МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ

КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ

Кваліфікаційна робота
бакалавра

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

Виконала: студентка, IV курсу,
групи 6. 0540
спеціальності 054 «Соціологія»
освітньої програми «Соціологія»
А.Г. Мартусенко

Керівник: к.соц.н., доцент,
доцент кафедри соціології,
Т.О. Ратушна

Рецензент: к.філос.н.,
доцент кафедри соціології,
О.С. Сорокіна

Запоріжжя – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Соціології та управління
Кафедра Соціології
Рівень вищої освіти Бакалавр
Спеціальність 054 «Соціологія»
Освітня програма «Соціологія»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
В.О. Скворець _____
07 грудня 2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Мартусенко Альоні Григорівні

1. Тема роботи (проекту) Соціальні медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді
Керівник роботи доцент, к.соц.н. Т.О. Ратушна
Затверджені наказом ЗНУ від 18 січня 2024 року № 77-с
2. Строк подання студентом роботи 3 червня 2024 р.
3. Вихідні дані до роботи 1. Кавєріна А. С. Соціальні медіа в Україні: основні напрями дослідження. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право*. 2014. № 2 (22). С. 69-73. 2. Sedliar Y. O., Stadnichenko O. I. Social media as contemporary communication technology. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2023. No. 41. P. 105–110. 3. Scott J. Social Network Analysis: A Handbook. 2nd ed. Newberry Park, CA : Sage, 2000. 275 p.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) дослідити визначення та ключові аспекти понять «соціальні медіа», «ціннісні орієнтації» та «молодь»; 2) знайти та проаналізувати наявні дослідження з цієї теми, визначити їхні основні висновки та прогалини, що потребують додаткового вивчення; 3) розглянути та обґрунтувати методи та підходи, що застосовуються для дослідження впливу соціальних медіа на ціннісні орієнтації молоді; 4) проаналізувати сучасну роль та вплив соціальних медіа на суспільство,; 5) дослідити та визначити основні цінності та ціннісні орієнтації української молоді; 6) дослідити вплив соціальних медіа на формування ціннісних орієнтацій у молоді; 7) здійснити вибір та обґрунтування методів емпіричного дослідження; 8) проаналізувати отримані результати емпіричного дослідження; 9) сформулювати практичні рекомендації щодо ефективного використання соціальних медіа для позитивного впливу на ціннісні орієнтації молоді.

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

_____

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Ратушна Т.О., доцент кафедри соціології	09.05.24	09.05.24
Розділ 2	Ратушна Т.О., доцент кафедри соціології	29.03.24	29.03.24
Розділ 3	Ратушна Т.О., доцент кафедри соціології	09.05.24	09.05.24

7. Дата видачі завдання 07 грудня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір та формулювання теми роботи	Листопад 2023	*виконано*
2.	Опрацювання наукових джерел	Грудень 2023	*виконано*
3.	Робота над вступом	Січень 2024	*виконано*
4.	Робота над першим розділом	Січень 2024	*виконано*
5.	Робота над другим розділом	Лютий 2024	*виконано*
6.	Проведення соціологічного дослідження	Березень 2024	*виконано*
7.	Робота над третім розділом	Квітень 2024	*виконано*
8.	Робота над висновками	Травень 2024	*виконано*

Студентка _____ А.Г. Мартусенко

Керівник роботи (проекту) _____ Т.О. Ратушна

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Т.О. Ратушна

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: складається з 57 сторінок, 40 позицій у списку літератури, 2 додатків.

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА, ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ, МОЛОДЬ

Мета наукового дослідження: полягає у вивченні та аналізі ролі соціальних медіа в процесі формування ціннісних орієнтацій української молоді, виявленні основних тенденцій та визначенні можливих наслідків цього впливу.

Об'єкт наукового дослідження: соціальні медіа як інструмент комунікації та взаємодії в сучасному інформаційному суспільстві.

Предмет наукового дослідження: вплив соціальних медіа на формування ціннісних орієнтацій української молоді.

Методи наукового дослідження: опитування у формі онлайн анкетування, аналіз профілів у соціальних медіа.

Гіпотеза дослідження: Використання соціальних медіа значно впливає на формування ціннісних орієнтацій української молоді, сприяючи як позитивним, так і негативним змінам у їхніх життєвих пріоритетах та соціальних поведінкових моделях.

Висновки: 1. Соціальні медіа сприяють розширенню кругозору молоді, надаючи доступ до великої кількості інформації та різноманітних точок зору, що стимулює розвиток та самовираження.

2. Надмірне використання соціальних медіа може мати негативні наслідки для ціннісних орієнтацій молоді, зокрема залежність, зниження продуктивності та порушення соціальних навичок. Важливо звертати увагу на баланс між віртуальним і реальним життям, навчати молодь критично сприймати інформацію та розвивати навички самоконтролю.

3. Соціальні медіа значно впливають на життя молоді в Україні, транслюючи цінності соціального і фінансового успіху, самовираження, споживання та розваг. Для сприяння розвитку позитивних цінностей важливо розвивати критичне мислення, медіаграмотність та підтримувати здорове інформаційне середовище.

SUMMARY

The bachelor's thesis: consists of 57 pages, 40 references, 2 appendices.

SOCIAL MEDIA, VALUE ORIENTATIONS, YOUTH

Purpose of the research: to study and analyse the role of social media in the process of forming the value orientations of Ukrainian youth, to identify the main trends and determine the possible consequences of this influence.

Object of research: social media as a tool for communication and interaction in the modern information society.

Subject of the research: the influence of social media on the formation of value orientations of Ukrainian youth.

Research methods: online survey, analysis of social media profiles.

Research hypothesis: The use of social media has a significant impact on the formation of value orientations of Ukrainian youth, contributing to both positive and negative changes in their life priorities and social behavioural patterns.

Conclusions: 1. Social media contribute to broadening the horizons of young people by providing access to a large amount of information and diverse points of view, which stimulates development and self-expression.

2. Excessive use of social media can have negative consequences for young people's values, including addiction, reduced productivity and impaired social skills. It is important to pay attention to the balance between virtual and real life, to teach young people to critically perceive information and develop self-control skills.

3. Social media has a significant impact on the lives of young people in Ukraine, transmitting values of social and financial success, self-expression, consumption and entertainment. To promote the development of positive values, it is important to develop critical thinking, media literacy and support a healthy information environment.

ЗМІСТ

ВСТУП……..6
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ……...9
1.1. Уточнення головних понять дослідження: соціальні медіа, ціннісні орієнтації, молодь……9
1.2. Стан наукового дослідження ролі соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді……15
1.3. Методологічні принципи та підходи до дослідження ролі соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді……..19
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ ……23
2.1. Сутність та роль соціальних медіа в сучасному суспільстві……..23
2.2. Особливості ціннісних орієнтацій української молоді ……..29
2.3. Роль соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді ……35
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ ……41
3.1. Обґрунтування методів емпіричного дослідження ролі соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді……41
3.2. Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження…….43
3.3. Рекомендації щодо вдосконалення взаємодії молоді з соціальним медіа в сучасному інформаційному середовищі……48
ВИСНОВКИ……..51
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ……...53
ДОДАТКИ……..58

ВСТУП

Актуальність дослідження полягає в тому, що сучасна українська молодь все більше використовує соціальні медіа як основне джерело інформації та засіб спілкування. Ці платформи впливають на формування цінностей, переконань і ставлення до різних аспектів життя. Зростання використання соціальних медіа серед молоді викликає потребу в ретельному дослідженні впливу цих платформ на ціннісні орієнтації цієї вікової групи. Вивчення цього впливу допоможе суспільству краще розуміти та враховувати потреби та інтереси молоді в формуванні соціальних та культурних стратегій. Таке дослідження також може виявити способи, які допоможуть молоді здійснити більш обдумані та обґрунтовані вибори у сферах освіти, культури, політики та інших сферах життя.

Актуальність дослідження теми підтверджується внеском провідних науковців, які зосереджуються на вивченні впливу цих медіа на суспільство та особистість. Серед таких дослідників можна відзначити відділ соціології культури й масової комунікації Інституту соціології НАН України. Відділ очолював відомий український соціолог, доктор філософських наук, професор А. О. Ручка.[32] Одним з перших дослідників споживання масової інформації був американський соціолог П. Лазерсфельд. Його дослідження впливу мас-медіа на суспільство були проведені в 30-40-і роки XX століття [31].

Проблема дослідження: соціальні медіа вже стали невід'ємною частиною життя молоді в Україні. Вони виступають не лише як платформи для спілкування та розваг, але і як важливі джерела інформації та формування думок. У цьому контексті важливо зрозуміти, як соціальні медіа впливають на ціннісні орієнтації молоді, враховуючи специфіку українського культурного, соціального та політичного контексту сьогодення.

Об’єктом дослідження є соціальні медіа як інструмент комунікації та взаємодії в сучасному інформаційному суспільстві.

Предметом дослідження є вплив соціальних медіа на формування ціннісних орієнтацій української молоді.

Мета бакалаврської роботи полягає у вивченні та аналізі ролі соціальних медіа в процесі формування ціннісних орієнтацій української молоді, виявленні основних тенденцій та визначенні можливих наслідків цього впливу.

Основними *завданнями* бакалаврської роботи є:

- дослідити визначення та ключові аспекти понять «соціальні медіа», «ціннісні орієнтації» та «молодь» з урахуванням сучасних тенденцій та підходів;
- знайти та проаналізувати наявні дослідження з цієї теми, визначити їхні основні висновки та прогалини, що потребують додаткового вивчення;
- розглянути та обґрунтувати методи та підходи, що застосовуються для дослідження впливу соціальних медіа на ціннісні орієнтації молоді;
- проаналізувати сучасну роль та вплив соціальних медіа на суспільство, включаючи його вплив на культуру, комунікації, політику та інші сфери;
- дослідити та визначити основні цінності та ціннісні орієнтації української молоді, враховуючи їхні особливості та зміни у сучасному соціокультурному контексті;
- дослідити вплив соціальних медіа на формування ціннісних орієнтацій у молоді, включаючи взаємозв'язки між споживанням медіа та цінностями;
- здійснити вибір та обґрунтування методів, що найбільш ефективно дозволять дослідити вплив соціальних медіа на ціннісні орієнтації молоді;
- проаналізувати отримані результати емпіричного дослідження в контексті впливу соціальних медіа на ціннісні орієнтації молоді;
- сформулювати практичні рекомендації щодо ефективного використання соціальних медіа для позитивного впливу на ціннісні орієнтації молоді.

Гіпотеза: Використання соціальних медіа значно впливає на формування ціннісних орієнтацій української молоді, сприяючи як позитивним, так і негативним змінам у їхніх життєвих пріоритетах та соціальних поведінкових моделях.

Структура бакалаврської роботи: зміст, вступ, основна частина з розділами та підрозділами, висновки, список літератури, додатки.

РОЗДІЛ 1
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

1.1. Уточнення головних понять дослідження: соціальні медіа, ціннісні орієнтації, молодь

Уточнення головних понять дослідження, а саме "соціальні медіа", "ціннісні орієнтації" та "молодь", є ключовим етапом у процесі наукового аналізу та розуміння взаємозв'язку між ними.

"Соціальні медіа" визначаються як онлайн-платформи, спрямовані на спілкування та обмін інформацією між користувачами. "Ціннісні орієнтації" охоплюють систему цінностей, переконань та уподобань, які визначають поведінку та вибори особистості. "Молодь" в цьому контексті означає соціальну групу людей певного вікового діапазону, яка вивчається у контексті формування їхніх цінностей та світогляду. Уточнення цих понять є важливим для забезпечення однозначного розуміння та аналізу їх впливу одне на одного в рамках дослідження. Далі розглянемо їх детальніше [6].

На сьогоднішній день у побутовому спілкуванні широко використовується термін "соціальні мережі", який переважно асоціюється з сайтами соціальних медіа. У зарубіжних дослідженнях, протилежно, термін "соціальні мережі" використовується переважно у соціологічному контексті. Крім того, існує певна недорозуміння щодо визначення терміну "соціальні медіа", який може розумітися як технологія, комунікаційний інструмент або віртуальне середовище.

Термін "медіа" використовується для опису засобів комунікації, які служать для зберігання, відтворення та поширення інформації. Цей термін був введений медіадослідником Г. М. Маклюеном з Торонтської школи комунікації у 1954 році, і до кінця 60-х років XX століття він став загальноприйнятим у всіх англомовних країнах. Медіа охоплюють такі засоби, як друковані ЗМІ, фотографія, радіо, телебачення, реклама та інші

форми масової інформації. У зарубіжних дослідженнях для позначення медіа-технологій, що спрямовані на широку аудиторію через масові комунікаційні засоби, часто використовується термін "мас-медіа", який є синонімом до поняття "засоби масової інформації" (ЗМІ) [9, с. 82].

З розвитком комп'ютерних технологій з'явився розподіл на нові та традиційні медіа. До перших відносяться медіа, які використовують аналогові носії для поширення, зберігання та відтворення інформації, у той час як до других належать цифрові технології, такі як Інтернет, комп'ютерна графіка та технології віртуальної реальності. Цей розподіл медіа зазвичай використовується для опису нових засобів масової інформації, які функціонують в Інтернеті. Нові медіа, на наш погляд, охоплюють інтерактивну медіапродукцію, що поширюється через мережу Інтернет. Вони можуть виконувати роль мас-медіа та засобу соціальної комунікації, і відрізняються комунікативними, мультимедійними та інтерактивними можливостями, гнучкістю форми та змісту, персоналізацією контенту та оперативністю подання інформації [4, с. 94].

У 2004 році Т. О'Рейлі представив концепцію другого покоління веб-сервісів, орієнтованих на соціальну взаємодію користувачів - Web 2.0 [10]. Термін був запропонований Д. Дінуччі у 1999 році, а вже в середині 2000-х років поширився як нова технологічна ера в Інтернеті [11, 12]. Основна особливість Web 2.0 полягає у превалеції користувацького контенту порівняно з пасивною участю користувачів у першому поколінні інтернет-простору. Тим часом, один з піонерів "глобальної павутини" Т. Бернс-Лі вважає, що цей термін є сучасним жаргонізмом. Термін Т. О'Рейлі повторює основний зміст його концепції, де Інтернет служить інструментом спільної роботи та місцем для зустрічей та спілкування користувачів [10; 11; 12; 13].

У вітчизняних дослідженнях часто використовуються терміни «соціальні медіа», «соціальні мережі» та «соціальна інтернет-мережа».

Б. Я. Вахула розрізняє два основних терміни: «соціальна мережа» та «соціальна інтернет-мережа». Перший термін описує можливість взаємодії

людей для обміну інформацією без присутності один поряд з одним. Другий термін визначає різновидність веб-сайтів, призначених для спілкування користувачів, де можна зберігати мультимедійний контент, шукати людей і матеріали, розміщувати оголошення тощо [3, с. 312–313].

М. І. Шульга визначає «соціальні медіа» як комплекс взаємопов'язаних елементів, що виникають в результаті діяльності людини, таких як комунікація, розповсюдження мультимедійного вмісту, відгуки, розваги [5].

Г. Г. Почепцов визначає поняття "соціальні медіа" як канал поширення інформації з різних джерел, орієнтований горизонтально, тобто між різними користувачами. Відмінною рисою традиційних медіа, зокрема ЗМІ, є їхня вертикальна структура [2].

З. В. Григорова визначає "соціальні медіа" як сукупність інтернет-сервісів і платформ, які дозволяють користувачам спілкуватися, споживати, створювати і поширювати контент. Вона виділяє два основних підходи до розуміння соціальних мереж: як спеціалізований сервіс для комунікації та як соціальну структуру на базі веб-сайту для встановлення зв'язків між користувачами [4, с. 95–97].

З нашої точки зору, термін "соціальні медіа" є більш вдалим у порівнянні з "соціальними мережами". Останній термін дублює поняття із соціології, яке відноситься до соціальних структур, сформованих з великої кількості суб'єктів. Використання терміну "соціальні медіа" універсальне як для вітчизняних, так і для зарубіжних досліджень, і не співпадає з аналогічним визначенням із інших наукових дисциплін.

Ціннісна орієнтація означає, що особистість обирає певний тип поведінки на основі своїх цінностей, які можуть бути усвідомленими або неусвідомленими в різній мірі. Ці цінності стали частиною особистості, її самосвідомості, потреб і інтересів, перетворюючи їх на моральні потреби та моральні інтереси. Вони є необхідними для подвигів, розуміння широких суспільних потреб та справжнього громадянського самовираження. Справді, духовна особистість визначається перш за все моральними цінностями, які

мають загальнолюдську гуманістичну перспективу. Для людини важливо реалізувати свої наміри та цілі, які випливають із її потреб та інтересів, але також важливо знати, які саме цілі і наміри мають вагу у внутрішньому моральному світі людини, і, отже, вони можуть вважатися моральними потребами [1, с. 161].

Для того щоб описати ціннісні орієнтації молоді, потрібно розуміти, хто така молодь і що відрізняє її від інших соціальних груп. Саме тому виникає необхідність в аналізі індивідуальних та особистісних особливостей, які характерні для молоді, а також у вивченні закономірностей усвідомлення норм, цінностей та установок, що є типовими для суспільства, і впливу різних організованих та неорганізованих груп на індивіда.

Ціннісні орієнтації людини нерозривно пов'язані з основними проблемами, з якими вона стикається, і визначають головні мотиви її дій. Вони є складовою частиною мотиваційної структури особистості, що визначає вибір соціальних цілей або мотивів конкретних дій. Ціннісні орієнтації формуються під впливом домінуючої в суспільстві системи цінностей, яка змінюється протягом історичного розвитку. Останні події також вплинули на систему ціннісних орієнтацій в пострадянському суспільстві і, відповідно, на життєві орієнтири студентської молоді, де набувають все більшої актуальності матеріальні цінності, такі як матеріальний достаток, кар'єрний успіх, прагматизм, високий дохід, престижна професія, подорожі за кордон тощо. Зараз особливо актуальними є «виражена увага до матеріального багатства» [4, с. 75] та «прагнення до успіху в житті як одна з ключових стратегій студентів і молоді в сучасних умовах ринку» [5, с. 59], - такі висновки випливають з досліджень українських соціологів, що аналізують зміст ціннісних орієнтацій студентської молоді. На жаль, деякі духовні орієнтації і цінності втрачають свою значущість у житті сучасної студентської молоді. Менша увага приділяється політиці, суспільному життю, не всі зацікавлені у читанні, відвідуванні культурно-мистецьких заходів, заняттях спортом, творчій

самореалізації, мистецтві. Відбувається деформація етичних цінностей і орієнтацій, що виражається в оправданні порушення заповідей типу "не кради", "не прагніть до ...", тощо. Зміни у ціннісних орієнтаціях молоді (часто не на користь високих суспільних ідеалів) вимагають перегляду всієї системи виховної роботи у вищій школі, пошуку й впровадження нових форм і методів роботи зі студентською молоддю з метою підготовки і виховання студентів не лише висококваліфікованими професіоналами у своїй справі, але і справжніми гуманістами, людьми з великої літери.

Молодь завжди була предметом особливої уваги для дослідників і політиків, що вона становить окрему групу, відокремлену від дітей і дорослих. Незважаючи на загальну відомість терміну "молодь", він залишається малозрозумілим поняттям у соціальному контексті. У сучасній науковій літературі існує безліч підходів до розгляду проблем молоді. Це призводить до великого розмаїття визначень поняття "молодь". Така ж тенденція спостерігається й у наш час, де зацікавленість у молоді настільки велика, що виникає мова про "нову молодіжну еру". Метою даної статті є аналіз терміну "молодь" та інших споріднених понять, а також визначення їх інтегрованого змісту. Зростаюча увага до молоді у сучасному суспільстві виникає через зміну її статусу і відбувається під впливом політичних подій і конфліктів, що актуалізувалися на початку XXI століття як у країнах колишнього Радянського Союзу, так і на Заході. Держава та великі бізнес-структури активно сприяють політичним молодіжним ініціативам з метою організації та мобілізації молодіжних ресурсів [6].

В 1968 році соціолог В. Т. Лісовський надав визначення поняття "молодь", вважаючи її за покоління людей, які перебувають на стадії соціалізації та засвоюють різноманітні соціальні функції, включаючи освітні, професійні та культурні аспекти. Він зауважив, що вікові межі молоді можуть варіюватися від 16 до 35 років, залежно від історичних умов [2, с. 41]. Лісовський підкреслив, що поняття покоління не обмежується лише віком,

але також включає єдність переконань, цілей і спільність переживань, що визначаються соціальною обстановкою епохи.

Інше визначення молодості було надано соціологом І. С. Коном, який розглядає її як соціально-демографічну групу, що відрізняється віковими, соціальними та соціально-психологічними характеристиками. Це визначення стало ключовим у соціології молоді. Кон відзначив, що молодість, як фаза життєвого циклу, має біологічно універсальні аспекти, але її конкретні вияви, включаючи вікові рамки та соціальний статус, визначаються соціально-історичними факторами і залежать від особливостей суспільства [3].

Традиційно молодь визначається як особлива соціально-демографічна група з віковими рамками, власними соціальними ролями, статусом і позиціями. Однак психофізіологічний підхід, що базується на концепції "молодості" як періоду між статевим дозріванням і повною зрілістю, також має велике значення.

Соціально-психологічний підхід розглядає молодь як групу осіб віком від 14 до 29 років, з урахуванням їх біологічних і психологічних характеристик. Цей підхід вважає, що молодь має всі особливості свого вікового класу. За конфліктологічним підходом молодь вважається важким періодом, повним стресів і вирішальних моментів.

В рольовому підході молодь визначається як фаза, коли вони вже не грають дитячих ролей, але ще не повноцінно втілюють ролі дорослих. Субкультурний підхід розглядає молодь як групу зі своїм унікальним способом життя, поведінковим стилем, культурними нормами і цінностями. У соціалізаційному підході молодь розглядається як період соціального зростання та первинної соціалізації, коли головною метою є самовизначення та персоналізація. Згідно з інтеракціоністським підходом, молодь є одним з трьох станів душі, що притаманні кожній людині, відрізняючись від станів "батько" (орієнтація на нормативну поведінку) і "дорослий" (орієнтація на розумні рішення) спонтанністю, безпосередністю і нестандартністю поведінки.

У сучасному суспільстві маємо унікальну ситуацію. Якщо раніше, у XIX і до кінця XX століття, молодість складала значну частину населення, і вона мала достатньо енергії для внесення змін у суспільство, то зараз, коли вимоги до реформ зросли, а частка молоді в суспільстві впала, її роль в цьому процесі стала критично важливою. Зокрема, це стосується політичної сфери, де вплив молоді відчутно зріс[3].

Молодь є стратегічним ресурсом для національного і глобального розвитку. Останні практики переконливо підтверджують, що у сучасному швидкозмінному світі переваги матимуть ті держави та суспільства, які ефективно використовуватимуть людський капітал та інноваційний потенціал, в основі якого лежить молодь.

Одночасно сьогодні важливо не обмежуватися підходами однієї конкретної країни в роботі з молоддю. Глобальні тенденції вимагають серйозних розмов про загальні, універсальні підходи до цього питання, які мають значення для різних суспільств та країн. З огляду на прогнозовані зміни, такі як економічний спад або прогрес інформаційних технологій, потрібно переглянути та скоригувати пріоритети в роботі з молоддю.

1.2. Стан наукового дослідження ролі соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді

Проблема цінностей і ціннісних орієнтацій є однією з центральних тем у вивченні визначення поведінки та формування особистості. Багато дослідників, аналізуючи соціальну детермінацію розвитку особистості, розглядають її в контексті внутрішніх переконань та можливостей особистісного розвитку.

Термін "цінність" тісно пов'язаний із поняттям "ціннісна орієнтація", який вперше був використаний в американській соціології, зокрема, Т. Парсонсом. Цінності формуються через усвідомлення соціальним суб'єктом потреби відносно об'єктів світу.

Система цінностей може включати в себе життєві уявлення про добро і зло, щастя, мету та сутність життя, а також загальнолюдські уявлення, такі як:

- цінності загальнолюдські (життя, здоров'я, благополуччя, сім'я, родина, освіта, правопорядок);

- соціальна справедливість (професійне становище, соціальний статус);

- моральні принципи в міжособистісних відносинах (чесність, альтруїзм, доброта);

- демократичні цінності (свобода слова, національний суверенітет);

- особисті цінності (патріотизм, належність до сім'ї);

- трансцендентальні цінності (віра в Бога, прагнення до абсолюту). [24;32].

Основні цінності, такі як прагнення до істини, творчість, краса, доброзичливість, участь, честь і гідність, втілюються та стають ключовими факторами при виборі цілей та умов змістовної діяльності. Це є фундаментом загальнолюдських цінностей.

Ціннісна орієнтація представляє собою індивідуальне та групове упорядкування цінностей, де одні цінності мають більше значення, ніж інші, що впливає на вибір цілей та засобів для їх досягнення. Ці ціннісні орієнтації є критичним елементом у свідомості особистості, що формує моральні, естетичні, правові, політичні, екологічні, економічні, ідеологічні знання, ідеї та переконання.

В.А. Василенко підкреслює, що цінність представляє собою момент значущості будь-якого явища, речі або справи, загально існуючий для життя людини, класу чи суспільства, і відображає роль цієї сутності в їхньому житті. [33]

За словами А. Здравомислова, ціннісні орієнтації є важливими компонентами внутрішньої структури особистості, вбудованими у її життєвий досвід та всі аспекти її існування. Вони відокремлюють важливе від неважливого для конкретної особистості [17].

Термін "цінність" тісно пов'язаний з поняттями "потреба" та "інтерес". Для задоволення цих потреб та інтересів важливо мати відповідні об'єкти, які є цінностями. Ці об'єкти можуть включати різноманітні явища природи, життя, продукти виробництва, матеріальні та духовні блага, суспільні факти, історичні події, моральні норми, закони, принципи, ідеали та ідеї [22].

Ціннісні орієнтації визначають наступне: загальну спрямованість інтересів і прагнень особистості; ієрархію індивідуальних переваг і закономірностей; цільові та мотиваційні програми; рівень уподобань; уявлення про реальність та механізми відбору на основі критеріїв значущості; ступінь готовності та рішучості реалізувати власний "життєвий проект".

Ціннісна орієнтація розвивається на основі основних цінностей, які мають різноманітний зміст та взаємозв'язки, як у житті окремих осіб, так і в історії людства в цілому. Вона визначає ціль та значення життя людини, але цінності, які приймаються в різний час або періоди, можуть відрізнятися для індивіда чи соціальної спільноти, оскільки їх спрямованість на різні цінності є різними. Ці аспекти визначають, що вважається важливим для особистості та її сприйняття або невизнання певних цінностей[13].

У ціннісній орієнтації цінності виступають як своєрідний орієнтир і регулятор поведінки та діяльності людини в її матеріальному та соціальному оточенні. Люди акцентують увагу на тих цінностях, які вони вважають найбільш важливими в даний момент і в майбутньому, досягають своїх інтересів і цілей, діючи на підставі власного досвіду.

Ціннісна орієнтація проявляється в оцінці себе, інших осіб та життєвих ситуацій, умінні організовувати та аналізувати життєві ситуації, умінні приймати рішення в умовах конфліктів та знаходити шляхи вирішення проблем.

О. Ядов виділяє три етапи у формуванні соціальної орієнтації: 1) усвідомлення потреби; 2) порівняння предметів та явищ навколишнього світу з власними потребами та розвиток установок; 2) формування власної

позиції щодо світу та свідоме ставлення до предметів, умов і способів задоволення потреб[19].

Ціннісна орієнтація, яка впливає на спрямованість потреб та інтересів особистості, визначає загальну систему мотивації та орієнтацію особистості. Як зауважив О.В. Шорохов: "Особистісна цілісність та стабільність у соціальному контексті є результатом стабільної системи цінностей, навколо якої формуються індивідуальні установки та інтереси" [20].

Включення ціннісної орієнтації у структуру особистості з метою розуміння основних соціальних впливів на мотивацію поведінки є характерним для уявлень соціальної групи про оточуюче середовище, яке охоплює соціально-економічні, моральні, культурні та соціальні аспекти [6]. Ціннісна орієнтація, що є одним із ключових складових утворень особистості, відображає осмислене ставлення людини до соціальної дійсності і визначає широкі мотивації її поведінки, глибоко впливаючи на всі аспекти її діяльності.

Реалізація ціннісної орієнтації людини залежить від внутрішніх та зовнішніх умов. Згідно з Яницьким, спрямованість особистості визначається не лише ціннісною орієнтацією, а й психологічними утвореннями типу "особистісний зміст", що розглядається як "відображення розуміння взаємозв'язку між мотивами (діяльністю) та цілями (діями)" [12].

Ціннісна орієнтація особистості виконує декілька ключових функцій: 1) узгоджує та об'єднує внутрішній світ особистості, що визначає її соціальну значущість; 2) визначає цілісність, оригінальність та унікальність кожної особистості; 3) регулює та визначає поведінку та дії людини в суспільстві.

Соціальні цінності відображаються в психологічній структурі людини як індивідуальні цінності. Чим вище значення цінності, що пов'язане зі задоволенням значної особистісної потреби, тим стійкішою вона стає для індивідуумів [11].

Сучасний стан дослідження впливу соціальних медіа на ціннісні орієнтації молоді показує, що ці платформи мають значний вплив на

формування як позитивних, так і негативних аспектів ціннісних орієнтацій. Згідно з дослідженням, проведеним науковцями, соціальні медіа відіграють важливу роль у формуванні споживацьких цінностей серед молоді, сприяючи підвищенню значення матеріального успіху та зовнішнього вигляду. Наприклад, вивчення впливу маркетингу соціальних медіа показало, що довіра до інфлюенсерів і їх привабливість можуть значно підвищити бажання молоді купувати продукти, що рекламуються цими інфлюенсерами, підкреслюючи важливість естетичних та матеріальних аспектів у їх ціннісних орієнтаціях [34].

Крім того, дослідження вказують на те, що соціальні медіа можуть як підвищувати обізнаність і соціальну участь серед молоді, так і сприяти зростанню рівня тривожності, депресії та соціального порівняння. Ці платформи створюють середовище, де молоді люди часто порівнюють себе з іншими, що може негативно впливати на їхню самооцінку та загальне благополуччя. Таким чином, соціальні медіа мають комплексний вплив на молодь, формуючи їхні ціннісні орієнтації через як позитивні, так і негативні соціальні взаємодії та контент [35].

Сучасний стан дослідження впливу соціальних медіа на ціннісні орієнтації молоді є комплексним і багатогранним. Науковці підкреслюють, що соціальні медіа мають значний вплив на формування як позитивних, так і негативних аспектів ціннісних орієнтацій молоді.

1.3. Методологічні принципи та підходи дослідження ролі соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді

Дослідження ролі соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді базується на різних методологічних принципах та підходах, спрямованих на розуміння впливу цих медіа на молодіжну аудиторію. Перш за все, дослідники звертають увагу на кілька аспектів: специфіку використання соціальних медіа молоддю, їх вплив на формування

цінностей та світогляду, а також роль соціальних медіа у становленні особистості та соціалізації.

Методологічною основою для дослідження впливу соціальних медіа на формування ціннісних орієнтацій української молоді було визначено наступні соціологічні концепції:

Теорія соціального порівняння Л. Фестінгера. Згідно з цією теорією, люди мають природну схильність до порівняння себе з іншими для оцінки власних здібностей та стану. Соціальні медіа значно підсилюють цей ефект, оскільки платформи створюють постійне середовище для соціального порівняння. Це може призводити до змін у самооцінці та ціннісних орієнтаціях молоді, що впливає на їхнє самовідчуття та життєві пріоритети [36].

Важливою для даного дослідження є і концепція одного з перших дослідників медіа, М. Маклюена, який досліджував комунікативні канали в культурі. Він розглядав інформаційне суспільство як світ, створений новітніми засобами масової комунікації, які він називав (media). Маклюен підкреслював, що мова медіа, як і будь-яка інша мова, є технологією, дію якої людина не усвідомлює. Ці засоби комунікації, хоча й очевидні, залишаються непомітними. Маклюен вважав, що медіа змінюють комунікацію людини з навколишнім світом, реорганізуючи її світосприйняття та спосіб життя. Маклюен попереджав, що медіа, занурюючи людину у світ мрій, намагаються заволодіти свідомістю споживача, що може мати серйозні наслідки [37].

В рамках цієї концепції, сама технологія або форма комунікації, через яку передається інформація, також має значення для формування людського досвіду та соціальних структур, ніж сам зміст переданих повідомлень. У контексті соціальних медіа, це означає, що платформи, через які молодь отримує інформацію та взаємодіє з іншими (наприклад, Facebook, Instagram, TikTok), формують їхні ціннісні орієнтації та соціальні норми не тільки через зміст, який вони споживають, але й через сам характер цих платформ.

Соціальні медіа створюють особливе середовище для комунікації, що відзначається швидким обміном інформацією, візуальною домінантністю та інтерактивністю. Це середовище стимулює миттєве задоволення та постійне порівняння з іншими, що може суттєво впливати на самооцінку та цінності молодих людей. Замість того, щоб лише аналізувати зміст повідомлень, які поширюються через соціальні медіа, концепція Маклюена допомагає зрозуміти, як саме структура та технологічні характеристики цих платформ формують способи мислення та поведінки користувачів.

Також у роботі використовувалась концепція мережевого суспільства, запропонована М. Кастельсом. У своїй теорії Кастельс стверджує, що сучасне суспільство є організованим переважно через мережі, які створюються і підтримуються інформаційними технологіями. За Кастельсом, мережеве суспільство характеризується наявністю глобальної мережі комунікацій, де соціальні медіа є частиною цієї мережі, яка забезпечує миттєвий обмін інформацією та взаємодію між людьми по всьому світу [38].

В рамках цієї концепції соціальні медіа, як важлива частина мережевого суспільства, можуть відігравати значну роль у формуванні ціннісних орієнтацій молоді. Соціальні медіа дозволяють молоді активно взаємодіяти з різними культурними, соціальними та політичними контекстами, що може сприяти формуванню глобальних цінностей та ідентичностей. Це включає, наприклад, поширення ідей толерантності, рівності та справедливості, які стають доступними через глобальні мережі комунікації. Також молодь активно бере участь у віртуальних спільнотах, де вони можуть знайти підтримку, обмінюватися ідеями та розвивати нові цінності. Це впливає на формування їхньої ідентичності та соціального капіталу, що визначає їхні ціннісні орієнтації та поведінку в реальному житті. Завдяки доступу до різноманітного контенту та взаємодії з людьми з різних культурних та соціальних середовищ, молодь може сприймати широкий спектр цінностей, що призводить до плюралізму та фрагментації ціннісних орієнтацій. Це може бути як позитивним, сприяючи розвитку критичного мислення та

толерантності, так і негативним, створюючи конфлікти цінностей та дезорієнтацію. Алгоритми соціальних медіа часто підсилюють певні погляди та цінності, створюючи "інформаційні бульбашки", де користувачі бачать лише ті погляди, які співпадають з їхніми власними. Це може призводити до поляризації та обмеження поглядів молоді.

Отже концепція мережевого суспільства Кастельса допомагає краще зрозуміти, як структурованість та функціонування соціальних медіа впливає на формування ціннісних орієнтацій молоді, враховуючи як позитивні, так і негативні аспекти цього впливу.

Методи дослідження включають аналіз контенту соціальних мереж, опитування, спостереження та інтерв'ю з користувачами.

Один із методологічних підходів полягає у вивченні впливу соціальних медіа на ціннісні орієнтації шляхом аналізу вмісту публікацій, коментарів та взаємодій між користувачами. Дослідники досліджують, які цінності та ідеали підтримуються та поширюються через соціальні мережі, і як це впливає на уявлення молоді про світ та їхні ціннісні орієнтації.

Крім того, використовуються методи анкетування та інтерв'ю, щоб дослідити особистий досвід користувачів соціальних медіа, їх мотивації та переживання. Це дозволяє отримати більш глибоке розуміння впливу соціальних медіа на формування цінностей та світогляду молоді.

Загалом, комбінація різних методологічних підходів дозволяє отримати комплексне розуміння ролі соціальних медіа в формуванні ціннісних орієнтацій української молоді. Це важлива база для розробки ефективних стратегій впливу на молодіжну аудиторію та побудови здорового та збалансованого медійного середовища.

РОЗДІЛ 2
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

2.1. Сутність та роль соціальних медіа в сучасному суспільстві

Соціальні медіа стали невід'ємною частиною сучасного суспільства, суттєво впливаючи на різні аспекти життя індивідів та спільнот. Визначення сутності соціальних медіа передбачає розуміння їх як цифрових платформ і технологій, які забезпечують інтерактивну комунікацію та обмін контентом між користувачами. До основних типів соціальних медіа належать соціальні мережі, блоги, форуми, віккі-проекти, а також платформи для обміну фотографіями, відео та іншими формами мультимедійного контенту [10, с.34]. Ключовою рисою соціальних медіа є можливість користувачів створювати та поширювати контент, взаємодіючи з іншими учасниками спільноти в режимі реального часу.

Роль соціальних медіа у сучасному суспільстві є багатогранною. Вони виконують функцію засобів масової інформації, пропонуючи альтернативні джерела новин і інформації, що дозволяє уникнути монополізації інформаційного простору традиційними медіа [11, с.57]. Це дає можливість громадянам отримувати різноманітну та збалансовану інформацію, що сприяє формуванню більш об'єктивного погляду на події та явища. Соціальні медіа також стають платформою для громадських дискусій і обговорень, надаючи користувачам можливість висловлювати свої думки, брати участь у формуванні громадської думки та впливати на процеси прийняття рішень [12, с.89].

Однією з найважливіших ролей соціальних медіа є їх вплив на соціалізацію та формування ідентичності. Вони надають користувачам можливість створювати і підтримувати соціальні зв'язки, спілкуватися з друзями і родиною, а також знаходити нових знайомих та однодумців [13,

с.45]. Це особливо важливо у сучасному світі, де мобільність і глобалізація часто призводять до розриву традиційних соціальних зв'язків. Соціальні медіа створюють нові форми соціальної взаємодії, що дозволяє людям залишатися на зв'язку, незважаючи на відстані та час [14, с.123].

Соціальні медіа також відіграють значну роль у культурному обміні та збереженні культурної спадщини. Вони дозволяють користувачам ділитися культурними цінностями, традиціями, звичаями і мистецькими досягненнями, сприяючи взаєморозумінню і толерантності між різними культурними групами [15, с.78]. Це сприяє збереженню та популяризації культурного розмаїття, а також формуванню глобальної культурної спільноти.

Важливою складовою ролі соціальних медіа є їхній вплив на економічні процеси. Вони стають потужним інструментом для маркетингу і реклами, дозволяючи компаніям ефективно досягати цільової аудиторії, просувати свої продукти і послуги, а також аналізувати ринкові тенденції і споживацькі уподобання [16, с.98]. Соціальні медіа відкривають нові можливості для електронної комерції, створюючи платформи для онлайн-торгівлі і бізнесу [17, с.67]. Це призводить до трансформації традиційних бізнес-моделей і сприяє розвитку нових форм підприємництва.

Одним з ключових аспектів впливу соціальних медіа на суспільство є їхній вплив на політичні процеси. Вони стають інструментом політичної мобілізації, допомагаючи активістам і громадським організаціям організовувати кампанії, залучати прихильників і поширювати інформацію про свої ініціативи [18, с.102]. Соціальні медіа також відіграють важливу роль у виборчих процесах, дозволяючи кандидатам і партіям взаємодіяти з виборцями, проводити агітацію і збирати зворотній зв'язок [19, с.56]. Це змінює динаміку політичної комунікації, роблячи її більш інтерактивною і доступною для широких верств населення.

Проте, попри всі позитивні аспекти, соціальні медіа мають і певні негативні наслідки. Одним з них є поширення дезінформації і фейкових новин, що може призводити до викривлення реальності і формування хибних

уявлень у суспільстві [20, с.87]. Соціальні медіа також можуть сприяти поляризації і радикалізації громадської думки, створюючи інформаційні бульбашки, де користувачі отримують інформацію, яка підтверджує їхні вже існуючі переконання [21, с.78]. Це може призводити до зростання соціальної напруги і конфліктів, ускладнюючи діалог і взаєморозуміння між різними групами.

Ще одним викликом, пов'язаним із соціальними медіа, є питання приватності і захисту персональних даних. Соціальні медіа збирають велику кількість інформації про своїх користувачів, що може використовуватися для таргетованої реклами, аналізу поведінки і навіть маніпуляції думкою [22, с.99]. Це створює ризики для приватності і безпеки користувачів, вимагаючи розробки і впровадження ефективних механізмів захисту даних.

Соціальні медіа продовжують трансформувати різні аспекти суспільного життя, забезпечуючи нові форми комунікації та взаємодії. Один з найпомітніших аспектів їхнього впливу – це трансформація медіаспоживання. Традиційні засоби масової інформації поступово втрачають монополію на інформаційний простір, адже соціальні медіа пропонують користувачам безпрецедентну можливість вибирати джерела новин і інформації, створюючи власний інформаційний потік [10, с.34]. Це явище відоме як фрагментація аудиторії, коли користувачі формують індивідуалізовані інформаційні середовища на основі своїх інтересів і переконань.

Окрім зміни способів споживання інформації, соціальні медіа значно впливають на спосіб її створення і розповсюдження. Кожен користувач може стати джерелом новин, блогером або інфлюенсером, що розширює можливості для громадянської журналістики і демократизує доступ до публічного висловлювання [11, с.57]. Це створює умови для більшої прозорості і підзвітності, але водночас підвищує ризики поширення недостовірної інформації і маніпуляцій.

Однією з важливих функцій соціальних медіа є їхня здатність об'єднувати людей навколо спільних інтересів і цілей. Вони створюють

платформи для формування спільнот, де користувачі можуть обмінюватися досвідом, підтримувати один одного і співпрацювати для досягнення спільних цілей [12, с.89]. Це особливо актуально для громадських рухів і організацій, які можуть мобілізувати ресурси і підтримку через соціальні мережі. Відомі приклади включають різні громадські кампанії, зокрема #MeToo, Black Lives Matter та інші рухи, які використовували соціальні медіа для привернення уваги до важливих соціальних проблем і організації масових акцій [13, с.45].

Варто також звернути увагу на роль соціальних медіа в освітньому процесі. Вони відкривають нові можливості для навчання і саморозвитку, дозволяючи користувачам доступати до широкого спектру освітніх ресурсів, онлайн-курсів і вебінарів [14, с.123]. Вчителі та викладачі використовують соціальні медіа для взаємодії зі студентами, організації навчальних груп і поширення навчальних матеріалів. Це сприяє створенню інтерактивного і гнучкого освітнього середовища, яке відповідає потребам сучасних учнів і студентів.

Значний вплив соціальні медіа мають і на культуру споживання. Вони сприяють формуванню нових моделей споживчої поведінки, де основну роль відіграють рекомендації і відгуки інших користувачів. Це явище, відоме як краудсорсинг, дозволяє користувачам приймати більш обґрунтовані рішення щодо придбання товарів і послуг [15, с.78]. Соціальні медіа також стимулюють розвиток економіки обміну, де люди обмінюються товарами і послугами, використовуючи онлайн-платформи [16, с.98]. Це створює нові можливості для підприємництва і сприяє розвитку малого бізнесу.

Однак, незважаючи на численні переваги, соціальні медіа також можуть мати негативний вплив на психічне здоров'я користувачів. Дослідження показують, що надмірне використання соціальних медіа може призводити до розвитку депресії, тривожності і проблем з самооцінкою [17, с.67]. Соціальні мережі часто сприяють формуванню ідеалізованих образів і стандартів, які можуть викликати у користувачів почуття невідповідності і незадоволеності

власним життям. Це підкреслює необхідність розробки стратегій з управління цифровою гігієною та сприяння здоровому використанню соціальних медіа.

Важливою складовою впливу соціальних медіа є також їхня роль у формуванні політичної культури. Вони створюють нові можливості для політичної освіти і залучення громадян до політичного процесу, сприяючи розвитку політичної свідомості і активізму [18, с.102]. Соціальні медіа дозволяють громадянам взаємодіяти з політиками, обговорювати політичні питання і організовувати акції протесту або підтримки. Це змінює традиційні форми політичної комунікації і робить політичний процес більш прозорим і доступним.

Не менш важливим аспектом є вплив соціальних медіа на корпоративну культуру і управління. Компанії використовують соціальні медіа для внутрішньої комунікації, взаємодії з клієнтами і побудови бренду [19, с.56]. Соціальні медіа допомагають компаніям швидко реагувати на зміни ринку, збирати зворотний зв'язок від споживачів і впроваджувати інновації. Вони також сприяють розвитку корпоративної соціальної відповідальності, дозволяючи компаніям ефективно комунікувати свої цінності і соціальні ініціативи [20, с.87].

Загалом, соціальні медіа стали невід'ємною частиною сучасного суспільства, впливаючи на різні сфери життя – від медіаспоживання і соціалізації до політики і бізнесу. Вони створюють нові можливості для взаємодії і розвитку, але водночас ставлять перед суспільством нові виклики, пов'язані з дезінформацією, захистом приватності і психічним здоров'ям. Розуміння сутності і ролі соціальних медіа є необхідним для ефективного використання їх потенціалу і мінімізації негативних наслідків [21, с.78].

Соціальні медіа також відіграють важливу роль у розвитку громадянського суспільства. Вони сприяють поширенню інформації про громадські ініціативи і проекти, дозволяють активістам залучати підтримку і ресурси, а також організовувати громадські кампанії і акції [22, с.99]. Це

створює умови для більш активної участі громадян у суспільному житті і сприяє розвитку демократичних процесів.

У наукових дослідженнях підкреслюється важливість соціальних медіа для підтримки соціальної згуртованості і зміцнення соціальних зв'язків. Вони допомагають користувачам знаходити однодумців, формувати соціальні групи за інтересами і підтримувати комунікацію навіть на великих відстанях [23, с.120]. Це особливо актуально у глобалізованому світі, де люди часто переїжджають і потребують нових способів підтримки соціальних контактів.

Водночас, соціальні медіа також піддаються критиці за їхню роль у поширенні шкідливого контенту і кібербулінгу. Відсутність ефективного контролю за контентом може призводити до поширення ненависті, дискримінації і насильства у віртуальному середовищі [24, с.131]. Це вимагає впровадження ефективних механізмів регулювання і контролю цієї сфери.

Таким чином, соціальні медіа відіграють ключову роль у сучасному суспільстві, забезпечуючи нові форми комунікації, взаємодії і розвитку. Вони впливають на інформаційний простір, соціалізацію, політику, бізнес і культуру, створюючи як можливості, так і виклики. Ефективне використання соціальних медіа вимагає розуміння їх сутності і ролі, а також впровадження стратегій, спрямованих на мінімізацію негативних наслідків і максимізацію позитивного впливу на суспільство [25, с.141].

Отже, соціальні медіа відіграють важливу і багатогранну роль у сучасному суспільстві, впливаючи на інформаційний простір, соціалізацію, економічні процеси і політичну комунікацію. Створюючи нові можливості для взаємодії і обміну інформацією, водночас вони ставлять перед суспільством нові виклики. Розуміння сутності і ролі соціальних медіа є необхідним для ефективного використання їх потенціалу і мінімізації негативних наслідків [23, с.120]. У цьому контексті важливим є подальше дослідження і аналіз впливу соціальних медіа на різні аспекти суспільного життя, що сприятиме формуванню більш збалансованого і критичного підходу до їх використання [24, с.131].

2.2. Особливості ціннісних орієнтацій української молоді

Особливості ціннісних орієнтацій української молоді формуються під впливом багатьох чинників, серед яких важливу роль відіграють історичні, соціокультурні, економічні та політичні умови. Ці орієнтації відображають глибокі зміни, що відбуваються в суспільстві, і є показником адаптації молодого покоління до нових реалій.

Ціннісні орієнтації української молоді формуються у контексті пострадянського періоду, коли відбувається зміна старих соціальних парадигм та встановлення нових норм і цінностей [1, с.45]. Одним з важливих аспектів є прагнення до особистої свободи і незалежності, що знаходить своє відображення у виборі професії, способі життя та політичних поглядах. Молоді люди прагнуть до самореалізації та розвитку власних здібностей, шукають можливості для самовираження і творчої діяльності [2, с.67].

У соціокультурному контексті на ціннісні орієнтації української молоді значний вплив має глобалізація та інформаційні технології. Вони сприяють поширенню культурних зразків і норм поведінки з інших країн, що приводить до змішування традиційних і сучасних цінностей [3, с.89]. Молодь активно користується соціальними медіа, які не лише забезпечують доступ до різноманітної інформації, але й впливають на формування світогляду і ціннісних пріоритетів. Це часто призводить до формування глобальної ідентичності, де молоді люди почуваються частиною ширшої, міжнародної спільноти [4, с.78].

Водночас, українська молодь зберігає сильні зв'язки з національною культурою і традиціями. Цінності сім'ї, взаємодопомоги, поваги до старших залишаються важливими елементами у їхньому житті. Незважаючи на вплив західної культури, традиційні цінності продовжують відігравати важливу роль у формуванні ідентичності молодих українців [5, с.56]. Це створює унікальну ситуацію, де нові цінності інтегруються з традиційними, формуючи складний і багатогранний набір ціннісних орієнтацій.

Економічні умови також значно впливають на ціннісні орієнтації молоді. Перехід від планової економіки до ринкової супроводжувався значними труднощами, що позначилося на матеріальному становищі населення. Молоді люди часто стикаються з проблемами працевлаштування, низькими заробітками і відсутністю стабільності [6, с.103]. Це змушує їх шукати альтернативні шляхи досягнення успіху і матеріального благополуччя, такі як підприємництво, фріланс і робота за кордоном. Прагнення до фінансової незалежності стає важливим елементом ціннісних орієнтацій української молоді [7, с.134].

Політичні події останніх десятиліть також відіграли важливу роль у формуванні ціннісних орієнтацій. Революція Гідності та подальша війна на сході України вплинули на патріотичні настрої молоді, підвищили рівень громадянської свідомості і активності [8, с.78]. Молоді українці стали більш зацікавленими у політичних процесах, брати участь у громадських ініціативах і волонтерській діяльності. Патріотизм, прагнення до незалежності і демократичних перетворень стали важливими складовими їхнього ціннісного набору [9, с.111].

Освіта є ще одним важливим чинником, що впливає на ціннісні орієнтації молоді. Українська система освіти переживає процес реформ, спрямованих на інтеграцію в європейський освітній простір і підвищення якості навчання. Це сприяє формуванню нових ціннісних пріоритетів, орієнтованих на знання, компетентність і професіоналізм [10, с.99]. Молоді люди прагнуть отримати якісну освіту, яка б відповідала вимогам сучасного ринку праці і забезпечувала можливості для кар'єрного зростання і особистого розвитку.

Слід також зазначити вплив релігії на ціннісні орієнтації української молоді. Хоча рівень релігійності серед молодих людей знижується, традиційні релігійні цінності, такі як моральність, етика, духовність, продовжують мати значення [11, с.67]. Релігійні організації відіграють роль у

соціалізації молоді, підтримуючи моральні норми і цінності, спрямовані на добро, справедливість і взаємодопомогу.

Ціннісні орієнтації української молоді також формуються під впливом соціальних медіа і популярної культури. Вони сприяють поширенню сучасних тенденцій, моди, стилю життя, що стають частиною ідентичності молодих людей. Соціальні медіа надають можливості для самовираження, творчості і взаємодії, що сприяє формуванню нових цінностей і пріоритетів [12, с.45].

Окрім того, важливим аспектом є роль гендерних відносин у формуванні ціннісних орієнтацій. Гендерні стереотипи і очікування, що існують у суспільстві, впливають на вибір життєвого шляху, професії і стилю життя молоді. Зміни в гендерних ролях і зростаюча підтримка гендерної рівності сприяють формуванню нових цінностей, орієнтованих на справедливість і рівноправність [13, с.78].

На додаток до цього, урбанізація і міграційні процеси також впливають на ціннісні орієнтації молоді. Переміщення до міст і інші країни створюють нові умови для соціалізації, збагачують культурний досвід і сприяють формуванню нових ціннісних орієнтацій. Молоді люди, які проживають у містах або за кордоном, часто більш відкриті до змін, нових ідей і культурного обміну [14, с.123].

Важливо також відзначити, що ціннісні орієнтації української молоді не є статичними і однорідними. Вони змінюються під впливом нових соціальних, економічних і політичних умов, відображаючи динаміку сучасного суспільства. Молоді люди активно адаптуються до змін, шукають нові можливості і шляхи для самореалізації, що робить їхні ціннісні орієнтації гнучкими і багатогранними [15, с.89].

У висновку, ціннісні орієнтації української молоді є результатом складної взаємодії різних чинників, серед яких важливу роль відіграють історичні події, соціальні зміни, економічні умови і культурні впливи. Вони відображають прагнення до особистої свободи, самореалізації, матеріального

благополуччя і громадянської активності, а також збереження традиційних цінностей і національної ідентичності [16, с.134]. Ці орієнтації є показником адаптації молодого покоління до сучасних реалій і визначають їхній життєвий шлях та пріоритети [17, с.45].

Продовжуючи розгляд особливостей ціннісних орієнтацій української молоді, варто звернути увагу на вплив міжнародного середовища та глобальних процесів на формування ціннісних пріоритетів. Українська молодь активно залучається до глобальних інформаційних і культурних потоків, що сприяє формуванню нових цінностей та норм поведінки. Це включає як позитивні аспекти, такі як толерантність, відкритість до нових ідей і культур, так і виклики, пов'язані з культурною гомогенізацією та втратою національної ідентичності [1, с.34].

Особливу увагу варто приділити впливу освітніх обмінів і програм мобільності, таких як Erasmus+ та інші міжнародні програми, які надають можливості українській молоді здобувати освіту за кордоном, знайомитися з іншими культурами і розширювати свої горизонти. Ці програми сприяють формуванню нових ціннісних орієнтацій, таких як прагнення до високої якості освіти, професійної мобільності та міжкультурного діалогу [2, с.67]. Молоді люди, які беруть участь у таких програмах, часто повертаються додому з новими ідеями та підходами, які впливають на їхні життєві вибори та ціннісні пріоритети.

Не менш важливим є вплив сучасних медіа і розважальної індустрії на ціннісні орієнтації молоді. Молоді українці активно споживають контент, створений міжнародними медіакомпаніями, що включає фільми, серіали, музичні твори та інші форми мистецтва. Це впливає на формування їхніх естетичних уподобань, уявлень про успіх, стосунки і спосіб життя [3, с.78]. Наприклад, популярні серіали та фільми часто пропонують молоді моделі поведінки і життєві сценарії, які стають орієнтирами для наслідування.

Важливим аспектом формування ціннісних орієнтацій є також участь молоді у громадських і політичних рухах. Після подій Революції Гідності та у

зв'язку з триваючим конфліктом на сході України, патріотизм і громадянська відповідальність стали важливими цінностями для багатьох молодих українців [4, с.56]. Вони активно беруть участь у волонтерській діяльності, підтримують громадські ініціативи і акції, що сприяє формуванню цінностей солідарності, відповідальності і взаємодопомоги. Молодь, залучена до таких активностей, часто відчуває свою причетність до процесів, що відбуваються в країні, і прагне зробити свій внесок у її розвиток.

Ще одним важливим аспектом є роль сім'ї у формуванні ціннісних орієнтацій молоді. Незважаючи на вплив глобалізаційних процесів і сучасних технологій, родина залишається важливим інститутом соціалізації. Сімейні цінності, такі як любов, підтримка, взаєморозуміння, продовжують відігравати ключову роль у житті молодих людей [5, с.89]. Вплив сім'ї проявляється у виборі життєвих пріоритетів, моральних норм і принципів поведінки, що створює основу для формування особистості.

Ціннісні орієнтації української молоді також відображаються у їхньому ставленні до здоров'я і способу життя. Останнім часом спостерігається зростання інтересу до здорового способу життя, спорту і правильного харчування. Молодь все більше усвідомлює важливість фізичного та психічного здоров'я, що стає частиною їхніх ціннісних пріоритетів [6, с.103]. Це проявляється у популярності спортивних заходів, фітнес-центрів, здорового харчування і практик, спрямованих на підтримку здорового способу життя.

Також варто звернути увагу на вплив цифрових технологій і Інтернету на формування ціннісних орієнтацій молоді. Вони змінюють спосіб комунікації, навчання, роботи і розваг. Молоді люди активно користуються цифровими платформами для самовираження, навчання і соціалізації, що формує нові цінності, такі як відкритість, інноваційність, гнучкість і адаптивність [7, с.56]. Інтернет надає можливості для самонавчання, розвитку творчих здібностей і залучення до глобальних інформаційних потоків, що сприяє формуванню сучасних ціннісних орієнтацій.

Важливим є також гендерний аспект ціннісних орієнтацій. Сучасна молодь все більше підтримує ідеї гендерної рівності і справедливості. Це відображається у прагненні до рівних можливостей у навчанні, кар'єрі і соціальному житті незалежно від статі [8, с.67]. Зростає підтримка гендерних прав і боротьби проти дискримінації, що є важливим елементом сучасних ціннісних орієнтацій молоді.

Ціннісні орієнтації української молоді також знаходять своє відображення у ставленні до екологічних питань. Зростає усвідомлення важливості збереження довкілля, що проявляється у підтримці екологічних ініціатив, участі у волонтерських заходах з прибирання територій, сортуванні відходів і інших формах екологічної активності [9, с.78]. Молодь прагне жити у гармонії з природою, зберігати природні ресурси і підтримувати стійкий розвиток.

Ще одним аспектом є вплив кризових ситуацій на ціннісні орієнтації молоді. Економічні кризи, пандемія COVID-19 та інші глобальні виклики впливають на ціннісні пріоритети, змушуючи молодих людей переосмислювати свої життєві цілі і способи досягнення успіху [10, с.45]. Вони стають більш гнучкими і адаптивними, шукають нові можливості для розвитку і самореалізації в умовах нестабільності.

Підсумовуючи, можна сказати, що ціннісні орієнтації української молоді формуються під впливом багатьох чинників, серед яких важливу роль відіграють глобалізація, освітні програми, медіа і розважальна індустрія, політична активність, сімейні цінності, здоровий спосіб життя, цифрові технології, гендерна рівність, екологічна свідомість і кризові ситуації [11, с.78]. Ці орієнтації відображають прагнення молоді до самореалізації, особистої свободи, матеріального благополуччя, громадянської активності і збереження національної ідентичності [12, с.56].

Українська молодь демонструє здатність адаптуватися до змін, інтегрувати нові цінності і зберігати традиційні, що створює унікальний набір ціннісних орієнтацій, які визначають їхнє життя і діяльність [13, с.67].

Цінності молоді є показником глибоких соціальних змін, які відбуваються в Україні, і їхнє вивчення є важливим для розуміння напрямків розвитку суспільства в майбутньому [14, с.103].

У підсумку, ціннісні орієнтації української молоді є багатогранним і динамічним феноменом, який відображає складність і різноманітність впливів, що формують сучасне покоління. Молодь активно шукає нові шляхи для реалізації своїх потенціалів, інтегруючи традиційні цінності з сучасними викликами і можливостями, що робить її важливим агентом соціальних змін і розвитку [15, с.89]. Розуміння цих ціннісних орієнтацій є ключем до ефективної роботи з молоддю і підтримки їх у досягненні життєвих цілей [16, с.134].

2.3. Роль соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді

Соціальні медіа відіграють визначальну роль у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді, оскільки вони стали важливим інструментом комунікації, соціалізації та впливу на світогляд молодих людей. Взаємодія через соціальні мережі не лише забезпечує обмін інформацією, а й впливає на формування особистісних і суспільних цінностей, що робить соціальні медіа потужним засобом впливу на молодь.

Один з основних аспектів впливу соціальних медіа на ціннісні орієнтації полягає у їхній здатності створювати та поширювати різноманітний контент, який охоплює всі сфери життя – від новин і освіти до розваг і культури. Соціальні медіа стали платформою, де молоді люди отримують інформацію, обговорюють актуальні події, формують свої думки і переконання. Це забезпечує молоді можливість доступу до різних точок зору, що сприяє формуванню критичного мислення та здатності аналізувати інформацію [26, с.45].

Крім того, соціальні медіа є важливим засобом самовираження та ідентифікації для молоді. Вони дозволяють створювати персональні профілі,

ділитися думками, фотографіями, відео та іншими формами контенту, що сприяє формуванню індивідуальної ідентичності. Молоді люди використовують соціальні медіа для самопрезентації, що дозволяє їм знайти однодумців і створити власні соціальні кола. Це впливає на формування їхніх ціннісних орієнтацій, оскільки вони отримують підтримку та схвалення від своєї спільноти, що стимулює їх до розвитку певних рис і поведінкових моделей [27, с.78].

Соціальні медіа також сприяють формуванню цінностей через взаємодію з різними соціальними групами і спільнотами. У соціальних мережах молоді люди можуть приєднуватися до груп за інтересами, брати участь у обговореннях, дізнаватися про нові тенденції і обмінюватися досвідом. Це сприяє розширенню їхніх горизонтів, підвищенню рівня обізнаності про різні культури, соціальні явища і проблеми. Таким чином, соціальні медіа сприяють формуванню толерантності, відкритості до нових ідей і культур, що є важливими складовими сучасних ціннісних орієнтацій [28, с.89].

Особливе значення мають соціальні медіа у формуванні політичних і громадянських цінностей. Вони забезпечують платформу для політичної освіти, участі у громадських ініціативах, обговорення політичних подій і процесів. Молодь активно використовує соціальні мережі для організації акцій протесту, підтримки соціальних і політичних кампаній, що сприяє формуванню громадянської свідомості і відповідальності [29, с.103]. Соціальні медіа допомагають молодим людям усвідомлювати свою роль у суспільстві і спонукають їх до активної участі у суспільно-політичному житті.

Вплив соціальних медіа на формування ціннісних орієнтацій також проявляється у сфері споживання. Молодь активно стежить за трендами, рекомендаціями інфлюенсерів, відгуками про продукти і послуги, що формує їхні споживчі уподобання і цінності. Соціальні медіа створюють умови для формування нових моделей споживчої поведінки, орієнтованих на

екологічність, етичність і відповідальне споживання [30, с.56]. Це сприяє формуванню цінностей, пов'язаних із збереженням довкілля, підтримкою соціальних проектів і етичним ставленням до виробництва і споживання.

Роль соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій молоді також відображається у впливі на їхнє ставлення до освіти і професійного розвитку. Можливість доступу до онлайн-курсів, вебінарів, навчальних матеріалів і професійних мереж сприяє формуванню цінностей, орієнтованих на саморозвиток, знання і компетентність. Молодь використовує соціальні медіа для пошуку інформації про кар'єрні можливості, навчальні програми і стажування, що сприяє підвищенню їхньої професійної мобільності і конкурентоспроможності [31, с.78].

Соціальні медіа також впливають на формування гендерних цінностей і норм. Вони сприяють поширенню ідей гендерної рівності, боротьби проти дискримінації і насильства. Молодь активно підтримує кампанії за права жінок, ЛГБТ+ спільноти та інших маргіналізованих груп, що сприяє формуванню цінностей справедливості, рівності і поваги до прав людини [32, с.67]. Це робить соціальні медіа важливим інструментом у просуванні гендерних і соціальних змін у суспільстві.

Важливим аспектом є також вплив соціальних медіа на психічне здоров'я і благополуччя молоді. Соціальні медіа можуть як позитивно, так і негативно впливати на самооцінку, емоційний стан і психічне здоров'я молодих людей. Вони надають можливість отримувати підтримку і допомогу, але водночас можуть сприяти розвитку тривожності, депресії і проблем з самооцінкою через порівняння з іншими користувачами і тиск суспільних стандартів краси і успіху [3, с.89]. Це підкреслює важливість формування цінностей, орієнтованих на здорове і відповідальне використання соціальних медіа.

Нарешті, соціальні медіа відіграють ключову роль у формуванні цінностей, пов'язаних із творчістю і самовираженням. Молоді люди використовують соціальні мережі для поширення своїх творчих робіт, участі

у різних конкурсах і проектах, що сприяє розвитку їхніх творчих здібностей і самореалізації [3, с.103]. Це формує цінності, пов'язані з інноваційністю, креативністю і самовираженням, що є важливими у сучасному світі.

Продовжуючи дослідження ролі соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді, варто звернути увагу на специфічні механізми впливу цих платформ на процес соціалізації. Соціальні медіа не лише забезпечують доступ до інформації, але й формують специфічне середовище, де відбувається активна взаємодія, обмін ідеями та досвідом. Це середовище, завдяки своїй інтерактивності, відіграє вирішальну роль у формуванні цінностей та установок молодих людей [26, с.45].

Одним із ключових механізмів впливу соціальних медіа є алгоритми, які використовують платформи для персоналізації контенту. Ці алгоритми аналізують поведінку користувачів, їхні уподобання і взаємодії, що дозволяє пропонувати їм контент, який відповідає їхнім інтересам. Це створює певну інформаційну бульбашку, де користувачі отримують лише ту інформацію, яка підтверджує їхні вже існуючі погляди і цінності [27, с.78]. З одного боку, це може сприяти зміцненню певних ціннісних орієнтацій, але з іншого – обмежує можливості для критичного мислення та усвідомлення альтернативних точок зору.

Соціальні медіа також виступають потужним засобом впливу через так звані інфлюенсери – людей, які мають значну кількість підписників і можуть впливати на думки і поведінку своїх фоловерів. Інфлюенсери часто стають рольовими моделями для молоді, яка прагне наслідувати їхній спосіб життя, цінності і поведінкові моделі. Це може бути як позитивним, коли інфлюенсери просувають здоровий спосіб життя, екологічну свідомість чи соціальну відповідальність, так і негативним, коли вони сприяють поширенню шкідливих звичок чи поверхневих цінностей [28, с.89].

Важливим аспектом є також вплив соціальних медіа на формування громадянських і політичних цінностей. Соціальні платформи стали важливим інструментом для мобілізації молоді, організації протестів і громадських

кампаній. Молоді люди використовують соціальні медіа для координації дій, поширення інформації про соціальні і політичні події, а також для вираження своїх поглядів і переконань [29, с.103]. Це сприяє розвитку громадянської активності і формуванню цінностей, орієнтованих на демократичні принципи, справедливість і права людини.

Одним з особливих механізмів впливу є також можливість соціальних медіа для створення і підтримки соціальних зв'язків. У сучасному світі, де мобільність і глобалізація часто призводять до розриву традиційних соціальних зв'язків, соціальні медіа надають можливість підтримувати контакти з родиною, друзями і знайомими, незалежно від відстані [30, с.56]. Це сприяє формуванню цінностей, пов'язаних із соціальною підтримкою, взаємодопомогою і збереженням родинних зв'язків.

Соціальні медіа також відіграють важливу роль у просуванні ідеалів гендерної рівності і боротьби проти дискримінації. Платформи надають можливість для поширення інформації про гендерні проблеми, організації кампаній за права жінок і ЛГБТ+ спільноти, що сприяє формуванню цінностей рівності, справедливості і поваги до різноманітності [31, с.78]. Молодь, залучена до таких ініціатив, розвиває свідомість щодо важливості гендерної рівності і активно підтримує відповідні соціальні зміни.

Варто також звернути увагу на роль соціальних медіа у формуванні екологічної свідомості серед молоді. Платформи дозволяють поширювати інформацію про екологічні проблеми, організовувати кампанії з захисту довкілля, залучати молодих людей до екологічних проектів і волонтерських акцій [32, с.67]. Це сприяє формуванню цінностей, пов'язаних із збереженням природи, стійким розвитком і відповідальним споживанням, що стають все більш важливими у сучасному світі.

Соціальні медіа також впливають на процеси соціальної інтеграції і включення. Вони забезпечують платформи для маргіналізованих і вразливих груп, де ті можуть знаходити підтримку, висловлювати свої думки і боротися за свої права. Це сприяє формуванню цінностей інклюзивності, солідарності і

соціальної справедливості серед молоді [33, с.89]. Молодь, яка бере участь у таких спільнотах, розвиває усвідомлення важливості рівних можливостей для всіх і підтримки тих, хто потребує допомоги.

Значну роль у формуванні ціннісних орієнтацій відіграє також комунікація і взаємодія між різними культурними групами. Соціальні медіа створюють умови для культурного обміну, що сприяє взаєморозумінню і повазі до різноманітності. Молодь може дізнаватися про культуру, традиції і звичаї інших народів, що формує цінності толерантності і відкритості [34, с.103]. Це особливо важливо в умовах глобалізації, коли взаємодія між різними культурами стає все більш інтенсивною.

Підсумовуючи, можна сказати, що соціальні медіа відіграють багатогранну і значущу роль у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді. Вони впливають на всі аспекти життя молодих людей – від особистісного розвитку і самовираження до участі у громадському і політичному житті. Соціальні медіа сприяють формуванню нових цінностей і норм поведінки, але водночас ставлять перед суспільством виклики, пов'язані з інформаційною безпекою, психічним здоров'ям і відповідальним використанням цифрових технологій [35, с.78]. Розуміння цієї ролі є ключовим для розробки ефективних стратегій підтримки молоді у їхньому розвитку і формуванні позитивних ціннісних орієнтацій.

РОЗДІЛ 3
ЕМПІРИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

3.1. Обґрунтування методів емпіричного дослідження ролі соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді

Соціальні медіа відіграють значну роль у житті сучасної молоді, впливаючи на її цінності, погляди та поведінку. Емпіричне вивчення цього впливу є важливим для розуміння соціокультурних процесів в українському суспільстві.

Оскільки феномен сам по собі є комплексним і складним для дослідження, в рамках цієї роботи було вирішено використовувати комбінований підхід до збору інформації та аналізу даних.

Комбіновані методи дослідження, або мікс-методи, передбачають використання як кількісних, так і якісних методів для збору та аналізу даних. Це підхід, який дозволяє отримати більш комплексне та багатогранне розуміння досліджуваної проблеми [38].

Використання мікс-методів у дослідженні ролі соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді має декілька переваг:

1. Комплексність даних. Поєднання кількісних та якісних методів дозволяє зібрати як статистичні дані, так і глибинні (проаналізувати контекст, заглибитись у суб’єктивні значення тощо).
2. Застосування комплексного підходу дозволяє провести тріангуляцію даних. Використання різних методів для перевірки одних і тих же явищ забезпечує більш надійні та достовірні результати.
3. Збалансованість. Кількісні методи надають можливість охоплення вибірки, тоді як якісні методи забезпечують глибоке розуміння мотивацій та контексту.

У даній роботі у контексті дослідження ролі соціальних медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді було використано з

використанням комплексного підходу було застосовано два методи збору соціологічної інформації: опитування у формі онлайн анкетування та аналіз профлів у соціальних мережах.

Метою опитування було виявлення загальних тенденцій у використанні молодими людьми соціальних медіа та визначення того, чи вважають вони, що медіа впливають на їхні ціннісні орієнтації. Збір інформації проводився онлайн, анкета розповсюджувалась у соціальних медіа, оскільки це дозволило одразу знайти цільову аудиторію, а саме молодь, яка є активними користувачами соціальних медіа.

Інструментарієм була онлайн-анкета, яка включала запитання про частоту використання різних соціальних медіа-платформ, типи контенту, який споживається, та оцінку впливу цього контенту на особисті цінності. Вибірка: Молодь віком від 18 до 35 років, яка активно користується соціальними медіа (кожного дня).

Як додатковий, було орано метод аналізу профілів у соціальних медіа. Цей метод має переваги для дослідження нашої теми:

1. Профілі в соціальних медіа містять контент, який відображає щоденне життя, інтереси та ціннісні орієнтації користувачів.
2. Багато профілів є публічними, що забезпечує легкий доступ до інформації без необхідності отримання згоди респондентів.
3. Також цей метод дозволяє аналізувати як текстовий (дописи, коментарі), так і візуальний контент (фотографії, відео), що дає повніше уявлення про цінності, які транслюються. А також можливість досліджувати образи, символи, кольори та стилі, що використовуються в постах.
4. Можливість відстеження трендів і нових явищ, що виникають у молодіжному середовищі.

Однак, також варто зазначити і обмеження цього методі для нашої роботи. Перш за все, це «вибірковість контенту». Користувачі часто показують у соціальних медіа тільки те, що хочуть, щоб бачили інші, що

може спотворювати реальне уявлення про їхні цінності та життя. Використання фільтрів та редагування фотографій також може створювати нереалістичні образи, які не відображають справжні ціннісні орієнтації. Деякі профілі можуть бути приватними, що обмежує доступ до їх контенту. Також є обмеження при аналізі інформації, адже візуальний контент може бути складним для інтерпретації через суб'єктивність сприйняття дослідника, а зображення та дописи можуть мати різні значення для різних людей, що ускладнює однозначну інтерпретацію.

Для аналізу у нашій роботі було обрано Instagram, як одне з найбільш популярних серед молоді соціальне медіа. Так, за даними дослідження, Міжнародного республіканського інституту, найпопулярнішою соціальною мережею серед українців віком від 16 до 35 років є Instagram. Instagram лідирує серед молоді: ним користуються 82% підлітків віком 13-15 років та 64% молодих людей віком 16-35 років. На другому місці серед користувачів віком 16-35 років знаходиться Facebook, яким користуються 61% цієї вікової групи [39].

Метою аналізу було дослідити візуальний та текстовий контент для виявлення тих ціннісних орієнтацій, які транслюються молодіжній аудиторії. Для цього ми проаналізували контент профілів топ-10 Instagram блогерів України.

3.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження

На першому етапі дослідження ми провели опитування у формі онлайн анкетування для того, щоб визначити ціннісні орієнтації молоді, її ставлення до соціальних медіа та особливості їх використання. Дослідження проводилося серед молоді віком від 18 до 35 років, яка активно (кожного дня) користується соціальними медіа. Анкета розповсюджувалась на платформах соціальних медіа та у месенджерах, що дозволило отримати доступ до цільової аудиторії. Загалом у дослідженні взяло участь 128 осіб, 68% - жіночої та 32% - чоловічої статі.

Основні результати:

Найбільш популярні соціальні медіа та частота їх використання (загальний % перевищує 100% по цим питанням, оскільки був можливий вибір не більше 3-х варіантів відповіді) за результатами дослідження:

1. Instagram. 85% респондентів використовують Instagram. 70% використовують його щоденно для спілкування з друзями, перегляду зображень та відео, а також для створення власного контенту.
2. Facebook. 71% респондентів використовуює Facebook. 55% використовують Facebook щоденно для зв'язку з родиною та друзями, отримання новин та участі у групах і спільнотах.
3. YouTube. 60% респондентів використовують YouTube. 52% використовують YouTube щоденно для перегляду відео з різних тематик, включаючи розважальний контент та новини.
4. TikTok. 58% респондентів використовують TikTok. 59% використовують TikTok щоденно для перегляду коротких розважальних відео.
5. Twitter. 15% респондентів використовують Twitter. 5% використовують Twitter щоденно для отримання новин, висловлення думок і спілкування з іншими користувачами.

Опитування підтвердило високу популярність Instagram серед української молоді, яка активно використовує цю платформу для соціальної взаємодії та особистого розвитку. Facebook також залишається популярним для зв'язку із друзями та родиною. YouTube і TikTok використовуються в основному для перегляду відеоконтенту.

Основні базові ціннісні орієнтації, що важливі для молоді визначені за результатами дослідження, включають: успіх, розвиток і самовдосконалення, фінансову забезпеченість, свободу самовираження, розваги та споживання, а також стосунки та кохання.

Оцінка відсотків за кожною ціннісною орієнтацією:

1. Успіх, розвиток і самовдосконалення. 78% респондентів відзначили, що вони використовують соціальні медіа для пошуку інформації про освітні та професійні можливості, а також для вдосконалення своїх навичок та навчання новим речам.

2. Фінансова забезпеченість. 45% респондентів зазначили, що вони використовують соціальні медіа для отримання інформації про кар'єрні можливості та бізнес-ідеї. Вони також спілкуються з професійними спільнотами для розвитку своїх кар'єрних перспектив.

3. Свобода самовираження. 82% респондентів використовують соціальні медіа для висловлення своїх думок та переконань, обміну ідеями та спілкування з різними культурними та соціальними групами.

4. Розваги. 70% респондентів використовують соціальні медіа для розваг (в т.ч. перегляд відео та фото, пошук цікавої інформації). Також вони використовують платформи для спілкування з друзями та організації відпочинку.

5. 53% респондентів заявили, що вони стежать за продуктами та послугами, які їм цікаві або які вони споживають, а також здійснюють покупки (28%).

Дані свідчать, що соціальні медіа відіграють важливу роль у житті молоді України, сприяючи не тільки їхньому особистому та професійному розвитку, але і самовираженню, отриманню інформації про кар'єрні можливості та організації розваг та відпочинку. Важливо надалі вивчати і контролювати цей вплив для забезпечення здорового використання соціальних медіа серед молоді.

Також ми дослідили ставлення користувачів соціальних медіа до таких цінностей як міжособистісні відносини, любов (кохання) та сім’я.

70% респондентів назвали відносини з друзями, партнерами та родиною як важливий аспект їхнього життя і активно публікують та коментують відповідні контенти в соціальних мережах. 48% респондентів заявили про свою зацікавленість у публікаціях та спілкуванні на теми кохання

та романтики у соціальних мережах. 34% респондентів активно обговорюють теми, пов'язані зі сім'єю, такі як виховання дітей чи родинні події.

Тож відносини з друзями та коханою людиною є важливими цінностями для молоді в Україні. Теми кохання також мають своє місце в їхньому онлайн-спілкуванні, в той час як сімейні цінності менш активно висвітлюються у соціальних мережах.

Опитування також включало питання про те, за ким користувачі стежать у соціальних медіа. 92% респондентів заявили, що вони стежать за своїми друзями та знайомими у соціальних медіа, щоб бути в курсі їхніх життєвих подій і активностей. 68% респондентів вказали, що вони стежать за публічними особистостями та політиками для отримання новин та цікавої інформації про їхні дії та досягнення. 42% відповідей показали, що молодь також стежить за брендами та компаніями, щоб бути в курсі нових продуктів, пропозицій і знижок. 12% респондентів назвали інших осіб, за якими вони стежать у соціальних мережах, таких як колеги, блогери, місцеві громадські діячі тощо.

Результати підтверджують, що стеження за друзями та знайомими є найпоширенішою практикою серед молоді в соціальних мережах. Публічні особистості та бренди також мають значний вплив на їхні інтереси та сприйняття. Ці дані демонструють, що соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні і підтримці соціальних зв'язків та інформаційного сприйняття серед молоді в Україні.

На другому етапі дослідження ми проаналізували візуальний та текстовий контент, який розповсюджується у Instagram як найбільш популярному серед молоді соціальному медіа, для виявлення тих ціннісних орієнтацій, які транслюються молодіжній аудиторії. Для цього ми проаналізували контент профілів топ-10 Instagram блогерів України (див. табл. 3.1.) [40] (за результатами 2023 р., оскільки 2024 р. ще не завершився).

Таблиця 3.1.

Топ-10 Instagram блогерів України (2023 р.) [40]

№º	Ім'я в Instagram	Ім'я власника	Стать	Кількість підписників
1	@zelenskiy_official	Володимир Зеленський	Ч	17,0 млн.
2	@kl.natik_	Марчук Наталія	Ж	14,8 млн.
3	@ververa	Віра Галушка	Ж	10,3 млн.
4	@poplavskiy_michail	Михайло Поплавський	Ч	8,2 млн.
5	@doctor_komarovskiy	Доктор Комаровський	Ч	8,0 млн
6	@vladimirshmondenko	VLADIMIR1 & mr ANATOLY	Ч	7,4 млн.
7	@kamenskux	Анастасія Каменських	Ж	5,4 млн.
8	@iamgeegun	Денис Джиган	Ч	5,3 млн.
9	@nadyadorofeeva	Надія Дорофєєва	Ж	5,3 млн.
10	@sofia_stuzhuk	Софія Стужук	Ж	5,1 млн.

Виявлені ціннісні орієнтації:

1. Самовираження та індивідуальність. Блогери активно пропагують самовираження через унікальний стиль одягу, вибір мейкапу та зачіски, догляду за тілом, а також через креативний фото та відео контент.

2. Матеріальний успіх та розкішний стиль життя. Відображення розкішного способу життя через постійні відвідування розкішних місць, показ автомобілів, гардеробу та відпочинку, підкреслення статусу через брендові речі.

3. Соціальний успіх та популярність. Зосередженість на збільшенні кількості підписників, отримання визнання від партнерів та естетичний вигляд профілю, проведення розіграшів тощо.

4. Стосунки та кохання. Акцентується також увага на відображенні щасливих моментів з партнером, романтичних подорожах, святкуваннях річниць та інших подіях, пов'язаних із стосунками. Фотографії та відео часто включають посмішки, обійми, поцілунки, що підкреслюють глибокі особисті зв'язки із значимими людьми. Інфлюенсери, які спеціалізуються на темі стосунків та кохання, часто публікують поради щодо збереження відносин,

особистий досвід, історії успіху у відносинах, а також співпрацюють з брендами, що пропонують продукти для пар. Це може відігравати важливу роль у формуванні уявлень про норму стосунків серед користувачів соціальних мереж.

Також окремо можна виділити профіль В. Зеленського. Його популярність пов'язана не з розважальним контентом, а з його політичною активністю як президента країни. Основні ціннісні орієнтації, які транслюються через профіль В. Зеленського: патріотизм, політична активність та лідерство. Зеленський часто акцентує увагу на успіхах і перемогах країни у військовий час. Профіль також підкреслює принципи відкритості та доступності у взаємодії з громадянами та ЗМІ, зокрема через регулярні відеотрансляції.

Аналізуючи ціннісні орієнтації, виявлені в опитуванні, і контент, що розповсюджується у соціальних мережах, можна побачити відповідність між інтересами молоді і спілкуванням на платформах. Це підкріплює важливість соціальних мереж як інструменту для вираження особистих цінностей, поширення ідей та знаходження схожих зацікавлень серед різних груп користувачів.

3.3. Рекомендації щодо вдосконалення взаємодії молоді з соціальним медіа в сучасному інформаційному середовищі

У сучасному інформаційному середовищі взаємодія молоді з соціальними медіа набуває особливої важливості, адже ці платформи впливають на формування світогляду, ціннісних орієнтацій та поведінкових моделей. Для забезпечення позитивного впливу соціальних медіа на молодь, необхідно впроваджувати низку рекомендацій, спрямованих на вдосконалення цієї взаємодії.

Перше і головне завдання - це розвиток критичного мислення у молоді. Соціальні медіа є джерелом великої кількості інформації, яка не завжди є достовірною та корисною. Молодь повинна навчитися аналізувати отриману

інформацію, виявляти маніпуляції та фейкові новини. Для цього в освітніх закладах необхідно впроваджувати спеціальні програми, які навчатимуть критичному мисленню, медіаграмотності та основам фактчекінгу.

Другою важливою рекомендацією є обмеження часу, проведеного в соціальних медіа. Надмірне використання цих платформ може призвести до залежності, негативно впливаючи на психічне здоров'я, продуктивність та міжособистісні стосунки молоді. Рекомендується встановлювати часові рамки для користування соціальними медіа, зокрема за допомогою додатків для моніторингу часу або функцій, які обмежують доступ до певних додатків після досягнення певного ліміту.

Третім аспектом є створення позитивного контенту, який сприятиме розвитку особистості, розширенню світогляду та формуванню корисних навичок. Молодь повинна мати доступ до якісних освітніх ресурсів, мотивуючих історій, наукових відкриттів та культурних надбань. Підтримка блогерів, які створюють позитивний і надихаючий контент, є важливою складовою цього процесу. Платформи соціальних медіа можуть запроваджувати програми підтримки таких творців контенту, а також алгоритми, які будуть рекомендувати користувачам саме такий контент.

Наступна рекомендація стосується приватності та безпеки в соціальних мережах. Молодь повинна усвідомлювати важливість захисту особистої інформації та знати, як забезпечити свою безпеку в інтернеті. Це включає використання сильних паролів, двофакторної аутентифікації, обмеження доступу до особистої інформації та обережність при спілкуванні з незнайомцями. Освітні програми та інформаційні кампанії можуть значно підвищити обізнаність молоді з цих питань.

Ще одним важливим аспектом є підтримка психологічного здоров'я користувачів. Соціальні медіа часто створюють нереалістичні стандарти та порівняння, що може призвести до стресу, тривожності та депресії. Необхідно проводити кампанії, які пропагують реалістичний підхід до самосприйняття та впроваджують принципи позитивного самовідчуття. Крім

того, соціальні платформи можуть ввести спеціальні інструменти для користувачів, які допомагають відстежувати та покращувати їх психологічне самопочуття.

Взаємодія з соціальними медіа також повинна включати елемент активного громадянства. Молодь може використовувати ці платформи для участі у суспільних та волонтерських проектах, обговорення важливих соціальних питань та підтримки ініціатив, спрямованих на поліпшення життя в суспільстві. Важливо створювати та підтримувати онлайн-спільноти, де молодь може обмінюватися ідеями, співпрацювати та разом вирішувати соціальні проблеми.

Заключною рекомендацією є підтримка з боку держави та громадських організацій у формуванні здорового інформаційного середовища. Необхідно розробляти та впроваджувати нормативно-правові акти, які регулюють діяльність соціальних медіа, захищають права користувачів та сприяють створенню безпечного онлайн-простору. Громадські організації можуть виступати посередниками між користувачами та платформами соціальних медіа, надаючи допомогу та консультування з різних питань, пов'язаних із використанням соціальних мереж.

Отже, вдосконалення взаємодії молоді з соціальними медіа в сучасному інформаційному середовищі потребує комплексного підходу. Це включає розвиток критичного мислення, обмеження часу користування, створення позитивного контенту, забезпечення приватності та безпеки, підтримку психологічного здоров'я, сприяння активному громадянству та державну підтримку. Лише комплексні заходи можуть забезпечити позитивний вплив соціальних медіа на молодь та сприяти їх гармонійному розвитку в сучасному світі.

ВИСНОВКИ

Соціальні медіа відіграють ключову роль у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді, надаючи їм платформу для взаємодії, обміну інформацією та самовираження. В умовах сучасного інформаційного середовища соціальні медіа стали не лише засобом комунікації, але й важливим інструментом впливу на світогляд та поведінкові моделі молоді. Результати проведених досліджень свідчать про те, що активне використання соціальних медіа впливає на пріоритети та ціннісні орієнтації студентів.

З одного боку, соціальні медіа сприяють розширенню кругозору молоді, надаючи доступ до великої кількості інформації та різноманітних точок зору. Вони дозволяють молодим людям знайомитися з новими ідеями, культурними явищами та соціальними трендами, що стимулює їхній розвиток та формування власних поглядів. Молодь може отримувати інформацію про різні аспекти життя, зокрема про здоровий спосіб життя, екологію, науку, технології та мистецтво. Таким чином, соціальні медіа можуть сприяти підвищенню рівня обізнаності та освіченості серед молоді, формуючи цінності, спрямовані на розвиток і самовдосконалення.

З іншого боку, надмірне використання соціальних медіа може мати негативні наслідки для ціннісних орієнтацій молоді. Зокрема, постійний доступ до соціальних мереж може призводити до залежності, зниження продуктивності та порушення соціальних навичок. Соціальні медіа можуть створювати ілюзію легкодоступного успіху, що може спотворювати реальні життєві пріоритети. Постійне порівняння себе з іншими користувачами може призводити до заниженої самооцінки та незадоволення власним життям. Таким чином, важливо звертати увагу на баланс між віртуальним і реальним життям, навчати молодь критично сприймати інформацію та розвивати навички самоконтролю.

Основні базові ціннісні орієнтації, що важливі для молоді визначені за результатами дослідження, включають: успіх, розвиток і самовдосконалення,

фінансову забезпеченість, свободу самовираження, розваги та споживання, а також стосунки та кохання.

Аналіз профілів найбільш популярних блогерів у Instagram показав, що вони активно пропагують самовираження через унікальний стиль одягу, вибір мейкапу та зачіски, а також через креативний фото та відео контент. Вони також відображають розкішний спосіб життя через відвідування відповідних закладів, подорожі, показ автомобілів та гардеробу, що підкреслює їхній статус. Крім того, акцентується увага на збільшенні кількості підписників та взаємодії з партнерами, що сприяє соціальному успіху.

У контексті стосунків та кохання, профілі також акцентують увагу на відображенні щасливих моментів з партнером, романтичних подорожах та інших подіях, що підсилюють глибокі особисті зв'язки.

Загальний висновок з обох досліджень показує, що соціальні медіа значно впливають на життя молоді в Україні. Опитування підтверджує, що до 78% респондентів використовують соціальні медіа для освіти, професійного росту та самовдосконалення, а також для вираження особистих поглядів і спілкування з різними групами. Водночас, аналіз профілів у Instagram свідчить про те, що ця платформа, яка є найбільш популярною серед української молоді транслює цінності соціального і фінансовогу успіху, самовираження, споживання та розваг.

Загалом, соціальні медіа мають значний вплив на формування ціннісних орієнтацій української молоді. Важливо забезпечити умови для їхнього використання, які сприятимуть розвитку позитивних цінностей і мінімізують негативні наслідки. Це включає розвиток критичного мислення, медіаграмотності, обмеження часу користування соціальними медіа та підтримку здорового інформаційного середовища. Тільки за таких умов соціальні медіа можуть стати ефективним інструментом для формування гармонійних та самодостатніх особистостей.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Scott J. Social Network Analysis: A Handbook. 2nd ed. Newberry Park, CA : Sage, 2000. 275 p.

2. Турчин Т. Вплив соціальних мереж на соціалізацію молоді URL: http://surl.li/upenw (дата звернення: 24.03.2024).

3. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. URL: https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(57).2017.115905 (дата звернення: 18.03.2024).

4. Інформаційний простір як чинник забезпечення національних інтересів України : монографія / за ред. О. В. Литвиненко, І. Ф. Бінько, В. М. Потіха. Київ : ІМВКУ ім. Т. Шевченка, 1998. 145 с.

5. Ольховська В. О. Психологічні аспекти впливу соціальних мереж на підлітків. *Матеріали 25-го Міжнар. молодіжн. форуму, 20-22 квітня 2021 р.* Харків : ХНУРЕ, 2021. Т. 8. С. 112–113.

6. Черній М. Особливості використання соціальних мереж у процесі навчання в цілях активізації навчальних і комунікативних навичок студентів й учнів URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/e-journals/ITZN/2012_4/694-2236-1-ED.pdf. (дата звернення: 04.04.2024).

7. Артемов В., Руснак О., Жалубак В. Ризики, які виникають у ході використання соціальної мережі в Інтернеті: психологічний аспект. URL: https://lbku.krok.edu.ua/index.php/krok-university-law-journal/article/view/212/179 (дата звернення: 12.04.2024).

8. Кавєріна А. С. Соціальні медіа в Україні: основні напрями дослідження. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право*. 2014. № 2 (22). С. 69-73.

9. Sedliar Y. O., Stadnichenko O. I. Social media as contemporary communication technology. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2023.

No. 41. P. 105–110. URL: https://doi.org/10.32782/apfs.v041.2023.18 (date of access: 13.04.2024).

10. Стьопкіна, А., Стьопкін В., Трубник І. Інтернет як засіб впливу інформаційних технологій на ціннісні орієнтації молоді. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології : науковий журнал*, 2021. № 4 (108). С. 362–372.

11. Сухова Г. Соціальні мережі та їх вплив на формування ціннисних орієнтацій сучасних студентів закладів фахової передвищої освіти. *Актуальні проблеми формування ціннісно-моральних орієнтацій студентів як детермінанта освітньої діяльності закладів фахової передвищої освіти* : Зб. матеріалів Всеукр. науково-практ. конф. (12 жовт. 2022 р.) Ч. 1. С. 74–77.

12. Шевчук О. В. Соціальні мережі як невід'ємна складова частина нашого повсякдення. *Соціальна робота та психологія: освіта і наука*. 2023. № 2. С. 38–41. URL: https://doi.org/10.32782/3041-1351/2023-2-7 (дата звернення: 17.04.2024).

13. Fedorkov O. M. Development of the political worldview of young people under the influence of media resources. *Scientific notes of Taurida National V.I. Vernadsky University, series Psychology*. 2020. No. 4. P. 253–259. URL: https://doi.org/10.32838/2709-3093/2020.4/40 (date of access: 18.04.2024).

14. Як соціальні мережі впливають на психіку людини. *HoldYou*. URL: https://holdyou.net/news/sotsialnykh-merezh (дата звернення: 10.04.2024).

15. Соціальні мережі та підлітки, головний путівник для батьків. URL : https://kidslox.com/ua/guide-to/social-media-for-teens/ (дата звернення: 10.04.2024).

16. Березюк М. О., Діхтяренко С. Ю. Психологічні аспекти взаємодії сучасної молоді в соціальних мережах. *Наукові психологічні дослідження і розробки молодих вчених : зб. матеріалів IX-тої Всеукр. наук. Інтернет-конф.*, м. Умань, 29-30 жовтня 2020 р. Умань, 2020. С. 113–120.

17. Богатчук С., Гайдай І., Мазило І. Вплив соціальних мереж на громадську та політичну активність української молоді. *Науковий журнал «Регіональні студії»*. 2022. № 29. С. 27–34.

18. Варивода К.С. Позитивні та негативні аспекти взаємодії сучасної молоді в соціальних мережах. Науковий огляд. 2015. № 7. URL: https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/549/721 (дата звернення: 20.04.2024).

19. Дубчак О., Главінська Е. Соціальні мережі як чинник десоціалізації молоді. *Вісник національного авіаційного університету. Збірник наукових праць*, 2018. № 13. С. 120-124.

20. Yue Z., Rich M. Social Media and Adolescent Mental Health. *Current Pediatrics Reports*. 2023. URL: https://doi.org/10.1007/s40124-023-00298-z (date of access: 23.04.2024).

21. Збрицька Т. П., Табанова А. І. Актуальність використання інструментів соціальних мереж в освітньому процесі. *Вісник соціально-економічних досліджень*, 2018. № 3. С. 117-130.

22. Олійник К. Загальна характеристика та значення соціальних мереж у житті сучасної молоді. *Збірник наукових праць. Педагогічні науки*, 2018. Вип. (84). Т. 2. С. 188–191.

23. Pérez-Torres V. Social media: a digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology*. 2024. URL: https://doi.org/10.1007/s12144-024-05980-z (date of access: 19.05.2024).

24. Боднарчук О. В. Політична самоорганізація громадян України у соціальних мережах. *Грані.* 2014. № 6. С. 121-125.

25. Олещук П. М. Вплив соціальної мережі Facebook на політичну мобілізацію. *Гілея: науковий вісник*. 2014. Вип. 88. С. 336-340.

26. Поплавський М. Соціальні мережі як культурно-просвітницький ресурс. *Український інформаційний простір*. 2020. № 1(5). С. 12–27. URL: https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(5).2020.206043 (дата звернення: 18.05.2024).

27. Кремень Т. В. Емоційна складова політичної мобілізації через соціальні медіа. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Сер. : Політологія.* 2012. Т. 204, Вип. 192. С. 72-74.

28. Зуйковська А. А. Соціальні мережі як середовище політичної комунікації. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2014. Вип. 1. С. 272-280.

29. Reid G. G., Boyer W. Social Network Sites and Young Adolescent Identity Development. *Childhood Education*. 2013. Vol. 89, no. 4. P. 243–253. URL: https://doi.org/10.1080/00094056.2013.815554 (date of access: 21.05.2024).

30. Вплив соціальних мереж на суспільство і бізнес: переваги, недоліки та майбутні перспективи. *InProject - IT компанія, яка створює неймовірні digital продукти*. URL: https://inproject.org/vplyv-soczialnuh-merezh-na-suspilstvo-i-biznes/ (дата звернення: 14.03.2024).

31. Хрустальов Ф.С. Особливості медіаспоживання різних соціальних груп (на прикладі м. Запоріжжя). URL: https://grani.org.ua/index.php/journal/article/download/440/452 (дата звернення: 16.03.2024).

32. Освітологія: витоки наукового напряму. URL: https://lib.iitta.gov.ua/711924/2/S_Sysoeva_2012_KUBG.pdf (дата звернення: 16.06.2024).

33. Castells M. The Network Society. Edward Elgar Publishing, 2004. URL: https://doi.org/10.4337/9781845421663 (date of access: 19.03.2024).

34. Irmer A., Schmiedek F. Associations between youth's daily social media use and well-being are mediated by upward comparisons. *Communications Psychology*. 2023. Vol. 1, no. 1. URL: https://doi.org/10.1038/s44271-023-00013-0 (date of access: 09.05.2024).

35. Festinger L. A Theory of Social Comparison Processes. Human Relations. 1954. Vol. 7, no. 2. P. 117–140. URL: https://doi.org/10.1177/001872675400700202 (date of access: 18.03.2024).

36. Ороховська Л. А. Mass-Media as a Constituent of Human Communication. Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy, Cultural. 2011. Vol. 13, no. 1. URL: https://doi.org/10.18372/2412-2157.13.8377 (date of access: 18.03.2024).

37. Castells M. The Network Society. Edward Elgar Publishing, 2004. URL: https://doi.org/10.4337/9781845421663 (date of access: 19.03.2024).

38. Pearce L. D. Mixed Methods Inquiry in Sociology. *American Behavioral Scientist*. 2012. Vol. 56, no. 6. P. 829–848. URL: https://doi.org/10.1177/0002764211433798 (date of access: 10.05.2024).

39. Найпопулярнішою соцмережею серед української молоді є інстаграм – опитування. *Радіо Свобода*. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/news-molod-sotsmerezhi-dosladzhennya/31406410.html (дата звернення: 14.05.2024).

40. Top 1,000 instagram Influencers In Ukraine. *Influencer Marketing Platform and Tools For Brands & Agencies | StarNgage Plus*. URL: https://starngage.com/plus/en-us/influencer/ranking/instagram/ukraine (date of access: 22.05.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета соціологічного дослідження ціннісних орієнтацій та використання соціальних медіа українською молоддю

Загальна інформація.

1. Вік_____

2. Стать_____

Використання соціальних медіа

3. Як часто ви використовуєте соціальні медіа (Instagram, Facebook тощо)?

Щодня

Кілька разів на тиждень

Кілька разів на місяць

Рідко/ніколи

4. Які соціальні мережі ви використовуєте найчастіше? (можете вказати не більше 3-х варіантів)

5. Для яких цілей ви використовуєте соціальні медіа? (можливість вибрати кілька варіантів)

Освітні цілі

Професійні інтереси

Самовираження

Творчість

Знайомства та спілкування

Онлайн шопінг

Стежу за людьми, які мені цікаві

Розваги та відпочинок

Інше (вкажіть що саме)_____

Ціннісні орієнтації

6. Оцініть (від 1 до 5 де 1 - дуже важливо, а 5 – не важливо) наскільки важливими для вас є:

	1	2	3	4	5
Досягнення успіху у житті					
Професійний успіх					
Самореалізація					
Свобода самовираження					
Самовдосконалення					
Фінансова забезпеченість					
Розваги					
Споживання продуктів і послуг					
Відносини з близькими					
Любов (кохання)					
Сім'я					

7. Чи використовуєте ви соціальні медіа для вираження своїх думок та переконань?

Так, часто

Так, іноді

Майже ніколи

Ні

8. Наскільки важливо для вас матеріальне благополуччя та показ статусу через соціальні медіа?

Дуже важливо

Важливо

Нейтрально

Неважливо

Стосунки, кохання та сім'я

9. Наскільки важливо для вас висвітлення особистих стосунків (дружба, кохання) у соціальних мережах?

Дуже важливо

Важливо

Нейтрально

Неважливо

10. Чи публікуєте ви фото та відео, пов'язані з особистими стосунками?

Так, часто

Так, іноді

Майже ніколи

Ні, не публікую

11. За якими категоріями людей ви найчастіше стежите у соціальних мережах? (можете обрати кілька варіантів)

Друзі та родина

Знаменитості (актори, музиканти, спортсмени тощо)

Інфлюенсери та блогери

Професіонали та експерти (науковці, бізнесмени тощо)

Політики та громадські діячі

Бренди та компанії

Інші (вказати)

12. Які з наступних категорій контенту вам найбільш цікаві у профілях тих, за ким ви стежите? (можете обрати кілька варіантів)

Освітній контент

Розважальний контент

Поради щодо стилю життя

Новини та актуальні події

Особисте життя (друзі, родина, стосунки)

Кар'єрні та професійні поради

Інше (вказати)

13. Чому ви обираєте стежити за певними особами у соціальних мережах? (можете обрати кілька варіантів)

Надихають на досягнення успіху

Надають корисні поради та інформацію

Розважають та піднімають настрій

Дають відчуття причетності до їхнього життя

Підтримують мої інтереси та хобі

Інше (вказати)

14. Який вплив мають публікації осіб, за якими ви стежите, на ваше життя? (можете обрати кілька варіантів)

Вони мотивують мене до самовдосконалення

Вони впливають на мої погляди та переконання

Вони допомагають мені знайти нові ідеї та можливості

Вони допомагають мені залишатися в курсі новин та трендів

Вони не мають значного впливу на мене

Інше (вказати)

15. Як часто ви коментуєте або взаємодієте з контентом осіб (лайки, репости, інші реакції), за якими ви стежите?

Дуже часто

Часто

Іноді

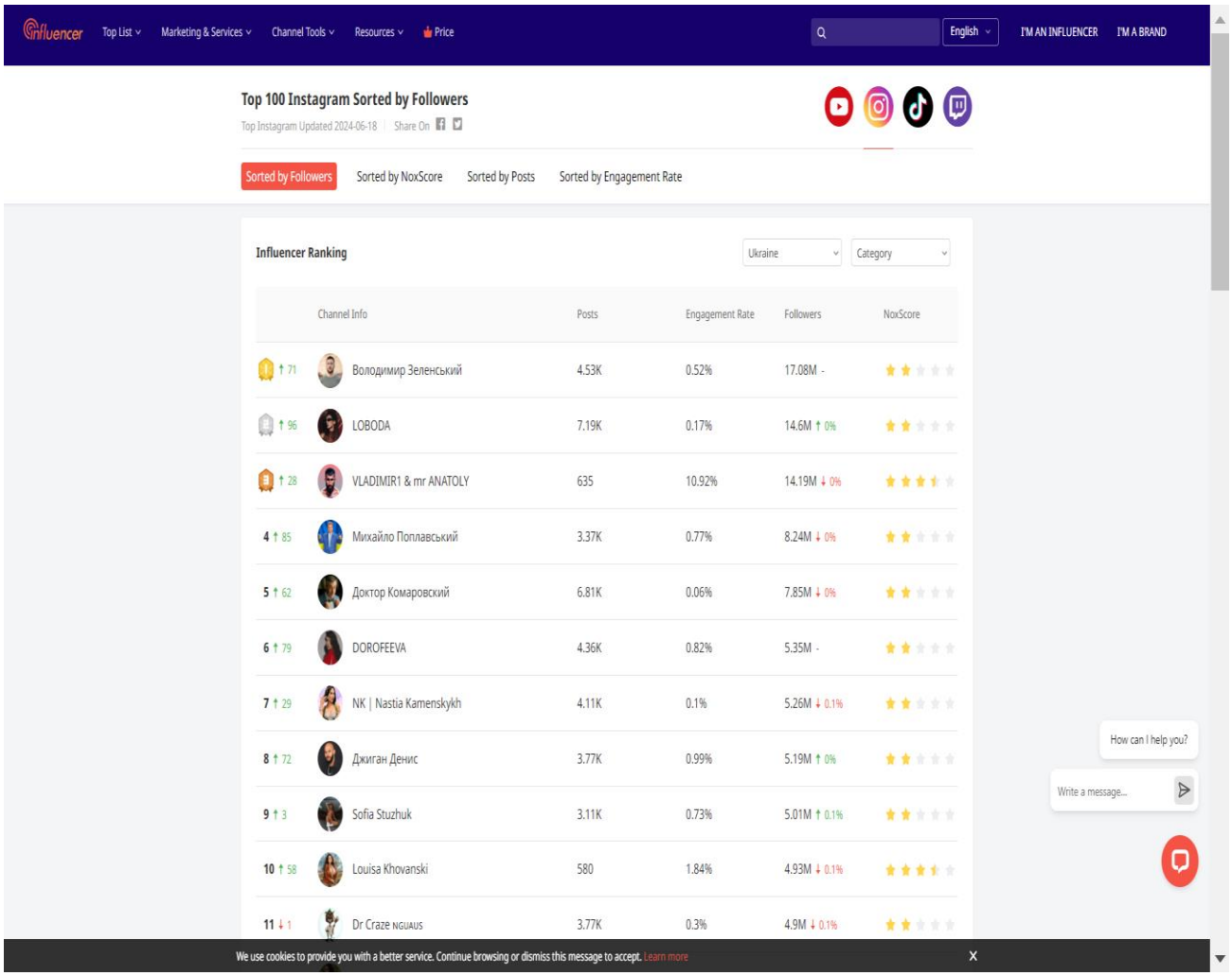
Рідко

Ніколи

Дякую за участь!

Додаток Б

Топ Instagram блогерів України



Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Мартусенко Альога Григорівна, студентка IV курсу бакалаврату, денної форми навчання, факультету соціології та управління, спеціальність 054 «Соціологія», адреса електронної пошти aliona.martusenko@gmail.com:

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Соціальні медіа у формуванні ціннісних орієнтацій української молоді» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/на;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

03.06.2024 А.Г. Мартусенко

Науковий керівник,
к.соц.н., доцент,
доцент кафедри соціології
03.06.2024 Т.О. Ратушна