

ЦІННІСНА РЕГУЛЯЦІЯ МІЖОСОБИСТІСНОГО СПІЛКУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Щербатюк В.В. Ціннісна регуляція міжособистісного спілкування в соціальних мережах. У статті досліджується ціннісна регуляція міжособистісного спілкування в контексті соціальних мереж. Аналізується теоретична і джерельна база з даної проблематики. Розглядаються особливості міжособистісного спілкування в соціальних мережах, що обумовлені віртуальним середовищем. Окреслюються потреби людини, які задовольняються соціальними мережами та основні мотиви активного користування. Досліджуються цінності особистості, які демонструються в соціальних мережах Facebook та Instagram. Визначається як позитивний, так і негативний вплив соціальних мереж на життя та ціннісну сферу особистості. Соціальними мережами нав'язуються стереотипи та моделі поведінки, норми діяльності, що формує власну соціальну ідентичність, самооцінку, ціннісні орієнтації тощо.

Ключові слова: цінності, ціннісна регуляція, ціннісні орієнтації, цінності особистості, спілкування, міжособистісне спілкування, соціальні мережі, віртуальний простір, Інтернет-середовище.

Щербатюк В.В. Ценностная регуляция межличностного общения в социальных сетях. В статье исследуется ценностная регуляция межличностного общения в контексте социальных сетей. Анализируется теоретическая база по данной проблематике. Рассматриваются особенности межличностного общения в социальных сетях, обусловленные виртуальной средой. Определяются потребности человека, которые удовлетворяются социальными сетями и основные мотивы активного пользования. Исследуются ценности личности, которые демонстрируются в социальных сетях Facebook и Instagram. Определяется как положительное, так и негативное влияние социальных сетей на жизнь и ценностную сферу личности. Социальными сетями навязываются стереотипы и модели поведения, нормы деятельности, что формирует собственную социальную идентичность, самооценку, ценностные ориентации.

Ключевые слова: ценности, ценностная регуляция, ценностные ориентации, ценности личности, общение, межличностное общение, социальные сети, виртуальное пространство, Интернет-среда.

Постановка проблеми. За останнє десятиріччя соціальні мережі набули величезної популярності і є найвідвідуванішими сайтами в Україні. Сприяють цьому нові технологічні можливості, розширення доступу до Інтернет-середовища, що дозволяють перебувати у віртуальному просторі практично постійно. При такій популярності соціальних мереж досить актуальним постає питання про їхній вплив на життя особистості, в тому числі на ціннісні орієнтації. Міжособистісне спілкування, як важлива потреба особистості, набуває нових форм, переноситься у віртуальну площину. Постає питання ціннісної регуляції міжособистісного спілкування в соціальних мережах.

Аналіз останніх публікацій. До вивчення поняття «цінність» та «ціннісні орієнтації» вчені звернулися ще в ХХ ст. Соціологи розглядали його як соціальну настанову, що регулює поведінку індивіда. Згодом до вивчення цінностей долучилися дослідники і з інших галузей знання: філософії, психології, педагогіки, політології,

соціальної психології. Психологічний аспект висвітлення проблеми цінностей і ціннісних орієнтацій дозволяє виділити низку підходів до вивчення їх сутності [8].

Так, з позицій соціально-психологічного підходу, методологічною основою аналізу ціннісних орієнтацій є розуміння сутності особистості як похідної від суспільних відносин (К.О. Абульхонова-Славська, Б.Г. Ананьєв, Б.С. Круглов, О.М. Леонтьєв, Б.Ф. Ломов, С.Л. Рубінштейн, К.В. Шорохова). Згідно загальнопсихологічного підходу розглядаються взаємозв'язки ціннісних орієнтацій із проблемами мотивації, самоактуалізації, задоволеності, активності особистості (В.Г. Асєєв, В.С. Бакіров, Ю.М. Забродін, А. Маслоу та ін.). Підкреслюється, що цінності характеризують спрямованість особистості й виявляються насамперед у мотивах діяльності (Г.О. Балл, Б.І. Додонов, Д.О. Леонтьєв та ін.) [5]. Цінності особистості в різних аспектах досліджували в своїх наукових працях Т.О. Піроженко, Л.З. Сердюк, О.І. Пенькова, Н.Д. Володарська, І.М. Біла, О.В. Лавренко, Н.А. Бастун, А.М. Маслюк.

Поняття цінностей досить широке і охоплює чимало аспектів, що дає можливість їх всебічного вивчення. Серед сучасних науковців ціннісну сферу обдарованої особистості досліджує О. Л. Музика. Науковцем висвітлюються результати теоретичного аналізу та емпіричних досліджень ціннісних детермінант становлення і розвитку обдарованої особистості [14]. Також О.Л. Музика досліджує питання ціннісної взаємодії та ціннісної підтримки особистості.

Інша складова проблематики даної статті – міжособистісне спілкування в контексті соціальних мереж. Соціальні мережі і моделі комунікації у своїх працях висвітлювали С. Афанасьєв, С. Дука, В. Іноземцев, Н. Моїсєєв та ін., а також іноземні вчені – Й. Бенклер, С. Блек, П. Гіллен, П. Дойль.

Проблема Інтернет-спілкування є досить актуальною в суспільстві та висвітлюється як науковцями, так і журналістами, митцями. Активно розроблюються такі проблеми, як спілкування за умови анонімності (Ю.Д. Бабаєва, А.Е. Войскунський, А.Є. Жичкина), самопрезентація та ідентичність в Інтернеті (А.Є. Жичкина), кіберагресія (Л.А. Найдьонова), довіра в Інтернеті (М.В. Яворський), соціально-психологічна адаптованість та емоційні аспекти віртуального спілкування користувачів Інтернету (Чуднова, Кузнецова) та інші [15].

Різноманітні аспекти впливу віртуального простору на особистість серед сучасних науковців досліджують М.М. Назар, Т.С. Карабін, В.М. Фатурова, А.І. Лучінкіна, О.М. Немеш, О.В. Зінченко, Г.В. Чайка, О.Л. Вернік та ін.

Як бачимо, питання особистості в Інтернет-середовищі викликає інтерес науковців багатьох галузей, проте проблема ціннісної регуляції в соціальних мережах висвітлена недостатньо і потребує більш ґрунтового дослідження.

Формулювання мети і завдань статті. Мета статті: дослідити ціннісну регуляцію міжособистісне спілкування в контексті соціальних мереж. На основі поставленої мети можемо сформулювати наступні **завдання**: 1) проаналізувати джерельну та теоретичну базу з даної проблематики; 2) розглянути особливості міжособистісного спілкування в соціальних мережах; 3) дослідити цінності особистості в соціальних мережах; 4) визначити вплив соціальних мереж на формування цінностей особистості.

Виклад методики і результатів дослідження. Для реалізації поставлених завдань були використані теоретичні методи (аналіз, синтез, узагальнення, порівняння, систематизація) та емпіричні методи (спостереження, контент-аналіз) дослідження.

Цінності можуть розглядатися в контексті різних категорійних систем. Специфіка того чи іншого визначення цього поняття залежатиме від тієї сфери наукового знання, у рамках якої воно вивчається [8]. Психолого-педагогічний словник дає таке визначення

поняття «цінності» – продукти матеріальної і духовної діяльності людини, що можуть стати предметом її потреб. Це суспільно значущі елементи середовища. Ціннісні орієнтації – суб'єктивно ідеалізоване і мотивоване відображення в психіці людини, соціальної групи цінностей на конкретному етапі історичного розвитку. Це ієрархічна система установок особистості на соціально-політичні, економічні та моральні норми суспільства. Система ціннісних орієнтацій формується в процесі соціалізації особистості і відображається в намірах, мотивах, переконаннях, потребах, інтересах та інших проявах особистості [12]. Спочатку особистість набуває досвіду попередніх поколінь, отримуючи соціально схвалені стереотипи поведінки, орієнтовані на соціокультурні цінності. А вже потім набуває власного досвіду, який допомагає індивідові адаптуватися в мікросередовищі [9].

Єдиної класифікації цінностей у сучасних наукових дослідженнях не існує. У психологічному аспекті існують класифікаційні моделі, у яких цінності структуризуються за предметом або змістом об'єктів, на які вони спрямовані (соціально-політичні, моральні, економічні і інші); за суб'єктом ставлення (суспільні, цінності соціальних груп, колективні, індивідуальні) [6].

Відіграючи важливу роль в формуванні особистості, цінності виконують при цьому дві основні функції: будучи основою формування і збереження ціннісної орієнтації в свідомості людей, вони дозволяють знайти певну позицію, знайти точку зору, дати оцінку; цінності мотивують діяльність і поведінку, оскільки орієнтації людини в світі і наміри до досягнення окремих цілей співвідносяться з цінностями, включеними в структуру особистості. Двоакість дії системи ціннісних орієнтацій особистості як вищого регулятивного утворення полягає в тому, що вона не тільки визначає форми і умови реалізації її спонукань, але й сама стає джерелом її цілей [13].

Ціннісна регуляція – приведення стану однієї системи у відповідність до вимог іншої на основі ціннісних критеріїв [10].

Спілкування – це зв'язок між людьми, в процесі якого виникає психічний контакт, що проявляється в обміні інформацією, взаємопереживанні, взаєморозумінні, взаємному впливі. За змістом спілкування може бути матеріальним (обмін предметами, продуктами діяльності), когнітивним (обмін знаннями), мотиваційним (обмін інтересами, потребами, спонуканнями), діяльним (обмін діями, операціями, уміннями, навичками). Спілкування виконує такі основні функції: інформаційно-комунікативну, регулятивно-комунікативну, афективно-комунікативну, спонукальну, синдикативну тощо. Виділяють такі основні аспекти спілкування: інформаційно-комунікативний, інтерактивний, гносеологічний, аксіологічний (вивчення спілкування як процесу обміну цінностями), семіотичний, соціально-практичний. Види спілкування наступні: міжособистісне, групове і міжгрупове, масове, довірливе і конфліктне, інтимне і криміногенне, ділове і особисте, пряме і опосередковане, терапевтичне і насильницьке [12].

Міжособистісне спілкування – взаємодія між декількома людьми, здійснювана за допомогою засобів вербального і невербального впливу, в результаті якої виникає психологічний контакт і певні відносини між учасниками спілкування. Дослідження міжособистісного спілкування носять міждисциплінарний характер, оскільки їх результати мають сьогодні не тільки суто теоретичне, а й безпосередньо практичне значення. Воно зумовлене дійсно тектонічними і досить стрімкими змінами буквально у всіх сферах людського буття, які відбуваються у нас на очах. Серед провідних тенденцій сьогодення істотне місце посідають зміна цілей і характеру міжособистісного спілкування, життєвих цінностей та орієнтацій, помітне посилення процесів міжкультурної комунікації і загальне

послаблення духовності, культури й відповідальності суб'єктів комунікації за свої дії і ставлення до інших людей [7].

Ціннісні орієнтації особистості похідні від її потреб і породжуються ними. Потрапляючи у віртуальні соціальні мережі, людина реалізує свої найбільш актуальні в цей момент часу потреби. Задовольнивши нижчу потребу бути частиною спільноти, вступивши до неї і зайнявши своє місце, вона щабель за щаблем рухається далі. Автентична людина розвиває свої психологічні потреби, прагнучи повніше реалізувати ті здібності, якими вона володіє, вишукуючи для цього нові шляхи і можливості. Значимість соціальних мереж в Інтернеті для автентичної особистості полягає в задоволенні потреб: у постійному припливі інформації, що цікавить; в спілкуванні і обміні думками щодо актуальних проблем, ситуацій, процесів, а так само щодо власних творчих та інтелектуальних досягнень; у розвитку загального кругозору, що підвищує інтелектуальний рівень особистості в цілому; в розвагах, плануванні свого дозвілля та відволіканні (відхід від повсякденних справ і буденності навколишнього життя); у виробленні навичок формування думки про себе і уявлень про інших людей, диференціюванні кола свого спілкування [11].

Окрім потреби в інформації, О.Л. Вернік наводить ще такі потреби людини, які задовольняють соціальні мережі: 1) соціальна стимуляція (особливо актуальною вона є у підлітковому віці, коли людині вкрай необхідно відчувати зацікавленість нею з боку інших, як значущих знайомих, так і незнайомих людей); 2) події, які відображають динамічність, насиченість життя (це передбачає емоційну забарвленість, включеність і зацікавленість людини); 3) пізнаваність, пов'язана з соціальною підтримкою, зовнішнім підтвердженні власного Я; 4) визнання і досягнення, пов'язані з зовнішнім підтвердженням власної значимості, важливості тощо. В результаті дослідження, які проводилися в Америці, було отримано 5 основних мотивів активності у соціальних мережах: 1) пошук соціальної підтримки; 2) соціальні контакти з іншими; 3) бажання самопрезентації; 4) бажання самореалізації; 5) інформування цінним і розважальним контентом [3].

Найпопулярніша соціальна мережа в світі є Facebook. Як повідомляє інформаційний портал РБК-Україна, кількість користувачів соціальної мережі Facebook у світі у 2017 році сягнула майже 1,9 млрд чоловік. Про це на своїй сторінці в соцмережі написав засновник компанії Марк Цукерберг. З них 1,2 млрд користувачів складають активну щоденну аудиторію. На сьогодні можемо говорити про 2 млрд користувачів. Facebook користується вже 11 млн українців. Про це свідчать дані внутрішньої статистики сервісу. Найбільший ріст був в травні 2017 року, коли українським провайдером було заборонено давати доступ користувачам до російських соціальних мереж (Вконтакті, Однокласники). Ще одна популярна соціальна мережа – Instagram (належить компанії Facebook), яка базується на обміні фотографіями. Станом на вересень 2017 року сервіс нараховує 800 млн користувачів в світі, з них 500 млн відвідують свої акаунти щодня. Українська аудиторія соціальної мережі Instagram складає 7,3 млн користувачів [1].

Проблема вивчення умов Інтернет-опосередкованого спілкування стає актуальнішою з кожним днем. Це зумовлено зростанням популярності і вдосконаленням мережі Інтернет як простору, в якому масово відбувається спілкування, а також розвитком технічних засобів, що полегшують доступ до Інтернету і спрощують його використання з метою комунікації. Технології, які використовуються для спілкування, опосередковують його і змінюють його умови, отже, мають неабиякий вплив на процес спілкування та взаєморозуміння, а у глобальному сенсі – на світові суспільні і політичні процеси. Потреба вивчення закономірностей спілкування в мережі Інтернет також

продиктована відмінністю умов простору, в якому воно відбувається, від звичайних. Чинники, що забезпечують спілкування в реальному часі та просторі, втрачають свою силу у віртуальній взаємодії, натомість вступають в силу нові чинники, ще не досліджені досконало. Наприклад, така характеристика простору, як відстань між співрозмовниками (яка за звичайних умов співвідноситься з гучністю голосу і деталізацією образу співрозмовника), не має значення в мережі Інтернет, оскільки інформація може без втрат передаватися як на 1 метр, так і на тисячі кілометрів. Натомість, вступає в силу чинник якості зв'язку з мережею. Такі умови Інтернет-спілкування, як фізична відсутність учасників, обмеженість каналів сприймання співрозмовника, певний перелік засобів самопрезентації та набору повідомлення, що залежить від сайту або програми, якими користуються учасники спілкування, та багато інших чинників, також змінюють процеси спілкування та взаєморозуміння і мають бути досліджені більш докладно [15].

Міжособистісне спілкування в соціальних мережах здійснюється на основі додаванням людей в категорію «Друзі» (читачі, фоловери), обміну повідомленнями, фотографіями і відео, коментарями. Цікавим інструментом в соціальній мережі є «лайк». Американський дослідник у сфері медіа психології А. Балік констатує, що натискання лише однієї кнопки у фейсбуці (мається на увазі «лайк») замінює соціальні дії з визнання, підтвердження, перевірки, прийняття, розуміння, оцінки, знайомства тощо [3]. Щоб надати емоційного забарвлення текстовому повідомленню використовують інструмент «смайлик».

Ми вважаємо, що ціннісна регуляція міжособистісного спілкування в соціальних мережах має двосторонній характер. З одного боку, цінності особистості впливають на міжособистісне спілкування. Тобто людина за допомогою інструментів соціальних мереж демонструє свій спосіб життя, ціннісні орієнтації, життєві цілі, інтереси, все, що для неї важливо. З іншого боку – соціальна мережа має вплив на формування чи зміну цінностей особистості, оскільки є своєрідним дзеркалом суспільства, в якому відображаються його потреби, цінності, тенденції, вподобання, настрої.

Проаналізувавши соціальні мережі Facebook та Instagram, можемо назвати основні цінності, які демонструють користувачі цих мереж. Оскільки єдиної класифікації цінностей не існує, ми взяли за основу традиційну класифікацію цінностей, яка поділяється на духовні, соціально-політичні та матеріальні. Однак такий поділ не враховує того, що в продуктах людської діяльності духовне, соціально-політичне і матеріальне взаємопроникають і чітко розмежувати їх неможливо. Отже, виділяємо наступні цінності: турбота про дітей; турбота про тварин; любов до природи; кохання; спілкування з родиною та друзями; здоровий спосіб життя; самореалізація в творчості; саморозвиток; професійна самореалізація; доброта, допомога, співпереживання до інших людей; патріотизм; національна гідність; сила духу і волі; подорожі; їжа; одяг; досягнення техніки тощо.

Відсутність певних категорій в системі цінностей особистості виявляється в міжособистісному спілкуванні в соціальних мережах у явищі «кібербулінгу», «тролінгу», «мобінгу». Людей, які в віртуальному просторі виявляють агресію до будь-кого чи будь-чого, називають «хейтерами» (від англ. слова «hate» - ненависть). Причинами їх агресії є бажання стверджуватись за рахунок інших, невпевненість у собі, нереалізованість, незадоволеність своїм життям, заздрість. Відсутність покарання за таку поведінку тільки сприяє її розвитку.

Людство у своєму розвитку наблизилось до того, що Інтернет став основним генератором світових макротенденцій. Він сприяє трансформації ціннісних орієнтирів людства. Розробки нових гаджетів, мобільний Інтернет, безконтактні мережі wi-fi дають

можливість людині бути постійно активним користувачем соціальних мереж і стали невід'ємною частиною життя особистості. На сьогоднішній день прийнято вважати, що соціальна мережа – це соціальна структура, створена об'єднаними за однією або декількома ознаками взаємозалежності вузлами, які здебільшого представлені індивідуальними членами або організаціями.

Активно займаючись пошуком друзів і родичів, людина не помічає, як віртуальне життя виходить на перший план, наполегливо зміщуючи реальне. Залежність від віртуального світу є найпоширенішою проблемою. Через надмірне спілкування в мережі розвивається фобія спілкування з реальними людьми. Стає складно заводити нових друзів. Особливо це стосується дітей і підлітків [2].

Можливості соціальних мереж доки ще не дослідженні в повному обсязі, але вже зараз дають привід казати про їх виключний вплив на формування свідомості молоді, мотиви її поведінки, ціннісні орієнтації, стиль життя, вибір мети і шляхів її реалізації. Віртуальний світ, в який потрапляють молоді люди, надає їм додаткову свободу для вираження своїх емоцій, почуттів, життєвих позицій, настроїв, поглядів, подолання різноманітних внутрішніх і зовнішніх конфліктів, виникаючих в реальному житті в родинних стосунках, відносинах з однолітками [4].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Згідно поставленої мети і завдань можемо зробити такі висновки. Досліджено ціннісну регуляцію міжособистісне спілкування в контексті соціальних мереж. Ціннісна регуляція міжособистісного спілкування в соціальних мережах носить двосторонній характер. З одного боку, цінності особистості впливають на міжособистісне спілкування, з іншого – інформаційна наповненість соціальних мереж формує цінності особистості. Розглянуто особливості міжособистісного спілкування в соціальних мережах. Особливості міжособистісного спілкування зумовлені використанням спеціальних технічних засобів, умовами віртуального простору, фізичною неприсутністю співрозмовника, а також іншими формами і засобами передачі інформації. Окреслюються потреби людини, які задовольняються соціальними мережами та основні мотиви активного користування. Досліджено цінності особистості в соціальних мережах. Проте, через відсутність єдиної класифікаційної схеми цінностей їх важко чітко розмежувати. Визначено вплив соціальних мереж на формування цінностей особистості. Перебуваючи у віртуальному світі та вивчаючи ту інформацію, що розміщена у соціальних мережах, особистість формує власну систему цінностей. Це визначає її подальшу поведінку, ставлення до певних дій, явищ, вчинків як віртуального, так і реального життя.

Перспективою подальшого дослідження може бути проведення ґрунтовних емпіричних досліджень з ціннісної регуляції міжособистісного спілкування в соціальних мережах.

Список використаних джерел

1. Ultimate geek news [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ultimategeeknews.com/article/facebook-insta-18/>
2. Беркій Т.М. Соціальні мережі: різні аспекти впливу на людину [Електронний ресурс] / Т.М. Беркій // Українське право. – Режим доступу: http://ukrainepravo.com/legal_publications/essay-on-it-law/it-law-berkiy-social-networks-and-there-involves/
3. Вернік О.Л. Соціальні мережі і самовідчуження особистості / О.Л. Вернік // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць / За ред. С.Д. Максименка. – Житомир: Вид-во ЖДУ імені І. Франка, 2015. – Т.7: Екологічна психологія. – Вип. 40. – С. 21-32.

4. Галіч Т.О. Соціальні мережі Інтернет як агент соціалізації молоді / Т.О. Галіч // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: збірник наукових праць ДонДУУ. – Вип. 281. – С. 250-256.
5. Глинянюк Н.В. Психолого-педагогічні умови формування ціннісних орієнтацій сучасної студентської молоді [Електронний ресурс] / Н.В. Глинянюк. – Режим доступу: http://tme.umo.edu.ua/docs/Dod/3_2010/Glinaniyk.pdf
6. Долинська Л.В. Психологія ціннісних орієнтацій майбутнього вчителя / Л.В. Долинська, Н.П. Максимчук. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2008. – 124 с.
7. Заветний С. Міжособистісне спілкування як екзистенціал суспільного буття людини [Електронний ресурс] / С. Заветний, О. Пономарьов. – Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/23042/1/Zavetnyi_Mizhosobystisne_2015.pdf
8. Коханова О.П. Цінності та ціннісні орієнтації, їх роль у розвитку особистості / О.П. Коханова // Науковий вісник Херсонського державного університету. – №3. – 2015. – С. 108-112.
9. Матяж С.В. Класифікація цінностей та ціннісних орієнтацій особистості / С.В. Матяж, А.О. Березянська // 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.
10. Музика О.Л. Ціннісна детермінація становлення та розвитку обдарованої особистості / О.Л. Музика // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць / За ред. С.Д. Максименка. – Житомир: Вид-во ЖДУ імені І. Франка, 2015. – Т.6: Психологія обдарованості. – Вип. 11. – С. 6-19.
11. Немеш О.М. Психологія комунікативної діяльності в Інтернет просторі: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.01 / О.М. Немеш; наук. конс. С.Д. Максименко; Ін-т психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – Київ, 2017. – 402 с.
12. Психолого-педагогічний словник / М. Чапка, У. Контни. – Мисловіце, 2011. – 730 с.
13. Сердюк, Л.З. Ціннісні основи духовного розвитку особистості / Л.З. Сердюк // Науковий вісник Чернівецького університету: збірник наукових праць / Чернівецький національний університет. – Чернівці: ЧНУ, 2015. – Вип. 743: Педагогіка і психологія. – С. 230-235.
14. Ціннісна детермінація становлення обдарованої особистості: монографія [Електронний ресурс] / О.Л. Музика, І.М. Біла, Д.К. Корольов та ін.; за ред. О.Л. Музики. – Київ: Видавничий дім «Слово», 2017. – 220 с. – Режим доступу: <http://lib.iitta.gov.ua/708203/>
15. Янович О.О. Особливості міжособистісного спілкування в мережі Інтернет / О.О. Янович // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Психологічні науки. – 2014. – Вип. 121(2). – С. 218-221.

References transliterated

1. Ultimate geek news [Elektronnyi resurs]. – Rezhyim dostupu: <https://ultimategeeknews.com/article/facebook-insta-18/>
2. Berkii T.M. Sotsialni merezhi: rizni aspekty vplyvu na liudynu [Elektronnyi resurs] / T.M. Berkii // Ukrainske pravo. – Rezhyim dostupu: http://ukrainepravo.com/legal_publications/essay-on-it-law/it-law-berkiy-social-networks-and-there-involves/
3. Vernik O.L. Sotsialni merezhi i samovidchuzhennia osobystosti / O.L. Vernik // Aktualni problemy psykholohii: Zbiryk naukovykh prats / Za red. S.D. Maksymenka. – Zhytomyr: Vyd-vo ZhDU imeni I. Franka, 2015. – Т.7: Ekolohichna psykholohiia. – Vyp. 40. – S. 21-32.
4. Halich T.O. Sotsialni merezhi Internet yak ahent sotsializatsii molodi / T.O. Halich // Suchasni suspilni problemy u vymiri sotsiolohii upravlinnia: zbiryk naukovykh prats DonDUU. – Vyp. 281. – S. 250-256.
5. Hlynianiuk N.V. Psykholoho-pedahohichni umovy formuvannia tsinnisnykh oriientatsii suchasnoi studentskoi molodi [Elektronnyi resurs] / N.V. Hlynianiuk. – Rezhyim dostupu: http://tme.umo.edu.ua/docs/Dod/3_2010/Glinaniyk.pdf

6. Dolynska L.V. Psykholohiia tsinnisnykh oriiantatsii maibutnoho vchytelia / L.V. Dolynska, N.P. Maksymchuk. – Kamianets-Podilskyi: FOP Sysyn O.V., 2008. – 124 s.
7. Zavietnyi S. Mizhosobystisne spilkuвання yak ekzystentsial suspilnoho buttia liudyny [Elektronnyi resurs] / S. Zavietnyi, O. Ponomarov. – Rezhym dostupu: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/23042/1/Zavetnyi_Mizhosobystisne_2015.pdf
8. Kokhanova O.P. Tsinnosti ta tsinnisni oriiantatsii, yikh rol u rozvytku osobystosti / O.P. Kokhanova // Naukovi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. – №3. –2015. – S. 108-112.
9. Matiazh S.V. Klasyfikatsiia tsinnosti ta tsinnisnykh oriiantatsii osobystosti / S.V. Matiazh, A.O. Berezianska // Naukovi pratsi Chornomorskoho derzhavnoho universytetu imeni Petra Mohyly kompleksu «Kyievo-Mohylianska akademiia». Ser.: Sotsiolohiia. – 2013. – T.225, Vyp. 213. - S. 27-30. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdusoc_2013_225_213_7.
10. Muzyka O.L. Tsinnisna determinatsiia stanovlennia ta rozvytku obdarovanoi osobystosti / O.L. Muzyka // Aktualni problemy psykholohii: Zbirnyk naukovykh prats / Za red. S.D. Maksymenka. – Zhytomyr: Vydvo ZhDU imeni I. Franka, 2015. – T.6: Psykholohiia obdarovanosti. – Vyp. 11. – S. 6-19.
11. Nemesh O.M. Psykholohiia komunikatyvnoi diialnosti v Internet prostori: dys. ... d-ra psykhol. nauk: 19.00.01 / O.M. Nemesh; nauk. kons. S.D. Maksymenko; In-t psykholohii imeni. H.S. Kostiuks NAPN Ukrainy. – Kyiv, 2017. – 402 s.
12. Psykholoho-pedahohichni slovnyk / M. Chapka, U. Kontny. – Myslovitse, 2011. – 730 s.
13. Serdiuk, L.Z. Tsinnisni osnovy dukhovnoho rozvytku osobystosti / L.Z. Serdiuk // Naukovi visnyk Chernivetskoho universytetu: zbirnyk naukovykh prats / Chernivetskyi natsionalnyi universytet. – Chernivtsi: ChNU, 2015. – Vyp. 743: Pedahohika i psykholohiia. – S. 230-235.
14. Tsinnisna determinatsiia stanovlennia obdarovanoi osobystosti: monohrafiia [Elektronnyi resurs] / O.L. Muzyka, I.M. Bila, D.K. Korolov ta in.; za red. O.L. Muzyky. – Kyiv: Vydavnychi dim «Slovo», 2017. – 220 s. – Rezhym dostupu: <http://lib.iitta.gov.ua/708203/>
15. Ianovych O.O. Osoblyvosti mizhosobystisnoho spilkuвання v merezhi Internet / O.O. Ianovych // Visnyk Chernihivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu. Serii: Psykholohichni nauky. – 2014. – Vyp. 121(2). – S. 218-221.

Shcherbatiuk V. The value regulation of interpersonal communication in social networks.

The problem of the impact of social networks on life of the personality has appeared relatively recently and requires scientific study and empirical research. Today we can observe how the virtual environment has penetrated into all spheres of human life, regardless of social status, age and gender features, financial situation, profession etc. In relation to this the value orientation of society as a whole and personality in particular are transforming. Also interpersonal communication takes new forms, it is transferred to the virtual area and dictates own rules. The development of new gadgets, mobile internet, wi-fi networks give to human possibilities to be always an active user of social networks.

The article studies the value regulation of interpersonal communication in the context of social network, reviews the theoretical and source base on this problem, views specificities interpersonal communication which is caused by virtual environment, defines human needs which are satisfied with social network and main reasons of active using. The values of personality which are demonstrated in social networks Facebook and Instagram are examined. The influence of social networks on life and the value area of personality are defined, both positive and negative influence is noted. In the social networks we draw stereotypes and model of behavior, standards of activity, form owner social identify, self-esteem, value orientations etc.

Key words: values, value regulation, value orientations, values of personality, communication, interpersonal communication, social networks, virtual area, internet environment.