

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»
Навчально-науковий інститут
міжнародних відносин і соціальних наук

Кафедра психології

Родіонова Марія Юріївна

Кваліфікаційна робота

на тему: **«Вплив сучасних медіа на формування
світогляду молоді»**

**(на прикладі Білоцерківського центру дистанційно-заочного
навчання Східноєвропейського університету ім. Р. Аблязова)**

Група ТУбц-8-21-Б₁ПС (4,0зdc)

Спеціальність: 053 Психологія

Спеціалізація: -

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

*Дипломна робота містить результати власних досліджень. Використання
ідей, результатів, текстів інших авторів мають посилання на відповідне
джерело*

Науковий керівник

Кандидат

психологічних наук

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

М.Ю. Родіонова

(прізвище та ініціали)

Допущено до захисту в ЕК

Завідувач кафедри

Д.пс.н., професор

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

А.В. Аносова

(прізвище та ініціали)

(підпис)

В.Б. Синякова

(прізвище та ініціали)

Київ 2025 р.

АНОТАЦІЯ

Родіонова М. Ю. «Вплив сучасних медіа на формування світогляду молоді» (на прикладі Білоцерківського центру дистанційно-заочного навчання Східноєвропейського університету ім. Р. Аблязова) – кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеню «Бакалавр» за спеціальністю 053 «Психологія» у галузі знань 05 – Соціальні та поведінкові науки. – ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом».

У роботі проаналізовано теоретичні аспекти дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді, а саме: актуальні аспекти вивчення проблеми впливу мас-медіа на соціалізацію молоді; основні аспекти деструктивного впливу мас-медіа на процес соціалізації молоді; обґрунтування сутності і наслідків негативного впливу мас-медіа на соціалізацію студентської молоді; інтернет як сучасний засіб мас-медіа і його вплив на сучасну молодь

Здійснено експериментальне дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду студентів та описано його результати.

Проаналізовано практичні аспекти розвитку медіаграмотності та критичного мислення молоді і розроблено методичні рекомендації щодо розвитку медіаграмотності сучасних студентів.

Ключові слова: медіа, мас-медіа, засоби масової інформації, Інтернет-ресурси, медіаграмотність, світогляд особистості.

ANNOTATION

Rodionova M. Yu. «The influence of modern media on the formation of the worldview of youth» ” (on the example of the Bila Tserkva Center for Distance and Correspondence Learning of the R. Ablyazov Eastern European University) – qualification work in the form of a manuscript.

Qualification work for the degree of «Bachelor» in the specialty 053 «Psychology» in the field of knowledge 05 – Social and behavioral sciences. – PrJSC «Higher Education Institution «Interregional Academy of Personnel Management».

The paper analyzes the theoretical aspects of studying the influence of modern media on the formation of the worldview of youth, namely: current aspects of studying the problem of the influence of mass media on the socialization of youth; the main aspects of the destructive influence of mass media on the process of youth socialization; substantiation of the essence and consequences of the negative influence of mass media on the socialization of student youth; the Internet as a modern means of mass media and its impact on modern youth

An experimental study of the influence of modern media on the formation of students' worldviews was carried out and its results are described.

The practical aspects of the development of media literacy and critical thinking of young people are analyzed and methodological recommendations for the development of media literacy of modern students are developed.

Keywords: media, mass media, mass media, Internet resources, media literacy, worldview of the individual.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ МОЛОДІ.....	9
1.1. Актуальні аспекти вивчення проблеми впливу мас-медіа на соціалізацію молоді.....	9
1.2. Основні аспекти деструктивного впливу мас-медіа на процес соціалізації молоді.....	30
1.3. Обґрунтування сутності і наслідків негативного впливу мас-медіа на соціалізацію студентської молоді	33
1.4. Інтернет як сучасний засіб мас-медіа і його вплив на сучасну молодь.....	36
РОЗДІЛ 2 ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ МОЛОДІ.....	42
2.1. Організація та методики дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду студентів.....	42
2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження психологічних аспектів розвитку емоційної зрілості у студентів.....	45
РОЗДІЛ 3 РОЗВИТОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ МОЛОДІ.....	52
3.1. Практичні аспекти розвитку медіаграмотності та критичного мислення молоді.....	52
3.2. Методичні рекомендації щодо розвитку медіаграмотності сучасних студентів.....	62
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	71
ДОДАТКИ	76

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена значущістю медіа як одного з основних каналів інформації та комунікації в сучасному світі. З розвитком цифрових технологій та широким доступом до Інтернету медіа стали основним джерелом знань, новин, а також каналом для формування громадської думки і поведінкових стандартів. Молодь, особливо підлітки та студенти, є однією з найбільш вразливих соціальних груп, оскільки їхні світоглядні орієнтації, погляди на соціальні, політичні та культурні явища активно формуються під впливом медіаконтенту [41].

Медіа здатні не тільки інформувати, але й маніпулювати свідомістю, надаючи певні цінності, ідеології та стереотипи, які можуть сприяти як позитивним, так і негативним змінам у світогляді молоді. Поширення фейкових новин, стереотипних уявлень про соціальні групи, культури чи ідеї створює нові виклики для критичного мислення та інформаційної грамотності.

Таким чином, дослідження цього впливу є надзвичайно важливим для розуміння, яким чином медіа формують переконання молоді, а також для визначення стратегій, спрямованих на розвиток медіаосвіти і критичного мислення серед молодих людей. Це дозволяє ефективно протидіяти негативним впливам медіа та сприяти розвитку самостійного і обґрунтованого погляду на світ.

Дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді є актуальним напрямом у психології (Е. Гофман, Дж. Мід), соціології (М. Маклюен, Дж. Карлсон), антропології (Д. Миллер) та медіа-дослідженнях (Г. Зиммерман).

Об'єкт дослідження: вплив сучасних медіа на формування світогляду молоді, зокрема на процеси сприйняття, усвідомлення та адаптації молодими людьми соціальних норм, цінностей, культурних та ідеологічних уявлень, що транслюються через медіа.

Предмет дослідження: механізми та способи впливу сучасних медіа (телебачення, Інтернет, соціальні мережі) на формування світогляду молоді, а

також процеси соціалізації молоді в умовах медіа-середовища, взаємодія медіа з іншими факторами соціалізації (сім'я, школа, друзі тощо).

Мета дослідження: аналіз впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді, вивчення психологічних, соціальних та культурних аспектів цього процесу, а також визначення ролі медіа у формуванні цінностей, переконань і ставлень у молодіжному середовищі.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати теоретичні аспекти дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді, а саме: актуальні аспекти вивчення проблеми впливу мас-медіа на соціалізацію молоді; основні аспекти деструктивного впливу мас-медіа на процес соціалізації молоді; обґрунтування сутності і наслідків негативного впливу мас-медіа на соціалізацію студентської молоді; інтернет як сучасний засіб мас-медіа і його вплив на сучасну молодь

2. Здійснити експериментальне дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду студентів та описати його результати.

3. Проаналізувати практичні аспекти розвитку медіаграмотності та критичного мислення молоді і розробити методичні рекомендації щодо розвитку медіаграмотності сучасних студентів.

Для досягнення мети дослідження та вирішення визначених завдань було застосовано комплекс наукових **методів**, що дозволяють комплексно проаналізувати роль медіа у формуванні ціннісних орієнтацій, переконань та поведінкових моделей молодого покоління, зокрема: теоретичні методи (аналіз та узагальнення наукової літератури, системний підхід, порівняльний аналіз), емпіричні методи (анкетування та опитування на основі використання анкети «Засоби масової інформації» (авторська розробка) та методики «Незавершені речення».

Застосування комплексного підходу, що поєднує теоретичні та емпіричні методи, дозволяє всебічно дослідити проблему впливу сучасних медіа на світогляд молоді, визначити тенденції та розробити рекомендації щодо підвищення рівня медіаграмотності та критичного мислення.

Теоретичне значення дослідження полягає в тому, що воно:

розширює розуміння впливу медіа на формування світогляду молоді, зокрема на процеси соціалізації, формування цінностей і переконань через медіа-контент; дозволяє уточнити поняття медіа-освіти та її ролі в розвитку критичного мислення у молоді, що сприяє зменшенню маніпулятивного впливу медіа і формуванню активної медіа-грамотності; доповнює теоретичні підходи до аналізу соціалізації молоді в умовах цифрової епохи, включаючи взаємодію традиційних і нових медіа; може стати основою для подальших досліджень у сфері психології, соціології та медіа-досліджень, зокрема в аспекті формування культурної ідентичності через медіа; поглиблює розуміння змін у соціальних і культурних нормах, які відбуваються під впливом новітніх медіа, а також сприяє вивченню феномену глобалізації в контексті медіа-впливу на молодіжну свідомість; розвиває концепції соціальних мереж та цифрових платформ як основних інструментів, що формують нові світоглядні орієнтації, а також дає нові підходи для дослідження їхнього впливу на поведінку молодих людей.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що:

- розроблені рекомендації можуть бути використані для створення програм медіа-освіти та підвищення медіа-грамотності серед молоді, що допоможе розвивати критичне мислення та здатність аналізувати і оцінювати медіа-контент;
- результати дослідження можуть бути використані в освітніх установах, зокрема в школах та вищих навчальних закладах, для розробки навчальних матеріалів, тренінгів та семінарів, спрямованих на розвиток медіа-освіченості та запобігання маніпуляціям через медіа;
- практичні рекомендації щодо впливу медіа на формування світогляду молоді можуть бути використані державними та громадськими організаціями для розробки політик і програм, спрямованих на захист молоді від шкідливого контенту та підвищення якості медіа-простору;
- методичні матеріали, розроблені на основі дослідження, можуть стати корисними для психологів, соціологів та медіа-аналітиків, які

займаються вивченням та корекцією впливу медіа на поведінку та світогляд молодих людей;

– результати дослідження можуть бути використані для покращення взаємодії між медіа та молоддю, а також для створення стратегії з розвитку позитивного медіа-контенту, який сприяє формуванню здорових цінностей та переконань серед молоді.

Експериментальна база дослідження: Білоцерківський центр дистанційно-заочного навчання Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова.

Структура та обсяг роботи. Магістерська робота включає вступ, три основні розділи, загальні висновки, список використаних джерел та додатки. У роботі надано 3 таблиці та 5 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ МОЛОДІ

1.1. Актуальні аспекти вивчення проблеми впливу мас-медіа на соціалізацію молоді

В умовах динамічних політичних, економічних та соціальних змін питання соціалізації особистості набувають особливої актуальності. На початку XXI століття проблема впливу засобів мас-медіа на соціалізацію молоді стала особливо важливою, оскільки цей період характеризується значними трансформаціями в суспільстві, що ускладнило процес адаптації дітей, підлітків і молоді. Враховуючи негативний вплив мас-медіа на соціалізацію молоді як соціально-педагогічну проблему, важливо визначити основні напрями її наукового дослідження [49].

Аналіз наукових джерел [3; 16; 28; 42] дає змогу стверджувати, що проблему негативного впливу мас-медіа на соціалізацію молоді досліджено за кількома ключовими напрямками:

- як окрему сферу соціальної психології (Г. Андрєєва, Н. Богомоллова, М. Володіна, Ф. Зімбардо, Б. Паригін, Р. Харрис);
- як чинник, що сприяє агресивній поведінці (В. Афанасьєва, А. Бандура, О. Виноградна, А. Допира, А. Дроздов, В. Клайн, А. Назаретян, Ю. Романенко, К. Тарасов, А. Федоров, П. Фролов);
- як передумову психічних і поведінкових розладів особистості (Т. Алексеєнко, Т. Больбот, Т. Вакуліч, М. Гріфіт, Н. Дикун, І. Жданова, О. Камінська, О. Лабурцева, О. Лукомська, Н. Максимовська, О. Петрунько, Н. Светлакова, В. Собкін, Т. Ткачова, Л. Юр'єва);
- як фактор впливу на систему цінностей особистості (Н. Єфімова, Д. Попова, А. Федорович, С. Шандрук);
- як засіб маніпуляції свідомістю (Н. Лігачова, П. Лісовський, В. Пет-

рик, Г. Почепцов) [3; 16; 28; 42].

Такий підхід дозволяє комплексно оцінити вплив мас-медіа на формування особистості і визначити основні аспекти дослідження цієї проблеми.

Незважаючи на те, що вплив мас-медіа на особистість досліджується в різних галузях психології та педагогіки, основною метою цих наук залишається формування гармонійної особистості. Для досягнення цієї мети необхідний комплексний підхід, який враховує не лише біологічні та психологічні аспекти, а й соціальне середовище особистості.

Саме тому поняття «негативний вплив мас-медіа на соціалізацію молоді» набуває соціально-педагогічного значення, оскільки соціалізація в таких умовах розглядається як процес засвоєння й відтворення соціальних норм і моделей поведінки.

З огляду на актуальність цієї проблематики, першочерговим завданням є проведення дефінітивного аналізу ключових понять. Зокрема, визначення сутності поняття «негативний вплив мас-медіа на соціалізацію молоді» слід розглядати у межах ширшої наукової категорії – соціалізації особистості.

Значний внесок у дослідження соціалізації зробили зарубіжні науковці, зокрема Ф. Гіддінгс, Е. Дюркгейм, Р. Літвак, Л. Мардахаєв, А. Мудрік, Т. Парсонс, Н. Смелзер, П. Сорокін, Г. Тард. Так, Г. Тард розглядав соціалізацію не лише як механізм стабілізації суспільства, а й як чинник його розвитку. Ф. Гіддінгс уперше виділив стихійну та спрямовану соціалізацію, що сприяло подальшому дослідженню цього явища в соціології, педагогіці та психології.

Вивченню соціалізації особистості також присвятили свої праці українські педагоги, серед яких А. Акусок, Т. Алексеєнко, М. Барахтян, О. Безпалько, І. Богданова, М. Євтух, О. Заболотна, Н. Заверико, І. Зверева, А. Капська, Л. Коваль, Н. Лавриченко, М. Лукашевич, М. Папуча, С. Савченко, М. Савчин, С. Харченко та інші. Їхні дослідження зробили значний внесок у розуміння процесу соціалізації в сучасних умовах.

Поняття «соціалізація» як наукова категорія широко використовується в різних галузях знань, зокрема у філософії, соціології, педагогіці, психології, історії, етнографії та інших. Кожна з цих дисциплін розглядає соціалізацію з власної перспективи, акцентуючи увагу на окремих ключових аспектах і пропонуючи різні трактування цього терміна [56].

У науковій літературі виокремлюють кілька основних підходів до розуміння соціалізації: соціологічний, факторно-інституціональний, інтеракціоністський, інтеріоризаційний та інтраіндивідуальний. Кожен із них розкриває специфічні механізми та умови формування особистості в суспільстві.

Відповідно до енциклопедії для фахівців соціальної сфери під редакцією І. Зверевої, соціалізація визначається як процес входження людини в суспільство разом із її соціальними зв'язками та інтеграцією у різні типи соціальних спільнот, унаслідок чого відбувається становлення соціального індивіда [36].

До 1960-х років у науковій спільноті домінувало трактування соціалізації як процесу пристосування індивіда до соціального середовища. Однак із часом підхід змінився: соціалізацію почали розглядати як взаємодію між особистістю та суспільством, де обидві сторони є активними учасниками цього процесу.

З'явилося також розширене розуміння соціалізації, згідно з яким вона не є простою адаптацією, не зводиться лише до засвоєння історичного досвіду та беззаперечного підкорення соціальним нормам. Навпаки, цей процес передбачає вихід за межі досягнень попередніх поколінь та можливість індивіда впливати на суспільне середовище [45].

Варто звернути увагу на ключові особливості соціалізації, які визначають її сутність та механізми:

1. Соціалізація відбувається під впливом найближчого оточення – родини, друзів, освітнього середовища, що безпосередньо формують соціальний досвід індивіда.

2. Індивід є активним учасником соціалізації – процес передбачає не лише засвоєння матеріальних і духовних цінностей, а й їхнє перетворення, створення умов для власного розвитку та взаємодію з оточенням.

3. Соціальні фактори (навчання, виховання, середовище) відіграють провідну роль, проте не слід заперечувати значення природних, спадкових та вроджених особливостей особистості у засвоєнні соціального досвіду.

4. Соціалізація є двостороннім процесом, що передбачає не лише входження особистості в систему суспільних відносин, а й активне відтворення цих відносин у сімейних, товариських та інших соціальних зв'язках, які формуються в ході соціального розвитку індивіда [36; 45].

Таким чином, соціалізація – це складний і багатогранний процес, який поєднує як зовнішні впливи, так і внутрішню активність особистості у формуванні власного соціального досвіду.

Як зазначає Л. Орбан-Лембрик, соціалізація охоплює дві взаємопов'язані, але відносно самостійні складові:

1. Змістовну сторону, що включає:
 - формування механізмів регуляції поведінки;
 - розвиток системи ціннісно-нормативних, етичних, соціальних і правових уявлень;
 - вироблення ціннісно-сміслових орієнтацій, поглядів, переконань;
 - розвиток механізмів саморегуляції, здатності до самооцінки та самокритичності.
2. Функційну сторону, яка охоплює:
 - загальносоціальні детермінанти;
 - соціальні інститути та механізми;
 - соціально-педагогічні засоби й агентів соціалізації [33].

У контексті нашого дослідження важливим аспектом є фактори соціалізації. Аналіз соціально-педагогічних праць свідчить, що більшість науковців (М. Барахтян, О. Безпалько, М. Галагузова, Н. Заверико, І. Зверева, А. Капська, Л. Коваль, Ф. Мустаєва, О. Романовський, С. Хлебик) підтримують

класифікацію А. Мудрика, згідно з якою фактори соціалізації поділяються на:

- мегафактори – глобальні чинники (космос, планета, Інтернет);
- макрофактори – суспільно-державні впливи (країна, етнос, суспільство, держава);
- мезофактори – чинники середовища проживання (регіон, місто, мас-медіа, субкультура);
- мікрофактори – найближче оточення (сім'я, групи однолітків, безпосереднє соціальне середовище) [24].

Ця класифікація дозволяє розглядати соціалізацію як багаторівневий процес, що формується під впливом різних соціальних умов та середовищ.

У результаті досліджень останніх років, проведених вченими, такими як Г. Лещук, С. Семчук, О. Панагушина, О. Петрунько, Н. Шеременко та іншими, було виявлено, що однією з основних сил, що впливають на процес соціалізації, є мас-медіа. Вони стали невід'ємною частиною культурного простору ХХІ століття, займаючи важливе місце в духовному житті як суспільства, так і окремої особистості. Мас-медіа значно збільшують можливості для людей брати участь у різноманітних подіях, роблять наукові та культурні досягнення більш доступними для широких верств населення, а також розширюють горизонти індивідуального досвіду. Однак слід зазначити, що цей вплив має й іншу сторону: мас-медіа знижують необхідність у глибокому міжособистісному спілкуванні, що веде до його поверхневості та формалізації [33].

Поняття мас-медіа широко аналізується в нормативних документах та теоретичних джерелах, що дають різні визначення цього терміну. Зокрема, Закон України «Про інформацію» визначає мас-медіа як засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації, а інші джерела уточнюють, що це спеціальні соціальні інститути, які займаються збором, обробкою, розповсюдженням та збереженням інформації, або органи, створені для відкритої, публічної передачі за допомогою спеціального технічного інструментарію різних відомостей кількісно великим

розосередженим аудиторіям [56].

У контексті нашого дослідження термін «мас-медіа» ми розуміємо як комплекс організаційних структур та комунікаційних каналів, які займаються виробництвом і поширенням інформації для масової аудиторії.

У демократичних суспільствах доцільно використовувати термін «мас-медіа» (від латинського «mēdium» – посередник), оскільки ці засоби сприяють наданню суспільству об'єктивної інформації, яка ґрунтується на точності, достовірності та повноті відомостей, а також на збалансованості різних поглядів. Мас-медіа фінансуються не за рахунок держави, а здебільшого отримують доходи від реклами. У журналістському середовищі цей термін часто співвідноситься з терміном «медіа», що має подібне значення. Оскільки значення понять «мас-медіа» та «медіа» збігаються, ми будемо використовувати ці терміни як синоніми [39].

У контексті досліджуваної проблеми важливо зазначити, що однією з найпоширеніших класифікацій мас-медіа є поділ їх на три основні групи: друковані, аудіовізуальні та електронні. Кожен з цих типів має свої особливості в передачі та сприйнятті інформації, а також у форматах і способах взаємодії з аудиторією.

Окрім цього, існують й інші класифікації мас-медіа, які дозволяють більш детально охарактеризувати різні аспекти їх функціонування. Зокрема, мас-медіа можна класифікувати за:

1. Формою власності:

- державні – засоби, що належать державі та фінансуються за рахунок державного бюджету;
- комунальні – ті, що належать місцевим органам влади;
- приватні – медіа, які належать приватним особам або компаніям.

2. Каналом сприйняття інформації:

- візуальні – медіа, які передають інформацію через зображення (наприклад, газети, журнали, онлайн-ресурси з текстовими та візуальними матеріалами);

- аудіо – медіа, що використовують звукові засоби передачі інформації (наприклад, радіо);
- аудіовізуальні – медіа, що комбінують звук і зображення (наприклад, телебачення, відеоінтернет-ресурси) [48].

Цей поділ допомагає глибше розуміти різноманітність мас-медіа та їхню роль у сучасному суспільстві, що впливає на ефективність комунікації та сприйняття інформації різними соціальними групами.

До друкованих мас-медіа відносяться періодичні видання, такі як газети, журнали, бюлетені та інші публікації, що мають фіксований тираж. Вони виконують важливу роль у поширенні інформації серед широкої аудиторії. Аудіовізуальні мас-медіа включають телебачення, радіо та кіно, які забезпечують передачу інформації через звук і зображення. Електронні мас-медіа поєднують характеристики всіх традиційних медіа, створюючи нові формати комунікації та взаємодії з аудиторією [39].

У контексті електронних мас-медіа слід зазначити, що до них не завжди застосовують чітке правове визначення як мас-медіа, хоча на практиці вони активно використовуються для трансляції новин і розважальних програм. Як підкреслює О. Каплій, хоча ці медіа не мають офіційного статусу мас-медіа, вони фактично виконують функцію масового інформування та соціалізації, розширюючи межі традиційних медіа [36].

Мас-медіа мають спільну мету – досягнення широкої аудиторії, забезпечення доступу до інформації та її поширення на великі маси людей. Вивчення мас-медіа, як соціального інституту та агента соціалізації, вимагає комплексного підходу, оскільки включає політологічні, соціологічні, педагогічні та психологічні аспекти. Справжній вплив мас-медіа важко відокремити від інших соціальних процесів, оскільки медіа формують не лише уявлення про навколишній світ, але й задають соціальні норми і стереотипи [58].

О. Лаже, зокрема, наголошує, що мас-медіа суттєво впливають на соціальні норми, змінюючи сприйняття світу й формуючи соціальну свідомість кожної людини. Водночас, С. Семчук розглядає мас-медіа як нову

реальність, яку він називає гіперреальністю, створеною на основі поєднання людської діяльності і образів медіа-продуктів, що споживаються громадськістю. Важливо розуміти, що медіа-продукти не відображають об'єктивну реальність, а є результатом ретельно спланованої конструкції, що передає суб'єктивне бачення навколишнього світу [60].

Мас-медіа є важливими інструментами, через які відображаються різноманітні аспекти життя суспільства, в тому числі умови життя людей, а також системи їхніх соціальних зв'язків і залежностей на різних рівнях – від глобального (макро), через національний і регіональний (мезо), до індивідуального (мікро). Вони виконують складну роль, поєднуючи дві, здавалося б, протилежні функції: з одного боку, фіксують інтереси індивідів, з іншого – займаються формуванням або розвитком інтересів суспільства в цілому [10].

Мас-медіа використовують різні технічні засоби для поширення інформації, що має на меті не тільки інформувати, але й впливати на формування певних уявлень, оцінок, установок і моделей поведінки у людей. В результаті цього вони стають потужним інструментом соціальної та культурної трансформації. Важливо зауважити, що хоча мас-медіа багато в чому виконують інформаційну та культурологічну функції, інколи їх роль значною мірою стає ідеологічною – вони можуть не тільки передавати знання, але й активно формувати суспільні ідеї та переконання [10].

Завдяки мас-медіа пропагуються певні світоглядні установки, ціннісні орієнтації та стереотипи, які визначають способи мислення та поведінки громадян. Так, завдяки медіа, однакові культурні й соціальні практики поширюються серед різних соціальних груп, включаючи як високоприбуткові, так і менш заможні верстви населення. Це створює єдину культуру споживання, де в певному сенсі медіа виступають як головний організатор культурних процесів і важливий учасник культурного змагання, де вони практично не мають конкурентів.

Останнім часом проблема впливу мас-медіа на соціалізацію молоді

стала однією з ключових тем наукових досліджень.

Враховуючи актуальність цієї теми, ми вважаємо за необхідне розглянути поняття «вплив мас-медіа на соціалізацію молоді». Здійснений аналіз наукових праць таких авторів, як О. Волошенюк, О. Мокрогуз, а також досліджень Т. Джигі, Г. Лещук, С. Семчук, Л. Федотової, дозволяє зробити висновок, що в рамках нашого дослідження варто зосередити увагу на впливі мас-медіа саме на первинну соціалізацію молоді, особливо в контексті формування їх соціальної поведінки.

Як показують ці дослідження, на початку ХХІ століття роль традиційних соціальних інститутів, таких як сім'я, навчальні заклади, молодіжні організації, у процесі соціалізації молодів значно зменшилася. Натомість ці функції поступово були передані мас-медіа. Це підтверджує висновок О. Петрунько, який зазначає, що виховна система «соціум – особистість» зазнала значних змін. Тепер вона має вигляд «соціум – мас-медіа – особистість», що свідчить про трансформацію процесу соціалізації молоді. Мас-медіа стають основними соціалізуючими агентами, що активно впливають на формування соціальної поведінки молоді, зокрема через пропагування певних моделей поведінки, норм і цінностей, що передаються через медіа-продукти [4].

Для нашого дослідження важливими є основні тенденції соціалізації особистості в умовах сучасного інформаційного середовища, виокремлені Т. Алексеєнко. На її думку, спостерігається явище соціальної дезадаптації серед сучасних дітей і молоді, що виявляється у незнанні та недотриманні соціальних і моральних норм у поведінці, спілкуванні та виконанні соціальних ролей. Крім того, вона зазначає, що сучасна молодь більше обізнана з правами, ніж з обов'язками, та прагнуть до визнання навіть будь-якими засобами. Водночас спостерігається активізація соціальних домагань, коли молодь прагне мати більше матеріальних благ за менших зусиль [14].

Важливою тенденцією є підміна мотивів у процесі здобуття знань: сьогодні головне не стільки отримання знань, скільки досягнення результатів

у вигляді дипломів або атестатів. Ще однією проблемою є збіднення дозвіллевої сфери, коли пріоритетними для молоді стають беззмістовні форми дозвілля, зокрема захоплення комп'ютерними іграми. Це не лише витісняє інші форми активності, а й заміщає реальне спілкування, сприяючи зняттю соціальних бар'єрів, які можуть блокувати асоціальну поведінку. Також спостерігається зниження референтності батьків і рідних для сучасної молоді, а також маніпулювання свідомістю молоді через автоматизовані системи.

У цьому контексті мас-медіа виступають важливим соціальним інститутом, який виконує роль організації впливу на суспільство та різні соціальні групи, зокрема на молодь. Мас-медіа відіграють важливу роль у засвоєнні соціальних норм і формуванні ціннісних орієнтацій серед людей різного віку, у таких сферах, як політика, економіка, здоров'я, право тощо. Окрім того, вони стають своєрідною системою неформальної освіти, де користувачі отримують різноманітні, часом суперечливі й несистематизовані знання щодо різних аспектів суспільного та політичного життя [17].

Як зазначають дослідники, серед яких Ф. Саглам, В. Собкін, А. Федоров, розширення доступу до Інтернету, зростання кількості радіо- та телеканалів, що конкурують за увагу аудиторії, ускладнення жанрово-тематичної структури програм та збільшення обсягу друкованої продукції за останні роки створили принципово новий інформаційний стан. Ці зміни сприяли тому, що роль мас-медіа як агента соціалізації стала ще більш важливою. У зв'язку з цим іноді можна почути думку, що за допомогою мас-медіа «спільні дорослі» (суспільство) виховують «спільних дітей» (молоде покоління), компенсуючи тим самим ослаблення впливу окремих батьків на своїх дітей [25].

Н. Єфімова також наголошує, що мас-медіа мають величезний вплив на наші емоції, думки та оцінки, формуючи у нас звички й моделі поведінки, як прямо, так і через опосередковані канали. Дослідниця довела, що мас-медіа здійснюють вплив не лише на окремі компоненти свідомості, а й на поведінку людини в цілому. Проте, за її словами, найбільший вплив мас-медіа має на систему цінностей та особистісних установок індивіда [18]. На нашу думку, в

умовах сучасного інформаційного середовища важливо не лише визнавати значний вплив мас-медіа на розвиток молоді, але й розуміти, що цей вплив є вирішальним, оскільки він формує їхню поведінку і свідомість. Однак варто зазначити, що науковці оцінюють цей вплив неоднозначно, враховуючи як позитивні, так і негативні аспекти такого впливу на молодь.

Під впливом у словниково-довідковій літературі зазвичай розуміють дію, яку певна особа чи предмет або явище виявляє стосовно іншої особи чи предмета. В контексті мас-медіа, цей вплив слід розглядати як цілеспрямоване формування соціальних норм та ціннісних орієнтацій у членів суспільства, а також серед окремих соціальних груп населення [21].

Аналізуючи визначення та адаптуючи їх до конкретної теми дослідження, поняття «вплив мас-медіа на соціалізацію молоді» можна розглядати як процес поширення різноманітної соціальної, духовної, моральної, правової та іншої інформації для молодіжної аудиторії через групи мас-медіа. Завдяки такій інформації, яку надають мас-медіа, молодь поступово оволодіває суспільним досвідом (здобувають знання, навички, формують особистісні потреби, цінності, емоції тощо), а також адаптують цей досвід відповідно до власних переконань і розуміння.

Цей вплив може бути як позитивним, так і негативним. Як зазначає О. Петрунко, вплив медіасередовища не може бути однозначним і тотальним, адже він має як позитивні, так і негативні наслідки. Метою нашого дослідження є дослідження негативного впливу мас-медіа, зокрема через поширення негативних (агресивних, протиправних, насильницьких) стереотипів соціальної поведінки серед молоді [38].

У сучасних умовах, коли в суспільстві активно переглядаються та трансформуються наявні цінності, проблема негативного впливу мас-медіа на свідомість особистості стає надзвичайно актуальною. Від діяльності мас-медіа в значній мірі залежить формування нових уявлень про соціальну реальність і, зокрема, про психологічний портрет сучасної людини. Молодь, як носії цінностей і стандартів, опиняються в епіцентрі впливу з боку мас-медіа,

батьків, різних організацій та об'єднань, що створюють для них систему рольових очікувань і орієнтирів.

О. Петрунко підкреслює, що соціалізація в контексті медіасередовища починається на етапі вторинної соціалізації, коли індивід має вже бути захищений від асоціальних впливів завдяки набутим соціально-психологічним захистам. Це означає, що лише індивід, який не отримав належної первинної соціалізації і не має захистів, є вразливим до негативних і деструктивних медіавпливів. Отже, первинна соціалізація має ключове значення для того, аби сучасна молодь була готова до адаптації до медіасередовища і не піддавалася впливам, які можуть порушити їхню соціалізацію [22].

У контексті дослідження важливо звернути увагу на етап студентського віку, коли індивід ще знаходиться в процесі формування своїх переконань і світогляду. Студенти, як правило, ще не мають достатньо сформованих соціальних захистів, що робить їх вразливими до маніпуляцій і негативного впливу мас-медіа. Саме тому існує необхідність в оцінці стану подолання негативного впливу мас-медіа в цей період та розробці соціально-педагогічних умов, які можуть сприяти формуванню стійких захисних механізмів у студентів. Це дозволить мінімізувати ризик негативних наслідків медіавпливів і сприяти здоровій соціалізації молоді.

Згідно з дослідженнями науковців, соціалізація студентів тісно пов'язана з системою соціальних зв'язків, у якій відбувається інтеграція соціального досвіду та його трансформація у власні переконання, поведінкові шаблони та ціннісні орієнтації.

Наприклад, О. Панагушина зазначає, що соціалізація включає в себе засвоєння соціального досвіду і перетворення його в особисті установки та навички. С. Чернета підкреслює, що студенти, засвоюючи соціальний досвід, вибірково інтегрують в свою поведінку норми і шаблони, що прийняті в суспільстві, в результаті чого формується їх соціальне «Я» і соціальна активність [46].

Таким чином, соціалізація студентів є складним і багатогранним

процесом, в якому вони освоюють не лише зовнішні соціальні норми, але й розвивають внутрішні переконання і стратегії поведінки, що визначають їх місце в суспільстві. У контексті впливу мас-медіа на цей процес важливо розуміти, як медіа можуть формувати або викривляти ці соціальні зв'язки і орієнтації, створюючи певні стереотипи або моделі поведінки.

Принципи, описані С. Чернетою, дозволяють детальніше розглянути, як соціалізація студентів може бути організована для розвитку гармонійних особистісних і соціальних якостей.

1. Принцип варіативності підкреслює важливість створення умов для розвитку духовно-ціннісної орієнтації на різних рівнях суспільства. Мас-медіа, що мають різноманітні формати і контент, можуть забезпечити різні варіанти для студентів щодо того, як вони сприймають світ і своє місце в ньому.

2. Принцип колективності наголошує на важливості соціального досвіду у колективі. Медіа можуть не лише впливати на особистість, а й створювати або посилювати колективні моделі поведінки через групову ідентифікацію (наприклад, через популяризацію певних субкультур або тенденцій).

3. Принцип центрування відображає важливість орієнтації на індивідуальний розвиток студента, враховуючи його особисті потреби та прагнення. Мас-медіа можуть як допомагати, так і перешкоджати цьому процесу, залежно від того, чи сприяють вони розвитку критичного мислення, чи навпаки – формують стереотипи.

4. Принцип незавершеності виховання вказує на постійний процес розвитку студента, його здатність до самозміни. Мас-медіа, із їхнім постійним потоком інформації, можуть підтримувати цей процес, або ж гальмувати його, пропонуючи певні заморожені ідеали або стереотипи.

5. Принцип доповнювальності підкреслює, що соціалізація є інтеграцією різних аспектів розвитку. Мас-медіа можуть відігравати важливу роль у формуванні соціальних, культурних і психологічних складових особистості [55].

Ці принципи надають корисний контекст для оцінки того, як медіа можуть як позитивно, так і негативно впливати на процес соціалізації молоді, залежно від того, в якому середовищі вони формуються і як їхній контент взаємодіє з особистісними процесами розвитку.

Н. Абдюкова підкреслює, що студентський вік є періодом великих внутрішніх і зовнішніх суперечностей, які виступають як основні рушійні сили розвитку особистості. Відзначення цієї характеристики важливе для розуміння складності і суперечливості студентської соціалізації, особливо в умовах впливу медіа, що може посилювати ці суперечності, сприяючи формуванню чи зміщенню пріоритетів у процесі розвитку [2].

Основні новоутворення студентської психіки, такі як почуття дорослості та потреба в самоствердженні, дійсно є характерними для цього віку. Молодь починає шукати своє місце у соціумі, особливо в групі ровесників, і прагнуть вийти за межі реальності, що є важливою частиною їхнього переходу до дорослого життя.

Цей процес соціалізації ускладнюється тим, що студенти часто стикаються з непослідовними або навіть суперечливими моделями поведінки через медіа. Мас-медіа можуть впливати на формування уявлень про доросле життя, моделі поведінки та цінності, зокрема, через пропаганду стереотипів або навіть деструктивних ідеалів. Студенти, знаходячись у своєму віці, дуже сприйнятливі до таких впливів, що робить проблему соціалізації в умовах медіа ще більш актуальною.

Тому, під час дослідження соціалізації молоді, варто зосередити увагу на впливі медіа, який може або підтримувати процес самоствердження та пошуку своєї ідентичності, або створювати додаткові перешкоди через невідповідність реальних соціальних ситуацій з поданими медіаобразами.

Студентський вік дійсно є надзвичайно складним і важливим етапом у розвитку особистості. Це період, коли особистість стикається з глибокими змінами, що торкаються як фізіологічного, так і психологічного стану. Відзначені зміни мають бурхливий, стрибкоподібний характер, що додає

складності процесу соціалізації та становлення індивідуальності. З одного боку, цей період є критичним через глибокі внутрішні суперечності, з іншого – важливим, оскільки саме тут закладаються основи моральності, соціальних установок і ставлення до навколишнього світу [13].

Процес становлення самосвідомості, самопізнання та самоствердження є головними мотиваційними лініями студентського віку. Вони стають основними рушіями розвитку, що прагне зрозуміти свою роль у світі, знайти своє місце серед ровесників і дорослих. У цей період починають формуватися стабільні риси характеру та поведінки, зокрема міжособистісні взаємини, які в майбутньому визначатимуть соціальну активність та адаптацію.

Як зазначено В. Мухіною, важливим критерієм початку студентського періоду є поява самосвідомості на новому рівні. Якщо раніше особистість адаптується до уявлень дорослих про себе, то на даному етапі соціалізації вона починає активно шукати власне місце в соціумі, що і спричиняє зміну в її поведінці та ставленні до навколишнього світу. Намагаючись бути дорослим, студент прагне до незалежності, що іноді може викликати конфлікти з дорослими або однолітками [20].

Також важливим є перехід від дитячої фізіології до дорослої. Це відображається не лише в фізичних змінах, а й у змінах в емоційному, когнітивному та соціальному розвитку. В цей час студенти починають формувати більш складні стосунки з однолітками та дорослими, що визначає їхню подальшу соціалізацію.

Це перехідний етап, коли молода особистість активно шукає і визначає свої цінності, інтереси та прагнення, тому важливою є підтримка з боку близьких, вчителів і соціальних інститутів для забезпечення здорової і гармонійної соціалізації в умовах змін.

Дійсно, студентський період характеризується значними фізіологічними і психологічними змінами, що створюють умови для значної емоційної нестабільності. Як зазначає М. Савчин, в даний період, нервова система ще не повністю готова до сильних, тривалих подразників, що часто

призводить до сильних коливань емоційного фону. Це відображає реальність постійного стресу, зумовленого гормональними змінами та іншими фізіологічними процесами [55].

Важливою рисою цього періоду є те, що не вся молодь переживає кризу соціалізації однаково. Існують різні фактори, які можуть вплинути на те, як особистість адаптується до соціального середовища. Серед таких факторів виділяються низький рівень самостійності, неадекватна самооцінка, відсутність чітко сформульованих життєвих цілей, а також такі емоційні особливості, як підлітковий максималізм та високий рівень тривожності.

Ці труднощі можуть значно ускладнювати процес соціалізації. Наприклад, відсутність сформованих моральних орієнтирів та ідеалів може призвести до того, що студент не здатен знайти своє місце в соціумі або налагодити здорові взаємини з іншими. Агресивність, негативізм і низький рівень спілкування також можуть бути бар'єрами на шляху до гармонійного соціального розвитку.

Як підкреслює В. Савчин, наявність цих ознак у студента може серйозно ускладнити процес його соціалізації, і в таких випадках йому необхідна додаткова підтримка для подолання психологічних бар'єрів і успішної адаптації в соціальному середовищі. Важливо враховувати ці фактори при роботі з молоддю, щоб допомогти їм пройти цей складний етап розвитку з мінімальними труднощами [55].

Емоційна сфера молоді дійсно є надзвичайно важливою в цей період їхнього розвитку, і вона потребує особливої уваги. Як зазначає Є. Ільїн, емоції підлітків значною мірою пов'язані з їхніми стосунками з іншими людьми, зокрема з однолітками. Це робить емоційні реакції студентів часто інтенсивними та дуже індивідуалізованими. Вони схильні до того, щоб оцінювати емоції не з точки зору загальних моделей, а через призму своїх особистих переживань і ставлення до конкретної людини [13].

Особливості емоційної сфери студентів включають кілька важливих аспектів:

1. Емоційна збудженість. Підлітки часто бувають запальними, проявляючи бурхливі емоційні реакції, іноді навіть пристрасні.
2. Стійкість емоційних переживань. Вони можуть довго зберігати образи і переживати певні емоційні реакції, не здатні швидко їх подолати.
3. Тривожність і страх. Підлітки часто відчують підвищену готовність до переживання страху, що проявляється у формі тривожності.
4. Суперечливість почуттів. Вони часто відчують одночасно протилежні емоції, що може створювати внутрішні конфлікти.
5. Переживання через самооцінку. Підлітки дуже чутливі до своєї самооцінки, що є результатом зростання їхнього самоусвідомлення.
6. Почуття належності до групи. Підлітки сильно переживають через оцінки своїх товаришів і дуже чутливо ставляться до негативних відгуків від групи, що створює сильне відчуття страху бути відкинутим.
7. Вимоги до дружби. Підліткові дружби мають бути більш вибірковими і інтимними, заснованими на спільних інтересах і моральних почуттях, а не лише на ігрових формах взаємодії [136].

Ці емоційні характеристики студентів-підлітків роблять їх вразливими до впливу навколишнього середовища, зокрема до мас-медіа, які можуть значно впливати на їхній емоційний стан. Важливим є правильне керування цими емоціями, щоб зменшити негативний вплив зовнішніх факторів на психічне і емоційне здоров'я.

Дійсно, студентський період характеризується низкою серйозних змін у психічному та соціальному розвитку, які можуть бути як конструктивними, так і деструктивними. Як зазначає С. Кириленко, одним з найважливіших аспектів цього періоду є зростання негативних реакцій, таких як невдоволення, холодність, черствість, а також порушення вищих психічних функцій, таких як сприйняття, пам'ять, мислення і мовлення. Це може проявлятися в труднощах зі стримуванням емоцій, контролем ситуації та власних дій, що зумовлює певні проблеми в соціальній адаптації [55].

Крім того, у соціальному розвитку студентів загострюються проблеми

агресії, культури спілкування та соціального конформізму. Одним з основних факторів є відчуження підлітків-студентів від батьків, вчителів та суспільства загалом, що ускладнює процес їхньої соціалізації. Таке відчуження часто є наслідком конфліктних або суперечливих стосунків у родині. Якщо родина не може забезпечити емоційну підтримку, це може призвести до негативних впливів з боку вулиці або мас-медіа.

У дослідженнях Т. Куниці, що відображає підвищену тривожність у третини студентів, також підкреслюється, що підлітковий вік є періодом боротьби за самостійність і самоствердження, що проявляється у поведінкових реакціях, таких як емансипація. Студенти в цей час часто відмовляються від оцінок дорослих, навіть якщо вони мають правду, що свідчить про їхній прагнення до незалежності [12].

Тому стосунки в сім'ї грають ключову роль у соціалізації студентів-підлітків. Якщо сім'я підтримує здорові, довірливі стосунки, вона може залишатися важливим соціалізаційним інститутом навіть в період змін. Натомість, якщо сімейна атмосфера конфліктна, це може відкрити шлях до впливу зовнішніх факторів, таких як мас-медіа та вулиця, що погіршують ситуацію.

Цей етап розвитку студента-підлітка, коли він вступає в період активної соціалізації, дійсно характеризується формуванням двох різних систем взаємовідносин, які можуть вступати в конфлікт. Стосунки з однолітками та дорослими мають різні норми та функції. Взаємини з однолітками часто стають рівноправними та партнерськими, на відміну від стосунків з дорослими, де ієрархія залишається значною. Це може призводити до того, що студенти починають більше часу проводити з однолітками, адже спільність інтересів, можливість відкрито висловлювати свої думки і почуття без страху осуду створюють більш комфортну атмосферу, ніж взаємодія з дорослими.

Такі зміни можуть посилюватися тим, що студенти-підлітки, особливо в умовах соціальної ізоляції або несприйняття в родині та школі, починають шукати підтримку в маргінальних групах або неформальних об'єднаннях, що сповідують контркультурні чи асоціальні цінності. Це відображає їх потребу в самоутвердженні і визнанні серед однолітків, навіть якщо ці групи не є

морально здоровими чи соціально прийнятними.

Усі ці процеси можуть негативно позначитися на розвитку студентів-підлітків, якщо вони не знайдуть підтримки в стабільних і здорових відносинах з батьками та дорослими, або якщо не буде належної уваги до морального розвитку і формування цінностей, що сприяють соціально прийнятному та безпечному способу життя [27].

Дійсно, спілкування з однолітками займає важливе місце в студентському віці, оскільки це є основним способом формування соціальних норм і цінностей, а також соціалізації загалом. Взаємодія з друзями допомагає знайти місце в соціумі, задовольняти потреби в підтримці та розумінні, що важливо для їхнього психоемоційного благополуччя. Наявність близьких друзів може значно знизити рівень самотності, яка, як показують дослідження, є серйозною проблемою для багатьох студентів-підлітків. Самотність, у свою чергу, може бути передвісником більш серйозних психічних проблем, таких як депресія або суїцидальні думки, що, на жаль, мають місце серед частини молоді.

Також важливо відзначити, що соціальна дезадаптація студентів-підлітків стає все більш поширеною, і це має серйозні наслідки. Поведінкові девіації, зокрема правопорушення, алкоголізм, наркоманія та інші форми соціального відхилення, можуть бути відповіддю на внутрішні проблеми та труднощі адаптації в суспільстві. Проблема посилюється тим, що багато серед молодих людей шукають «друзів» або емоційну підтримку через мас-медіа та Інтернет, що не завжди є корисним.

Згідно з даними опитування педагогів, дійсно, багато виховних закладів зосереджуються на профілактиці певних форм девіантної поведінки, таких як алкоголізм чи наркоманія, але недостатньо уваги приділяється новим загрозам, зокрема надмірному використанню Інтернету, залежності від соціальних мереж чи азартних ігор. Це є важливою проблемою, оскільки відсутність належного контролю та виховання в даних сферах може призвести до розвитку нових форм соціальної дезадаптації, зокрема віртуальної залежності або порушень психічного здоров'я. Потрібне оновлення програм

профілактичної роботи, яке б враховувало сучасні виклики та потреби молоді в умовах швидких технологічних змін і соціальних трансформацій [27].

Проблема залучення молоді до деструктивних груп, таких як «групи смерті» в соціальних мережах, є надзвичайно серйозною і вимагає особливої уваги. Деструктивні об'єднання, як от «Синій кит», «Тихий дім» і подібні, мають катастрофічний вплив на психіку молоді, наражаючи їх на серйозні психічні та фізичні небезпеки. Ці групи експлуатують вразливість молоді, часто маніпулюючи їхніми емоціями, потребами та бажаннями бути частиною спільноти, створюючи враження, що вони є єдиним можливим способом знайти розуміння і підтримку.

Згідно з думкою дослідників, зокрема А. Лобанової та Л. Калашнікової, молодь в умовах сучасних соціальних та політичних криз, особливо в умовах гібридної війни, можуть ставати об'єктами маніпуляцій з боку таких груп, які використовують їх психічну уразливість для апробації ідеології аутодеструкції. Це стає ще небезпечнішим у контексті того, що технології впливу на молодь можуть пізніше застосовуватись для маніпулювання іншими віковими групами або навіть для здійснення серйозних злочинів [55].

Зміни в типах вільного часу також відіграють свою роль у розвитку цієї проблеми. Замість активних занять фізичною діяльністю, які є важливими для нормального фізичного та психічного розвитку молоді, сучасні діти часто проводять час за екранами гаджетів, що знижує їхню фізичну активність і, як результат, негативно позначається на їхньому загальному здоров'ї та здатності адаптуватися до реальних соціальних умов. Це створює ґрунт для розвитку залежностей, зокрема від Інтернету і соціальних мереж, а також для підвищеної вразливості до деструктивних груп.

У контексті сучасних кризових умов, таких як війна, політичні й економічні труднощі, соціальні та сімейні проблеми, молодь стикається з величезними труднощами, які лише погіршують процес їх соціалізації. Це ставить під загрозу їхнє психоемоційне благополуччя та ефективну інтеграцію в суспільство, тому профілактичні заходи повинні бути не лише

інформаційними, а й активно враховувати комплексні соціально-психологічні аспекти, щоб допомогти молоді уникати цих небезпечних впливів.

Виділені в науці підходи до соціалізації молоді підкреслюють важливість їх взаємодії з навколишнім світом через різноманітні форми діяльності, зокрема через спілкування. Б. Ананьєв відзначає, що провідною діяльністю сучасної молоді є спілкування, яке має визначальний вплив на їх соціальне та психічне становлення. Завдяки спілкуванню молодь може не лише пізнавати соціальні норми та цінності, але й активно пробувати різні соціальні ролі, що є важливим етапом у розвитку особистості.

Однак, як зазначає Д. Фельдштейн, інші види діяльності, такі як трудова чи суспільно-організаційна, також мають важливе значення для соціалізації, хоча в контексті студентського періоду провідною, безумовно, є саме діяльність комунікативного характеру [30].

Надмірне використання віртуальних комунікацій, як показує аналіз, має ризик десоціалізуючого впливу. Віртуальні соціальні мережі можуть замінити реальне спілкування і перешкоджати активному залученню студентської молоді до інших видів діяльності, таких як фізичні активності в реальному житті. Важливо, щоб студенти-підлітки мали збалансоване соціальне середовище, яке дозволяє їм здійснювати повноцінну взаємодію з людьми, розвивати соціальні навички і бути залученими до реального світу.

Динаміка соціалізації молоді здійснюється в контексті безлічі факторів, включаючи вплив макро-, мезо- та мікросередовищ. Окрім безпосередніх взаємодій з людьми, важливим фактором є вплив масових медіа, які формують у молоді стереотипи і моделі соціальної поведінки. Це допомагає їм орієнтуватися в соціальних реаліях, але також може обмежувати їх власні уявлення та свідомість, нав'язуючи певні образи або поведінкові шаблони [15].

Таким чином, соціалізація молоді є складним і багатофакторним процесом, що потребує уважного і обґрунтованого підходу з урахуванням змінюваних умов сучасного світу, у тому числі техногенних і медіа-залежних факторів.

1.2. Основні аспекти деструктивного впливу мас-медіа на процес соціалізації молоді

Для ґрунтового аналізу сутності та наслідків негативного впливу мас-медіа на соціалізацію молоді необхідно звернутися до наукових досліджень у сфері соціальних і педагогічних наук. Зокрема, важливі напрацювання представників цих галузей (Н. Дикун, Н. Максимовська, А. Тадаєва та ін.), а також праці вчених, які досліджують соціалізацію молоді як ключовий аспект соціально-педагогічної діяльності: Т. Алексеєнко, О. Безпалько, Т. Веретенко, Н. Заверико, А. Капська, Т. Лях, С. Чернета та інших науковців. Їхні дослідження дозволяють не лише розкрити механізми впливу мас-медіа на молодь, а й виявити потенційні загрози та негативні тенденції, що супроводжують цей процес.

У межах нашого дослідження ми спираємося на філософську та загальнонаукову методологію, а також на методологію соціальної педагогіки та міждисциплінарних досліджень, що передбачає використання сукупності різних наукових підходів. Зокрема, негативний вплив мас-медіа на соціалізацію молоді доцільно аналізувати крізь призму таких методологічних підходів, як гуманістичний, діяльнісний, особистісно орієнтований, середовищний і системний.

Особливе значення у цьому контексті має гуманістичний підхід, концептуальні засади якого були започатковані ще Я. Каменським. Його суть полягає у тому, що соціальне становлення молоді необхідно розглядати через призму розкриття їх індивідуальних особливостей, формування мотивації до різних видів діяльності та усвідомлення власної ролі у суспільстві. Гуманістичний підхід акцентує увагу на тому, що кожна особистість є унікальною особистістю, яка прагне до самовизначення та інтеграції у соціальне середовище [43].

Реалізація ідей цього підходу в соціально-педагогічній практиці є вкрай важливою, оскільки вона сприяє створенню умов для гармонійного розвитку

молоді, їхньої адаптації в суспільстві та зменшенню негативного впливу мас-медіа. З огляду на це, дослідження сутності та наслідків впливу мас-медіа на процес соціалізації молоді має базуватися на комплексному підході, що поєднує різні наукові перспективи й підходи до аналізу цієї проблематики.

Діяльнісний підхід у дослідженні сутності та наслідків негативного впливу мас-медіа на соціалізацію молоді ґрунтується на розумінні соціалізації як процесу активного засвоєння молоддю соціальних норм, цінностей і моделей поведінки. У цьому контексті соціальний розвиток молоді охоплює їхні очікування від суспільства, прагнення до задоволення актуальних потреб, формування соціальної компетентності, а також засвоєння механізмів взаємодії з оточенням. Негативний вплив мас-медіа може викривляти ці процеси, створюючи спотворені уявлення про норми поведінки, спричиняючи девіантні прояви та ускладнюючи встановлення здорових соціальних зв'язків [3].

Реалізація діяльнісного підходу передбачає, що вплив мас-медіа на соціалізацію молоді виявляється не лише в характері їхньої взаємодії з медіапростором, а й у способах проведення дозвілля, комунікації з однолітками та дорослими, виборі поведінкових стратегій. Таким чином, мас-медіа можуть як сприяти соціальному розвитку молоді, так і створювати ризики деструктивного впливу.

Особистісно орієнтований підхід до аналізу цієї проблематики акцентує увагу на розвитку молоді, враховуючи їх індивідуальні особливості, потреби та можливості самореалізації. У цьому контексті важливо досліджувати вплив мас-медіа на формування самооцінки, світогляду, моральних установок та емоційного інтелекту молоді. Значний внесок у розвиток цього підходу зробили психологи І. Бех, О. Леонтьєв та інші, які вивчали закономірності становлення особистості у процесі соціалізації [7].

Впровадження особистісно орієнтованого підходу в освітній і соціально-педагогічний процес дозволяє зменшити негативний вплив мас-медіа шляхом формування критичного мислення, розвитку медіаграмотності та створення умов для свідомого сприйняття інформаційного потоку. Це

сприяє адаптації молоді до сучасного медіасередовища та допомагає їм розвивати власну ідентичність у гармонії з соціальними нормами й цінностями.

На основі аналізу психолого-педагогічної літератури можна визначити кілька ключових аспектів, що впливають на впровадження особистісно-орієнтованого підходу у вивчення сутності та наслідків негативного впливу мас-медіа на соціалізацію молоді:

1. Індивідуалізація соціально-педагогічної взаємодії. Особистісно-орієнтована діяльність із молоддю повинна забезпечувати умови для їхнього розвитку та саморозвитку як суб'єктів соціального пізнання й комунікації. Це передбачає врахування індивідуальних особливостей, інтересів, емоційного стану та когнітивних можливостей кожного студента-підлітка.

2. Мотиваційна та когнітивна активність. У процесі особистісно-орієнтованого підходу важливо оцінювати рівень сформованості мотивації до соціальної взаємодії, критичного мислення та самостійного аналізу інформації, що надходить із мас-медіа. Це допомагає студентам-підліткам виробляти власну позицію, усвідомлено ставитися до впливу інформаційного середовища й уникати неконструктивного засвоєння стереотипів [3; 7; 43].

Середовищний підхід у дослідженні впливу мас-медіа на соціалізацію молоді передбачає аналіз взаємозв'язку між мас-медіа та соціальним оточенням, у якому формується особистість. Він розглядає:

- виховний потенціал мас-медіа – як медіа можуть слугувати джерелом соціальних норм, цінностей та культурних зразків, сприяючи або перешкоджаючи гармонійному розвитку студентів-підлітків;

- соціальні фактори впливу – сімейне виховання, батьківський контроль, особливості молодіжних субкультур, рівень медіаграмотності суспільства, а також механізми ідентифікації студентів-підлітків із соціальними групами через медіаконтент;

- конфліктогенний потенціал мас-медіа – можливість формування негативних поведінкових моделей, таких як агресія, девіантна поведінка,

соціальна ізоляція, які можуть проявлятися в молодіжному середовищі внаслідок впливу контенту мас-медіа [50].

Системний підхід до вивчення цієї проблеми дозволяє розглядати негативний вплив мас-медіа на соціалізацію студентів-підлітків як багатофакторний процес, що охоплює психолого-педагогічні, соціально-правові, економічні, гендерні та субкультурні аспекти. У цьому контексті ключову роль відіграють:

- основні принципи соціального виховання, що визначають спрямованість і методи роботи з студентами-підлітками;
- взаємодія суб'єктів соціалізації – батьків, педагогів, соціальних працівників, які впливають на формування критичного ставлення до інформаційного потоку;
- ціннісні орієнтири – загальнолюдські цінності, які закладають фундамент для свідомого сприйняття контенту та його впливу на світогляд студентів-підлітків [44; 50; 55].

Отже, комплексний аналіз особистісно-орієнтованого, середовищного та системного підходів дозволяє глибше зрозуміти механізми впливу мас-медіа на процес соціалізації студентів-підлітків, визначити ризики та розробити ефективні стратегії мінімізації негативних наслідків.

1.3. Обґрунтування сутності і наслідків негативного впливу мас-медіа на соціалізацію студентської молоді

Сучасний інформаційний простір відіграє ключову роль у процесі соціалізації підлітків. Завдяки різним видам мас-медіа, молодь отримує значний обсяг знань про суспільні явища, норми поведінки, соціальні ролі та культурні цінності. Однак поряд із позитивними можливостями мас-медіа можуть чинити негативний вплив на соціалізацію молоді, зокрема формуючи викривлені уявлення про реальність, спотворені цінності та моделі поведінки.

Сприйняття молодими людьми інформації, яка транслюється по радіо, телебаченню, публікується в пресі чи поширюється через Інтернет, відбувається завдяки різним системам аналізаторів, що зумовлює відмінності у її переробці та інтерпретації. Важливу роль відіграє рівень когнітивного розвитку, критичного мислення та емоційного інтелекту особистості. У зв'язку з цим мас-медіа створюють особливий інформаційний світ, у межах якого формується світогляд студентів, їхні уявлення про стиль життя, соціальну взаємодію та моральні орієнтири [51].

Вплив різних видів мас-медіа на соціалізацію молоді:

1. Телебачення як один із найвпливовіших видів мас-медіа. Телебачення є одним із лідерів за охопленням аудиторії та оперативністю передачі інформації. Його специфічні характеристики впливають на процес соціалізації молоді:

- простота використання. Телебачення не вимагає спеціального рівня освіти чи навичок для споживання контенту, що робить його доступним для всіх вікових категорій;
- одночасність події та її відображення. Телебачення дає можливість спостерігати події в реальному часі, що посилює відчуття причетності до соціального життя;
- візуальна наочність. Поєднання зорової та звукової інформації робить її більш переконливою та емоційно впливовою, коли сприйняття значною мірою ґрунтується на емоційних реакціях [13; 51; 59].

Однак негативні наслідки впливу телебачення також є суттєвими:

- нав'язування стереотипів. Популяризація спрощених або викривлених моделей поведінки може сприяти формуванню невідповідних очікувань щодо реального життя;
- ризик емоційного перенасичення. Велика кількість інформації, особливо агресивного чи тривожного характеру, може призводити до підвищеної тривожності, страхів або навіть емоційного вигорання;
- зниження критичного мислення. Звичка до пасивного споживання інформації може перешкоджати розвитку навичок аналізу та усвідомленого

сприйняття подій.

2. Інтернет і соціальні мережі. Інтернет, зокрема соціальні мережі, є основним джерелом інформації для сучасної молоді. Його особливості:

- інтерактивність. Можливість коментувати, поширювати інформацію, брати участь у соціальних дискусіях;
- швидкість оновлення контенту. Нові тенденції, інформаційні приводи та тренди з'являються щодня;
- персоналізований контент. Алгоритми підбирають інформацію відповідно до інтересів користувача, що може сприяти як розширенню світогляду, так і створенню інформаційної «бульбашки».

Негативні наслідки:

- поширення дезінформації. Відсутність навичок медіаграмотності може призвести до прийняття неправдивої інформації як достовірної;
- соціальний тиск і порівняння. Ідеалізовані образи в соцмережах можуть спричиняти комплекси, невдоволеність собою та зниження самооцінки;
- інтернет-залежність. Надмірне використання соцмереж може впливати на комунікативні навички в реальному житті, знижувати рівень фізичної активності та викликати труднощі у навчанні.

3. Преса та друковані видання. Попри зниження популярності друкованої преси серед молоді, вона все ще відіграє роль у формуванні їхнього світогляду. Переваги друкованих мас-медіа:

- аналітичний характер інформації, що сприяє розвитку критичного мислення;
- відсутність агресивного інформаційного впливу, як у випадку з телебаченням чи соціальними мережами [9; 16].

Однак друковані мас-медіа мають менший вплив на молодь порівняно з цифровими каналами інформації.

Отже, мас-медіа відіграють значну роль у процесі соціалізації молоді, формуючи їхні світоглядні орієнтири, цінності та поведінкові моделі.

Використовуючи особистісно-орієнтований підхід, необхідно враховувати індивідуальні особливості студентів-підлітків, їхні мотиваційні та когнітивні характеристики.

Середовищний підхід допомагає оцінити вплив мас-медіа в контексті соціального середовища студента-підлітка, включаючи сім'ю, школу та однолітків.

Системний підхід дозволяє розглядати негативний вплив мас-медіа як багатофакторний процес, що включає психологічні, соціальні, економічні та культурні аспекти.

Для мінімізації негативного впливу мас-медіа на підлітків необхідно:

- розвивати медіаграмотність як навичку критичного аналізу інформації;
- забезпечувати батьківський контроль і педагогічну підтримку у процесі формування світогляду молоді;
- популяризувати позитивний контент, що сприяє розвитку емоційного інтелекту, критичного мислення та соціальної відповідальності [19; 32].

Таким чином, розуміння сутності впливу мас-медіа та формування усвідомленого ставлення до інформаційного простору є важливим завданням сучасного виховання та освіти.

1.4. Інтернет як сучасний засіб мас-медіа і його вплив на сучасну молодь

На сьогодні Інтернет є найсучаснішим і найпопулярнішим видом мас-медіа. Його історія розпочинається з 1958 року, коли в Сполучених Штатах Америки Агенція перспективних дослідницьких проєктів Міністерства оборони ініціювала експерименти щодо з'єднання комп'ютерів за допомогою телефонних ліній. У результаті цих досліджень була створена мережа ARPAnet, яка стала основою для сучасного Інтернету [42].

Спочатку ARPAnet розроблялася для підтримки наукових досліджень

у військово-промисловій сфері, а головним завданням було створення мереж, здатних продовжувати функціонування навіть у разі часткових ушкоджень. Ця особливість стала визначальною у формуванні принципів побудови та структури Інтернету.

Сьогодні Інтернет є динамічною та масштабною інформаційною системою, кількість користувачів якої постійно зростає. Під користувачем розуміють особу, яка має доступ до мережі через будь-який пристрій і тип підключення. Так, перший мільярд користувачів Інтернету у світі з'явився у 2005 році, другий – у 2010, а третій – у 2014 [47].

Отже, Інтернет відіграє ключову роль у сучасному інформаційному просторі, продовжуючи розвиватися та охоплювати все більшу частину населення як у світі, так і в Україні.

Застосування комп'ютерної мережі Інтернет значно розширило можливості людини в її діяльності та самовираженні, відкриваючи горизонти, які в реальному світі можуть бути частково обмеженими. Мережа Інтернет стає все більш важливою у сучасному суспільстві, зокрема в прискоренні інформаційного обміну між індивідами, групами та спільнотами, формуючи нові, динамічні середовища. Одним із значних досягнень останнього десятиліття стало поширення мобільних пристроїв, таких як смартфони та планшети, з підключенням до Інтернету. Це дало можливість розвитку масової самостійної комунікації, де кожен користувач не тільки споживає інформацію, а й може передавати її широкій аудиторії через блоги, коментарі на новинних сайтах, пости у соціальних мережах тощо [61].

Водночас, як зазначає Т. Карабін, Інтернет, будучи новим типом засобу та середовища життєдіяльності людини, має складну структуру і прояви, що потребують глибшого розуміння та аналізу [54].

Мережа Інтернет здобула як прихильників, так і критиків. Ті, хто виступає проти цього виду засобів масової інформації, вказують на кілька важливих недоліків: 1) всесвітня комп'ютерна мережа сприяє глобалізації інформаційних процесів, але водночас послаблює національні та етнічні цінності країн, що не

належать до інформаційних наддержав; 2) через Інтернет поширюються матеріали, які можуть загрожувати традиційним моральним нормам; 3) новітні інформаційні технології призводять до інформаційної втоми та збільшення кількості непотрібної інформації, що блокує важливі повідомлення через надмірну кількість контенту; 4) зростає психологічна залежність людей від мережі, що може призвести до феномену «комп'ютерної наркоманії» [61].

М. Юрій вказує, що зміст повідомлень, що надходять через засоби масової інформації, формується з урахуванням специфіки та закономірностей психологічного впливу, охоплюючи спектр від простого інформування до навчання, переконання та навіювання. Погоджуючись з автором, можна зазначити, що в сучасному світі мас-медіа виконують не лише роль носіїв культури, а й виступають інструментом маніпуляції, непомітно впливаючи на поведінку та настрої людей [11].

Особливою проблемою є вплив сучасних мас-медіа, зокрема аудіовізуальних, які часто описують як «інформаційно-розважальну наркоманію», що нав'язує молоді стереотипи сприйняття, мислення та поведінки. Важко уникнути цього впливу, оскільки масовість Інтернету та телебачення стандартизує їх як за формою подачі інформації, так і за жанром програм. Крім того, проблемою є те, що навіть при об'єктивному відображенні дійсності, Інтернет і телебачення можуть спонукати молодь звертати увагу на ті аспекти життя, яких дорослі намагаються їх уберегти.

Г. Апостолова зазначає, що сучасна молодь, які часто споживають контент мас-медіа, мають особливості в мисленні, такі як схильність до швидких та готових асоціацій, поверхових запитань, стереотипних відповідей на запити дорослих, відсутність відчуття дистанції в спілкуванні та труднощі у встановленні реальних особистісних контактів з іншими людьми [1].

Наслідки впливу мас-медіа можуть бути як позитивними, так і негативними. Вони торкаються різних аспектів, зокрема когнітивної, поведінкової, установочної та фізіологічної сфер, що може призвести до різноманітних ефектів. О. Петрунко виділяє такі негативні наслідки для

молоді: 1) порушення пізнавальної функції, обмеження інтересів; 2) відволікання від реального життя та навчання; 3) інертність психіки; 4) формування викривлених світоглядних цінностей; 5) наслідування агресивної або асоціальної поведінки героїв; 6) деформація морального розвитку та порушення етичних норм; 7) порушення соціальних контактів; 8) прояви соціальної патології; 9) передчасне «дорослішання» та рання сексуалізація [40].

Т. Больбот та Л. Юр'єва підкреслюють інші наслідки, зокрема: 1) зниження інтелектуальних здібностей при вирішенні простих задач; 2) зниження гнучкості пізнавальних процесів; 3) розвиток залежної поведінки при надмірному впливі; 4) деформація особистості; 5) виникнення деструктивних форм поведінки [34].

Л. Мардахаєв визначає різні наслідки впливу мас-медіа на соціалізацію молоді, серед яких можна виділити кілька ключових аспектів:

1. Поведінкові наслідки. Мас-медіа пропонують певний образ діяльності, який може стати орієнтиром для глядача. Цей образ визначає практичну діяльність та порядок дій, що вони виконуватимуть для досягнення подібних цілей. Тобто, поведінка, що зображена у мас-медіа, може бути перейнята і відтворена в реальному житті.

2. Установочні наслідки. Під впливом мас-медіа у глядачів можуть формуватися стійкі установки, які впливають на їхні дії, відносини та вчинки. Ці установки є важливим фактором, що визначає подальшу поведінку людини, її світогляд і взаємодію з іншими людьми.

3. Когнітивні наслідки. Зміна знань і світогляду під впливом інформації з мас-медіа. Це може включати зміну поінформованості, суджень і переконань про різні явища та події.

4. Наслідки, що впливають на ставлення до реального життя та навколишніх людей. Часте захоплення телевізійними програмами або інтенсивне спілкування в Інтернеті може призвести до формування «віртуальних» інтересів і потреб, що не мають фізичного втілення або відрізняються від реального життя. Це може призвести до нудьги від

реального світу, що змушує людину постійно шукати «втіху» у віртуальному просторі, такому як комп'ютери, планшети, смартфони та телевізори.

5. Психологічні наслідки. Перегляд психологічних трилерів, фільмів жахів або інших емоційно насичених програм може викликати у людей сильні переживання, такі як страх або збудження. Це може призвести до труднощів із засинанням або до збереження яскравих вражень від побаченого, що, у свою чергу, може мати негативний вплив на психічний стан, особливо у людей з порушеннями психіки.

6. Фізіологічні наслідки. Споживання контенту мас-медіа також може викликати фізіологічні зміни в організмі. Наприклад, перегляд порнографії може призвести до сексуального збудження, що проявляється у зміні частоти серцебиття, електрохімічних характеристик шкіри, або змін у статевих органах. Перегляд фільмів жахів або спортивних матчів може збільшити частоту дихання та серцебиття [55].

Ці різноманітні наслідки демонструють комплексний вплив мас-медіа на різні аспекти розвитку молоді і соціалізацію в цілому.

Розглянемо детальніше узагальнені негативні наслідки впливу мас-медіа на соціалізацію молоді:

1. Виникнення залежності від Інтернету. Молодь часто використовують Інтернет не для здобуття нових знань, а для рекреаційної діяльності – спілкування в соціальних мережах, онлайн-ігри, перегляд розважальних відео. Це створює потенційну загрозу залежності, коли Інтернет стає важливішим за реальне життя, викликаючи у студентів-підлітків труднощі з соціалізацією в офлайн-просторі та навіть із самоорганізацією в повсякденному житті. Постійне перебування в мережі може призвести до ізоляції, порушення особистісного розвитку та навіть психологічних проблем.

2. Формування стереотипів. Мас-медіа можуть укорінювати в молодих людей певні стереотипи щодо зовнішності, ролей жінок і чоловіків у суспільстві, статевих та соціальних відносин, а також поведінки. Це створює спотворене розуміння світу, яке може призвести до нерозуміння реальних

життєвих ситуацій і норм.

3. Наслідки впливу сцен насильства. Перегляд сцен насильства у мас-медіа може сприяти формуванню толерантності до агресії, де молоді люди починають сприймати насильство як норму, або навіть можуть почати наслідувати агресивну поведінку. Це не лише впливає на емоційний розвиток, але й на соціальну поведінку – можуть з'являтися труднощі в установленні здорових міжособистісних відносин.

4. Наслідки впливу реклами. Реклама, орієнтована на молодь, може формувати у них споживацьке ставлення до життя, сприяти розвитку надмірного матеріалізму, змінюючи уявлення про те, що є важливим у житті. Наприклад, реклами, які рекламують ідеалізовані образи краси, можуть призводити до низької самооцінки або невдоволення власним тілом.

5. Наслідки впливу відверто сексуальних сцен у мас-медіа. Перегляд відвертих сексуальних сцен може впливати на психологічний розвиток особистості, формуючи у них неправильні уявлення про сексуальність і відносини між людьми. Це може призвести до раннього сексуального пізнання без розуміння відповідальності та емоційного аспекту відносин [40; 44; 55; 61].

Ці наслідки свідчать про необхідність розумного підходу до вибору інформаційних і розважальних програм для сучасної молоді, а також важливість медіаграмотності, щоб вони могли правильно інтерпретувати і оцінювати інформацію, що надходить з різних джерел мас-медіа.

РОЗДІЛ 2

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ МОЛОДІ

2.1. Організація та методики дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду студентів

Сучасний світ характеризується стрімким розвитком інформаційних технологій і мас-медіа, які стали невід’ємною частиною життя молодого покоління. Студенти – це соціальна група, яка знаходиться в процесі активного становлення особистості, формування ціннісних орієнтирів та світогляду. У цей період вони найбільш відкриті до зовнішніх впливів, і саме медіа відіграють одну з ключових ролей у формуванні їхніх уявлень про суспільство, культуру, політику, мораль та науку.

Сьогодні інформаційне середовище змінюється швидше, ніж будь-коли в історії. Соціальні мережі, онлайн-ЗМІ, відеоплатформи та інші цифрові ресурси стали основним джерелом інформації для студентів. Важливо зрозуміти, як саме ці медіа впливають на їхній світогляд та мислення [23].

Величезна кількість інформації в медіапросторі містить не лише об’єктивні факти, а й маніпулятивні або неправдиві повідомлення. Відсутність критичного мислення може призвести до формування викривлених уявлень про реальність, що є серйозною загрозою для розвитку освіченого суспільства.

Медіа формують уявлення про етичні норми, соціальні ролі та життєві цінності. Важливо дослідити, які саме меседжі передаються студентам через сучасні медіаресурси, і чи сприяють вони розвитку особистості та критичного мислення.

Молодь є активним учасником соціальних і політичних процесів. Дослідження впливу медіа допоможе зрозуміти, як формуються їхні політичні переконання, громадянська позиція та соціальна активність.

Дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду студентів є актуальним і важливим у сучасному інформаційному суспільстві.

Воно допомагає зрозуміти механізми медіавпливу, сприяє розвитку критичного мислення та медіаграмотності, а також дає можливість формувати усвідомлене ставлення до інформації. Результати таких досліджень можуть стати основою для створення освітніх програм, спрямованих на підготовку молоді до життя у цифрову епоху.

З метою реалізації завдань роботи нами було організовано та проведено експериментальне дослідження серед 86 студентів, що навчаються за різними спеціальностями на базі Білоцерківського центру дистанційно-заочного навчання Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова.

Метою дослідження є аналіз впливу сучасних медіа на формування світогляду студентів та розробка тренінгу «Медіаграмотність 2.0: як не стати жертвою фейків і маніпуляцій» щодо підвищення рівня медіаграмотності та критичного мислення молоді.

Це дослідження сприятиме підготовці молоді до усвідомленого споживання інформації, підвищенню рівня інформаційної безпеки та формуванню здорового інформаційного простору.

Для досягнення поставленої мети дослідження передбачає три основні етапи: теоретичний, емпіричний (практичний) та аналітико-узагальнювальний.

1. Теоретичний етап (підготовчий).

Мета: визначити концептуальні засади дослідження, вивчити наукові підходи та сформулювати теоретичну базу.

На цьому етапі передбачається: аналіз наукових джерел, літератури та досліджень з питань медіавпливу, критичного мислення та світоглядного формування студентів; вивчення сучасних тенденцій у сфері медіа, включаючи роль соціальних мереж, онлайн-ЗМІ, блогів, відеоплатформ (YouTube, TikTok тощо) та їхнього впливу на молодь; визначення ключових понять дослідження: «медіа», «медіавплив», «світогляд», «медіаграмотність», «маніпуляція», «фейкові новини» тощо; вибір методів збору та аналізу інформації.

2. Емпіричний (практичний) етап.

Мета: отримати емпіричні дані про вплив сучасних медіа на світогляд

студентів.

На даному етапі дослідження проводиться комплексна психодіагностика, яка передбачає застосування низки спеціалізованих анкет і методик. Вона спрямована на глибокий аналіз психологічних особливостей особистості, її емоційного стану, рівня тривожності, схильності до агресії та системи ціннісних орієнтацій. Для цього використовувалися такі інструменти:

- авторська анкета «Засоби масової інформації», що дозволяє оцінити вплив інформаційного простору на респондента, його сприйняття медіаконтенту та особливості інформаційної поведінки;
- методика «Незавершені речення», яка допомагає виявити глибинні переживання, установки та особистісні конфлікти, а також визначити емоційно значущі аспекти життя людини (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Психодіагностичні методики для впливу сучасних медіа на формування світогляду студентів

Назва методики	Показники	Мета
Анкета «Засоби масової інформації» (авторська розробка) [8]	Інформаційні уподобання, рівень довіри до медіа, частота використання ЗМІ	Визначити вплив медіаконтенту на особистість, особливості інформаційної поведінки та критичність мислення
Методика «Незавершені речення» [59]	Внутрішні конфлікти, цінності, страхи, очікування, установки	Виявлення прихованих переживань, особистісних конфліктів, емоційного стану та мотивації

3. Аналітико-узагальнювальний етап.

Мета: узагальнити отримані результати, проаналізувати їх та виробити рекомендації.

Основні дії на цьому етапі: обробка отриманих даних та порівняння отриманих результатів із теоретичними засадами; формування висновків щодо рівня впливу медіа на формування світогляду студентів.

2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження психологічних аспектів розвитку емоційної зрілості у студентів

Розпочнемо аналіз результатів діагностичного дослідження серед студентської молоді, зокрема їхнього рівня обізнаності щодо засобів масової інформації. Оцінюючи сформованість когнітивного критерію, ми звернули увагу на відповіді респондентів на запитання №1, 2, 3 анкети «Засоби масової інформації».

Зокрема, у відповідь на запитання «На Вашу думку, що відноситься до засобів мас-медіа?» отримано такі результати: 14,0% опитаних вказали «газети», 8,0% – «журнали», 26,0% – «телебачення та кіно», 6,0% – «радіо», 46,0% – «Інтернет» (рис. 2.1).

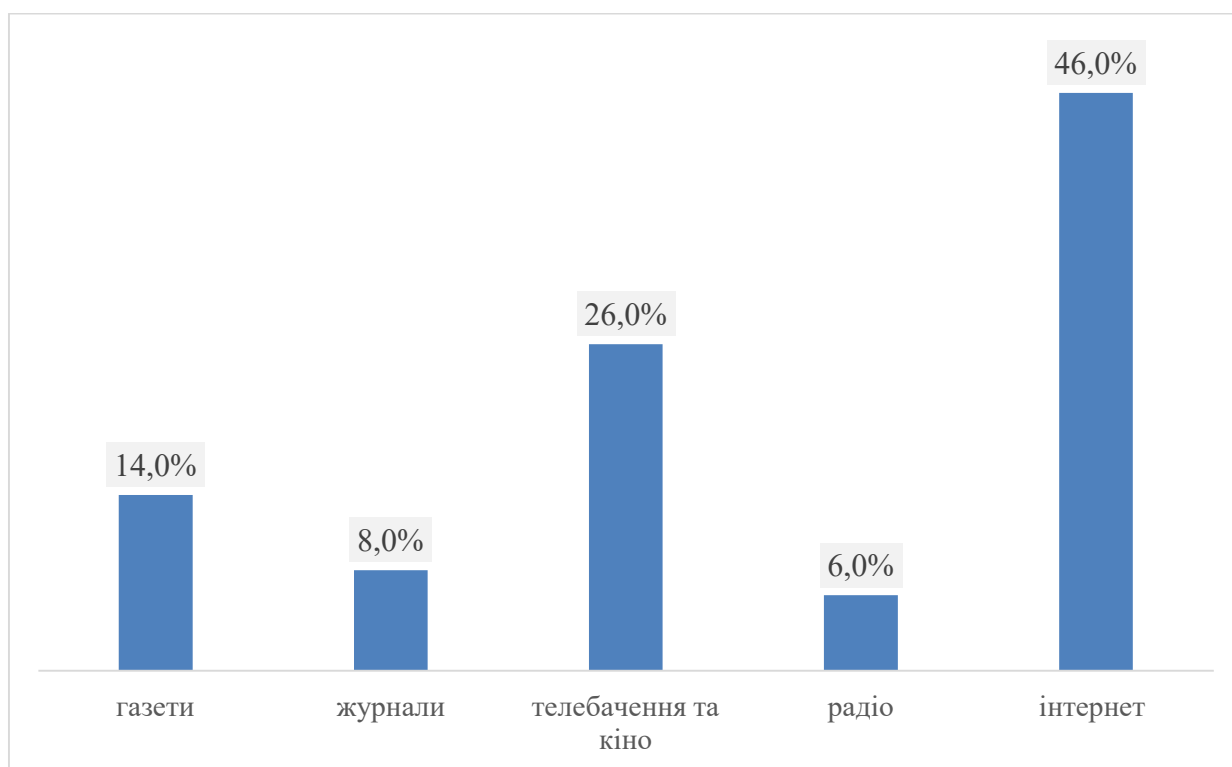


Рис. 2.1. Відповіді респондентів на запитання анкети «На Вашу думку, що відноситься до засобів мас-медіа?» (у % від загальної кількості опитуваних)

Аналіз отриманих даних свідчить про те, що найбільш популярним джерелом інформації серед студентів є Інтернет. Це вказує на сучасні тенденції споживання інформаційного контенту, де цифрові платформи

витісняють традиційні засоби масової інформації.

Однак, розподіл відповідей також демонструє недостатню обізнаність студентів щодо поняття мас-медіа в широкому розумінні. Низький відсоток згадок про газети (14,0%) та радіо (6,0%) свідчить про те, що ці джерела інформації сприймаються як менш актуальні або взагалі не розглядаються студентами як повноцінні мас-медіа.

Таким чином, отримані результати не лише ілюструють рівень знань молоді щодо мас-медіа, а й опосередковано відображають зміни в інформаційному середовищі та уподобання сучасного покоління. Це може стати підґрунтям для подальшого дослідження інформаційної грамотності студентів та їхньої здатності критично оцінювати медійний контент.

Аналізуючи відповіді студентів на запитання «На Вашу думку, чи впливають на Вас мас-медіа?», отримано такі результати: 58,0% респондентів відповіли «так», 42% обрали варіант «можливо».

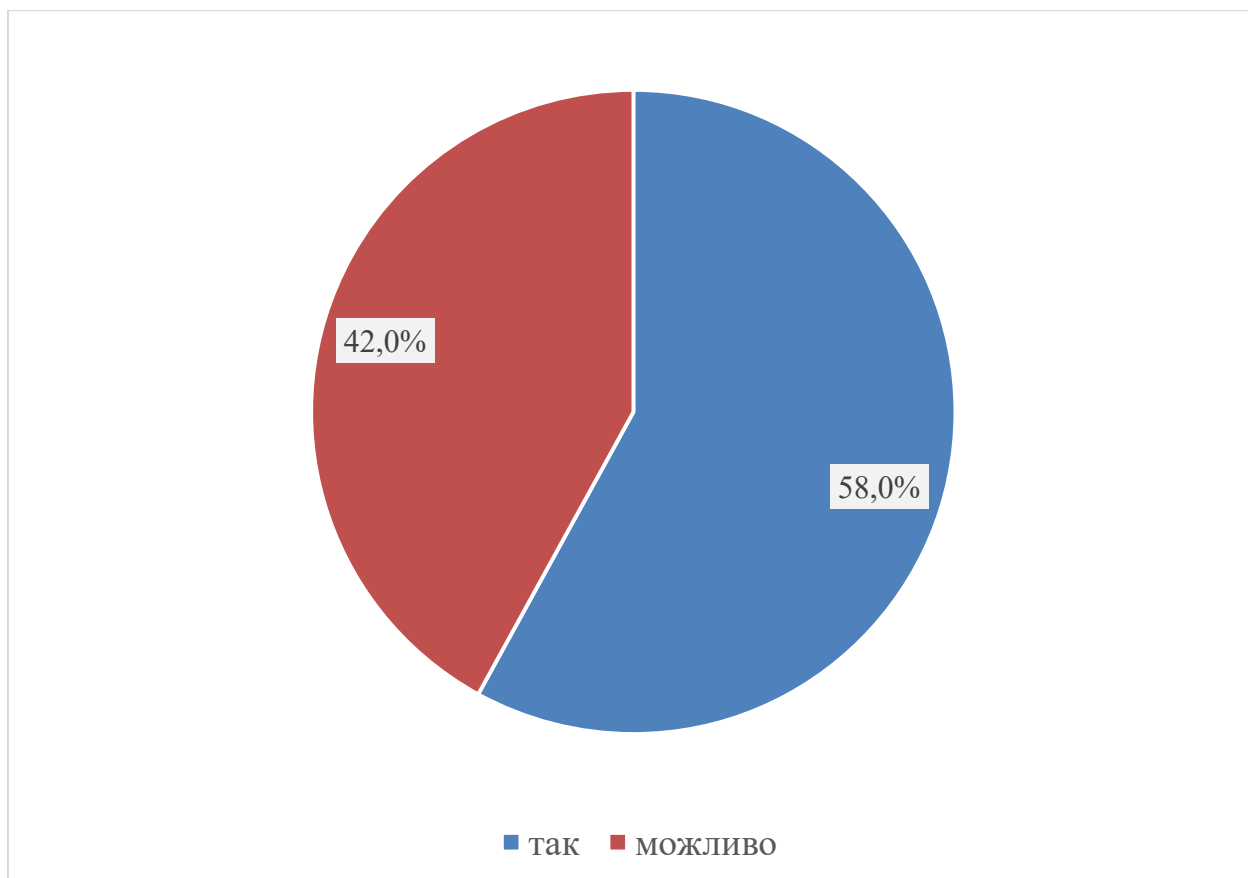


Рис. 2.2. Відповіді респондентів на запитання анкети «На Вашу думку, чи впливають на Вас мас-медіа?» (у % від загальної кількості опитуваних)

Отримані дані свідчать про те, що значна частина студентів усвідомлює вплив мас-медіа на їхню свідомість, поведінку та світосприйняття. Однак, досить великим залишається відсоток тих, хто не має чіткої позиції щодо цього питання. Те, що 42,0% опитаних не впевнені у впливі мас-медіа, може свідчити про низький рівень медіаграмотності, недостатню рефлексію щодо того, як інформаційний простір формує їхні погляди, емоції та поведінкові реакції.

Це підтверджує необхідність подальшої роботи з формування критичного мислення у студентів, підвищення їхньої обізнаності щодо механізмів впливу мас-медіа, а також розвитку навичок аналізу та оцінки отриманої інформації.

Ще одним важливим аспектом є аналіз відповідей на запитання «Які засоби масової інформації мають на Вас найбільший вплив?». Розподіл відповідей виглядає наступним чином: 10,0% респондентів зазначили, що на них найбільше впливають газети та журнали; 45,0% обрали Інтернет, що підтверджує його домінуюче значення у споживанні інформації сучасною молоддю; 30,0% вказали телебачення та кіно, що залишається важливим джерелом медіавпливу, хоча поступається цифровим платформам; 15,0% студентів відзначили радіо, що, хоча і не є пріоритетним мас-медіа, все ж має певне значення для молодіжної аудиторії (рис. 2.3).

Аналіз отриманих результатів свідчить, що Інтернет є основним джерелом інформаційного впливу на студентів, що узгоджується із сучасними тенденціями цифровізації суспільства. Водночас певна частка студентів все ще звертається до традиційних медіа – телебачення, друкованих видань та радіо, хоча їхня роль поступово зменшується.

Ці результати підтверджують необхідність поглиблення медіаосвіти, розвитку критичного мислення підлітків та формування в них навичок усвідомленого сприйняття інформації, особливо в цифровому середовищі.

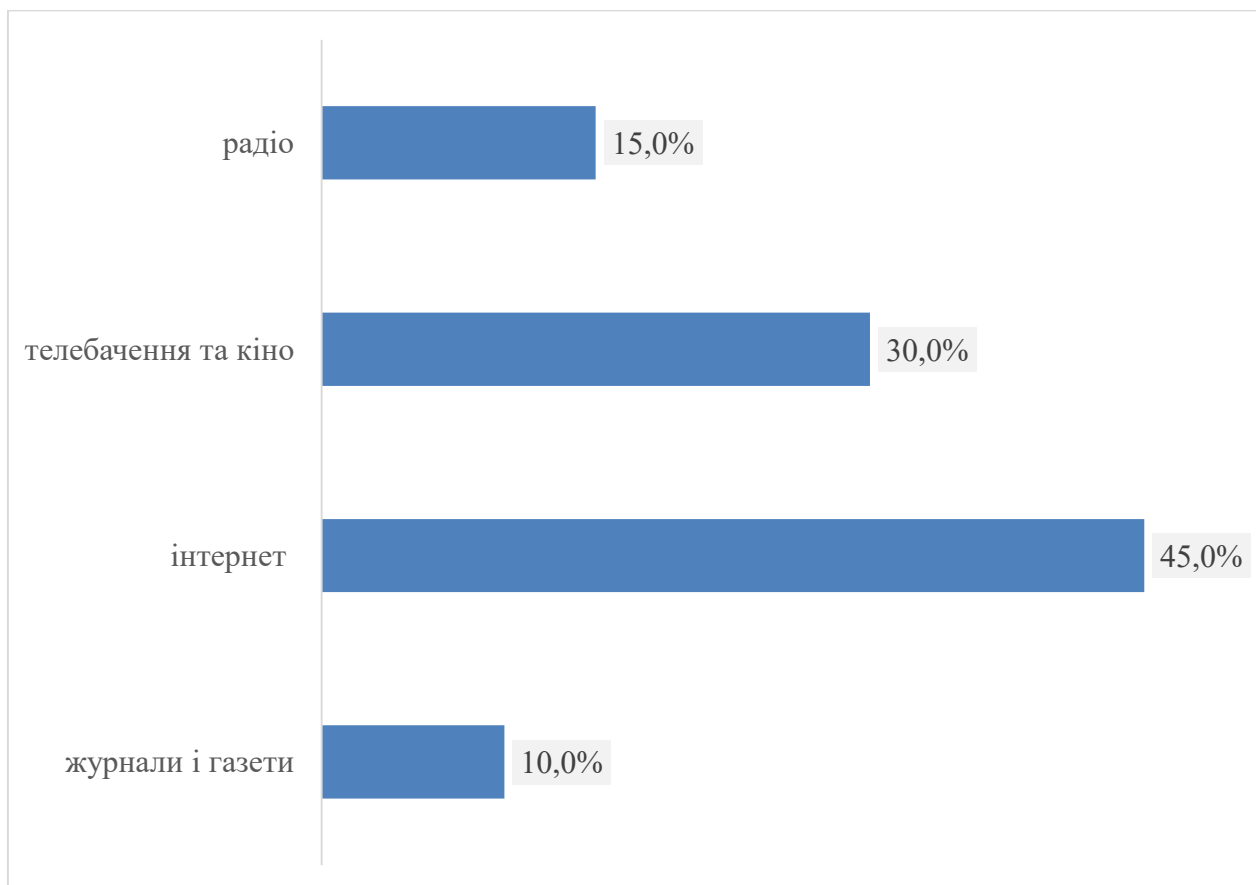


Рис. 2.3. Відповіді респондентів на запитання анкети «Які засоби масової інформації мають на Вас найбільший вплив?» (у % від загальної кількості опитуваних)

Аналіз відповідей студентів на запитання «Які, на Вашу думку, позитивні наслідки впливу мас-медіа?» показав такий розподіл:

- 38,0% респондентів вважають, що основна користь мас-медіа полягає в отриманні нової інформації для навчання, що свідчить про значну роль медіа у процесі освіти;
- 6,0% відзначили можливість створювати щось нове та розвивати творчі здібності, що вказує на важливість мас-медіа як простору для самовираження;
- 14,0% назвали відпочинок і покращення настрою, що демонструє розважальну функцію засобів масової інформації;
- 24,0% респондентів зазначили, що мас-медіа сприяють спілкуванню з новими друзями в соціальних мережах, що підкреслює важливість медіа у

формуванні соціальних зв'язків;

– 18,0% вказали на можливість розширити світогляд та займатися саморозвитком, що свідчить про використання мас-медіа як інструменту особистісного зростання (рис. 2.4).

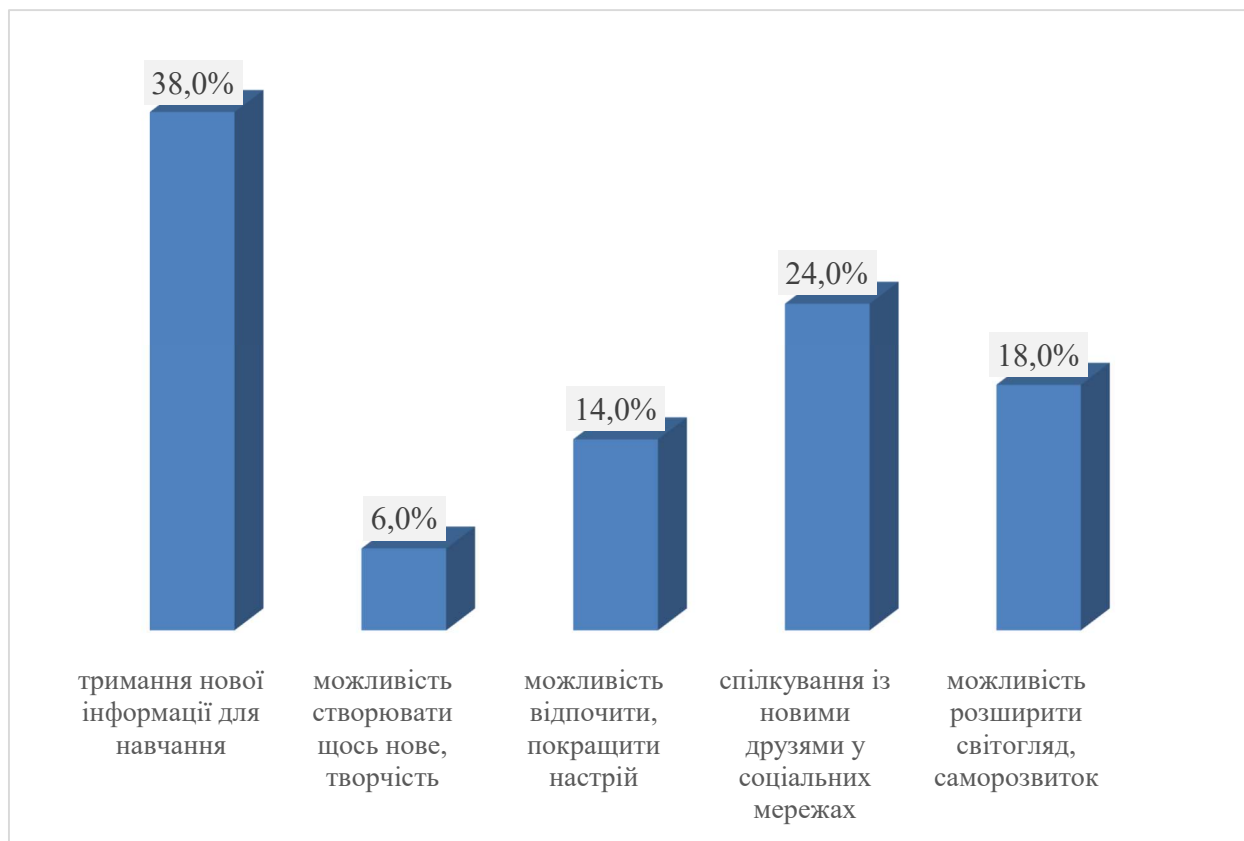


Рис. 2.4. Відповіді респондентів на запитання анкети «Які, на Вашу думку, позитивні наслідки впливу мас-медіа?» (у % від загальної кількості опитуваних)

Отримані результати підтверджують, що студенти усвідомлюють різноманітні позитивні аспекти впливу медіа, проте основний акцент роблять на освітній, соціальній та розважальній функціях. Це свідчить про важливість подальшого розвитку медіаграмотності, щоб молодь могла ефективно використовувати інформаційні ресурси не лише для дозвілля, а й для саморозвитку та творчості.

Аналіз відповідей на запитання «Які, на Вашу думку, негативні наслідки впливу засобів масової інформації?» свідчить про недостатню обізнаність студентів щодо потенційних ризиків, пов'язаних із медіавпливом.

Розподіл відповідей виглядає наступним чином (рис. 2.5):

– 16,0% респондентів зазначили «формування шаблонів поведінки і мислення», що вказує на усвідомлення студентами ризику некритичного сприйняття інформації та нав'язування суспільних стереотипів;

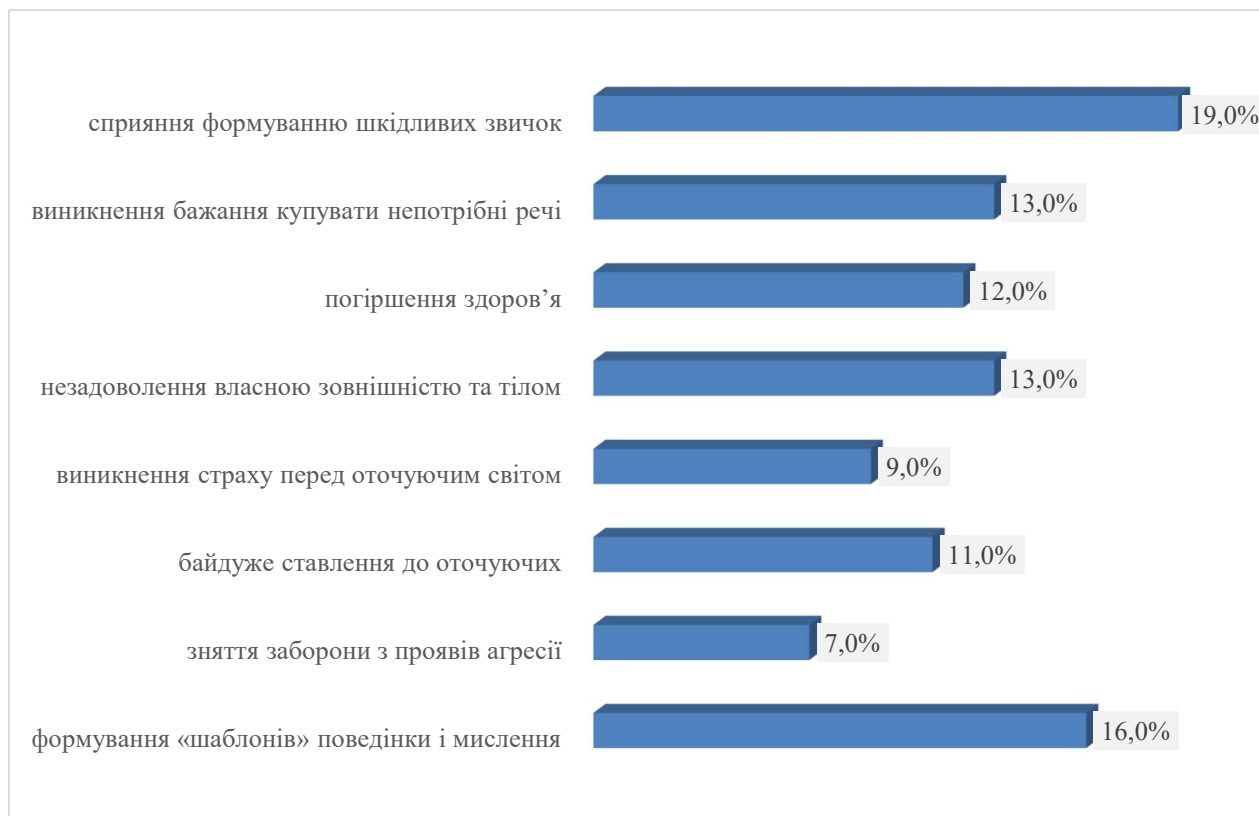


Рис. 2.5. Відповіді респондентів на запитання анкети «Які, на Вашу думку, негативні наслідки впливу засобів масової інформації?» (у % від загальної кількості опитуваних)

- 7,0% вказали на «зняття заборони з проявів агресії», що свідчить про розуміння негативного впливу деяких медіапродуктів на рівень агресивності;
- 11,0% обрали варіант «байдуже ставлення до оточуючих», що може бути наслідком надмірного захоплення віртуальним світом;
- 9,0% респондентів відзначили «виникнення страху перед оточуючим світом», що може бути пов'язано з впливом негативного контенту та засиллям тривожних новин;
- 13,0% вважають, що мас-медіа можуть спричиняти «незадоволення власною зовнішністю та тілом», що підтверджує проблему ідеалізованих

стандартів краси в медіапросторі;

- 12,0% відзначили «погіршення здоров'я», що може бути пов'язано як із фізичним навантаженням (довге перебування перед екраном), так і з психологічним станом;

- 13,0% звернули увагу на «виникнення бажання купувати непотрібні речі», що підтверджує вплив реклами та комерціалізації контенту;

- 19,0% респондентів вказали на «сприяння формуванню шкідливих звичок», що є найвищим показником у цій категорії та свідчить про усвідомлення ризику наслідування небажаних моделей поведінки (рис. 2.5).

Отримані результати демонструють, що хоча студенти частково усвідомлюють негативний вплив мас-медіа, їхнє розуміння цієї проблеми залишається фрагментарним. Відносно низький відсоток відповідей за кожним пунктом може свідчити про відсутність критичного аналізу медіаконтенту та недостатню медіаграмотність. Це підкреслює необхідність проведення освітніх заходів, спрямованих на підвищення рівня усвідомлення інформаційних ризиків і розвитку навичок критичного мислення у студентів.

Аналіз відповідей студентів на запитання, що стосуються їхньої взаємодії з традиційними мас-медіа, зокрема друкованою пресою та телебаченням, дає змогу зробити важливі висновки про їхні інформаційні уподобання. Так, на запитання «Чи читаєте Ви газети або журнали?» отримано такі результати: лише 10,0% респондентів відповіли «так», що свідчить про низьку популярність друкованих видань серед студентів; 25,0% обрали варіант «інколи», тобто звертаються до газет і журналів епізодично; переважна більшість – 65,0% опитаних – зазначили, що не читають друковані видання взагалі, що вказує на витіснення традиційних медіа цифровими джерелами інформації (таблиця 2.2).

Щодо споживання телевізійного контенту, результати відповідей на запитання «Наскільки часто Ви дивитесь телебачення?» розподілилися таким чином: 38,0% студентів переглядають телевізійні програми щодня протягом 1–2 годин; 18,0% дивляться 3–4 години на день, що свідчить про доволі

значний інтерес до телевізійного контенту; 14,0% проводять перед екраном понад 5 годин щодня, що може вказувати на високу залежність від телевізійного формату споживання інформації та розваг; 6,0% респондентів обирають телебачення лише 1–2 рази на тиждень, а 2,0% – 1–2 рази на місяць, що говорить про вибіркове та нерегулярне використання цього джерела; 19,0% опитаних заявили, що зовсім не дивляться телебачення, що підтверджує тенденцію відходу молоді від традиційних медіа на користь альтернативних цифрових платформ; 3,0% респондентів запропонували свої варіанти відповіді, вказуючи, що перегляд телебачення залежить від настрою або інших обставин (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Рівень використання споживання друкованих мас-медіа та телебачення студентами (у % від загальної кількості опитаних)

Запитання	Варіанти відповідей	Відсоток респондентів (%)
Чи читаєте Ви газети або журнали?	Так	10,0%
	Інколи	25,0%
	Ні	65,0%
Наскільки часто Ви дивитесь телебачення?	Кожного дня, 1–2 години на день	38,0%
	Кожного дня, 3–4 години на день	18,0%
	Кожного дня, більше 5 годин	14,0%
	1–2 рази на тиждень	6,0%
	1–2 рази на місяць	2,0%
	Зовсім не дивлюсь	19,0%
	Свій варіант («коли як», «за настроєм»)	3,0%

Отримані результати демонструють, що студенти значною мірою віддають перевагу цифровим засобам комунікації, зокрема Інтернету, у той час як друковані мас-медіа та телебачення поступово втрачають свою актуальність для молодіжної аудиторії. Це підтверджує необхідність подальшого дослідження їхніх медіазвичок, а також розробки підходів до ефективного використання традиційних медіа в освітньому та виховному процесах.

Особливу увагу варто приділити детальному аналізу відповідей студентів за методикою «Незакінчені речення», оскільки цей інструмент дозволив отримати більш розгорнуті й конкретні дані щодо їхньої взаємодії із мас-медіа.

Аналіз відповідей дав змогу виокремити гендерні особливості у виборі дозвілля.

Серед дівчат найпоширенішими видами проведення вільного часу є: перегляд телепрограм – 32,0%, спілкування з друзями – 38,0%, читання – 17,0%, допомога батькам – 7,0%, слухання музики – 3,0%, гра на комп'ютері – 3%. Отже, серед дівчат переважають пасивні форми дозвілля, пов'язані з медіаспоживанням та комунікацією.

Серед хлопців структура проведення вільного часу виглядає дещо інакше: гра у відеоігри – 38,0%, перегляд телебачення – 21,0%, ігри на вулиці – 21,0%, читання – 12,0%, відвідування спортивних тренувань – 4,0%, допомога батькам – 4,0%. Таким чином, хлопці частіше обирають активні та інтерактивні види дозвілля, зокрема комп'ютерні ігри та фізичну активність.

Щодо причин звернення до мас-медіа, більшість студентів зазначили, що використовують їх «коли нудно», «щоб відпочити», «для того, щоб розслабитися». Це підтверджує, що мас-медіа для студентів виконують переважно розважальну та рекреаційну функцію, а не є основним джерелом отримання інформації чи саморозвитку.

Аналіз емоційної реакції студентів на перегляд сцен насильства в мас-медіа показав, що вона не має суттєвих гендерних відмінностей, адже як серед хлопців, так і серед дівчат зустрічаються однакові категорії відповідей: «неспокійно», «боязко», «стурбовано», «байдуже», «нормально», «як завжди», «чудово», «заінтриговано» тощо.

Проте детальніший аналіз відповідей дозволив виявити певні особливості сприйняття сцен насильства різними групами студентів.

Гендерні відмінності в емоційних реакціях:

1. Серед хлопців емоційні реакції розподілилися таким чином:

- 42,0% респондентів продемонстрували позитивну емоційну реакцію на сцени насильства, зазначаючи такі відповіді, як «почуваюся задоволеним», «класно», «прикольно», «радісно», «почуваюся термінатором» тощо;

- 29,0% хлопців висловили нейтральну емоційну реакцію, використовуючи формулювання «нормально», «спокійно», «вільно»;

- ще 29,0% хлопців зазначили негативну емоційну реакцію, зокрема «погано», «лячно», «жахливо», «роздратовано», «незручно».

2. Серед дівчат емоційні реакції розподілилися дещо інакше:

- найпоширенішою була нейтральна емоційна реакція – 48,0% респонденток;

- 45,0% дівчат продемонстрували негативну емоційну реакцію на сцени насильства;

- лише 7,0% висловили позитивну реакцію (відповіді типу «заінтриговано», «чудово»).

3. Загальна картина емоційного реагування всіх підлітків.

При аналізі відповідей всіх респондентів незалежно від статі було визначено такі категорії емоційних реакцій: позитивна реакція – 23,0%, нейтральна реакція – 39,0%, негативна реакція – 38%.

Окремої уваги заслуговує невідповідність між тим, як студенти оцінюють свої почуття під час перегляду сцен насильства, та тим, що їм хочеться робити в цей момент. Зокрема, значна частина тих, хто заявляв, що під час перегляду сцен насильства почувається «нормально» чи «байдуже», одночасно зазначала, що у них виникає бажання: «плакати», «вимкнути телевізор», «переключити канал», «теж когось побити», «розборонити учасників бійки», «допомогти комусь».

Подібні суперечності у відповідях можуть бути викликані кількома факторами:

- складністю визначення власних почуттів, особливо під час анкетування. Студенти можуть не до кінця усвідомлювати свої емоції або не знаходити точних слів для їх вираження;

– соціальним бажанням здаватися байдужими. У певних вікових групах байдужість або прийняття сцен насильства може вважатися «нормою», тому деякі студенти можуть свідомо применшувати свій емоційний дискомфорт;

– впливом медіакультури. Часте споживання контенту із сценами насильства може знижувати емоційну чутливість, однак це не означає, що реальна емоційна реакція відсутня;

Отримані результати вказують на те, що реакція студентів на сцени насильства є неоднозначною: хоча частина демонструє нейтральне або позитивне ставлення, значна кількість респондентів усе ж відчуває емоційний дискомфорт, страх чи тривогу. Виявлені суперечності у відповідях свідчать про необхідність поглибленого вивчення впливу сцен насильства на психіку, а також про важливість розвитку критичного мислення та навичок емоційної рефлексії у молоді.

Аналіз завершення фрази «Коли я бачу сцени насильства, мені хочеться» показав, що значна частина студентів (31,0%) просто продовжує дивитися, не виявляючи емоційного втручання. Відповіді на кшталт «теж когось побити», «їх побити» (8,0%), «хочеться ще більшої бійки у фільмі» (2,0%), або «сміятись, тому що це нереалістично», вказують на наявність певного ступеня десенсибілізації до насильства. Це може бути сигналом про те, що деякі студенти звикли до насильницьких сцен і не реагують на них так, як слід. Водночас лише 20,0% респондентів висловлюють бажання уникати таких сцен, наприклад, «піти», «перемикнути канал» або «вимкнути телевізор». Рідше трапляються відповіді на кшталт «заспокоїти їх», «плакати», «розборонити учасників» або «допомогти комусь», що вказує на наявність меншості студентів, готових активно допомогти в таких ситуаціях.

З точки зору психології, той факт, що кожен третій студент проявляє байдужість до насильства в медіа, свідчить про зростаючу толерантність до агресії в їхньому середовищі. Це явище, відоме як десенсибілізація, викликає занепокоєння у батьків, педагогів та соціальних працівників, адже такі студенти можуть сприймати насильство як норму в реальному житті та бути менш схильними надавати допомогу постраждалим від агресії.

Попри це, більшість опитаних студентів мають більш традиційні бажання, орієнтуючись на здоров'я родини, гарне навчання, успіхи в спорті та взаємні стосунки (30,0% студентів хочуть мати здорову сім'ю та хороших друзів). Ці відповіді можуть бути інтерпретовані як свідчення прихильності до класичних життєвих цінностей. Інші 30,0% респондентів прагнуть досягти «свободи від обмежень» – незалежності, самостійного життя, досягнень у кар'єрі чи розвитку особистісних якостей, таких як «стати футболістом» або «зустріти коханого». Водночас третина респондентів виражає бажання досягти матеріальних цілей, таких як «купити новий телефон», «виграти великі гроші», що вказує на поширеність так званих «цінностей регресу», орієнтованих на споживання та суспільне визнання.

Такий спектр бажань серед студентської молоді відображає складні соціальні процеси, що відбуваються в їхньому розвитку, і вказує на різні орієнтації: від орієнтованих на родину та здоров'я до прагнень до матеріальних благ та свободи.

Аналіз вподобань підлітків щодо друкованих ЗМІ виявив, що більшість респондентів цікавляться не стільки інформаційними матеріалами, скільки розважальним контентом. Лише 19% підлітків вказали, що їх приваблює «цікава інформація», тоді як більшість вказала на такі елементи, як «обкладинки», «модний одяг», «фотографії», «картинки з малюнками» (11%), а також на «статті про зірок» і «улюблених героїв» (15%). Крім того, популярними є такі розважальні елементи, як «кросворди», «анекдоти», «автомобілі», «статті про футбол», «новини» тощо. Це свідчить про те, що лише невелика частина підлітків використовує газети та журнали для отримання корисної інформації, тоді як більшість орієнтується на контент, що має розважальний характер.

Щодо телебачення та кіно, найбільше опитаним подобаються «художні фільми» (42,0% респондентів), що свідчить про пріоритет емоційного сприйняття в виборі контенту. Серед інших популярних жанрів – «серіали» (8,0%), «концерти» та «розваги» (8,0%), «спортивні передачі» (4,0%), «модні телепередачі» (6,0%), «наукові фільми і програми» (8,0%), і навіть «кіно для

дорослих» (2,0%). Проте спеціалізовані наукові канали, такі як «Animal Planet», «Discovery», «History», «National Geographic», «Explorer», здобули підтримку лише 8,0% студентів, що вказує на невелике зацікавлення науковими та освітніми програмами в порівнянні з розважальним контентом.

Ці результати свідчать про те, що сучасні студенти надають перевагу контенту, який може забезпечити емоційне задоволення, розваги та соціальні взаємодії, ніж тому, що орієнтоване на науку або освіту.

Аналіз відповіді на питання щодо продовження речення «Спілкуватися я...» показує, що більшість студентів висловлюють позитивне ставлення до спілкування. Однак, важливим є той факт, що значна частина з них, близько 30,0%, зазначають, що спілкуються лише з обмеженим колом осіб, зокрема з близькими, родичами та друзями. Це свідчить про певну замкнутість в соціальних взаємодіях, що може бути пов'язано з необхідністю розвитку навичок комунікації. Окрім цього, є студенти, які бажають спілкуватися, але не реалізують це бажання, що також вказує на потенційну потребу у розвитку їхніх соціальних навичок.

Щодо сприйняття навколишнього світу, 47,0% студентів висловлюють позитивне ставлення, характеризуючи його як «прекрасний», «цікавий», «класний», що вказує на оптимістичний погляд на життя. Однак значна частина респондентів (28,0%) вважає світ «нормальним» або «шаленим», що відображає нейтральне ставлення до навколишнього середовища. При цьому, 25,0% студентів мають негативне ставлення, описуючи світ як «страшний», «жорстокий» і «несправедливий». Це може свідчити про вплив певних факторів, які формують їхнє сприйняття реальності, зокрема медіа-контенту.

Важливим чинником, що формує негативне сприйняття світу серед студентів, є саме мас-медіа, зокрема кримінальна хроніка, програми новин і фільми жахів. Трансляція сцен насильства та кримінальних подій може надовго залишити в студентів відчуття страху та занепокоєння, що призводить до формування у них уявлення про світ як небезпечне та ворожо налаштоване середовище. Фахівці зазначають, що без впливу таких програм студенти,

ймовірно, не мали б таких уявлень про навколишній світ, що підтверджує важливість відповідального підходу до контенту, який споживають молоді люди. Негативне ставлення до навколишнього світу, у свою чергу, може ускладнити процес їх подальшої соціалізації та адаптації в суспільстві.

Отже, результати дослідження підтверджують, що Інтернет є найбільш значущим джерелом інформації для студентів. Це вказує на яскраві тенденції цифровізації та зміни в способах споживання інформаційного контенту, де традиційні засоби мас-медіа, такі як газети та радіо, поступаються місцем онлайн-платформам.

Зокрема, низький відсоток згадок про газети та радіо показує, що ці джерела інформації сприймаються студентами як менш актуальні або неважливі. Це свідчить про необхідність акцентування уваги на ролі та впливу різних типів медіа у медіаосвітніх програмах.

Важливою ознакою є те, що значна частина студентів не має чіткої впевненості щодо впливу медіа на їхнє сприйняття світу. Це вказує на недоліки в медіаграмотності, що вимагає подальших зусиль для формування критичного мислення та здатності аналізувати інформацію, що надходить через мас-медіа.

Студенти вказують на корисні функції мас-медіа, такі як освітній ефект, можливості для розвитку творчих здібностей, покращення настрою та розширення соціальних контактів. Проте, акцент на позитивних аспектах підтверджує потребу в подальшій роботі з розвитку усвідомленого сприйняття інформації, щоб максимально використовувати медіа ресурси для саморозвитку. Незважаючи на певну усвідомленість щодо негативних аспектів впливу медіа, таких як формування шаблонів поведінки або стимулювання шкідливих звичок, це усвідомлення залишається неповним. Це підкреслює важливість підвищення рівня медіаграмотності серед студентів, зокрема щодо можливих ризиків негативного впливу медіа.

Результати показують, що друковані видання, такі як газети і журнали, практично втрачають свою популярність серед студентів, що підтверджується високим відсотком тих, хто їх не читає. Телебачення також зберігає певну

популярність, але вже в значно меншій мірі порівняно з Інтернетом.

У загальному, дослідження свідчить про необхідність інтеграції медіа-освітніх заходів в освітній процес, що дозволить студентам не тільки зрозуміти сучасні інформаційні тенденції, але й навчитися критично оцінювати медіа-вміст і управляти своїм взаємодією з різними інформаційними джерелами.

РОЗДІЛ 3

РОЗВИТОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ МОЛОДІ

3.1. Практичні аспекти розвитку медіаграмотності та критичного мислення молоді

Сучасна молодь щодня стикається з величезним потоком інформації в соціальних мережах, месенджерах, новинних ресурсах та відеоплатформах. Однак значна частина цієї інформації може бути викривленою, маніпулятивною або відверто фейковою. Розроблений нами тренінг «Медіаграмотність 2.0: як не стати жертвою фейків і маніпуляцій» допоможе молоді навчитися розпізнавати такі загрози, аналізувати джерела інформації та формувати навички фактчекінгу.

Критичне мислення – ключова навичка XXI століття. Воно дозволяє не лише розпізнавати неправдиву інформацію, а й формувати власну незалежну думку, оцінювати різні точки зору та приймати обґрунтовані рішення. Тренінг сприятиме розвитку цих навичок через практичні вправи та реальні кейси.

Маніпулятивні техніки активно використовуються в політиці, рекламі та соціальних мережах. Молодь є однією з найбільш уразливих груп, оскільки вона часто споживає інформацію швидко, не перевіряючи її достовірність. Тренінг навчить розпізнавати маніпулятивні прийоми та захищатися від них.

Окрім аналізу інформації, важливо також відповідально ставитися до поширення контенту. Молодь часто ділиться новинами, не перевіряючи їхню достовірність, що сприяє поширенню фейків. Тренінг допоможе розвинути навички відповідального користувача медіа, який розуміє наслідки своїх дій в інформаційному просторі [57].

Проведення тренінгу «Медіаграмотність 2.0: як не стати жертвою фейків і маніпуляцій» є необхідним для підвищення рівня медіаграмотності та критичного мислення молоді. Він сприятиме формуванню інформаційно

грамотного суспільства, яке вміє аналізувати, перевіряти та відповідально споживати контент.

Тренінг «Медіаграмотність 2.0: як не стати жертвою фейків і маніпуляцій» має на меті підвищення рівня медіаграмотності та критичного мислення молоді.

Основні завдання:

- навчити учасників розрізняти достовірну та маніпулятивну інформацію;
- розвинути навички критичного мислення та аналізу медіаконтенту;
- ознайомити з методами фактчекінгу та перевірки інформації;
- навчити виявляти маніпулятивні техніки в ЗМІ, соцмережах та рекламі;
- сприяти формуванню відповідального споживання і створення медіаконтенту.

Після проходження тренінгу учасники зможуть:

- аналізувати інформацію – відрізняти фейки від достовірних новин;
- розпізнавати маніпуляції – розуміти техніки маніпуляцій у медіа та соцмережах;
- перевіряти факти – використовувати сучасні методи та інструменти для фактчекінгу;
- формувати власну думку – критично ставитися до інформації, не піддаватися впливу пропаганди;
- бути відповідальним медіакористувачем – усвідомлювати важливість перевірки інформації перед її поширенням.

Тренінг сприятиме розвитку інформаційної культури та допоможе молоді впевнено орієнтуватися в сучасному медіасвіті (таблиця 3.1).

Тренінг побудований так, щоб учасники не тільки отримали теоретичні знання, а й відпрацювали їх на практиці. Він допоможе молоді краще орієнтуватися в інформаційному просторі, розвинути критичне мислення та протистояти маніпуляціям.

Тренінг було розроблено на основі використання літературних джерел з питання дослідження [5; 26; 29].

Структура тренінгового заняття «Медіаграмотність 2.0: як не стати жертвою фейків і маніпуляцій»

Назва вправи	Мета вправи	Хід вправи	Обладнання
Лід уявлень	Виявлення рівня знань учасників	Учасники записують, що вони знають про фейки та маніпуляції	Стікери, маркери
Правда чи фейк?	Навчити розпізнавати фейки	Учасники аналізують запропоновані новини та визначають їхню правдивість	Роздруковані новини або слайди
Інформаційна бульбашка	Показати вплив алгоритмів соцмереж	Учасники обговорюють, які новини їм показують соцмережі та чому	Доступ до соцмереж, презентація
Маніпулятивні заголовки	Ознайомити з техніками клікбейту	Групи отримують заголовки та аналізують їхню маніпулятивність	Роздруковані заголовки
Конспірологічні теорії	Демонструвати, як створюються теорії змови	Групи вигадують власну «теорію змови» на задану тему	Листки, ручки
Емоційний слід	Пояснити, як емоції впливають на сприйняття інформації	Учасники аналізують новини за емоційним впливом	Роздруковані статті
Верифікація фото	Ознайомити з інструментами перевірки фото	Використання сервісів Google Reverse Image Search	Комп'ютери, смартфони
Відредагована реальність	Показати, як змінюються фото та відео	Порівняння оригіналів та змінених фото	Роздруківки фото
Як працює пропаганда	Аналізувати методи пропаганди	Учасники розбирають приклади з історії та сучасності	Відео, презентація
Дезінформаційна атака	Розглянути механізми поширення фейків	Учасники створюють фейкову новину та аналізують її потенційний вплив	Листки, ручки
Фактчекінг у дії	Практикувати перевірку фактів	Використання сайтів для перевірки фактів	Комп'ютери, смартфони
Візуальний обман	Ознайомити з маніпуляціями в графіці	Аналіз рекламних зображень	Презентація, приклади зображень
Фейки в історії	Ознайомити з історичними прикладами фейків	Аналіз історичних міфів	Презентація, роздруківки
Маніпуляція мовою	Визначити маніпулятивні прийоми у текстах	Аналіз новин із маніпулятивною лексикою	Роздруковані тексти

Продовження таблиці 3.1

Перевір свого друга	Розвивати навички критичного мислення	Один учасник розповідає новину, інші перевіряють її правдивість	
«Бан або репост?»	Формувати відповідальність за поширення контенту	Учасники вирішують, чи ділитися певною новиною	Роздруковані або цифрові новини
Соцмережевий детектив	Навчитися перевіряти акаунти в соцмережах	Аналіз профілів у соцмережах	Комп'ютери, смартфони
Перекручена цитата	Ознайомити з маніпуляціями цитатами	Аналіз вирваних з контексту цитат	Презентація, приклади цитат
Мем чи маніпуляція?	Зрозуміти роль мемів у поширенні дезінформації	Аналіз популярних мемів із політичним підтекстом	Зображення мемів
Підсумкова рефлексія	Закріплення знань і зворотний зв'язок	Учасники діляться враженнями та висновками	Фліпчарт, маркери

3.2. Методичні рекомендації щодо розвитку медіаграмотності сучасних студентів

Сучасний інформаційний простір наповнений величезною кількістю новин, статей, відео та соціальних мережеских постів. В умовах інформаційного перенасичення молодь часто стикається з маніпуляціями, фейками та дезінформацією. Саме тому медіаграмотність стала необхідною компетентністю XXI століття.

Ці методичні рекомендації спрямовані на розвиток критичного мислення студентів, уміння перевіряти факти та аналізувати інформацію.

Студентам варто розвивати звичку перевіряти достовірність інформації:

- авторство – хто є автором матеріалу? Чи є у нього експертність у темі?
- джерело – чи відома репутація сайту або медіа? Чи публікує воно

фейки?

- дата публікації – чи актуальна інформація?
- факт чи думка – чи містить матеріал лише факти, чи емоційні судження?

Рекомендується навчати студентів користуватися сайтами для перевірки фактів, такими як StopFake, FactCheck.org, Snopes.

У сучасному інформаційному суспільстві медіаграмотність є ключовою компетенцією, необхідною для свідомого сприйняття та аналізу інформації. Студенти, як активні користувачі цифрових технологій, щодня стикаються з величезним потоком інформації, що містить не лише достовірні факти, але й фейки, маніпуляції та пропаганду. Для ефективного розвитку медіаграмотності традиційні методи навчання доповнюються інтерактивними технологіями, які сприяють активному залученню студентів у процес навчання, підвищенню рівня критичного мислення та формуванню практичних навичок аналізу медіаконтенту [35].

Інтерактивні методи навчання сприяють активному залученню студентів у навчальний процес, створюючи ситуації, наближені до реального інформаційного середовища. Вони допомагають формувати навички роботи з інформацією, розвивати критичне мислення, аналізувати маніпулятивні техніки та приймати усвідомлені рішення.

Серед основних переваг використання інтерактивних методів у навчанні медіаграмотності можна виділити:

- практичне застосування знань – студенти не лише отримують теоретичну інформацію, але й одразу використовують її на практиці;
- розвиток критичного мислення – аналіз реальних новин, медіатекстів, відео та зображень дозволяє формувати навички критичного осмислення інформації;
- залученість та мотивація – інтерактивні методи сприяють більшому інтересу до навчання та активній участі в обговореннях;
- формування навичок командної роботи – багато інтерактивних

методів включають групові завдання, що покращує комунікативні навички студентів [53].

Використання інтерактивних методів навчання є ефективним інструментом у процесі розвитку медіаграмотності студентів. Практичні завдання, рольові ігри, аналіз реальних кейсів допомагають студентам не лише засвоювати теоретичні основи, але й застосовувати їх у реальному житті.

Завдяки інтерактивним методам навчання студенти: навчаються перевіряти інформацію та відрізнити фейки від достовірних новин; розуміють принципи роботи мас-медіа та соціальних мереж; критично сприймають медіаконтент та аналізують маніпулятивні техніки; стають відповідальними споживачами та творцями інформації.

Отже, інтерактивне навчання є не лише цікавим, а й необхідним компонентом сучасної освіти, що допомагає підготувати студентів до свідомого використання інформації у цифровому суспільстві.

Медіаграмотність є однією з ключових компетенцій сучасного студента, яка допомагає йому орієнтуватися в інформаційному просторі, критично мислити та приймати усвідомлені рішення. В умовах закладів вищої освіти (ЗВО) розвиток медіаграмотності стає особливо актуальним, адже саме студенти є активними користувачами цифрових технологій і соціальних мереж. У сучасному світі інформація часто використовується як інструмент впливу, тому важливо навчити молодь аналізувати медіаконтент, розпізнавати маніпуляції та протистояти дезінформації [57].

Заклади вищої освіти відіграють ключову роль у розвитку медіаграмотності студентів. Вони не лише надають теоретичні знання, а й створюють умови для практичного застосування навичок роботи з інформацією. Формування медіаграмотності в ЗВО має здійснюватися комплексно, охоплюючи різні аспекти навчальної та позанавчальної діяльності.

Основні завдання закладу вищої освіти у цьому процесі:

- інтеграція медіаграмотності у навчальні програми – впровадження відповідних курсів та дисциплін;

- формування навичок критичного мислення – навчання студентів методам аналізу інформації;
- застосування інтерактивних методів навчання – проведення тренінгів, дебатів, воркшопів;
- розвиток практичних навичок перевірки фактів – використання реальних прикладів дезінформації;
- формування відповідального ставлення до інформації – навчання етичним нормам створення та поширення контенту.

Багато університетів у світі вже запровадили курси з медіаграмотності, які знайомлять студентів із принципами функціонування мас-медіа, алгоритмами соцмереж, методами перевірки інформації та аналізу медіаконтенту. Включення таких дисциплін у навчальні програми дозволяє студентам усвідомити важливість медіаграмотності та застосовувати її у повсякденному житті.

Замість традиційних лекцій доцільно застосовувати інтерактивні методи, які сприяють активному залученню студентів в освітній процес. Ефективними є:

- дискусії та дебати – сприяють розвитку критичного мислення та навичок аргументації;
- аналіз реальних новин – допомагає студентам навчитися перевіряти достовірність інформації;
- метод кейсів – розгляд реальних прикладів маніпуляцій та інформаційних атак;
- рольові ігри – моделювання ситуацій роботи журналістів, політиків, фактчекерів [53].

Заклади вищої освіти можуть співпрацювати з журналістами, експертами з медіаграмотності, представниками незалежних фактчекінгових організацій для проведення практичних тренінгів. Такі заходи дозволяють студентам отримати цінні навички та дізнатися про актуальні проблеми медіасвіту.

Заохочення студентів до створення власних інформаційних проєктів, блогів, медіаплатформ сприяє формуванню практичних навичок роботи з

інформацією. Наприклад, у багатьох університетах діють студентські фактчекінгові ініціативи, які аналізують новини та викривають маніпуляції.

Системний підхід до формування медіаграмотності у закладах вищої освіти дозволить досягти таких результатів:

- підвищення рівня критичного мислення студентів – здатність аналізувати інформацію та не піддаватися маніпуляціям;
- зменшення поширення фейкових новин – відповідальне ставлення студентів до медіаконтенту;
- розвиток навичок перевірки інформації – використання сучасних інструментів фактчекінгу;
- формування медіакультури серед студентів – усвідомлене споживання та створення інформації.

Розвиток медіаграмотності в умовах закладу вищої освіти є необхідним для підготовки студентів до життя в інформаційному суспільстві. Інтеграція медіаграмотності у навчальний процес, застосування інтерактивних методів та цифрових технологій дозволяють формувати у студентів необхідні навички роботи з інформацією [31].

Сучасний студент повинен не лише вміти знаходити інформацію, але й аналізувати її достовірність, розпізнавати маніпуляції та відповідально ставитися до поширення контенту. Таким чином, заклади вищої освіти мають стати платформою для розвитку свідомого та критично мислячого покоління, яке здатне протистояти інформаційним загрозам сучасного світу.

ВИСНОВКИ

На основі теоретичного узагальнення проблеми дослідження щодо впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді, здійсненого експериментального дослідження було зроблено наступні висновки:

Соціалізація молоді включає елементи філософії, соціології, психології, педагогіки та інших наукових напрямків, що призводить до певної неоднозначності в його трактуванні та інтерпретації. Це підкреслює складність і багатогранність процесу соціалізації, в якому враховуються різноманітні фактори.

Мас-медіа є складним, багатоаспектним і постійно змінюваним явищем, що вимагає врахування численних технологічних, соціальних і культурних змін у їхньому розвитку, щоб правильно оцінювати їхній вплив на молодіжну аудиторію. З одного боку, мас-медіа надають молоді інформацію, яка формується в соціальні стереотипи, і таким чином вносять свій вклад у формування соціальної поведінки. З іншого боку, студенти-підлітки активно взаємодіють з цією інформацією, адаптують її до власного досвіду та реалізують у різних соціальних ролях.

Розвиток нових медіа-форм, таких як Інтернет, смартфони, планшетні ПК та інші технології, розширює можливості впливу мас-медіа. Технологічні новації дозволяють значно змінити функціональність мас-медіа, що дає їм більшу силу і ефективність у формуванні соціальних норм і цінностей серед молоді.

Отже, різноманітні медіа-форми можуть впливати на молодь і їхню соціалізацію, і вказує на необхідність більш ретельного контролю та регулювання інформаційного середовища для запобігання негативним наслідкам для молоді.

На основі проведеного експериментального дослідження було встановлено:

- серед студентів Інтернет є найпопулярнішим джерелом інформації, що відображає сучасні тенденції у споживанні медіаконтенту. Порівняно з традиційними мас-медіа, такі як газети, журнали та радіо, цифрові платформи

відіграють значно важливішу роль у повсякденному житті молоді;

- відповіді на запитання, що стосуються традиційних форм медіа, зокрема газет та радіо, вказують на їх зменшену роль у сприйнятті студентами сучасних засобів масової інформації. Це свідчить про витіснення цих джерел інформації більш інтерактивними та доступними цифровими каналами;

- більшість студентів усвідомлює вплив мас-медіа на їхні світогляд, поведінку та емоції. Однак значний відсоток опитаних не має чіткої позиції щодо цього впливу, що може свідчити про недостатній рівень медіаграмотності та критичного мислення;

- студенти визнають численні позитивні аспекти медіавпливу, зокрема у навчанні, соціалізації та розвагах. Проте основна увага зосереджена на освітній та соціальній функціях, що свідчить про важливість подальшого розвитку медіаграмотності для більш ефективного використання медіа в особистісному розвитку та творчості;

- хоча студенти мають певне уявлення про негативні наслідки медіавпливу, їхнє розуміння цієї проблеми є обмеженим. Найбільше усвідомлюється ризик формування шаблонів поведінки та сприяння шкідливим звичкам, що вказує на потребу в подальшому навчанні критичного аналізу медіаконтенту;

- результати дослідження підтверджують зменшення популярності традиційних медіа серед студентів, зокрема газет і журналів, що витісняються Інтернетом. Телебачення все ще залишається важливим, але його роль поступово зменшується на користь цифрових платформ.

Для покращення обізнаності студентів щодо медіавпливу необхідно подальше впровадження програм з медіаосвіти, спрямованих на розвиток критичного мислення та аналізу отриманого контенту.

Результати дослідження щодо обізнаності студентів про засоби масової інформації мають важливе значення для розуміння процесу соціалізації сучасної молоді. Перехід від традиційних засобів масової інформації до онлайн-платформ вказує на зміну соціалізаційного середовища молоді.

Сучасні студенти все більше взаємодіють зі світом через Інтернет, що формує їхні соціальні зв'язки та світогляд. Інтернет стає основним майданчиком для розвитку комунікацій, а також для знаходження інформації, що впливає на цінності, переконання та поведінку молоді.

Спад популярності традиційних засобів масової інформації, таких як газети та радіо, відображає зміни у соціальних практиках. Сучасна молодь все частіше будує свою ідентичність і соціальні зв'язки не через канали традиційних медіа, а через соціальні мережі, блоги та відеоконтент. Це впливає на формування уявлень про соціальні норми, стиль життя та ідеали.

Відсутність чіткої свідомості щодо впливу медіа може свідчити про певну інфантильність або недостатній розвиток критичного мислення серед молоді. Важливість цього аспекта полягає в тому, що в сучасному медіасередовищі молоді люди все більше піддаються впливу різноманітних медіаформатів (від новин до розважальних шоу), не завжди усвідомлюючи їхній вплив на свої соціальні установки та поведінку.

Медіа справді є важливим інструментом соціалізації, який може позитивно впливати на молодь, надаючи їй доступ до освітнього контенту, розвиваючи творчість і соціальні зв'язки. Це дозволяє студентам розширювати свої горизонти, взаємодіяти з однолітками в глобальному контексті та формувати свою соціальну ідентичність через медіа-простір.

Погіршення впливу медіа на психоемоційний стан, а також формування стандартів поведінки, які часто є поверхневими або маніпулятивними, може сприяти поглибленню соціальних проблем серед молоді, таких як зниження критичності, підвищення рівня стресу або формування нереалістичних соціальних очікувань.

Таким чином, зміни у способах споживання інформації, що ми спостерігаємо серед сучасної молоді, значною мірою визначають її процес соціалізації. Вплив медіа не лише формує її соціальні та культурні уявлення, але й створює нові канали для самовираження, комунікації та взаємодії з іншими людьми, як на місцевому, так і на глобальному рівні. Однак це також

ставить перед молоддю нові виклики щодо розвитку критичного мислення та обережності в обробці інформації.

Розвиток медіаграмотності та критичного мислення є ключовим завданням сучасної освіти, оскільки молодь щодня стикається з великим обсягом інформації, значна частина якої може бути викривленою, маніпулятивною або фейковою. Формування навичок критичного аналізу медіаконтенту допомагає студентам приймати усвідомлені рішення, розпізнавати дезінформацію та уникати інформаційних пасток.

Реалізація тренінгових програм, зокрема «Медіаграмотність 2.0: як не стати жертвою фейків і маніпуляцій», сприяє навчанню студентів методам перевірки інформації, розпізнаванню маніпуляцій та усвідомленому споживанню контенту. Використання інтерактивних методів навчання, таких як дискусії, рольові ігри, аналіз реальних кейсів та фактчекінг, дозволяє студентам не тільки засвоювати теоретичні знання, але й застосовувати їх на практиці.

Заклади вищої освіти відіграють ключову роль у розвитку медіаграмотності студентів, інтегруючи відповідні навчальні дисципліни, впроваджуючи практичні заняття та співпрацюючи з експертами у сфері медіа. Запровадження сучасних методів навчання сприяє підвищенню рівня критичного мислення, відповідального ставлення до поширення інформації та формуванню інформаційно грамотного суспільства.

Отже, розвиток медіаграмотності в освітньому середовищі є важливим компонентом підготовки молоді до життя в цифрову епоху. Впровадження комплексних підходів до навчання дозволить студентам ефективно орієнтуватися в інформаційному просторі, аналізувати контент та протистояти маніпуляціям, що є необхідною компетентністю сучасного громадянина.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бассін Ф. Медіа та світогляд сучасної молоді : монографія. Київ: «Наука», 2015. 350 с.
2. Бенч І. Молодіжний контент у сучасних медіа: соціалізація та інтерпретація // «Молодь і масова культура», № 5, С. 45–58.
3. Богданова М. Цифрові медіа та соціалізація сучасної молоді : посібник. Київ, 2020. 170 с.
4. Бондаренко М. Сучасні медіа: вплив на соціальні уявлення молоді: монографія. Запоріжжя, 2018. 420 с.
5. Василенко Л. Медіа та їх роль у формуванні світогляду молоді в Україні // Соціальні дослідження, № 12, С. 21–37.
6. Виговський А. Цифрові медіа та соціалізація молоді: психологічні аспекти : посібник. Київ, 2018. 90 с.
7. Власенко Ю. Інформаційний простір і виховання світогляду молоді: посібник. Львів, 2019. 64 с.
8. Воронкова Л. О. Методи психодіагностики: історія, теорія та практичне застосування. Одеса, 2018. 126 с.
9. Гаврилова І. Інформаційна культура та медіа-освіта як елементи соціалізації молоді // «Інформаційне суспільство», № 5, С. 14–28.
10. Горбачов І. Медіа і глобалізація: вплив на світогляд молоді: монографія. Київ, 2019. 410 с.
11. Грановська Р. Вплив цифрових медіа на соціалізацію молоді: посібник. Львів: «Академія», 2017. 145 с.
12. Дмитрієв А. Соціальні медіа як фактор формування соціального світу молоді : посібник. Одеса, 2020. 83 с.
13. Довженко Л. Сучасні медіа та їх роль у формуванні громадянського світогляду молоді : посібник. Харків: Видавництво «Молодіжний простір», 2020. 130 с.

14. Ілляшенко Л. Медіа в епоху інформаційного суспільства: вплив на молодіжну свідомість: монографія. Львів, 2017. 350 с.
15. Калашник М. Молодь і медіа: сучасні тенденції та виклики : монографія. Дніпро, 2019. С. 38–62.
16. Калініна Т. Медіапростір та соціалізація: інтернет-середовище для молоді: монографія. Чернівці, 2018. 220 с.
17. Калініченко А. Інтернет як засіб соціалізації молоді в умовах глобалізації // «Інтернет і соціальне середовище», № 11, С. 55–67.
18. Качан Н. Медіа і їх роль у вихованні сучасної молоді // «Соціологія і культура», № 3, С. 51–66.
19. Клочко А. Масові медіа як фактор впливу на психіку молоді : монографія. Чернівці, 2016. 112. с.
20. Коваль О. Соціалізація молоді через медіа простір : посібник. Харків: «Освіта», 2018. 134 с.
21. Колесник В. Молодіжна субкультура і медіа: взаємодія в умовах інформаційного суспільства : монографія. Дніпро, 2016. 228 с.
22. Колеснікова Н. Цифрові медіа як інструмент формування соціальних цінностей молоді // «Цінності в суспільстві», № 4, С. 50–64.
23. Кондратьєва Т. О. Психодіагностика особистості: сучасні методи та підходи. Харків, 2019. 145 с.
24. Король О. Медіа та міжкультурна комунікація в середовищі молоді // «Міжкультурні комунікації», № 3, С. 60–75.
25. Кравченко С. Молодь і медіа: становлення цифрового світогляду // «Молодіжна політика», № 9, С. 14–30.
26. Кузьменко В. Медіаосвіта і її роль у формуванні громадянської позиції молоді : посібник. Львів, 2018. 142 с.
27. Лебедева О. Медіа, молодь та емоційна соціалізація // «Психологічний розвиток», № 3, С. 18–32.
28. Левін В. М. Основи психодіагностики: теорія та практика. Київ, 2017. С. 54–78.

29. Левченко І. Медіапсихологія: нові виклики для соціалізації молоді: монографія. Одеса, 2016. 190 с.
30. Мартиненко С. Медіа та соціалізація сучасної молоді в умовах цифрових технологій : монографія. Київ, 2016. 320 с.
31. Мельник О. Інтерактивні медіа як фактор впливу на світогляд молоді : посібник. Київ, 2018. 136 с.
32. Михайлова Н. Вплив медіа на моральне виховання молоді // «Молодь і мораль», № 6, С. 37–52.
33. Мишина І. Виховання світогляду молоді через соціальні мережі : монографія. Київ, 2016. 220 с.
34. Морозова Т. Цифрові медіа та виховання світогляду в молодіжному середовищі : посібник. Харків, 2020. 125 с.
35. Новак О. Медіапедагогіка та виховання молоді в умовах інформаційного суспільства : посібник. Київ: 2020. 112 с.
36. Паламарчук О. Медіа-світогляд і культурна ідентичність молоді // «Культурологія», № 6, С. 50–62.
37. Петренко Н. Вплив медіа на емоційну та когнітивну сферу молоді: монографія. Дніпро, 2019. 420 с.
38. Петренко Т. Медійний контент та світогляд сучасної молоді: нові виклики // «Медійні дослідження», № 4, С. 33–50.
39. Петров І. Теорії масової комунікації та їх застосування у вихованні молоді : монографія. Одеса: «Південний Літературний Центр», 2014. 218 с.
40. Печенюк С. Медіа та їх вплив на підлітків в умовах соціалізації // «Психологія і освіта», № 2, С. 17–29.
41. Печерський А. Молодь і медіа: вплив сучасних технологій на формування суспільної свідомості : монографія. Київ, 2016. 311 с.
42. Руденко Л. Формування світогляду через медіа: науково-теоретичний аналіз : посібник. Харків, 2020. 116 с.
43. Савіцька Г. Медіа-ресурси та розвиток критичного мислення у молоді // «Освіта та медіа», № 10, С. 25–41.

44. Савченко О. Молодіжні медіа та їх вплив на соціальні цінності сучасної молоді: монографія. Чернівці, 2020. 318 с.
45. Сидоренко В. Медіа та трансформація світогляду сучасної молоді // «Медіа і культура», № 8, С. 25–38.
46. Стефанова Г. Медійний контекст виховання світогляду в умовах інформаційного суспільства : посібник. Харків, 2018. 162 с.
47. Сулова О. Медіа та освіта: інтеграція нових технологій в навчання молоді : посібник. Харків, 2017. 118 с.
48. Тімченко С. Медіа та їх роль у формуванні культурних цінностей молоді // «Культурологія», № 2, С. 40–53.
49. Турченко О. Молодіжна культура та медіа-ресурси в умовах глобалізації: монографія. Чернівці, 2017. 516 с.
50. Федорова В. Медіа та культура: формування культурної ідентичності молоді через медіа : посібник. Львів, 2017. 157 с.
51. Федорова Т. Молодіжні медіа: вплив на освіту та соціалізацію молоді: монографія. Харків, 2017. 318 с.
52. Хоменко Т. Роль соціальних мереж у формуванні світогляду сучасної молоді : монографія. Одеса, 2019. 350 с.
53. Черненко О. Роль медіа в зміцненні культурної ідентичності молоді : посібник. Київ, 2018. 234 с.
54. Чернуха В. Молодь і медіа: дослідження впливу нових медіа на поведінку молодих людей : монографія. Харків, 2017. 215 с.
55. Чорна І. Молодь і медіа: соціалізація через інформаційні технології : посібник. Львів, 2017. 96 с.
56. Шаргородська О. Медіа та молодь: формування світогляду в епоху цифрових технологій : монографія. Київ, 2016. 312 с.
57. Шевченко Н. Вплив медіа на соціальну адаптацію молоді в умовах глобалізації : посібник. Харків, 2017. 189 с.
58. Шевчук І. Психологія соціалізації в умовах медіа-простору: посібник. Одеса, 2019. 102 с.

59. Ярмітова О. В. Психодіагностичні методи та їх використання у психотерапевтичній практиці. Київ:, 2020. 130 с.
60. Ярмоленко О. Медіа та культурна ідентичність молоді: нові тенденції: посібник. Дніпро, 2020. 340 с.
61. Яценко М. Інтернет та соціалізація молоді: нові горизонти медіа-освіти: монографія. Київ, 2019. 418 с.

ДОДАТКИ

Анкета «Засоби масової інформації»
(авторська розробка)

1. На Вашу думку, що відноситься до засобів масової інформації?
 - газети
 - журнали
 - телебачення та кіно
 - радіо
 - інтернет
 - ваш варіант _____
2. На Вашу думку, чи впливають на Вас засоби масової інформації?
 - так
 - ні
 - можливо
3. Які засоби масової інформації мають на Вас найбільший вплив?
 - газети та журнали
 - інтернет
 - телебачення та кіно
 - радіо
4. Які, на Вашу думку, негативні наслідки впливу засобів масової інформації?
 - формування «шаблонів» поведінки і мислення
 - зняття заборони з проявів агресії
 - байдуже ставлення до оточуючих
 - виникнення страху перед оточуючим світом
 - незадоволення власною зовнішністю та тілом
 - погіршення здоров'я
 - виникнення бажання купувати непотрібні речі
 - сприяння формуванню шкідливих звичок
 - хронічний недосип
 - ваш варіант _____
5. Які, на Вашу думку, позитивні наслідки впливу засобів масової інформації?
 - отримання нової інформації для навчання
 - спілкування із новими друзями у соціальних мережах
 - можливість відпочити, покращити настрій
 - можливість розширити світогляд, саморозвиток
 - можливість створювати щось нове, творчість
 - ваш варіант _____

6. Чи читаєте Ви газети або журнали?

- так
- інколи
- ні

7. На скільки часто Ви дивитесь телебачення?

- кожного дня, 1-2 години на день
- кожного дня, 3-4 години в день
- кожного дня, більше 5 годин на день
- 1-2 рази на тиждень
- 1-2 рази на місяць
- Зовсім не дивлюсь
- Ваш варіант _____

8. На скільки часто Ви заходите до мережі Інтернет?

- кожного дня
- 1-2 рази на тиждень
- інколи
- дуже рідко
- ніколи
- ваш варіант _____

9. Ви використовуєте Інтернет для того, щоб

- знайти інформацію для навчання
- продивитися поштову скриньку
- подивитися фільм
- поспілкуватися в соціальних мережах
- пограти в гру у мережі
- ваш варіант _____

«Незавершені речення»

Інструкція. Перед тобою перелік із 41 незавершеного речення (на двох сторінках). Тобі необхідно їх дописати. Не існує вірних відповідей. Пиши те, що першим спало тобі на думку.

1. Коли в мене є вільний час, я _____
2. Я читаю газети та журнали _____
3. Я дивлюся телебачення _____
4. У мережі Інтернет я _____
5. Радіо я _____
6. Світ, що мене оточує _____
7. Мої відносини з батьками _____
8. Більш за все я ціную _____
9. Менш за все я ціную _____
10. Коли у кіно, по телевізору я бачу сцени насильства я відчуваю

11. Коли у кіно, по телевізору я бачу сцени насильства мені хочеться

12. В мережі Інтернет мені подобається _____
13. Товари, що рекламуються _____
14. Коли я бачу товари, що рекламуються _____