узагальнення наукової літератури. Емпіричні методи дослідження: методика «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» (С. С. Бубнової, 1994); опитувальник Кроуна-Марлоу «Шкала соціальної бажаності» (Crownе-Marlowe Social Desirability Scale, CMSDS, 1960); методика «Balance dinventory for desirable responding» BIDR Version 6 (Paulhus D. L, 1998).

Результати: за допомогою кореляції Ч. Спірмена визначено, що соціальна бажаність корелює з ціннісними орієнтаціями особистості. Встановлено, що особам юнацького віку з високим рівнем соціальної бажаності властива зміна цінностей під впливом соціуму, у осіб з низьким рівнем вираженості даної ознаки дана тенденція не спостерігається.

***Висновки:** у статті наведено авторське визначення феномену «соціальна бажаність», під яким автор розуміє прагнення особистості до позитивного та конструктивного в взаємовпливу, взаємобміну з суспільством, у результаті чого особистість підкорюється йому, представляючи себе у вигідному світлі. На основі емпіричного дослідження визначено, що соціальна бажаність особистості впливає на ціннісні орієнтації.*

***Ключові слова:** цінність, ціннісні орієнтації, соціальна бажаність, юнацький вік, суспільство.*

Постановка проблеми. Дослідження цінностей та ціннісних орієнтацій є досить актуальними та значущими у будь-який час. Адже під впливом масової культури, соціальних впливів, значущих змін у всіх сферах людського життя та діяльності, ціннісна категорія зазнає трансформацій. Особливо це стосується молоді юнацького віку, адже саме цей прошарок населення є найбільш прогресивним та рушійним. Ціннісні орієнтації сучасного покоління є відображенням цінностей сучасного суспільства.

Людина – є складником великої системи, а саме соціуму; відбувається бінарний вплив як суспільства на людину, так і людини на нього, тобто вплив авторитетних та високопоставлених осіб на ситуацію в соціумі. Щоб конструктивно функціонувати у цій системі, індивід приймає певні правила та норми. Щоб не відрізнятись від загалу, особистість погоджується з міркуваннями, ідеями та позиціями більшості, тим самим модифікуючи свою систему цінностей. Така поведінка є соціально бажаною.

Аналіз наукових досліджень і публікацій. Юнацький вік є сензитивним періодом для утворення ціннісних орієнтацій, це етап «входження» особистості в доросле життя, проміжний пункт між дитинством та соціальною зрілістю. Ціннісні орієнтації в юнацькому віці характеризуються своєю

динамічністю, вони змінюються з часом, досвідом та під впливом різноманітних чинників. Залежно від того, які цінності будуть превалювати в житті людини, особистість буде керуватися саме цими орієнтирами на своєму життєвому шляху. Отже, стала ієрархія цінностей є тією організуючою системою, яка буде спрямовувати та регулювати поведінку індивіда в різних життєвих ситуаціях.

Цінність та ціннісні орієнтації особистості є досить поширеним предметом вивчення багатьох дослідників. Цінності розглядаються як нормативний механізм, який надає сенсу існуванню людини як соціальному організму, тобто цінності виконують ціннісно-регулятивну функцію (Михайлишин, 2018). Розглядаючи цінності з погляду психічної регуляції поведінки, виокремлюють такі три рівні регуляції, які в певній ієрархічній послідовності відіграють роль у поведінці людини: регуляція завдяки психічним станам, психічним реакціям та якостям особистості. Загальну модель того, як засвоюються певні цінності можна представити наступним чином: суспільні ідеали засвоюються та інтеріоризуються особистістю у вигляді «моделей потреби», які спонукають індивіда до активності, у процесі якої відбувається предметне втілення цінностей; потім вони стають основою для формулювання суспільних ідеалів, і так за нескінченною спіраллю. «Психологічна модель будови і функціонування мотивації людини та її розвитку в процесі соціогенезу конкретизує розуміння особистісних цінностей як джерел індивідуальної мотивації, що функціонально еквівалентні потребам»(Киричук, 2018).

Необхідно розмежовувати особистісні цінності, це ті цінності яким надає пріоритетне значення окремо взята людина на основі власних ставлень та настановлень, їх ще називають цінностями особистості, та загальнолюдськими цінностями, які є суспільновизначеними та значущими у соціумі, до них належать мир, здоров'я, любов, повага, щастя, справедливість, соціальна рівність, збереження природи та багато інших. Ці два види цінностей знаходяться у певному взаємозв'язку, адже суспільні цінності впливають на особистісні цінності, в той самий час, як цінності особистості мають вплив на цінності соціуму (Паламар, 2017).

Цінності можна розглядати як об'єктивні норми й регулятори соціальної поведінки, а також як суб'єктивні концепції чогось бажаного та очікуваного для індивіда або групи. Тому структурний і функціональний аналіз цінностей може здійснюватися на соціально-культурному рівні, так і на особистісно-психологічному рівні (Коханова, 2015; Попович 2016).

Цінності особистості завжди розглядаються у соціально-психологічному просторі, адже вони формуються під час такого процесу як соціалізація. Впродовж цього процесу, індивід вбирає в себе акумульований досвід минулого, особливості культури, традицій, вірувань, знань і також засвоює соціально

схвалені стереотипи, що завжди спрямовані на загальнокультурні цінності (Блинова, 2018).

Оскільки людина завжди є членом якої-небудь спільноти, то вона виконує відповідну соціальну роль, яка спонукає її дотримуватися низки норм, обов'язків та правил. Таким чином формується система очікувань, що впливає на вибірковість контактів, ставлень, настановлень, що свідчить про її зв'язок з ієрархією цінностей (Попович, 2015). Тобто можна стверджувати, що соціальні очікування групи можуть впливати на цінності кожного учасника даної взаємодії, і щоб відповідати даним очікуванням, індивід діє згідно соціальними нормами, змінюючи свою систему цінностей, і очікує на схвалення з боку групи.

Найважливішими цінностями та одночасно регуляторами, яким підпорядковується життя кожної людини є моральні. Почуття страху засудження, відчуженості, коригує поведінку особистості, яка в результаті може модифікуватися. Прагнучи до позитивного та конструктивного взаємовпливу, взаємообміну з суспільством, особистість підкорюється йому, представляючи себе у вигідному світлі, автор визначає це як феномен «соціальної бажаності».

Соціальна бажаність як здатність, розвиток якої маємо на увазі є розуміння сенсу норм і поваги цінностей і настановлень соціальної спільноти за умови збереження власної ієрархії цінностей, вимагає не тільки «трансляції» самих норм, а й формування ставлення до них. Очевидно, що соціальна бажаність є, з одного боку, способом входження в нову соціальну ситуацію, в нову соціальну спільноту, з іншого – особливого роду соціальною здатністю, яку можна розвивати, збагачувати, і, яка буде забезпечувати не тільки успішну адаптацію до будь-якої нової спільноти, але і індивідуалізацію особистості (Кондратьєва, 2011). Соціальна бажаність є тим інструментом, завдяки якому особистість пристосовується до нових умов взаємодії в соціумі.

Соціальна бажаність розглядається в двох напрямках: як особистісна риса, вона пов'язана з валідністю методик. Зарубіжні дослідники Д. Марлоу і Д. Кроун дійшли до висновку, що соціально бажана поведінка корелює не тільки з «ефектом фасаду», коли індивід прагне представити себе і свою поведінку таким, щоб відповідати нормам суспільства та отримати схвалення соціуму (Edwards, 1957), а також пов'язана з потребами людини в схваленні, самозахисті і підвищенні самооцінки (Crowne, Marlowe, 1960).

Д. Паулус та О. Джонс у праці «Self-Perception: The Interplay of Self-Deceptive Styles With Basic Traits and Motives» виокремив два види соціально бажаних відповідей: моралістичні (управління враженнями), та егоїстичні (суб'єктивні) – самообман. Перша група відповідей характеризується тим, що людина прагне відповідати соціальним стандартам та нормам поведінки, інша –

намагається прикрасити свій соціальний образ як суб'єкта діяльності (Paulhus, 1998).

У своєму дослідженні Тет, Андерсон, Хо дійшли до висновку, що здатність людини справляти враження на інших, пов'язана з такими особистісними особливостями як соціальний інтелект, соціальний статус, а також емоційна стабільність та залежить від рівня їх вираженості; що стосується здатності до самообману, то вона залежить від самооцінки та корелює з дотриманням консервативних цінностей (Tettetal, 2006).

Досліджуючи зв'язок між особистісним потенціалом та соціальною бажаністю людини, науковець Є. Осін припускає, що здатність до управління враженнями може бути пов'язана із загальним та вербальним інтелектом. Це може відстежуватися в ситуаціях, де успіх в певній діяльності залежить від здатності людини до самопрезентації та вмінні справляти хороше враження в очах інших людей. Ефекти соціальної бажаності відображають не тільки усвідомлене прагнення індивіда створювати про себе неадекватне позитивне враження, але й також це свідчить про наявність у нього стійкої мотивації схвалення, яка може поширюватися за межами ситуації дослідження, що призводить у результаті до більш високої успішності в реальній діяльності (Осін, 2011).

Отже, соціальну бажаність пов'язують з мотиваційними диспозиціями особистості, або ж з мотивацією схвалення, тобто прагненням бути схваленим соціумом; вона залежить від ситуативних чинників, зокрема в одних ситуаціях соціальна бажаність може відстежуватися, в інших – ні; а також пов'язана з особистісними особливостями людини. Однак, як саме взаємодіють ціннісні орієнтації з соціальною бажаністю невідомо.

Теоретичне аналізування наукової літератури показало, що тема зв'язку ціннісних орієнтацій та соціальної бажаності, є маловивченою та потребує скрупульозного наукового аналізування, емпіричного дослідження та обґрунтування. З огляду на висвітлені міркування, очевидно є теоретична і практична актуальність запропонованої теми дослідження.

Мета статті полягає у вивченні ціннісних орієнтацій осіб юнацького віку та їх взаємозв'язку з соціальною бажаністю.

Вклад основного матеріалу дослідження. Методи, вибірка та інструменти дослідження. У дослідженні взяли участь студенти Херсонського державного університету (N=87) різного навчально-професійного спрямування: філологічного (N=19), психологічного (N=26), історичного (N=22), фізкультурного (N=20), а також студенти Херсонського національного технічного університету (N=37) віком від 18 до 20 років. Загальна кількість

досліджуваних – 124 особи (49 досліджуваних чоловічої статі, що склало 39,5% і 75 досліджуваних жіночої статі, що склало 60,4%).

Результати. У вересні 2019 року було проведено дослідження за допомогою таких методик : «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» (С. С. Бубнової, 1994); опитувальник Кроуна-Марлоу «Шкала соціальної бажаності» (Crowne-Marlowe Social Desirability Scale, CMSDS, 1960) ;методика «Balance dinventory for desirable responding» BIDR Version 6 (Paulhus, 1998).

Методика «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» поєднує 11 шкал: приємне проведення часу відпочинку; високий матеріальний добробут; пошук і насолода прекрасним; допомога і милосердя до інших людей; любов; пізнання нового у світі, природі, людині; високий соціальний статус; визнання і повага людей та вплив на оточуючих; соціальна активність для досягнення позитивних змін у суспільстві; спілкування; здоров'я. Відповіді оцінювалися в 1 бал, якщо учасник дослідження відповідав «так», і 0 балів, якщо відповідь «ні». Опитувальник Кроуна-Марлоу «Шкала соціальної бажаності» (Crowne-Marlowe Social Desirability Scale, CM SDS) складається з 20 тверджень, які визначають рівень прояву соціальної бажаності. Кожна відповідь, що співпадає з ключем, оцінюється в 1 бал. Методика Паулюса «Balance dinventory for desirable responding» (BIDR Version 6 - Form 40A) містить в собі дві шкали: самообман або самозвеличення (SDE) та управління враженнями (IM). Статистичну обробку емпіричних даних здійснено за допомогою статистичної програми «SPSS» v. 23.0. Для пошуку та встановлення взаємозв'язків між отриманими показниками застосовано коефіцієнти кореляції Спірмена (r_s). Розраховано мінімум (min), максимум (max), середнє арифметичне значення параметрів (M) і середньоквадратичне відхилення (SD). Відмінності між значеннями змінних на рівні $p \leq 0,05$ вважаються статистично значущими. Оцінено отримані результати досліджуваних параметрів, орієнтуючись на шкали мінімум (min), максимум (max), середнього арифметичного значення параметрів (M) і середньоквадратичного відхилення (SD), що подані в табл. 1.

Таблиця 1

Середні значення та середньоквадратичні відхилення шкал досліджуваних параметрів (n=124)

Шкала	Min	Max	M	SD
1	2	3	4	5
«Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості»				
Відпочинок	2	6	4.37	1.03
Матер. добр.	1	6	3.31	1.32

Насолода	0	6	3.34	1.36
Допомога	1	6	4.37	1.33
Любов	0	6	3.78	1.35
Пізнання	0	6	3.53	1.48
Соц.статус	0	6	3.12	1.45
Повага	1	6	4.00	1.37
Соц.активність	0	6	2.96	1.39
Спілкування	1	5	2.83	1.02
Здоров'я	0	6	3.12	1.33
«Шкала соціальної бажаності»				
Соц.бажаність	2	18	9.82	3.41
«BIDR»				
SDE	66	128	93.58	14.27
IM	58	141	92.93	18.32

Примітка: min – мінімум; max – максимум; M – середнє арифметичне значення; SD – середньоквадратичне відхилення.

Завдяки методиці «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» було визначено найбільш значущі ціннісні орієнтації даної вибіркової сукупності, серед них приємне проведення часу та відпочинку – головне мати можливість витратити свій час і засоби на задоволення існуючих бажань та відпочинку; допомога і милосердя до інших людей – головне допомагати іншим людям, які цього потребують, переважання альтруїстичних поглядів на життя; визнання і повага людей та вплив на оточуючих – важливим місцем є повага з боку людей, завоювання поваги, що дозволить впливати на інших. Найнижчі позиції мають соціальна активність та спілкування.

З метою визначення загального рівня соціальної бажаності було використано методику Д. Кроуна-Д. Марлоу «Шкала соціальної бажаності». У результаті обробки та інтерпретації отриманих даних, були отримані наступні результати: у 23 осіб було встановлено низький рівень соціальної бажаності, у 84 – середній рівень, та у 17 – високий рівень соціальної бажаності.

Проаналізуємо результати загального кореляційного аналізування особливостей взаємозв'язку ціннісних орієнтацій та соціальної бажаності в осіб юнацького віку.

Додатні значення кореляції розуміємо як схильність людини нехтувати певними ціннісними орієнтаціями задля того, щоб бути соціально бажаною у суспільстві. Від'ємні значення кореляції означають, що існують певні цінності, які є пріоритетними для людини, і, які вона не може порушити задля того, аби лише показати себе у найкращому світлі.

Між показниками «високий матеріальний добробут» та «управління враженнями» ($- 0,316$; $p \leq 0,01$) існує досить значущий від'ємний кореляційний зв'язок. Ми пояснюємо такий зв'язок тим, що схильність людини «керувати» враженнями інших людей пов'язана з рівнем матеріального благополуччя. Можливо такі люди, користуючись своїм матеріальним статусом «набивають собі ціну» й таким чином намагаються прикрасити свій соціальний образ.

Значущим є від'ємний зв'язок між визнанням і повагою людей та самообманом ($- 0,208$; $p \leq 0,05$). Це можна пояснити тим що, завойовуючи визнання та повагу з боку людей, індивід прагне самоствердитися за рахунок того, що це дозволить впливати на інших. За Едвардсом, наявність такої тенденції як соціальна бажаність свідчить про відсутність розуміння себе чи небажання показувати особистісні недоліки.

Вагомим є додатковий зв'язок між такими параметрами як спілкування і самообманом ($0,272$; $p \leq 0,05$) та спілкуванням й управлінням враженнями ($0,189$; $p \leq 0,05$). Цей зв'язок можна тлумачити наступним чином, людина може знехтувати такою цінністю як спілкування, не підтримувати певних відносин чи стосунків з окремими людьми, задля того, щоб бути схваленою, з погляду референтної групи чи суспільства.

У осіб з високим рівнем соціальної бажаності існує позитивний зв'язок між такими параметрами як відпочинок та управлінням враженнями ($0,508$; $p \leq 0,01$), соціальною бажаністю та здоров'ям ($0,672$; $p \leq 0,01$), а також між спілкуванням та самообманом ($0,495$; $p \leq 0,05$), спілкуванням та управлінням враженнями ($0,558$; $p \leq 0,05$). Тобто такі люди ставлять на перше місце завоювання прихильності та схвалення соціуму, аніж власний відпочинок, час та здоров'я. Можливе маніпулювання цими двома цінностями (відпочинком та здоров'ям) для того, щоб справити «потрібне» враження на інших. Для таких осіб характерний скрупульозний підбір кола спілкування та знайомств, та ігнорування соціально несхвалених контактів.

Для осіб з низьким рівнем соціальної бажаності не є характерним зміна ціннісних орієнтацій під впливом соціуму. Тобто для таких людей важлива принциповість дотримання власних позицій та цінностей, аніж схвалення з боку суспільства. Зазвичай, це особистості з чіткою життєвою позицією, які не зважають на соціальні очікування та вимоги і є непохитними під тиском соціуму.

Висновки. У статті ми теоретично проаналізували такі поняття як «ціннісні орієнтації» та «соціальна бажаність». Висвітлили бачення як українських, так і закордонних учених на цю проблематику та запропонували власне визначення феномена «соціальної бажаності». У результаті проведеного емпіричного дослідження виявлено, що під тиском суспільства сучасна молодь,

а саме особи юнацького віку, які мають високий рівень соціальної бажаності мають тенденцію до зміни власних пріоритетів, що відстежується у ціннісних орієнтаціях на користь суспільного схвалення. Особи юнацького віку з низьким рівнем соціальної бажаності не змінюють ціннісні орієнтації під тиском соціуму.

Соціальну бажаність не можна розглядати зі сторони негативного підтексту. Вона допомагає людині адаптуватися до нових умов, а також до нової спільноти. Адже юнацький вік – це вік, коли особистість входить у нове коло спілкування, змінюється соціальна ситуація розвитку та провідний вид діяльності. Стаючи членом нової спільноти, особи юнацького віку приймають інші норми та цінності, які превалюють у значущій групі, однак важливо вміти зберегти власну ієрархію цінностей.

Література

1. Блинова О. Є. Соціокультурні та психологічні вектори становлення особистості. Херсон: Вид-во ФОП Вишемирський, 2018. С. 6-29.
2. Єрмоленко А. О. Проблема цінностей та ціннісних орієнтацій особистості в сучасних умовах. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. 2017. №9. С. 109-113.
3. Киричук О. О. Ціннісні регулятори психологічного благополуччя особистості. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. Вип.1. Том 1. С. 89-93.
4. Кондратьева У. Г. Социокультурные условия развития личности и феномен «социальной желательности». *Философия образования. Вестн. Новг. гос. ун-та*. 2011. №2(35). С. 208-215.
5. Коханова О. П. Цінності та ціннісні орієнтації, їх роль у розвитку особистості. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 3. С. 108-112.
6. Михайлишин У. Б. Соціально-психологічні засади функціонування цінностей у студентських групах в умовах освітнього середовища. Дис. на здобуття наук.ст. доктора психол. наук 19.00.05. Северодонецьк, 2018. 525 с.
7. Осин Е.Н. Проблема социальной желательности в исследованиях личностного потенциала. *Личностный потенциал: структура и диагностика*. М.: Смысл, 2011. С. 454-468.
8. Паламар С.П. Вплив ціннісних орієнтацій на формування особистості сучасної молоді. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. 2017. №9. С. 404-407.
9. Попович І. С. Роль соціально-психологічних очікувань у професійному становленні та розвитку особистості. *Зб. наук. праць : філософія, соціологія, психологія*. Івано-Франківськ : Вид-во ДВНЗ «ПНУ імені Василя Стефаника», 2015. Вип. 20. Ч. 2. С. 213-220.

10. Попович І.С. Соціальні очікування як регулятор соціально-психологічної реальності. *Актуальні проблеми психології*. К.: Фенікс. 2016. Т.1. Вип.44. С.138-143.

11. Crowne D.P., Marlowe D. A new scale of social desirability in dependent of psychopathology. *Journal of Consulting Psychology*. 1960. Vol. 24. P. 349-354.

12. Edwards A.L. The social desirability variable in personality assessment and research. N.Y.: The Dryden Press. 1957. 177 p.

13. Paulhus D.L., John O.P. Self-Perception: The Interplay of Self-Deceptive Styles with Basic Traits and Motives. *Journal of Personality*. 1998. Vol. 66. P. 1025-1060.

14. Popovych, I. S., Blynova, O. Ye. The Structure, Variables and Interdependence of the Factors of Mental States of Expectations in Students' Academic and Professional Activities. *The New Educational Review*. 2019, 55 (1), P. 293-306. DOI: 10.15804/tner.2019.55.1.24.

15. Tett R.P., Anderson M.G., Ho C., Yang T.S., Huang L., Hanvongse A. Seven nested questions about faking on personality tests. *A Closer Examination of Applicant Faking Behavior*. Greenwich (CT): Information Age Publishing, 2006.

References

1. Blynova, O. Ye. (2018). *Sotsiokulturni ta psyholohichni vektory stanovlennia osobystosti [Socio-cultural and psychological vectors of personality formation]*. Kherson: Vyd-vo FOP Vyshemyrskyi. [in Ukrainian].

2. Iermolenko, A. O. (2017). Problema tsinnosti ta tsinnisnykh oriientsii osobystosti v suchasnykh umovakh [The problem of values and values of personality in modern conditions]. *Naukovyi zhurnal «Molodyi vchenyi» –Young Scientist Scientific Journal*, 9, 109-113. [in Ukrainian].

3. Kyrychuk, O. O. (2018). Tsinnisni rehulyatory psyholohichnoho blahopoluchchia osobystosti [Valueregulators of psychological well-being of the personality]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu – Scientific Bulletin of Kherson State University*, 1(1), 89-93. [in Ukrainian].

4. Kondrateva, U. G. (2011). Sotsiokulturnye usloviia razvitiia lichnosti i fenomen –sotsialnoi zhelatelnosti” [Sociocultural conditions of personality development and the phenomenon of —social desirability”]. *Filosofia obrazovaniia. Vestn. Novg. gos. un-ta – Philosophy of Education. Vestn. Nov state university*, 2(35), 208-215. [in Russian].

5. Kokhanova, O. P. (2015). Tsinnosti ta tsinnisni oriientsii, yikh rol u rozvytku osobystosti [Values and value orientations, their role in personality

development]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu – Scientific Bulletin of Kherson State University*, 3,108-112. [in Ukrainian].

6. Mykhailyshyn, U. B. (2018). Sotsialno-psykholohichni zasady funktsionuvannya tsinnosti u studentskykh hrupakh v umovakh osvithnoho seredovyscha [Socio-psychological principles of functioning of values in student groups in conditions of educational environment]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Severodonetsk: Volodymyr Dahl East-Ukrainian National University. [in Ukrainian].

7. Osin, E. N. (2011). Problema sotsialnoi zhelatelnosti v issledovaniakh lichnostnogo potentsiala [The problem of social desirability in studies of personal potential]. *Lichnostnyi potentsial: struktura i diagnostika – Personal potential: structure and diagnosis*, 3(3), 454-468.

8. Palamar S. P. (2017). Vplyv tsinnisnykh oriantatsii na formuvannya osobystosti suchasnoi molodi [Influence of value orientations on formation of personality of modern youth]. *Naukovyi zhurnal «Molodyi vchenyi» –Young Scientist Scientific Journal*, 9,404-407. [in Ukrainian].

9. Popovych, I. S. (2015). Rol sotsialno-psykholohichnykh ochikuvan u profesiinomu stanovlenni ta rozvytku osobystosti [The role of social and psychological expectations in professional formation and personal development]. *Zb. nauk. prats : filosofii, sotsiologii, psykholohii – Coll. Sciences. works: philosophy, sociology, psychology*, 20(2),213-220. [inUkrainian].

10. Popovych, I. S. (2016). Sotsialni ochikuvannya yak rehulator sotsialno-psykholohichnoi realnosti [Social expectations as a regulator of socio-psychological reality]. *Aktualni problemy psykholohii – Actual problems of psychology*, 1(44), 138-143. [in Ukrainian].

11. Crowne D.P., Marlowe D. A new scale of social desirability in dependent of psychopathology. *Journal of Consulting Psychology*. 1960. Vol. 24. P. 349-354.

12. Edwards, A. L. (1957). *The social desirability variable in personality assessment and research*. N.Y.: The Dryden Press. [in English].

13. Paulhus, D. L. & John, O. P. (1998). Self-Perception: The Interplay of Self-Deceptive Styles with Basic Traits and Motives. *Journal of Personality*, 66, 1025-1060.[in English].

14. Popovych, I. S. & Blynova, O. Ye. (2019). The Structure, Variables and Interdependence of the Factors of Mental States of Expectations in Students' Academic and Professional Activities. *The New Educational Review*, 55(1), 293-306. DOI: 10.15804/tner.2019.55.1.24. [in English].

15. Tett, R. P., Anderson, M. G., Ho, C., Yang, T. S., Huang, L. & Hanvongse, A. S (2006). Seven nested questions about faking on personality tests. *A*

Closer Examination of Applicant Faking Behavior. Greenwich (CT): Information Age Publishing. [in English].

Shevchenko A.V.

THE CORRELATION BETWEEN SOCIAL DESIRABILITY AND VALUE ORIENTATIONS OF ADOLESCENTS

The article covers the results of the study of the connection between social desirability and values of adolescents. It is noted that value orientations play a regulatory role in human life, and are especially driven by modern youth. It is shown that social desirability is the tendency of the individual to present himself in a favorable light, which imprints both on the change in relation to common values, to the environment, and to significant others. Value orientations and social desirability have been investigated, which has led to a significant relationship between these elements.

The purpose of the article is to empirically explore the relationship between social desirability and value orientations in adolescence.

Methods: theoretical analysis, synthesis, systematization and synthesis of scientific literature. Empirical methods of research: the technique "Diagnosis of the real structure of value orientations of personality" (SS Bubnov, 1994); Crowne-Marlowe Social Desirability Scale (CMSDS, 1960); BIDR Version 6 (Paulhus D. L, 1998).

Results: Charmed Spearman correlates that social desirability correlates with value orientations of the individual. It is established that the change of values under the influence of society is peculiar to young people with high level of social desirability, this tendency is not observed in persons with low level of expressiveness of this trait.

Conclusions: The article describes the author's definition of the phenomenon of "social desirability", in which the author understands the desire of the person to be positive and constructive in reciprocal interaction with the society, as a result of which the person submits to him, presenting himself in a favorable light. Based on empirical research, it is determined that the social desirability of the individual influences the value orientations.

Key words: *value, value orientations, social desirability, adolescence, society.*

Шевченко Альона Володимирівна – студентка III курсу соціально-психологічного факультету Херсонського державного університету

Shevchenko Alyona – 3rd year student of social and psychological faculty of Kherson State University, Ukraine.