

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н.
КАРАЗІНА
СОЦІОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи

на тему

**«ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ
ГРОМАДЯНСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ ТА ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ
МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ»**

Виконала: студентка 4 курсу групи СМК-46
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 061 Журналістика

Алексєєва Ю. Є

Керівник: канд.соц.н., доцент Яковенко А. О.

Харків – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ ТА ГРОМАДЯНСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ МОЛОДІ....	8
1.1. Теоретичні підходи до визначення понять політичних цінностей та громадянської позиції молоді.....	8
1.2. Особливості формування політичних цінностей та громадянської позиції молоді в умовах війни: ключові агенти та виклики.....	16
1.3. Соціальні мережі як інструмент політичної комунікації та впливу ..	23
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ ТА ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ: НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ INSTAGRAM ТА TWITTER.	32
2.1. Аналіз практичних методів, інструментів та механізмів формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді під впливом соціальної мережі Instagram та Twitter	32
2.2. Особливості впливу соціальної мережі Instagram та Twitter на формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді в умовах війни: результати контент-аналізу.....	41
2.3 Практичні рекомендації щодо особливостей використання соціальних мереж та мінімізації ризиків споживання політичної інформації молоддю в умовах війни: критичне мислення та політична свідомість.....	54
Висновки до розділу 2.....	56
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61
ДОДАТКИ	65

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Тема впливу соціальних мереж на формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді є надзвичайно актуальною в умовах глобалізації та соціально-політичних трансформацій, зокрема в контексті війни в Україні. Соціальні мережі стали невід'ємною складовою соціального життя та комунікації молоді. В умовах глобалізації ці платформи дозволяють швидко обмінюватися ідеями, створювати громадські рухи та впливати на політичні процеси, що значно змінює динаміку формування громадянської свідомості.

Зокрема, для України, що перебуває в умовах війни з РФ, значення соціальних мереж набуває ще більшої ваги. Останні стали основним інструментом комунікації для багатьох українців, зокрема для молоді, в тому числі для поширення інформації про перебіг війни, мобілізації, суспільної підтримки та формування національної ідентичності. Через соціальні мережі здійснюється не лише обмін новинами, а й активна політична діяльність, яка включає як організацію протестних акцій, так і формування політичних поглядів та цінностей, зокрема в умовах військового конфлікту.

Аналіз впливу соціальних мереж на політичні цінності та громадянську позицію молоді є предметом досліджень багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Так, питання впливу медіа та соціальних мереж на політичну свідомість входить в коло наукових інтересів таких дослідників, як Ю. Шевченко, О. Дьяченко, І. Мельник, а також зарубіжних науковців, зокрема М. Шарпа та Е. Кернера. Вони відзначають, що соціальні мережі можуть бути як інструментом маніпуляції громадською думкою, так і важливим ресурсом для формування демократичних цінностей серед молоді.

Зокрема, дослідження Р. Беннетта та О. Леска демонструють, що в умовах політичних криз соціальні мережі сприяють формуванню нового типу політичної участі, де молодь активно взаємодіє з політичними подіями через Twitter, Facebook та Instagram. В рамках згаданих вище наукових праць

науковці акцентують увагу на тому, що соціальні мережі можуть зміцнювати громадянську активність, однак також існує ризик маніпулювання цими платформами для пропаганди певних політичних ідеологій.

Попри значну кількість досліджень, проблема впливу соціальних мереж на формування політичних цінностей та громадянської позиції молоді залишається недостатньо вивченою, особливо в контексті України та її специфічних соціально-політичних умов. Зокрема, недостатньо досліджено питання ефективності соціальних мереж як інструменту національної мобілізації в умовах війни, а також роль цих платформ у формуванні національної ідентичності.

Перспективами подальшого дослідження є більш детальне вивчення того, як саме соціальні мережі можуть сприяти або перешкоджати формуванню громадянської позиції молоді в умовах війни, а також визначення стратегій, які дозволяють молодим людям критично оцінювати інформацію, отриману через ці платформи. Крім того, важливим напрямом є аналіз того, як війна та кризові ситуації впливають на політичні та соціальні цінності в контексті мінливого медіапейза.

Об'єктом дослідження є процес формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді.

Предметом дослідження є вплив соціальних мереж на формування політичних цінностей та громадянської позиції молоді в умовах війни.

Мета дослідження: теоретично та емпірично дослідити вплив соціальних мереж, зокрема Instagram та Twitter, на формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді в умовах війни; а також розробити практичні рекомендації щодо використання соціальних мереж та мінімізації ризику їх негативного впливу на молодь в умовах війни.

Завдання дослідження:

1. Ознайомитись із теоретичними підходами до визначення понять політичних цінностей та громадянської позиції молоді;

2. Проаналізувати особливості формування політичних цінностей та громадянської позиції молоді в умовах війни;
3. Дослідити роль соціальних мереж як інструменту політичної комунікації та впливу;
4. Проаналізувати практичні методи, інструменти та механізми формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді під впливом соціальних мереж Instagram та Twitter;
5. Оцінити вплив соціальних мереж на формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді в умовах війни за допомогою контент-аналізу.

Наукова новизна дослідження полягає в комплексному підході до вивчення впливу соціальних мереж, зокрема Instagram та Twitter, на формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді в умовах війни. Це дослідження розширює існуючі наукові уявлення про роль соціальних мереж як інструментів політичної комунікації, особливо в умовах кризових ситуацій, таких як війна, і пропонує нові погляди на взаємодію між процесом молодіжної політичної соціалізації та цифровими медіа. Особливою важливим в контексті нашого дослідження є вивчення специфіки політичної соціалізації молоді через соціальні мережі в умовах війни в Україні, що дозволяє глибше зрозуміти механізми формування громадянської позиції та політичних переконань молодих людей в умовах соціально-політичного конфлікту. Водночас, дослідження заповнює прогалини у вивченні того, як соціальні мережі можуть сприяти або перешкоджати розвитку критичного мислення серед молоді. Таким чином, наукова новизна роботи полягає в розширенні наукових знань про роль соціальних мереж у політичній соціалізації молоді в умовах війни.

Практична значущість даного дослідження полягає в розробці комплексних практичних рекомендацій щодо використання соціальних мереж для формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді в умовах війни. Результати дослідження можуть бути корисними для фахівців у

галузі соціальної роботи, педагогіки, політології, психології та масових комунікацій, зокрема при розробці програм політичної освіти та підвищення рівня політичної свідомості серед молоді. Зокрема, розроблені практичні рекомендації щодо розвитку критичного мислення та обережного споживання політичної інформації в соціальних мережах можуть бути впроваджені в навчальні курси та тренінги для молоді, що сприятиме зниженню рівня маніпуляцій і пропаганди серед молодих користувачів соціальних мереж. Такі рекомендації можуть бути корисними для педагогів, соціальних працівників, психологів і політичних консультантів, які працюють із молоддю, сприяючи формуванню здорової громадянської позиції та підвищенню рівня політичної свідомості в умовах соціально-політичної нестабільності. Дослідження також має значення для розробки державної та громадської політики в галузі медіаосвіти, оскільки запропоновані рекомендації можуть бути використані для створення освітніх програм, спрямованих на підвищення медіаграмотності серед молоді та запобігання деструктивному впливу політичної пропаганди в цифрових просторах. У подальшому, результати дослідження можуть бути інтегровані в наукові та практичні дослідження, спрямовані на поліпшення процесів політичної соціалізації в умовах війни та глобалізації, а також використовуватися для вдосконалення стратегії комунікації державних і громадських організацій з молоддю.

Методи дослідження: *-теоретичні:* аналіз наукових джерел, присвячених досліджуваній проблематиці, синтез, узагальнення, класифікація; *-емпіричні:* контент-аналіз, опитування, експертні інтерв'ю.

Структура кваліфікаційної роботи визначена метою та завданнями і складається із вступу, двох розділів, об'єднаних шістьма підрозділами, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст кваліфікаційної роботи викладено на 53 сторінках, список використаних джерел містить 30 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ ТА ГРОМАДЯНСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ МОЛОДІ

1.1. Теоретичні підходи до визначення понять політичних цінностей та громадянської позиції молоді

В рамках сучасних соціальних наук проблематика політичних цінностей та громадянської позиції молоді вважається однією із найактуальніших і найскладніших для дослідження. В умовах глобалізації, стрімких соціальних змін та політичних трансформацій поняття політичних цінностей набуває нових значень, що вимагає переосмислення наукових підходів до його визначення. Політичні цінності виступають основою для формування поглядів, переконань та орієнтацій особистості, визначаючи її ставлення до державних інститутів, політичних процесів та соціальних змін. Водночас громадянська позиція є складним феноменом, що охоплює активне ставлення особистості до соціальних і політичних питань, включаючи її готовність до участі в громадському житті та реалізації прав і обов'язків у суспільстві. В рамках аналітичного дослідження окресленої проблеми пропонуємо рухатися від окремого до загального, а тому розпочнемо з визначення поняття «політичних цінностей».

Варто зазначити що в рамках психологічної галузі наукового знання не існує загальноприйнятої інтерпретації поняття «цінності» [17, с. 292]. Термін «цінність» є поширеним у гуманітарних науках, зокрема в психології, де він використовується для позначення соціального, культурного та особистісного значення певних аспектів реальності. Згідно з думкою М. Головатого, цінності представляють собою ідеї та погляди, які служать основою для задоволення потреб і інтересів людини [18, с. 30].

М. Рокич трактує цінності як стійкі переконання, відповідно до яких певний спосіб поведінки чи кінцева мета існування мають значення з

особистої перспективи, на відміну від альтернативних чи протилежних варіантів поведінки або мети. Ш. Шварц визначає цінності як поняття або переконання, що стосуються бажаних кінцевих цілей або дій. Вони виходять за межі конкретних ситуацій, впливають на вибір та оцінку поведінки і подій, при цьому впорядковуються за ступенем важливості. С. Возняк і В. Кононенко зазначають, що поняття «цінність» є близьким до терміна «значущість». Цінність можна визначити як те, що є важливим і значущим для особистості, адже саме в цьому контексті об'єкти чи явища набувають ролі в життєдіяльності людини, відповідно до її потреб, інтересів та цілей [18, с. 31].

З гносеологічної точки зору, різноманітність цінностей можна класифікувати на два основні типи: предметні та суб'єктні цінності, які є взаємодоповнюючими, але протилежними категоріями. До предметних цінностей належать об'єкти людської діяльності, соціальні відносини, а також природні явища, які становлять предмет ціннісного ставлення. Суб'єктні цінності охоплюють оцінки, установки, заборони, імперативи та проекти, що виражаються у вигляді нормативних уявлень, цілей. Очевидно, що ці критерії та способи оцінки є основою процесу визначення цінності відповідних об'єктів. Узагальнюючи викладене, можна стверджувати, що невідповідність цінностей окремих індивідів, груп та суспільства загалом спричиняє конфлікти між ними. На нашу думку, шляхи подолання останніх залежать від рівня ідентифікації особистості з певною групою, ступеня її адаптації та поваги до колективних переконань. Від того, до якої соціальної групи індивід відносить себе, залежить, які саме цінності для нього будуть значущими. Це можуть бути універсальні, «вічні» цінності, такі як істина, краса, справедливість, або конкретно-історичні цінності великих соціальних груп – рівність, демократія, державність, або цінності малих референтних груп, наприклад, успіх, багатство, майстерність, самовдосконалення та інші [17, с. 293].

У теорії аксіології виділяються два основних підходи до визначення цінностей: перший передбачає виділення «абсолютних» цінностей та

побудову їх ієрархії як об'єктивного явища; другий акцентує на конвенційних основах формування і функціонування цінностей, підкреслюючи їх історичний характер. Відповідно до першого підходу, цінності є вічними та універсальними, притаманними людям усіх часів. Другий підхід розглядає цінності як результат суспільних угод, що мають історичний контекст. Однак ці підходи можуть бути доповнені через виділення «абсолютних» цінностей (наприклад, життя людини, безпека, соціальна справедливість) та «історичних» цінностей, що змінюються в залежності від соціальних умов. При цьому «абсолютні цінності» можуть корелювати з поняттям «об'єктивних потреб» людини, а «історичні цінності» – з соціальними нормами та засобами діяльності. Однак виникає питання, як визначити «абсолютні цінності». Навіть якщо розглядати їх як «об'єктивні потреби», залишається незрозумілим, яким чином ці потреби визначаються як цінності. У літературі існують різні спроби ієрархізації цінностей і потреб, серед яких найвідомішою є ієрархія потреб, запропонована американським психологом А. Маслоу. Проте ця теорія отримала чимало критичних зауважень. Залишається також питання, за допомогою яких механізмів об'єктивна потреба перетворюється у цінність. Можливо, це пов'язано з переживанням потреби та її переходом від потенційної мети до актуальної цілі діяльності. Однак навіть це не є достатньою умовою для усвідомлення потреби як цінності. Як приклад, можна згадати феномен аскетизму, зокрема чернецтво, де матеріальні блага, хоч і визнаються важливими, не є головною метою. Такий контроль над переживанням потреб може бути притаманний не лише ченцям, але й будь-якій людині в повсякденному житті. Е. Фромм, наприклад, наводить дослідження, які показують, що, незважаючи на те, що обмеження простору може викликати агресію, мешканці великих міст часто контролюють її в таких ситуаціях, як метро або автомобільні затори. Таким чином, ототожнення «об'єктивної потреби» з цінністю виглядає неправомірним. Цікаву перспективу надає праця В. Франкла «Людина в пошуках сенсу», де він стверджує, що людина може вижити в екстремальних умовах лише тоді, коли

має сенс життя. Висловлена критика теорії Маслоу Фроммом також обертається навколо понять «мотивація», «усвідомлення» та «сенс». Згідно з поглядами Франкла та Фромма, зв'язок «людина – потреба» завжди опосередкований свідомістю: потреба стає такою, лише коли вона усвідомлюється як ціль, що має сенс, і коли вона реалізується через волю людини [27, с. 200-202].

Дослідження політичних цінностей широко представлено у наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Внесок у розробку проблеми природи цінностей, зокрема політичних, зробили такі відомі зарубіжні науковці, як Г. Алмонд, Д. Белл, М. Вебер, С. Верба, Є. Вятр, Р. Даль, К. Гаджієв, Г. Ділігенський, М. Доган, Р. Інглехарт, К. Клакхон, І. Лебедев, С. Ліпсет, Р. Макрідис, К. Нільсон, О. Панарін, Т. Парсонс, Р. Перрі, Д. Рікман, У. Розенбаум, В. Рукавишніков, С. Уайт, М. Фіннемор, Л. Халман, С. Хантінгтон, Г. Шахназаров, Г. Юнг. З українських дослідників, які вивчали різні аспекти впливу цінностей на функціонування політичної сфери, варто відзначити В. Бакірова, В. Бебика, Ю. Борисову, Е. Гансову, М. Головатого, Є. Головака, В. Горбатенка, Р. Додонова, В. Корнієнка, Н. Костенка, І. Кресіну, В. Кривошеїна, В. Лісового, М. Міщенко, М. Михальченка, Н. Паніна, І. Патлаха, І. Попова, В. Романова, Ф. Рудича, О. Таран, С. Фендрика, Ю. Шайгородського, Г. Щедрову, О. Яременко та ін. [17, с. 292]. Психологічний напрям в рамках дослідження політичних орієнтацій започаткували праці таких дослідників, як А. Адорно, Г. Айзенк, Е. Фром; психологічні основи політичних орієнтацій досліджували Д. Істон та Дж. Денніс та інші [23, с. 336]. Стан та динаміку впровадження в Україні європейських політичних цінностей вивчають Є. Головаха, В. Луговий, В. Малиновський, Т. Мотренко, М. Пірен, Н. Протасова, І. Розпутенко, Г. Ситник, Ю. Сурмін, С. Телешун, С. Хаджирадева, С. Чукут, Ю. Шаров, М. Шульга та інші [19, с. 211].

У межах сучасного політологічного та психологічного дискурсу поняття «політичні цінності» розглядається як сукупність стійких ідеологічних уявлень, переконань і норм, що відображають орієнтації індивіда чи

соціальної групи стосовно політичної системи, її інститутів, процедур, правових норм та очікуваного суспільного устрою [17, с. 293]. За визначенням О. Дьоміної, політичні цінності – це складові політичної культури, які виконують функцію нормативних орієнтирів і регуляторів політичної поведінки, забезпечуючи цілісність політичного простору і легітимацію політичної влади [14, с. 106]. М. Костельнюк підкреслює їх роль як «базових регуляторів суспільно-політичних відносин», які формують основу політичної ідентичності та участі громадян у політичному процесі [17, с. 294].

У свою чергу, «громадянська позиція» в сучасній науці інтерпретується як інтегральна характеристика особистості, що відображає її ціннісно-мотиваційне ставлення до суспільства, держави, правової системи, політичних процесів, а також рівень готовності брати участь у соціально значущій діяльності [6, с. 56; 25, с. 43]. Як зазначає В. Полехіна, це цілісна система уявлень, переконань, установок, емоцій і поведінкових проявів, яка засвідчує ступінь сформованості громадянської ідентичності та усвідомлення особистістю свого місця і ролі в демократичному суспільстві [25, с. 44]. І. М. Дяченко акцентує увагу на тому, що громадянська позиція охоплює як внутрішнє (ціннісне) ставлення до політичних явищ, так і практичну активність, що спрямована на реалізацію громадянських прав і обов'язків [15, с. 330].

Таким чином, політичні цінності є ідеологічною та культурною основою формування громадянської позиції, яка, у свою чергу, реалізується через участь особистості в суспільно-політичному житті на основі власних переконань і ціннісних орієнтирів.

Виділення політичних цінностей серед інших типів цінностей зумовлене специфікою явищ, які вони відображають, а саме політикою та політичними процесами, загалом сферою політичного. Політичні цінності без сумніву є основою головних напрямів політичної діяльності, таких як політична культура, політична система, ідеологія та державний режим як частина політичної системи. У змісті політичних цінностей відображаються політичні

ідеали, прагнення та інтереси соціальних суб'єктів. Як зазначає в своїй методології М. Вебер, система цінностей виступає як «ідеальні конструкції», через які здійснюється пізнання політичного світу. Політичні цінності також є ідеями, що відображають ставлення великих соціальних груп та загальні потреби суспільства з погляду усвідомлення своїх інтересів. Окрім цього, політичні цінності є узагальненими уявленнями, що проявляються у вигляді політичних ідеалів, основоположних принципів політичного мислення, які слугують ідеальними критеріями для оцінки та орієнтації суб'єктів у політичній діяльності. Тому можна стверджувати, що політичні цінності не лише включають ідеали, а й чітко визначені норми, що узаконюються і вимагають дотримання [17, с. 293].

Крім того, варто зазначити, що протягом життя кожна особа стикається з численними нестандартними ситуаціями, в яких вона робить життєвий вибір. Щоб зберегти свою цілісність, не втратити цінності, сутність та власне «Я», індивід повинен мати «ядерні» компоненти, які дозволяють інтегрувати різні аспекти життєдіяльності та зберігати стабільність. До таких компонентів належать, зокрема, життєва, соціальна та громадянська позиції особистості [22, с. 33]. В рамках нашого дослідження цікавим є саме поняття феномену громадянської позиції, тож пропонуємо розглянути його більш конкретно.

Поняття «громадянська позиція» є складовою соціальної позиції, що відображає громадянські характеристики конкретної особистості. До таких характеристик належать патріотична свідомість, громадянська відповідальність і мужність, ініціативність та активність у суспільному житті, готовність працювати на благо держави та захищати її інтереси, сприяння підвищенню міжнародного авторитету, а також повага до Конституції і законів, дотримання правових та моральних норм. Це також включає знання державної мови, прагнення підвищити її престиж, повагу до батьків, традицій та історії народу, а також готовність бути його спадкоємцем. Крім того, важливими аспектами є дисципліна, працьовитість, творчість, турбота про екологію, фізична та моральна досконалість, висока естетична вихованість,

гуманність і толерантність, а також культура міжнаціональних відносин [21, с. 35-36].

Проблематика громадянської активності є об'єктом дослідження багатьох наукових дисциплін, зокрема філософії, політології, соціології, юриспруденції, історії та психології. Поняття «громадянська активність» аналізується у працях таких вчених, як Д. Акімова, Т. Безверхої, І. Букреєвої, О. Войчун, В. Головенько, О. Ємельяненко, О. Лісовець, Є. Мануйлова, А. Москальової, М. Остапенко, Т. Саврасової-В'юн, О. Шамич, О. Шикиринської, О. Усік та інших [6, с. 54-55].

Аналіз наукової літератури свідчить про неоднозначність розуміння сутності громадянської активності в контексті сучасних наукових підходів. Це можна пояснити тим, що кожна наука вивчає цю категорію через призму власної предметної сфери. Крім того, в ряді досліджень терміни «соціальна активність», «громадська активність» і «громадянська активність» часто використовуються як синоніми, хоча з методологічної точки зору ці поняття мають різний зміст. Як зазначено, соціальне охоплює загальні людські якості та є більш абстрактною характеристикою суб'єкта, тоді як громадське відображає конкретні прояви соціальності, такі як національні та культурні аспекти. Теоретичні основи визначення категорії «громадянське» базуються на філософському та культурологічному розумінні понять «громадянин» і «громадянськість» [6, с. 56-57].

Громадянин – це особа, яка має політико-правовий зв'язок з певною державою, що надає їй права, обов'язки та свободи щодо інших громадян і суспільства в цілому. Громадянин характеризується такими важливими рисами, як законослухняність, здатність поєднувати особисті та суспільні інтереси, а також почуття обов'язку перед Батьківщиною (патріотизм). Натомість громадянськість є духовно-моральною цінністю, свідомістю і психологічною характеристикою, що визначається державною самоідентифікацією особистості та усвідомленням належності до певної країни. Громадянськість відображає ставлення індивіда до існуючих

державних інститутів і влади, показує рівень законослухняності та критичності, а також відповідальність за виконання обов'язків перед суспільством. Вона є основою для формування активної громадянської позиції, яка розвивається через процес громадянського виховання [21, с. 36].

Таким чином, під поняттям «активна громадянська позиція» розуміється система ціннісних та соціальних орієнтацій особистості, яка відображає її ставлення до суспільства, держави, нації та власної ролі як громадянина. Це стабільна складова внутрішньої структури особистості, що виражає стійкі мотиви і прагнення особи до підтримки цінностей і принципів Конституції України, активної участі у суспільно значущій діяльності, спрямованій на реалізацію особистих прав, свобод, обов'язків та цінностей [25, с. 46].

Варто також зазначити, що соціалізація особистості відіграє важливу роль у розвитку політичної культури, підвищенні політичної освіченості, формуванні інтересу до політичного життя країни та бажання брати участь у ньому, що є важливим як для самого індивіда, так і для суспільства загалом. Для того, щоб особистість могла повноцінно реалізувати себе як громадянин, необхідно засвоїти систему політичних знань, ідей та цінностей, які сприяють орієнтації в політичному середовищі та активному залученню до суспільної діяльності. В умовах динамізму соціальних зв'язків, плюралізму ідеологій, а також численних соціальних протиріч важливою стає проблема політичної орієнтованості особистості. Політичність особистості є сукупністю рис, що забезпечують її здатність брати участь у політичному процесі як активного суб'єкта. Основними проявами політичності є, по-перше, політична поінформованість, що полягає в системі знань індивіда про основні принципи сучасної політики; по-друге, політична позиція особистості, яка виявляється в усвідомленні свого місця у соціально-політичному просторі своєї країни; по-третє, наявність навичок і умінь захищати інтереси, що відображають її політичну позицію. Відтак, особливо актуальним стає питання політичного виховання молоді [22, с. 79].

Важливим в контексті окресленої проблематики також є поняття політичної компетентності. Громадянська компетентність визначається як інтегрована здатність особи відповідально здійснювати свої громадянські права та обов'язки з метою сприяння розвитку демократичного суспільства і держави, спрямованої на досягнення свободи та справедливості. Ця компетентність формується на основі сукупності громадянських знань, вмінь, загальноприйнятих цінностей, а також досвіду виконання мовних обов'язків громадянина України, поважного ставлення до державних символів і готовності активно та ефективно проявляти себе у різних соціальних ролях в контексті відповідного лінгвосоціуму [20].

У підсумку, теоретичні підходи до визначення понять політичних цінностей та громадянської позиції молоді відображають важливість інтеграції індивідуальних переконань з соціальною та політичною реальністю. Формування цих понять є результатом складної взаємодії особистісних характеристик, соціальних факторів та політичних умов, що вимагає активної участі молоді у суспільно-політичному житті. У наступному підрозділі буде розглянуто, як ці теоретичні засади трансформуються в умовах війни, де особливості формування політичних цінностей та громадянської позиції молоді набувають нових вимірів під впливом ключових агентів і викликів.

1.2 Особливості формування політичних цінностей та громадянської позиції молоді в умовах війни: ключові агенти та виклики

Війна, розв'язана РФ проти України, вимагає переосмислення підходів до організації освітнього процесу та виховання молоді. В умовах таких викликів особливу увагу слід приділяти розвитку національно-патріотичного виховання, яке є критичним чинником для забезпечення національної безпеки та зміцнення держави. Національно-патріотичне виховання спрямоване на формування у молоді особистості патріотичної свідомості, відповідальності

як громадянина, почуття любові до Батьківщини та готовності захищати національні інтереси, незалежність і територіальну цілісність країни. Патріотизм і національно-патріотичне виховання мають велике значення як для освітньої системи окремо, так і для держави загалом. Хоча основну роль у реалізації цих цілей відіграє держава, значний вклад також роблять батьки, педагоги, громадські організації та волонтери. Патріотичне виховання сприяє зміцненню національної єдності, формуванню відчуття належності до власної культури, мови, історії, традицій і національних цінностей, що є особливо актуальним в контексті сучасних умов. У період російської агресії національно-патріотичне виховання вимагає комплексного підходу до його реалізації, належного матеріально-технічного забезпечення та впровадження нових методів і підходів у роботі з молоддю [30, с. 631].

Процес формування політико-правової свідомості молоді є недостатньо дослідженою проблемою як у вітчизняній, так і в міжнародній науковій літературі. Хоча існують численні роботи, що досліджують окремо політичну свідомість (В. П. Казміренко, І. В. Жадан, С. І. Позняк, Л. О. Кияшко) або правосвідомість (М. В. Костицький, Л. І. Казміренко та ін.), питання взаємодії політичних і правових аспектів у контексті особистості залишається малодослідженим. Перші систематичні спроби вивчення політико-правової свідомості були зроблені у 2014 році в Інституті соціальної та політичної психології НАПН України під керівництвом З. Ф. Сіверс. У цьому дослідженні політико-правова свідомість визначається як сукупність знань, уявлень про політику та право, їх оцінок і почуттів, а також наявність уявлень про можливі сценарії поведінки у політико-правовій сфері. З. Ф. Сіверс підкреслює, що основою розвитку політико-правової свідомості є політико-правові уявлення особистості та смислові простори цієї свідомості [13, с. 217].

Питання формування активної громадянської позиції досліджується в різних наукових сферах, зокрема політичній, педагогічній, економічній та психологічній. Серед науковців, які вивчали це питання в контексті психолого-педагогічних досліджень, варто виокремити В. Астахову, М.

Боришевського, В. Демчука, В. Мікуліну, А. Сігову, О. Сухомлинського, М. Шимановського, К. Абульханову-Славську, Ю. Андреева, А. Зосімовського, Л. Іванова, Т. Ільїну, Д. Кабалевського, Т. Кузіну, В. Максимову, Т. Мальковську, І. Павлова, В. Петрову, В. Радіонова, О. Щукіну та інших. Аналіз досвіду вітчизняної та міжнародної державної молодіжної політики представлений у працях Д. Андреевої, В. Куйбіди, О. Балакіревої, О. Лазора, В. Барабаша, Я. Немирівського, Є. Бородіна, М. Головатого, В. Головенька, Л. Кривачука, Ю. Криворучка, М. Перепелиці, О. Старинця, С. Толстоухової та інших [26, с. 455].

Результати громадянського виховання значною мірою залежать від того, наскільки ефективно обрані форми і методи виховної діяльності сприяють розвитку самоорганізації та самоуправління серед дітей, підлітків, юнацтва та молоді. Однією з таких форм є студентське самоврядування у вищих навчальних закладах. Студентське самоврядування являє собою самостійну громадську діяльність студентів, яку вони визначають і здійснюють згідно з поставленими цілями та завданнями. Важливу роль у цьому процесі відіграють викладачі вищих навчальних закладів України, чия громадянська позиція не лише пронизує їхню професійну та науково-педагогічну діяльність, але й безпосередньо впливає на формування наукового світогляду студентів та розвиток їх почуття громадянськості. Значення громадянської позиції викладача вищого навчального закладу обумовлено його місцем у системі формування громадянської активності особистості, оскільки: [12. С. 167]

- викладач вищої школи є носієм духовної та моральної культури;
- його діяльність обов'язково має моральне підґрунтя;
- взаємодія між викладачем і студентом повинна бути високоморальною, гуманною і демократичною;
- викладач має здатність (і повинен мати) передбачати та оцінювати не лише моральні наслідки своїх дій, рішень і вчинків, але й можливі наслідки соціальних, політичних і освітніх змін у країні.

М. Євтух у своєму науково-педагогічному дослідженні визначив потенціал вищої освіти в контексті громадянського виховання студентів. Застосування цього потенціалу дозволяє вирішувати широкий спектр завдань, пов'язаних із формуванням громадянської свідомості серед студентської молоді, включаючи розвиток почуттів, знань, уявлень, переконань, поглядів, ідеалів та позицій, а також громадянської активності. Остання, як вже було виявлено вище, проявляється у системі інтересів, потреб, орієнтацій, діяльності та поведінки особистості, а також у організації її повсякденного життя, спілкування, праці, навчання і творчості. Л. Хомич підкреслює, що в сучасних умовах розвитку суспільства ключовим є забезпечення системи громадянського виховання, що сприяє формуванню у молоді комплексу громадянських якостей. Це включає розуміння приналежності до свого народу та держави, а також внутрішню потребу і готовність відстоювати і захищати її інтереси, реалізуючи свій потенціал на благо зміцнення держави. Виховання повинно сприяти розвитку соціально зумовленої поведінки, яка включає повагу до норм і правил співжиття, а також традицій суспільства [11, с. 242].

Н. Ф. Власнова у своїй науковій статті визначає три основні напрямки формування громадянської позиції учнів старших класів. Перший напрямок, мотиваційно-орієнтаційний, передбачає розвиток у школярів потреби участі в громадянській і політичній діяльності, інтересу до політичних, правових та соціальних проблем, а також орієнтацію на суспільне благо. Другий напрямок, соціально-діяльнісний, спрямований на набуття досвіду громадської діяльності, розвиток вмінь аналізувати й оцінювати суспільно-політичну інформацію, навичок участі в дискусіях, публічних виступах, соціологічних дослідженнях, а також на формування позитивного ставлення до держави, права та громадянського суспільства. Третій напрямок, рефлексивно-оцінний, сприяє розвитку здатності учнів осмислювати і оцінювати свою громадянську позицію. На основі результатів дослідження, авторка визначає ряд організаційно-педагогічних умов, які сприяють успішному вихованню громадянськості та патріотизму учнів. До них належать прищеплення поваги

до історико-культурної спадщини українського народу, виховання шанобливого ставлення до державних символів та органів влади, формування готовності до виконання конституційного обов'язку щодо захисту Батьківщини, поваги до захисників Вітчизни, а також формування неприязні до екстремізму та нетерпимості. Важливими аспектами є також педагогічна підтримка громадських об'єднань, учнівського самоврядування та розвиток соціально значущої діяльності учнів [4, с. 34-35].

На основі наведеного вище можна зробити висновок, що процес формування активної громадянської позиції молоді включає кілька складових. З психологічної точки зору, виховання громадянина та становлення його активної громадянської позиції є цілісним процесом удосконалення внутрішнього світу особистості. З аксеологічної точки зору, акцент ставиться на розкритті змісту духовних цінностей, визначенні їхнього значення та ролі в житті сучасної молодої людини, а також на пошуку шляхів їх практичного застосування. З педагогічної ж позиції, ці питання мають вирішуватися таким чином, щоб надані студентам знання, уміння та навички громадянського характеру були сприйняті ними глибоко, знайшли розуміння, отримали особистісне схвалення та закріпилися на рівні почуттів, знань, мотивів, ціннісних орієнтацій, поглядів і переконань. В таких умовах відбувається привласнення духовних цінностей, переведення їх із соціальних і культурних надбань в особистісний досвід студента, що стає основою його громадянської позиції. Формується відносно стійка система мотивів, що ґрунтується на привласненні індивідом громадянських цінностей, які стають для нього внутрішніми спонуками до прояву активності з метою їх реалізації в майбутньому житті [3, с. 25].

Аналіз сучасних українських педагогічних досліджень з проблеми громадянського виховання (І. Бех, М. Боришевський, О. Вишневський, П. Вербицька, О. Шестопалюк) дозволяє дослідити цей процес з огляду на його специфіку та чинники впливу. Зокрема, у роботі І. Беха «Особистісно зорієнтоване виховання» (1998) зазначено, що «...ключовим принципом

виховання є принцип ціннісної орієнтації, реалізація якого передбачає залучення молоді до взаємодії з навколишнім світом і сприяння формуванню ціннісних ставлень до цього світу з позицій сучасної культури» [1, с. 14]. Таким чином, важливим чинником у процесі громадянського виховання є система ціннісних орієнтацій, яка постійно змінюється під впливом різних факторів. Водночас, у контексті сучасних суспільних реалій спостерігається тенденція до девальвації цих орієнтацій [11, с. 242].

І. М. Дяченко також зауважує, що важливою умовою та внутрішньо-психологічною основою формування громадянської спрямованості студентів є освоєння відповідних громадянських цінностей, які слугують механізмами взаємодії особистості та суспільства. Ці цінності виконують роль суспільних ідеалів, що визначають загальні орієнтири життєдіяльності соціуму. Вони формують характер і особливості стосунків людини з навколишньою реальністю, а також є основою для розвитку поведінки особистості. Моральні цінності, зокрема такі як патріотизм, відповідальність, чесність, людяність, доброта, працелюбство, сміливість, виступають як громадянські чесноти. Ціннісні орієнтації відображають усвідомлене ставлення людини до соціальної дійсності, визначаючи мотивацію її вчинків, впливаючи на її діяльність та самовизначення. Вони формують світогляд, характер і поведінку особистості, визначаючи її спосіб існування [15, с. 330].

Цікавим, на наш погляд є аналіз досвіду формування громадянських цінностей інших країн світу з метою можливого подальшого впровадження такої практики в Україні. Історія формування громадянських цінностей серед молоді США охоплює понад два століття і тісно пов'язана з історичними та політичними подіями в країні. Початок ХХ століття, що був відзначений значним припливом емігрантів, а також Перша і Друга світові війни, війна в Перській затоці та інші важливі події, значно актуалізували питання побудови стабільної держави, згуртування населення як єдиної нації та виховання активних громадян. Аналіз наукової літератури з цієї теми дозволяє зробити висновок, що заняття спортом є одним із ключових засобів формування

громадянських цінностей серед молоді США. Спортивна діяльність сприяє розвитку бажання до самореалізації та громадянської активності, вихованню толерантності, а також усвідомленню важливості культурної та історичної спадщини країни, патріотичних цінностей, переконань та поглядів [28, с. 91].

Таким чином, у процесі політичної освіти та політичного виховання особливу роль відіграє формування гармонійної взаємодії між політичними знаннями, переконаннями та почуттями. Важливо враховувати, що політичні почуття молоді виступають як психологічні чинники, які впливають на ставлення особистості до політичних явищ і їх наслідків. Вони також сприяють формуванню ціннісних орієнтацій, виникненню мотивів політичної поведінки та емоційним процесам саморегуляції і самооцінки. Політична освіта, сприяючи соціалізації молоді, повинна навчати її здатності орієнтуватися в рольових моделях політичної поведінки [1, с. 319].

Отже, в умовах війни формування політичних цінностей та громадянської позиції молоді стає важливим чинником національної безпеки та стабільності держави. Ключовими агентами цього процесу є не лише державні установи, але й батьки, освітяни, громадські організації та соціальні мережі. В умовах соціальної і політичної напруги, викликаної збройними конфліктами, особливу роль відіграє формування активної громадянської позиції через систематичну політичну освіту та виховання. Зокрема, заняття спортом та інші культурно-патріотичні ініціативи сприяють розвитку громадянської активності та почуття національної належності серед молоді.

Перехід до нових форм комунікації, зокрема через соціальні мережі, стає важливим інструментом впливу на молодіжну політичну свідомість. В рамках наступного підрозділу пропонуємо розглянути феномен соціальних мереж як основного каналу політичної комунікації, їх роль у формуванні громадянських цінностей та вплив на політичну активність молоді в умовах війни.

1.3. Соціальні мережі як інструмент політичної комунікації та впливу

Зростання популярності та розвитку соціальних мереж сприяє формуванню нової культури в суспільстві. Ці платформи виконують низку важливих функцій, надаючи можливість для самовираження та здобуття корисної інформації. Однак основною метою їх використання є соціалізація та інтеграція, що полягає в прагненні встановити взаємодію з іншими користувачами. Кожна функція соціальних мереж невід'ємно пов'язана з комунікаційною складовою і, в кінцевому підсумку, реалізується через процес комунікації [29, с. 206].

Питання використання соціальних мереж як середовища для реалізації маніпулятивного впливу стали предметом наукових досліджень лише нещодавно. Серед відомих теоретиків, які досліджували цю проблему, зокрема в контексті інформаційних війн, можна відзначити таких науковців, як Г. Г. Почепцов, С. Г. Кара-Мурза, Є. Д. Скулиш, В. Ю. Богданович, В. М. Петрик, В. І. Попик, Дж. Л. Морено, В. М. Сазанов, В. М. Горовий, О. С. Онищенко, В. В. Остроухов, В. М. Дубровіна, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, А. В. Брушлинський та інші [10, с. 51]. Дослідженням політичної комунікації в Інтернет-просторі та її впливу на функціонування політичної сфери займалися такі науковці, як Д. В. Акаєва, А. І. Бикова, М. В. Кондрашин та А. Ю. Михайлова [8, с. 204].

Термін «соціальна мережа» був вперше введений англійським соціологом Джеймсом Барнсом у 1954 році в його збірці «Людські стосунки», де він описав суспільство як складну мережу взаємозв'язків. Водночас важливим є дослідження С. Найдела в роботі «Теорія соціальної структури», в якому він розрізняв поняття «структури» та «функції», що є ключовими в сучасному мережевому аналізі. Найдел, вивчаючи великі популяції, створив теоретичну основу для розуміння соціальних структур та поведінкових патернів у них. У середині ХХ століття угорські математики Пол Ердіш і Альфред Реньє започаткували математичне описання соціальних мереж,

зокрема через теорію випадкових графів, що дозволила моделювати складні мережі з неочевидною структурою. З розвитком інформаційних технологій у 1980-1990-х роках термін «соціальні мережі» почав використовуватися переважно в контексті комп'ютерних технологій. Зокрема, в 1984 році було створено міжуніверситетську мережу NSFNet, а в кінці 1980-х з'явилися перші форми сучасних соціальних мереж, такі як CompuServe, Prodigy і The Well. У 1995 році був запущений портал Classmates, що став популярним серед користувачів завдяки можливості відшукати старих друзів та однокласників. Від початку 2000-х років соціальні мережі пережили етап швидкого розвитку. Платформи, як-от LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter, та популярна в СНД соціальна мережа «ВКонтакте», стали основними комунікаційними та інформаційними просторами для мільйонів користувачів. На основі концепції Web 2.0 соціальні медіа стали інтерактивними платформами, де користувачі не тільки споживають, а й створюють контент. Андреас Каплан та Майкл Ханлейн запропонували шість основних типів соціальних медіа: спільні проекти, блоги, контент-спільноти, соціальні мережі, віртуальні ігрові світи та віртуальні соціальні світи. Враховуючи ці зміни, соціальні мережі стали важливими каналами для передачі інформації та взаємодії серед користувачів, зокрема у контексті формування громадської думки та впливу на соціальні процеси [10, с. 52-53]. Таким чином, соціальні мережі значною мірою змінюють способи комунікації, знижуючи роль традиційних форм взаємодії та створюючи нові можливості для обміну інформацією.

Соціальна мережа розглядається як інтерактивний багатокористувацький веб-ресурс, контент якого формується самими учасниками цієї мережі. Такий сайт виступає як автоматизоване соціальне середовище, яке надає можливість групам користувачів, об'єднаних спільними інтересами, взаємодіяти між собою. До соціальних мереж відносяться також тематичні форуми, зокрема галузеві, що активно розвиваються останнім часом. Комунікація між користувачами здійснюється через внутрішню пошту або систему миттєвих повідомлень. Водночас В.

Сазонов трактує соціальну мережу як сукупність акторів (агентів), які здатні взаємодіяти один з одним [8, с. 205].

Глобальні практики залучення громадян до політичної та громадянської діяльності через соціальні мережі демонструють, що віртуальний комунікативний простір є ефективним середовищем для формування громадянської ідентичності. Цей простір має значний потенціал для суспільної самоорганізації, який може бути успішно використаний для зміцнення громадянського суспільства, а також для реалізації політичних цілей, зокрема для впровадження масштабних (революційних) змін у країні [16, с. 273].

Згідно з Оксфордським словником, термін "маніпуляція" визначається як процес здійснення прихованого контролю чи впливу на індивіда або об'єкт. Враховуючи це визначення, можна стверджувати, що сучасні соціальні медіа стали потужним інструментом у політичних маніпуляціях [2. С. 21].

Попри недоліки таких соціальних платформ, як Twitter, Facebook та YouTube, у питаннях трансляції достовірної інформації та надання об'єктивного огляду подій, соціальні мережі залишаються потужними інструментами для поширення індивідуальних версій подій, створення власних наративів, представлення суб'єктивної істини та впливу на політичну свідомість. Вони можуть активно змінювати хід політичних процесів, впливаючи на громадську думку на глобальному рівні. Одна з популярних теорій, висунута Д. МакАдамом наприкінці ХХ століття, стосувалася неможливості інтеграції масових рухів у успішні міжнародні соціальні ініціативи через складність формування сталих міжособистісних зв'язків в онлайн-просторі. Сьогодні ця думка є предметом дискусій, адже політична маніпуляція в умовах сучасного інформаційного потоку здійснюється майже щодня. Інтенсивність та постійна зміна інформаційних потоків призводить до того, що індивіди часто не здатні ефективно фільтрувати інформацію та захищати себе від перенасичення даними. У результаті, користувачі соціальних мереж все частіше обмежуються лише ознайомленням з заголовками новин, не заглиблюючись у зміст повідомлень, що призводить до

зниження інтересу до перевірки їх достовірності. Ключовим фактором розповсюдження інформації в такому середовищі є популярність, яку вона здобуває через кількість «like», що підвищує її сприйняття як правдивої. В цьому контексті В. Черкасова зазначає, що медіа постійно створюють нові образи, в яких користувачі шукають орієнтири для адаптації до соціальних змін. Цей процес руйнування старих образів і створення нових поглиблює відчуття мінливості та невизначеності реальності, що супроводжує постійну зміну інформаційного контексту. Віртуальна реальність, за її словами, поступово підриває реальність фізичну. Політичні процеси, у свою чергу, спочатку формуються віртуально, а лише потім відображаються в реальних змінах політичної поведінки, орієнтаціях та електоральних виборах. М. Кастельс наголошує, що контроль над комунікаційними мережами стає важливим інструментом, за допомогою якого інтереси та цінності трансформуються у домінуючі принципи людської поведінки, а інформаційна політика, орієнтована на маніпулювання символами через масмедіа, добре поєднується з постійно змінюваною ситуацією у політичному світі. В умовах, коли політика набуває форми театралізації, громадяни змушені виявляти захисну реакцію, голосуючи за кандидатів, що, на їхню думку, зможуть мінімізувати потенційну шкоду від держави, замість того, щоб покладати на неї відповідальність за свої потреби. З огляду на ці тенденції, С. Кара-Мурза зазначає, що сучасна інформаційна маніпуляція стає важливим механізмом впливу на психіку людини, метою якого є зміна її переконань та поведінки відповідно до інтересів маніпулятора [2. С. 23].

Інтернет, зокрема соціальні мережі, давно стали ефективним інструментом для політиків у всьому світі, який дозволяє їм налагоджувати взаємодію з громадськістю, вигравати вибори, інформувати електорат про нові політичні ініціативи та освітлювати процеси вирішення актуальних проблем держави. Основною перевагою використання соціальних мереж є можливість ефективного впливу на широку аудиторію. Крім того, варто зазначити зростаючу роль мережевих електронних ресурсів у сфері публічної політики.

Це зумовлено обмеженістю ресурсів, особливо фінансових, що призводить до залежності цивільних структур і об'єднань від держави, а також до посилення контролю з боку влади для обмеження незалежної діяльності. У цих умовах громадянські структури змушені шукати нові способи захисту та просування своїх інтересів, зокрема через використання мережевих інформаційних ресурсів. Зі свого боку, державні органи також активніше використовують мережеві платформи, створюючи додаткові канали комунікації та забезпечуючи можливість діалогу з представниками громадянського суспільства [5, с. 87].

З точки зору політичного PR, дослідження О. Кравця та Д. Глиняного «Соціальні мережі у формуванні ефективного територіального бренду» є особливо важливим. Автори зазначають, що глобалізація інформаційних процесів сприяє розвитку нових технологій для популяризації та створення нової стратегії інформаційної політики іміджу держави. Це зумовлює необхідність застосування інтерактивних технологій, таких як цифровий PR (digital PR) та електронний PR (e-PR). Вони також підкреслюють, що можливості соціальних мереж значно посилюються завдяки використанню мобільних додатків. Ю. Данько в своєму дослідженні «Соціальні мережі як засіб політичної комунікації» розглядає соціальні мережі як ефективний інструмент політичної комунікації. Він відзначає, що широкий спектр форм і методів політичної комунікації в Інтернеті забезпечує більш динамічний вплив на свідомість і поведінку аудиторії порівняно з іншими засобами масової інформації. Переваги політичної реклами в Інтернеті, зокрема в соціальних мережах, є безперечними: на відміну від короточасних телевізійних роликів чи газетних публікацій, інформація в мережі може залишатися доступною місяцями або навіть роками, що особливо важливо на тлі високих витрат на традиційну передвиборчу рекламу. Інформацію про світовий досвід застосування новітніх PR-технологій у президентських передвиборчих кампаніях можна знайти в дослідженні К. Швець та О. Чальцивої «Digital PR-

технології у передвиборчих президентських кампаніях США та Франції 2016–2017 рр.» [7, с. 54]

Отже, нові мас-медіа (НММ) суттєво впливають на трансформацію політичної комунікації, що проявляється у кількох ключових аспектах: [9, с. 397]

1. Швидкість отримання політичної інформації. НММ надають можливість отримувати інформацію швидше та зручніше, ніж традиційні засоби масової інформації, що значно змінює динаміку політичних процесів;
2. Активна участь громадян у формуванні інформаційного потоку. Завдяки НММ кожен індивід може не тільки споживати, але й генерувати політичний контент через блоги, форуми, коментарі та відеоролики в соціальних мережах, таких як Twitter, Facebook, YouTube. Це створює нові можливості для громадян брати участь у політичних процесах, змінюючи традиційні моделі взаємодії з політиками. У свою чергу, політики стикаються з підвищеною відповідальністю у веденні діалогу з громадськістю;
3. Політична реклама і просування кандидатів. Соціальні медіа стали важливим інструментом для політичних лідерів і партій, які використовують ці платформи для політичної боротьби, реклами та формування іміджу. Багато політиків нині мають персональні сторінки в популярних соціальних мережах, що сприяє залученню молодшої аудиторії, яка є основним користувачем Інтернету, та забезпечує високий рівень їхньої участі у виборах;
4. Об'єднання та самоорганізація громадян. НММ надають можливість для об'єднання громадян навколо спільних політичних цілей, організації протестних акцій або мобілізації допомоги тим, хто її потребує, що сприяє розвитку громадянської активності та самоорганізації в соціальних рухах.

Соціальні мережі здійснюють вплив на політичну поведінку індивідів через кілька основних механізмів: [24, с. 226-227]

- Інформаційний вплив. Соціальні мережі є важливим джерелом політичної інформації, здатної формувати знання, свідомість, інтереси, думки, ставлення та цінності людей. Вони можуть надавати як достовірну, так і суб'єктивну чи маніпулятивну інформацію, що впливає на політичну реальність та сприйняття громадськістю важливих питань. Крім того, соціальні мережі можуть визначати політичну аганду, тобто сприяти виділенню конкретних політичних проблем, які стають актуальними для суспільства. Наприклад, за даними дослідження Internews Ukraine, соціальні мережі стали важливим інструментом політичної комунікації та мобілізації під час президентських і парламентських виборів в Україні у 2019 році;
- Соціальний вплив. Соціальні мережі функціонують як платформи для політичної комунікації, що можуть змінювати поведінку, емоції, мотивацію, наміри та дії людей. Вони створюють соціальний тиск і встановлюють норми, очікування та ролі, які впливають на політичні вибори та поведінку громадян. Соціальні мережі також здатні сприяти політичній мобілізації, організації протестів, революцій чи інших форм соціальної активності. Наприклад, як показує дослідження Української правди, соціальні мережі відіграли важливу роль у мобілізації громадян під час протестів в Україні в 2000–2001, 2004 та 2013–2014 роках;
- Психологічний вплив. Соціальні мережі є важливим чинником політичної психології, здатним впливати на особистісні характеристики, темперамент, інтелект, пам'ять, мислення, емоції, настрої та самооцінку людей. Вони можуть викликати як позитивні (задоволення, натхнення, гордість, відчуття сили), так і негативні емоції (розчарування, гнів, страх, відчуття безсилля). Соціальні мережі також мають значний вплив на психологічні процеси,

включаючи сприйняття, увагу, мотивацію та прийняття рішень. Наприклад, дослідження Національного університету «Острозька академія» демонструє, що соціальні мережі впливають на психологічні особливості та стилі політичної поведінки громадян.

Отже, соціальні мережі відіграють важливу роль у формуванні політичної поведінки громадян. Вони здатні значною мірою впливати на такі аспекти, як знання, свідомість, інтереси, думки, ставлення, цінності та соціальні інтереси людей. Окрім того, соціальні мережі можуть створювати соціальний тиск, формувати норми, очікування, ролі та ідентичності, впливати на групи, лідерів та впливових осіб, що, в свою чергу, позначається на політичних рішеннях і діях громадян. Вони також можуть сприяти політичній мобілізації, організації, координації дій, солідарності, а також спричиняти конфлікти і протести.

Крім того, соціальні мережі мають здатність впливати на психологічні особливості індивіда, такі як характер, темперамент, інтелект, пам'ять, уяву, сприйняття, емоції, настрої, самооцінку, самовизначення і самореалізацію. Водночас соціальні мережі можуть мати як позитивний, так і негативний ефект на політичну поведінку. З одного боку, вони можуть сприяти демократизації, зростанню політичної активності та участі громадян у політичних процесах. З іншого – вони можуть бути інструментом поширення дезінформації, пропаганди і маніпуляцій, що, у свою чергу, може призвести до радикалізації суспільства, політичної поляризації та конфліктів.

Тому важливо усвідомлювати вплив соціальних мереж на політичну поведінку, щоб ефективно використовувати їх на користь суспільству, а не шкодити йому. Для цього необхідно сприяти розвитку критичного мислення, інформаційної та медіаграмотності серед громадян, а також запроваджувати правовий контроль за використанням соціальних мереж в політичних цілях.

Висновки до розділу 1

У межах першого розділу було здійснено ґрунтовний аналіз основних теоретико-методологічних підходів до визначення понять політичні цінності та громадянська позиція, що дало змогу поглибити розуміння сутності досліджуваних феноменів як системних елементів політичної культури та соціальної ідентичності молоді. Аналіз наукових теоретичних джерел дозволяє дійти висновку, що політичні цінності виступають концептуальними орієнтирами громадянської поведінки та визначають ставлення молоді до демократичних інститутів, державної влади, соціальної справедливості, свобод і прав людини. Водночас громадянська позиція репрезентує не лише когнітивно-мотиваційну структуру особистості, а й практичну готовність до участі в суспільному житті, прийняття відповідальності за стан держави й активного включення в процеси демократизації.

Особливу увагу приділено аналізу умов формування політичних цінностей і громадянської позиції в умовах війни, які актуалізують потребу в консолідації суспільства навколо базових національно-патріотичних і демократичних орієнтирів. Виявлено, що в умовах суспільної кризи зростає значущість інституцій громадянського виховання, проте не менш важливу роль відіграють неформальні агенти соціалізації, зокрема цифрові медіа.

Окремим напрямом аналітичного пошуку стало вивчення соціальних мереж як середовища формування політичних орієнтацій молоді. У ході аналізу з'ясовано, що соціальні медіа виконують не лише інформативну, а й соціалізуючу, мобілізаційну й навіть маніпулятивну функції. У процесі вивчення наукових праць було виявлено подвійний характер впливу соціальних мереж: з одного боку, вони сприяють розвитку громадянської активності, розширенню політичної обізнаності й участі молоді у публічному житті; з іншого – виступають інструментом політичної поляризації, поширення дезінформації й формування спрощених або викривлених моделей політичної реальності.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ ТА ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ: НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ INSTAGRAM ТА TWITTER.

2.1. Аналіз практичних методів, інструментів та механізмів формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді під впливом соціальної мережі Instagram та Twitter

В рамках нашого дослідження важливою частиною є аналіз методів, інструментів та механізмів формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді в контекст таких соціальних мереж як Instagram та Twitter. Нами було обрано саме ці соціальні мережі, зокрема, через те, що вони є популярними серед молоді та мають значний вплив на формування політичної свідомості та громадянської активності останніх. Instagram та Twitter характеризуються унікальними механізмами поширення інформації, які дозволяють не лише транслювати політичні меседжі, але й залучати користувачів до активної взаємодії з контентом.

Instagram, як платформа з акцентом на візуальний контент, використовується для створення емоційно насичених повідомлень, які швидко стають вірусними та, на нашу думку, формують у молоді емоційний зв'язок із суспільно-політичними темами. Водночас, механізми використання хештегів, сторіз та можливість взаємодії з лідерами думок дозволяють розвивати почуття солідарності та спільної причетності до громадських ініціатив.

Twitter, який характеризується короткими формами повідомлень і швидким темпом оновлення контенту, стає основним майданчиком для оперативного інформування, політичних дискусій та обговорення складних суспільних питань. Особливістю Twitter є можливість поширення аналітичного контенту, трендів і залучення міжнародної аудиторії через використання глобальних хештегів (#RussiaIsATerroristState;

#UkrainiansWillResist; #ArmUkraineNow; #RussiaInvadedUkraine; #SlavaUkraini; #UkraineUnderAttack; #TerroRussia; #stopputin тощо). Крім того, варто акцентувати окрему увагу на тому, що сьогодні, в контексті війни в Україні, велика кількість громадських та політичних діячів, публічних людей, а також цивільних громадян, виконують цю платформу для поширення інформації про трагічні наслідки війни, що спрямовано в більшій мірі на закордонну аудиторію.

Поєднання візуальної складової Instagram із текстовою спрямованістю Twitter створює унікальну комунікаційну екосистему, яка впливає на молодь через різні канали сприйняття. Саме тому аналіз цих платформ дозволяє виявити як позитивні аспекти формування громадянської позиції, так і ризики, пов'язані з поширенням дезінформації, маніпуляцій і поляризації.

У рамках нашого дослідження ми ставимо перед собою мету вивчити специфіку впливу обох платформ на громадянську позицію та політичні цінності молоді, враховуючи контекст війни, що посилює значення соціальних мереж як джерела інформації та інструменту громадянського впливу.

Отже, в рамках сучасного інформаційного суспільства соціальні мережі стали ключовим інструментом комунікації та впливу на суспільні процеси. Вони активно формують громадянську позицію, політичні переконання та цінності, особливо серед підлітків та молоді, яка є найбільш активним користувачем цих платформ. Отже, в контексті війни соціальні мережі, такі як Instagram та Twitter, виконують не лише функції інформування, але й мобілізації, емоційного впливу, створення та підтримки політичної ідентичності. Вплив цих мереж базується на практичних методах і механізмах, що забезпечують широку залученість користувачів.

Варто також зазначити, що громадянська позиція формується через взаємодію низки чинників: надання інформації, створення умов для самовираження, стимулювання до дії та підтримки участі в суспільно-політичному житті. У контексті соціальних мереж ці процеси забезпечуються

за допомогою певних механізмів, нами було зроблено спробу їх систематизувати:

1. Інформаційне забезпечення: соціальні мережі виступають платформами для поширення новин, аналітичних матеріалів та інформації про актуальні події. Завдяки алгоритмам персоналізації контент у Twitter та Instagram адаптується до інтересів користувача, забезпечуючи високу релевантність отримуваних матеріалів.
2. Емоційний вплив: молодь особливо чутлива до емоційно насиченого контенту, який стимулює формування політичної ідентичності. В Instagram це досягається через візуальні образи, які апелюють до патріотизму, солідарності та підтримки. У Twitter ключову роль відіграють короткі, емоційно заряджені повідомлення.
3. Соціальна мобілізація: за допомогою хештегів, тегів та вірусного поширення контенту соціальні мережі залучають молодь до участі в суспільно значущих ініціативах, акціях протесту та волонтерських рухах.
4. Інтерактивність і взаємодія: коментарі, обговорення, опитування та взаємодія з контентом дозволяють молоді висловлювати власну позицію, формувати мережі однодумців та отримувати підтримку.
5. Інструменти впливу в Instagram: instagram використовує візуально орієнтовані інструменти, які апелюють до емоційної складової сприйняття. Серед ключових практичних методів впливу можна виділити:
 6. Використання сторіз і відео: сторіз є оперативним способом поширення інформації про суспільно-політичні події. Наприклад, кампанії на підтримку армії чи збору коштів активно використовують інструмент "посилання в сторіз" для мобілізації молоді.
 7. Візуальний контент: постери, фотографії та графічні матеріали, що супроводжуються короткими текстами, стимулюють до емоційного

включення. Наприклад, фотографії з акцій протесту з підписами, що закликають до дій, отримують велику кількість поширень.

8. Хештеги на зразок #StandWithUkraine або #YouthForChange формують спільноти однодумців, що сприяє колективній ідентифікації.
9. Колаборації з лідерами думок: instagram надає платформу для блогерів, які поширюють суспільно значущі меседжі, використовуючи довіру своєї аудиторії. Наприклад, пости відомих інфлюенсерів щодо підтримки соціальних ініціатив отримують широку підтримку.

Twitter, завдяки своїй структурі, орієнтований на текстовий контент, що дозволяє використовувати його для аналітичного та оперативного поширення інформації. В рамках зазначеної соціальної мережі використовуються наступні механізми впливу:

1. Реактивність і швидкість: twitter використовується для оперативного інформування про політичні події. Наприклад, під час кризових ситуацій (протести, військові дії) Twitter стає головним джерелом новин.
2. Обговорення у форматі "тредів": треди дозволяють користувачам розгорнуто пояснювати складні теми, формуючи у молоді розуміння політичних та соціальних процесів. Наприклад, тред про роль волонтерства у воєнний час може сприяти поширенню відповідних цінностей.
3. Використання мемів та сатири: політичні меми часто стають вірусними, впливаючи на ставлення молоді до політиків чи подій. Наприклад, сатиричні картинки, що критикують корупцію, можуть формувати критичну громадянську позицію.
4. Міжнародні кампанії: twitter активно використовується для привернення уваги міжнародної спільноти. Наприклад, кампанії з

хештегами #HelpUkraineNow або #StopTheWar залучають молодь до глобальної громадянської участі.

Таким чином, Instagram і Twitter відрізняються інструментами та механізмами формування громадянської позиції, однак, в той самий час, взаємодоповнюють одне одного. Якщо Instagram більше орієнтований на емоційний вплив через візуальні засоби, то Twitter сприяє когнітивному сприйняттю завдяки текстовій аргументації.

Наприклад, кампанія #StandWithUkraine в Instagram супроводжується зображеннями прапорів, патріотичних гасел і закликів до дії, тоді як у Twitter ця ж кампанія доповнюється статистичними даними, аналітикою та посиланнями на ресурси для допомоги.

Отже, соціальні мережі Instagram і Twitter є ефективними інструментами формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді завдяки унікальному набору методів впливу. Instagram використовує для цього емоційний і візуальний контент, який стимулює до дії, тоді як Twitter формує критичне мислення та сприяє аналітичному осмисленню суспільно-політичних подій, а також відкриває перспективу поширення новин та наслідків війни на західну аудиторію, що є важливим фактором в допомозі Україні з боку партнерів та загальній підтримці України у світі.

Таким чином, на нашу думку, комплексне використання цих платформ забезпечує максимальну залученість молоді до суспільного життя, підтримує їх політичну ідентичність та мотивує до активної громадянської участі.

Крім того, з метою підтвердження впливу соціальних мереж, зокрема Instagram та Twitter, на громадянську позицію та політичні цінності молоді, нами було сплановано та організовано комплексне емпіричне дослідження. Пропонуємо більш детально розглянути його особливості.

Метою дослідження є вивчення впливу контенту, поширюваного в соціальних мережах Instagram та Twitter, на формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді України в умовах війни.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати характер контенту, що поширюється у соціальних мережах Instagram та Twitter, на тему громадянської та політичної активності.
2. Виявити основні тенденції та механізми впливу цього контенту на політичну свідомість і громадянську позицію молоді.
3. Оцінити думки молоді про соціальні мережі як інструмент формування політичних цінностей.
4. Зібрати думки експертів щодо ролі соціальних мереж у процесах формування політичної культури.

Емпіричне дослідження складалося з наступних етапів:

Перший етап емпіричного дослідження включав в себе наступні види діяльності:

Формулювання гіпотези: передбачається, що соціальні мережі Instagram і Twitter сприяють формуванню громадянської позиції та політичних цінностей молоді, впливаючи на їх політичну обізнаність і мотивацію до участі в суспільному житті.

Визначення ключових характеристик та формування вибірки: для контент-аналізу (обрано 10 акаунтів у кожній соціальній мережі, що активно поширюють контент громадянсько-політичної тематики); для опитування (60 респондентів віком 18–25 років, які є активними користувачами Instagram і Twitter); для експертних інтерв'ю: 10 експертів (політологи, соціологи, журналісти, медіааналітики).

Розробка інструментарію, тобто методик та методів емпіричного дослідження: для контент-аналізу було створено категоріальну таблицю для кодування контенту (тип контенту, тематика, емоційна насиченість, кількість взаємодій тощо); для опитування було розроблено авторську анкету з відкритими та закритими питаннями; для експертних інтерв'ю було підготовлено перелік питань для глибинного аналізу досліджуваної теми.

На другому етапі емпіричного дослідження нами було виконано наступні види діяльності:

Контент-аналіз: вибірку акаунтів було сформовано за критеріями активності, охоплення та тематичного спрямування. Збір даних здійснювався за період трьох місяців (а саме з вересня по листопад 2024).

Контент кожного з обраних акаунтів аналізується за такими критеріями:

- частота публікацій на тему війни, громадянської позиції та політичних цінностей;
- характер і тональність повідомлень (позитивна, нейтральна, негативна);
- тип контенту (текстовий, візуальний, відео);
- рівень взаємодії (коментарі, вподобання, поширення).

З метою проведення контент-аналізу нами було підібрано наступні акаунти (див. Табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Акаунти для контент-аналізу

№	Instagram	Twitter
1.	@ukraine.ua – Офіційний акаунт України, що поширює інформацію про українську культуру, історію та сучасні виклики.	@Ukraine – Офіційний акаунт України, що інформує про події в Україні англійською мовою.
2.	@saveukraine.global – Платформа для координації міжнародної допомоги Україні.	@ZelenskyUa – Офіційний акаунт Президента України, Володимира Зеленського.
3.	@standwithukraine – Кампанія підтримки України з акцентом на патріотичний контент.	@EuromaidanPress – Твіти про історичний та сучасний контекст подій в Україні.
4.	@united24global – Офіційна ініціатива зі збору коштів на підтримку України під час війни.	@MFA_Ukraine – Міністерство закордонних справ України, офіційні заяви та інформація.

№	Instagram	Twitter
5.	@ukraine.defense – Контент, пов'язаний із захистом і боротьбою України за незалежність.	@U24_gov_ua – Ініціатива United24, спрямована на міжнародну підтримку України.
6.	@savelife.in.ua – Благодійний фонд, спрямований на допомогу українським військовим.	@KyivIndependent – Незалежне українське англomовне медіа.
7.	@euromaidanpress – Візуальний контент про історію України, сучасні події та громадянську активність.	@SaveLifeUA – Благодійна організація, що підтримує військових і їхні сім'ї.
8.	@ukrainianfreedomnews – Фотографії та відео про волонтерство та патріотичні ініціативи.	@SuspilneNews – Офіційний акаунт українського національного суспільного мовника.
9.	@voices_of_children – Підтримка дітей, які постраждали через війну, через психологічні й соціальні ініціативи.	@visegrad24 – Інформаційний ресурс про Україну та регіон Центральної Європи.
10.	@weareukraine.info – Акаунт із мемами, інфографікою та історіями солідарності для молодіжної аудиторії.	@WarTranslation – Переклади інтерв'ю, новин і матеріалів, що розповідають про Україну для іноземної аудиторії.

Опитування молоді: анкетування проводилось онлайн за допомогою Google Forms. У структурі розробленої нами авторської анкети передбачено такі розділи:

- Загальні дані (вік, стать, регіон проживання, активність у соціальних мережах).

- Вплив соціальних мереж на інформування про громадянсько-політичні теми.
- Оцінка контенту в Instagram і Twitter (рівень довіри, ступінь впливу на особисті переконання).
- Ставлення до соціальних мереж як до платформи громадянської участі.

І нарешті експертні інтерв'ю: було залучено фахівців, які аналізують медіапроцеси та їх вплив на суспільну свідомість. Спланований нами комплекс запитань зосереджено на таких аспектах:

- роль соціальних мереж у формуванні політичних цінностей;
- специфіка впливу Instagram і Twitter порівняно з іншими платформами;
- ефективність соціальних мереж як інструменту політичної мобілізації.

Третій етап емпіричного дослідження включав в себе такі аспекти:

Обробка даних: дані контент-аналізу було закодовано в таблицю для подальшої статистичної обробки; результати опитування було проаналізовано кількісно і якісно: нарешті дані інтерв'ю транскрибуються, ключові тези було структуровано відповідно до дослідницьких завдань.

Інтерпретація результатів включає в себе порівняльний аналіз даних, отриманих в процесі контент-аналізу, опитування та інтерв'ю, а також визначення загальних тенденцій. Крім того, важливим етапом є виявлення ключових механізмів впливу контенту Instagram і Twitter на формування громадянської позиції молоді за результатами емпіричного дослідження.

Четвертий етап, який є підсумковим, включає:

- Оформлення результатів.
- Узагальнення даних дослідження та формулювання висновків.
- Розробка практичних рекомендацій щодо особливостей використання соціальних мереж та мінімізації ризиків споживання політичної інформації молоддю в умовах війни.

Реалізація спланованого нами плану емпіричного дослідження дозволить отримати комплексне уявлення про роль соціальних мереж у процесах формування громадянської позиції та політичної свідомості молоді в умовах війни.

2.2. Особливості впливу соціальної мережі Instagram та Twitter на формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді в умовах війни: результати контент-аналізу

В процесі емпіричного дослідження нами було отримано комплексні дані щодо ролі соціальних мереж у формуванні громадянської позиції та політичних цінностей молоді. Пропонуємо розглянути отримані результати.

Контент-аналіз здійснювався на основі 10 акаунтів у кожній із соціальних мереж (Instagram і Twitter) за період трьох місяців. Критеріями аналізу були тематика контенту, тональність, типи матеріалів і р-нь взаємодії.

У результаті контент-аналізу акаунтів українських соціальних мереж Instagram та Twitter було виявлено особливості тематичного спрямування контенту, які свідчать про їхню специфіку у формуванні громадянської позиції та політичних цінностей молоді (див. Рис. 2.1).

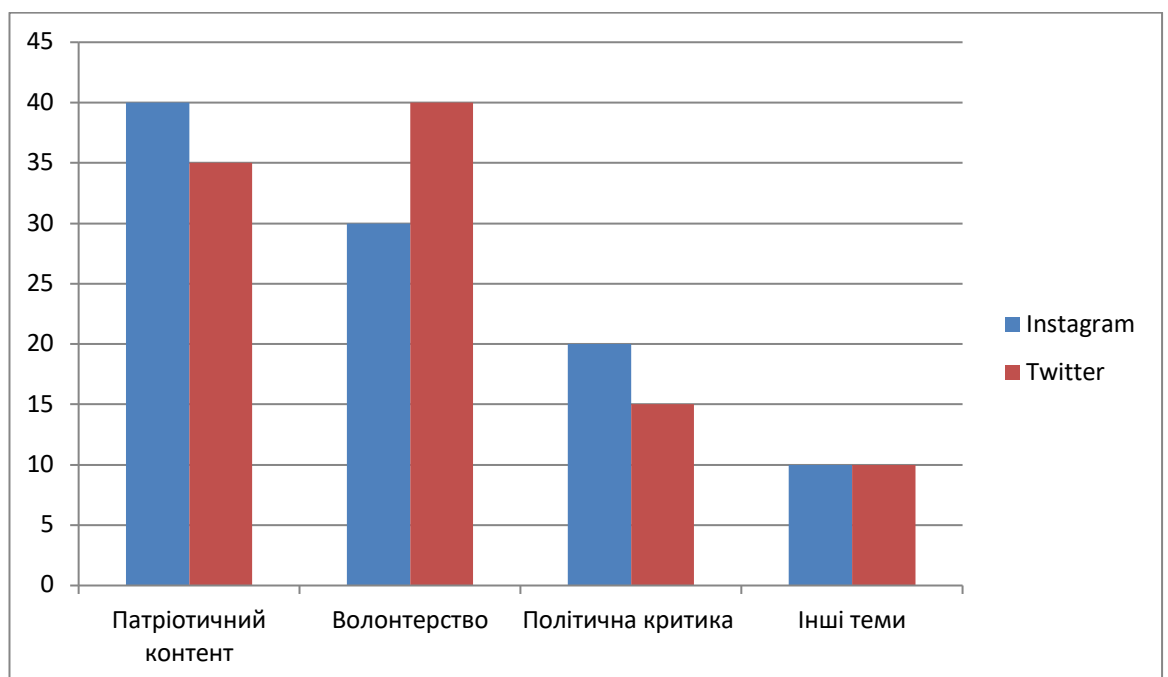


Рис. 2.1. Домінуюча тематика контенту

У мережі Instagram домінуючим є патріотичний контент, який становить 40% від усіх публікацій. До цієї категорії належать матеріали, спрямовані на популяризацію української культури, символів, підтримку Збройних Сил України та демонстрацію єдності суспільства. Особливістю цього контенту є емоційна насиченість, що апелює до гордості, солідарності та національної ідентичності.

Друга за важливістю тематика – волонтерство (30%), яке представлено через історії про успішні ініціативи, акції зі збору допомоги та організацію гуманітарної підтримки. Це підкреслює акцент на активній громадянській участі.

Політична критика, яка займає 20% контенту, здебільшого стосується аналізу дій української влади, міжнародних партнерів та окремих політиків. Цей контент спрямований на підвищення обізнаності молоді та спонукання до формування критичної думки.

Інші теми, що становлять 10%, включають загальноосвітній, мотиваційний або культурний контент. Вони виконують другорядну роль, але створюють інформаційний баланс, зменшуючи емоційне навантаження.

З іншого боку, у Twitter домінує політична критика (40%), яка включає аналітичні та оперативні публікації, присвячені політичним рішенням, міжнародній підтримці України та соціальним проблемам. Цей контент вирізняється текстовою спрямованістю та більшою глибиною аналізу порівняно з Instagram.

Патріотичний контент (35%) представлений через ключові повідомлення про боротьбу України, заклики до єдності та відзначення досягнень українців у різних сферах.

Аналітичні огляди займають 15% контенту. Вони включають пояснення складних політичних чи економічних тем, які мають важливе значення для аудиторії. Такі матеріали є особливо цінними для формування критичного мислення молоді.

Інші теми, як і в Instagram, становлять 10%, зосереджуючись на загальнокультурному чи освітньому контенті.

Отже, аналіз контенту українських акаунтів у Instagram та Twitter свідчить про те, що обидві платформи виконують важливу роль у формуванні громадянської позиції та політичних цінностей молоді, хоча роблять це різними способами. Instagram орієнтований на емоційно візуальний контент, який здебільшого мобілізує молодь до дії через позитивні приклади патріотизму та волонтерства. Водночас Twitter є платформою для більш аналітичного та критичного осмислення політичної реальності. Політична критика домінує в обох мережах, але у Twitter вона носить більш структурований та аргументований характер.

Таким чином, обидві платформи взаємодоповнюють одна одну, забезпечуючи всебічне формування громадянської свідомості молоді: від емоційної підтримки до стимулювання раціонального аналізу суспільно-політичних подій.

Крім того, нами було проведено аналіз тональності контенту, що поширюється досліджуваними соціальними мережами. Отримані результати представлено на Рис. 2.2.

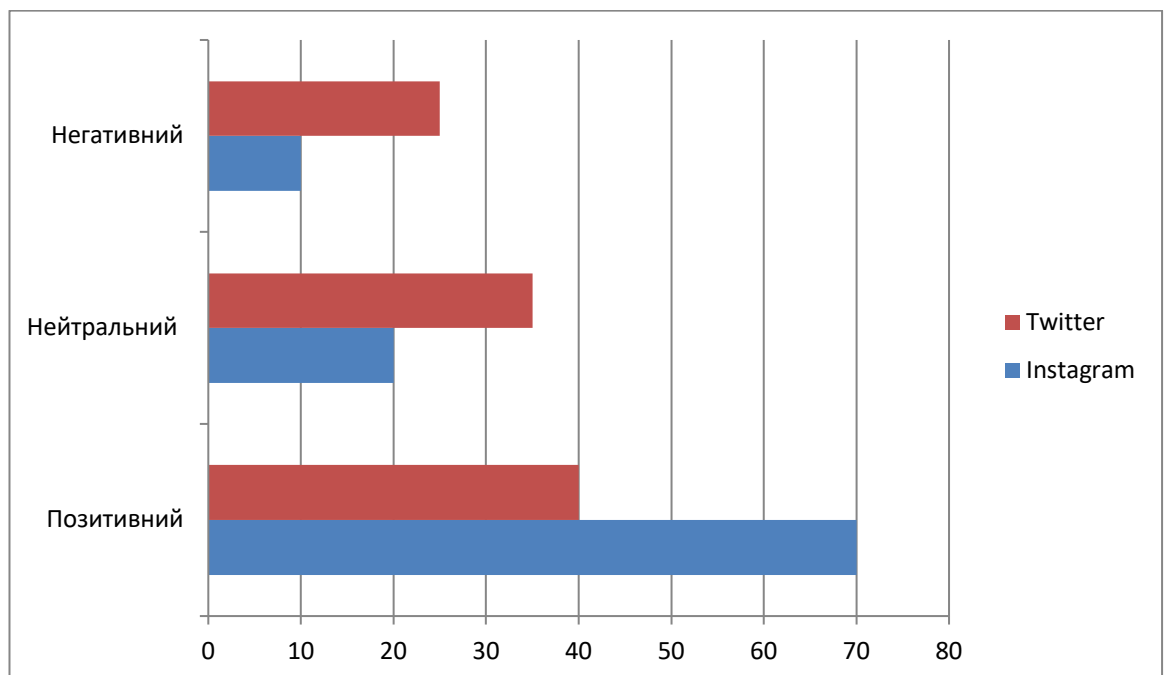


Рис. 2.2. Тональність контенту

Контент, що поширюється через Instagram, характеризується переважно позитивною тональністю, яка становить 70% від загальної кількості публікацій. Такий акцент на позитиві спрямований на підтримку бойового духу, стимулювання солідарності та створення емоційно комфортного середовища для користувачів. Патріотичні дописи, історії успіху волонтерських ініціатив і проявів єдності нації становлять основний обсяг цього контенту.

Нейтральна тональність складає 20% публікацій. Цей контент зазвичай подає інформацію без емоційного забарвлення, наприклад, у вигляді інформативних повідомлень про суспільні події або результати волонтерської роботи. Такий підхід забезпечує об'єктивність і рівновагу в інформаційному просторі.

Негативна тональність є найменш поширеною (10%) і здебільшого відображає критику окремих рішень чи подій, що викликають занепокоєння. Незважаючи на свою меншість, цей контент відіграє важливу роль у стимулюванні громадської рефлексії та формуванні критичного мислення.

В свою чергу, у Twitter тональність контенту є більш збалансованою: позитивний контент становить 40%, нейтральний – 35%, а негативний – 25%.

Позитивний контент відображає акценти на досягненнях України, міжнародній підтримці, успіхах на політичному чи військовому фронті. Ці повідомлення спрямовані на створення почуття національної гордості та мотивування аудиторії до активної громадянської участі.

Нейтральна тональність, яка охоплює 35% публікацій, представлена аналітичними матеріалами, інформаційними зведеннями та повідомленнями без чіткого емоційного забарвлення. Такий контент допомагає забезпечити більш критичний підхід до оцінки інформації.

Негативна тональність (25%) є вищою, ніж у Instagram, і включає публікації, які підкреслюють проблемні аспекти, критику політичних рішень або відсутність міжнародної реакції на кризові ситуації. Цей контент

стимулює політичну активність молоді, змушуючи звертати увагу на соціальні виклики.

Таким чином, аналіз тональності контенту в Instagram та Twitter демонструє різні підходи до формування громадянської позиції та політичної свідомості молоді. У Instagram домінує позитивна тональність, яка забезпечує емоційну підтримку та стимулює оптимістичний настрій аудиторії. Це особливо важливо в умовах війни, коли потреба у підтримці морального духу суспільства є критично гострою.

При чому, що цікаво, у Twitter тональність є більш збалансованою, що дозволяє забезпечити як мотивацію через позитивні повідомлення, так і аналітичний підхід до вирішення проблем через нейтральний і негативний контент. Підвищена частка негативу у Twitter свідчить про його роль як платформи для критичного осмислення суспільно-політичних процесів і стимулювання дискусій.

Таким чином, обидві платформи мають унікальні переваги: Instagram формує емоційно насичений позитивний простір, тоді як Twitter забезпечує багатовимірне сприйняття реальності, необхідне для розвитку критичного мислення та політичної участі молоді.

В результаті аналізу типу опублікованого контенту в цих соціальних мережах нами були отримано наступні дані, графічно представлені на Рис. 2.3.

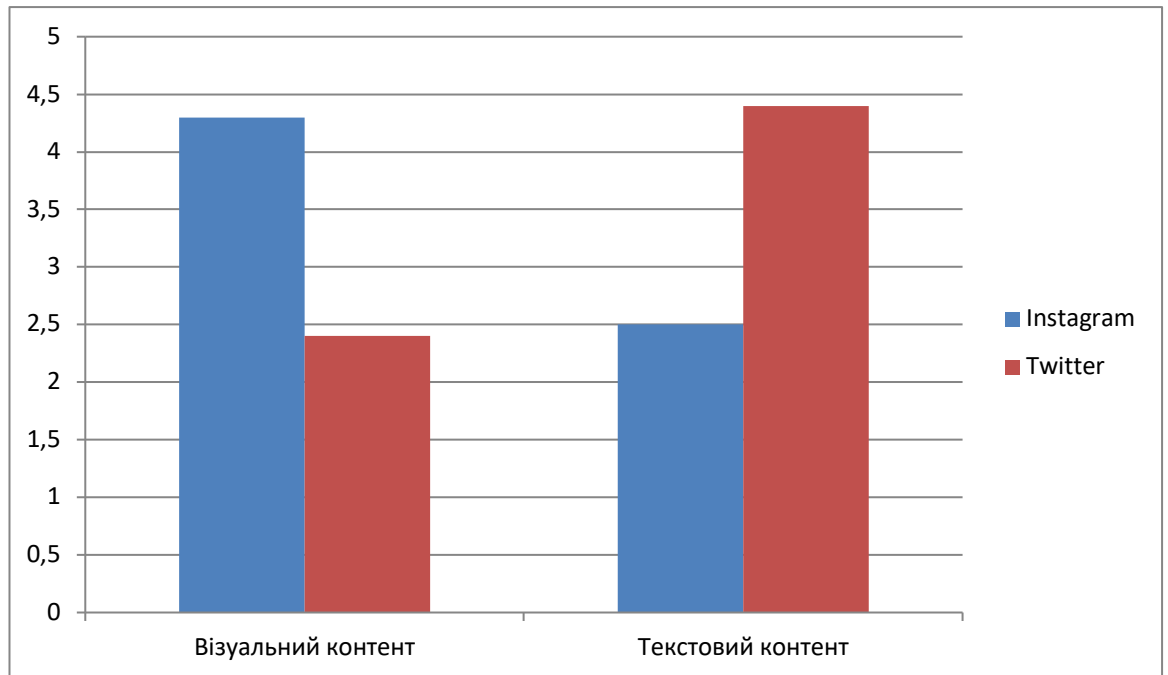


Рис. 2.3. Типи контенту

Контент у Instagram переважно представлений у візуальному форматі, який становить 80% від загального обсягу публікацій. До візуального контенту належать фотографії, відео, графічні зображення та анімації. Цей тип контенту орієнтований на емоційний вплив і привернення уваги аудиторії за допомогою яскравих візуальних образів. Наприклад, у публікаціях патріотичної тематики часто використовуються національні символи, портрети героїв та зображення єдності українського народу.

Текстовий контент становить лише 20%. Він здебільшого представлений у вигляді коротких підписів до фотографій або візуальних матеріалів. Хоча цей формат є допоміжним, він виконує важливу роль у поясненні візуального контенту та донесенні ключових наративів до аудиторії.

У Twitter домінує текстовий контент, який становить 70% усіх публікацій. Короткі повідомлення, треди та аналітичні огляди є основним форматом, який дозволяє оперативно поширювати інформацію, ділитися думками та проводити дискусії. Наприклад, аналітичні треди пояснюють складні політичні або соціальні питання, що сприяє формуванню критичного мислення у молоді.

Візуальний контент у Twitter охоплює 30% публікацій. Серед основних форматів – графіки, інфографіка та меми. Цей тип контенту часто використовується для надання додаткової інформації або візуалізації складних даних, таких як статистика чи ключові події. Мемам також належить важлива роль, оскільки вони дозволяють створювати іронічний або критичний контекст у політичних дискусіях.

Аналіз типів контенту в Instagram та Twitter виявляє суттєві відмінності в їхньому підході до комунікації та впливу на аудиторію. Instagram переважно використовує візуальний контент, що робить його потужним інструментом для емоційного впливу та створення впізнаваних візуальних образів. Велика частка візуального контенту сприяє мобілізації молоді до участі у громадських ініціативах та формуванні відчуття єдності.

У свою чергу, Twitter акцентує увагу на текстовому контенті, який дозволяє оперативно інформувати, пояснювати складні політичні питання та вести дискусії. Візуальні матеріали в Twitter, хоча і представлені меншою мірою, виконують важливу роль у підтримці та доповненні текстового контенту, роблячи його доступнішим для широкої аудиторії.

Таким чином, обидві платформи демонструють унікальні переваги у використанні різних типів контенту: Instagram ефективно працює з емоційним компонентом комунікації, тоді як Twitter сприяє розвитку критичного мислення та аналітичних навичок через текстові формати. Це підтверджує важливість обох платформ для формування громадянської позиції та політичної свідомості молоді.

Отже, контент-аналіз українських акаунтів у соціальних мережах Instagram та Twitter демонструє перспективу їх впливу на формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді в умовах війни. Обидві платформи, маючи унікальні особливості подання інформації, виконують взаємодоповнюючі функції, спрямовані на мобілізацію, підвищення обізнаності та формування критичного мислення.

Instagram, завдяки своїй орієнтації на візуальний контент, формує емоційну залученість та почуття солідарності. Платформа активно використовується для популяризації патріотичних ідей, підтримки волонтерських ініціатив і поширення позитивного образу громадянської активності. Це сприяє створенню емоційного фундаменту для молодіжної аудиторії, що особливо важливо в умовах психологічного напруження під час війни.

Twitter, зі своєю текстовою спрямованістю та швидкістю оновлення, забезпечує оперативність і глибину інформаційного впливу. Платформа стає майданчиком для критичного осмислення політичних процесів, обговорення ключових суспільних тем і ведення аналітичних дискусій. Це підвищує рівень політичної свідомості молоді, сприяючи формуванню збалансованих оцінок подій і явищ.

У контексті війни ці соціальні мережі виконують важливу роль не лише як канали інформування, але й як інструменти громадянської мобілізації. Вони стимулюють молодь до активної участі у суспільних процесах, підтримуючи моральний дух, національну єдність і критичний підхід до інформації. Узагальнені результати аналізу підтверджують, що Instagram та Twitter є ефективними платформами для впливу на громадянську позицію та політичні цінності молоді, адаптуючи свій вплив до специфіки цифрового споживання в умовах воєнного конфлікту.

На наступному етапі емпіричного дослідження нами було проведено анкетування серед молоді з метою визначення впливу досліджуваних соціальних мереж на політичні цінності та громадянську позицію респондентів. В анкетуванні взяли участь 60 респондентів віком від 18 до 25 років. Вибірка складалася зі студентської молоді, яка навчається у закладах вищої освіти гуманітарного, соціально-політичного та журналістського профілю (зокрема, в Харківському національному університеті ім. В. Н. Каразіна, Національному університеті «Острозька академія», Київському національному університеті ім. Тараса Шевченка, Львівському національному

університеті ім. Івана Франка, Чернівецькому національному університеті). Більшість опитаних – це студенти бакалаврату I–IV курсів (78,33%) і магістри I курсу (21,67%%).

Географія респондентів охоплює центральні, західні, південні та східні регіони України, що дозволяє охопити міжрегіональну варіативність обраної вікової групи. За статевою ознакою вибірка була репрезентативною: 56,67% жінок і 43,33% чоловіків. Критеріями включення до вибірки були: активне користування принаймні однією з двох досліджуваних соціальних мереж (Instagram і Twitter), мінімум 1 рік постійної активності в них, а також самоідентифікація себе як особи, що цікавиться суспільно-політичними темами.

Пропонуємо проаналізувати відповіді учасників на деякі питання авторської анкети (Див. Табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Результати відповідей респондентів на питання авторської анкети

Питання	Instagram	Twitter
Як часто ви переглядаєте політичний контент?	Щодня – 45%, кілька разів на тиждень – 31,67%, рідше – 23,33%.	Щодня – 51,67%, кілька разів на тиждень – 40%, рідше – 8,33%.
Чи впливає контент у соцмережах на вашу громадянську позицію?	Так – 71,67%, ні – 28,33%.	Так – 65%, ні – 35%.
Оцініть рівень довіри до інформації (шкала 1–5)	Середній бал – 3,8.	Середній бал – 4,1.
Який тип контенту вам найбільш цікавий?	Візуальний – 66.67%, Текстовий – 11.67%, Відео – 21.67%	Візуальний – 28.33%, Текстовий – 51.67%, Відео – 20.00%

Питання	Instagram	Twitter
Чи поширюєте ви політичний контент самостійно?	Так – 36.67%, Ні – 63.33%	Так – 51.67%, Ні – 48.33%
Який контент більше впливає на вашу думку?	Емоційний – 61.67%, Аналітичний – 38.33%	Емоційний – 33.33%, Аналітичний – 66.67%
Наскільки активно ви берете участь в обговореннях політичних тем?	Завжди – 20.00%, Інколи – 55.00%, Ніколи – 25.00%	Завжди – 31.67%, Інколи – 48.33%, Ніколи – 20.00%

Результати, представлені в таблиці, дозволяють здійснити порівняльний аналіз впливу контенту соціальних мереж Instagram та Twitter на формування громадянської позиції молоді. Аналіз відповідей свідчить про те, що Twitter дещо частіше виконує функцію джерела політичної інформації: щоденний перегляд політичного контенту зафіксовано у 51,67% респондентів, тоді як в Instagram – у 45,00%. Частка тих, хто взаємодіє з політичним контентом лише час від часу, є вищою серед користувачів Instagram (23,33%), що свідчить про менш систематичне споживання політичної інформації на цій платформі.

Оцінюючи вплив соціальних мереж на формування громадянської позиції, слід зазначити, що у випадку Instagram 71,67% опитаних визнали наявність такого впливу, тоді як серед користувачів Twitter – 65%. Це вказує на виражену соціалізуючу функцію Instagram, яка реалізується насамперед через емоційно насичений візуальний контент. Водночас вищий середній рівень довіри до інформації, що циркулює у Twitter (4,10 балів проти 3,80 балів в Instagram), свідчить про те, що текстово-аналітичний характер Twitter формує у користувачів вищу суб'єктивну оцінку достовірності опублікованих матеріалів.

Також важливим є сприйняття соціальних мереж як чинника формування громадянської свідомості: 83,33% користувачів Instagram та 88,33% користувачів Twitter вважають, що ці платформи відіграють важливу роль у розвитку їхньої громадянської позиції. При цьому рівень взаємодії з політичним контентом є суттєвим: 41,67% користувачів Instagram та 53,33% користувачів Twitter повідомили про активне залучення – коментування, поширення або створення власного контенту.

Особливу увагу слід звернути на мобілізаційний потенціал соціальних мереж: 55% користувачів Instagram та 63,33% користувачів Twitter зазначили, що публікації в соціальних мережах стали для них мотивацією до участі в громадських ініціативах. Цей показник демонструє здатність соціальних медіа бути не лише джерелом інформації, а й фактором, що стимулює молодь до реальної громадянської активності.

Узагальнюючи вищевикладене, можна зробити висновок, що як Instagram, так і Twitter мають значний вплив на політичну свідомість молоді, однак здійснюють його через різні канали сприйняття. Instagram переважно формує емоційне залучення, тоді як Twitter забезпечує умови для розвитку критичного мислення, сприяючи більш глибокому осмисленню суспільно-політичних процесів.

Для формату експертного інтерв'ю було обрано 10 експертів, серед яких – викладачі політичних наук, медіааналітики, журналісти, громадські діячі та консультанти з інформаційної політики. Всі респонденти мають стаж роботи за напрямом не менше 7 років, авторство або співавторство публікацій на тематику політичної комунікації, участь у аналітичних проєктах з питань впливу медіа на політичну свідомість. Експерти були відібрані за такими критеріями: наявність професійного досвіду в сфері політичного аналізу або цифрової комунікації; медійна впізнаваність або наукова продуктивність (не менше п'яти профільних публікацій); актуальність професійної діяльності у военний період (участь у консультаціях, медіаініціативах, публічних

кампаніях тощо). Це дозволяє вважати результати експертного блоку репрезентативними в межах якісного дослідження.

Узагальнення результатів експертних інтерв'ю демонструє високий ступінь усвідомлення експертами ролі соціальних мереж Instagram та Twitter у формуванні громадянської активності. Так, один із медіааналітиків зазначив: «Instagram працює в емоційному полі, він створює атмосферу причетності, формує не просто патріотичні емоції, а ще й ідентичність через візуальну мову. Молодь репостить, коментує, але найважливіше – вона відчуває себе частиною спільноти». У свою чергу, викладач кафедри політології відзначив, що «Twitter більше про смисли. Це простір, де народжуються ідеї, аналізується політика, і саме тому молодь, яка там активна, демонструє вищий рівень критичного мислення».

На думку журналіста-розслідувача, «загрозу становить довіра до популярних облікових записів, що не завжди мають підтверджену репутацію. Молодь часто сприймає кількість лайків як маркер достовірності, що відкриває великі можливості для інформаційних маніпуляцій». Аналогічну тезу підтримав один із соціологів: «Платформи працюють як інфраструктура впливу: через репости, лайки, хештеги і меми відбувається кодування смислів. І якщо держава не відреагує на ці процеси освітньо або політично, ми програємо молодь у цифровому просторі».

Кілька експертів наголосили на мобілізаційному потенціалі Instagram, який активізується особливо в умовах війни: «Патріотичний контент, фотографії з фронту, сторіз зі збором коштів – усе це створює потужну хвилю солідарності, яка штовхає молодь до дії», – зазначила представниця громадської організації. Натомість Twitter, за оцінками більшості респондентів, відіграє роль інтелектуальної платформи: «Це мережа для тих, хто думає. Тут важлива аргументація, лаконічність і швидкість. І саме тут формується політична рефлексія», – зазначив політолог.

Крім того, експерти вказали на взаємодоповнювальність платформ. Як резюмував один з опитаних: «Instagram емоційно заряджає, Twitter дозволяє

раціоналізувати ці емоції. Якщо поєднати ці впливи в межах комунікаційної стратегії, то можна отримати дуже ефективний інструмент впливу на молодь».

Таким чином, результати експертного блоку підтвердили, що соціальні мережі не лише інформують, а й формують. Вони є не просто середовищем споживання контенту, а простором символічної боротьби за свідомість, де формується політична культура нового покоління. Отже, для ефективного використання потенціалу Instagram і Twitter у формуванні громадянської позиції молоді необхідне системне поєднання освітніх ініціатив, цифрової просвіти та державної інформаційної політики, що враховуватиме як емоційно-візуальні, так і когнітивно-аналітичні механізми впливу.

Варто зазначити, що результати, отримані в процесі експертних інтерв'ю, в цілому, узгоджуються із результатами, отримані нами в ході емпіричного дослідження шляхом контент-аналізу та анкетування.

Узагальнюючи отримані нами результати, можна зробити висновок, що контент Instagram орієнтований на емоційний вплив, зокрема на підтримку бойового духу та патріотизму, в той час як Twitter служить майданчиком для аргументованих дискусій та аналітичного аналізу. Рівень впливу обох соціальних мереж на громадянську позицію молоді є високим, але Twitter сприяє розвитку більш критичного мислення завдяки текстовому контенту. Молодь сприймає соціальні мережі як важливий інструмент політичної участі, проте рівень довіри до інформації залишається помірним.

На основі отриманих даних нами було зроблено спробу розробити практичні рекомендації щодо особливостей використання соціальних мереж та мінімізації ризиків споживання політичної інформації молоддю в умовах війни: критичне мислення та політична свідомість.

2.3 Практичні рекомендації щодо особливостей використання соціальних мереж та мінімізації ризиків споживання політичної інформації молоддю в умовах війни: критичне мислення та політична свідомість

У контексті війни, коли соціальні мережі виступають ключовим джерелом інформації для молоді, важливо розробити стратегії ефективного використання цих платформ і запобігання ризикам, пов'язаним зі споживанням політичного контенту. Молодь України, яка є активними користувачами Instagram та Twitter, має розвивати критичне мислення та політичну свідомість, щоб уникнути дезінформації, маніпуляцій та поляризації суспільних настроїв. Нижче наведено практичні рекомендації щодо цього:

1. *Формування навичок критичного аналізу інформації:* соціальні мережі часто стають середовищем для поширення дезінформації та маніпулятивного контенту. Молодь має навчитися критично аналізувати інформацію, звертати увагу на джерело поширення останньої, авторитетність контенту та його відповідність реальним подіям. Рекомендовано організовувати освітні програми та тренінги для молоді, присвячені перевірці фактів (фактчекінг), роботі з відкритими джерелами інформації (OSINT) та розпізнаванню фейків. Наприклад, платформи на кшталт StopFake чи фактчекінгові проекти українських медіа можуть стати базою для навчання. Крім того, важливо інтегрувати ці теми в навчальні програми в закладах середньої та вищої освіти.

2. *Розвиток інформаційної грамотності та медіаосвіти:* медіаграмотність є фундаментальною навичкою в умовах інформаційної війни. Молоді необхідно знати, як розпізнавати пропаганду, рекламні кампанії та політичні маніпуляції, які часто маскуються під нейтральний контент у соціальних мережах. Рекомендується впроваджувати інтерактивні освітні формати, такі як вебінари, майстер-класи та симуляційні ігри, що моделюють реальні ситуації споживання інформації. Наприклад, під час аналізу політичного контенту молодь може навчитися порівнювати його з

інформацією з незалежних джерел, таких як офіційні сайти організацій, міжнародні медіа чи аналітичні звіти.

3. *Стимулювання політичної свідомості через активну участь у громадянських ініціативах*: молодь часто споживає політичний контент пасивно, без глибокого розуміння його впливу. Активна участь у громадських рухах, волонтерських проектах чи політичних дискусіях сприяє формуванню усвідомленої політичної позиції. Рекомендується створювати онлайн-платформи та спільноти, що сприятимуть взаємодії молоді на політичні та громадянські теми. Наприклад, використання Twitter для участі у тематичних обговореннях із використанням хештегів на кшталт #StandWithUkraine, #YouthForDemocracy може стати ефективним інструментом політичного самовираження. В Instagram можна залучати молодь через інтерактивні сторіз, опитування та кампанії з підтримки волонтерства.

4. *Регуляція алгоритмічного впливу соціальних мереж*: алгоритми Instagram та Twitter сприяють формуванню інформаційних бульбашок, що можуть обмежувати доступ молоді до альтернативних точок зору. Це підсилює ризик поляризації та сприяє створенню упереджень у сприйнятті політичної інформації. Рекомендується розробляти навчальні матеріали, які пояснюють механізми роботи алгоритмів соціальних мереж, а також навчають молодь свідомо взаємодіяти з контентом. Наприклад, молодь має усвідомлювати важливість свідомого підписування на різноманітні джерела інформації, що відображають різні перспективи, та уникати надмірного впливу емоційно маніпулятивного контенту.

5. *Психологічна підтримка молоді для зменшення негативного впливу політичної інформації*: війна створює високий рівень стресу, і політична інформація в соціальних мережах може підсилювати цей стан. Рекомендується впроваджувати психологічні програми підтримки, які допомагають молоді впоратися зі стресом, викликаним негативним інформаційним впливом. Ці програми можуть включати групові тренінги, онлайн-консультації з психологами, а також поширення інформаційних матеріалів із техніками

саморегуляції. Соціальні мережі можуть слугувати платформою для поширення позитивного контенту, спрямованого на підтримку психологічного здоров'я молоді.

6. *Інтеграція державних і громадських ініціатив*: важливо об'єднати зусилля державних установ, освітніх закладів та громадських організацій для реалізації комплексних програм із формування критичного мислення та політичної свідомості молоді. Наприклад, Міністерство цифрової трансформації України може співпрацювати з громадськими ініціативами для створення освітніх курсів, інтегрованих у популярні онлайн-платформи.

Отже, отримані нами в ході теоретичного та емпіричного дослідження результати дають підставу вважати, що умови війни потребують комплексного підходу до формування критичного мислення та політичної свідомості молоді, яка є активним споживачем інформації у соціальних мережах.

Перспективою подальшого дослідження є впровадження розроблених нами методичних рекомендації з метою перевірки їх ефективності та подальшої апробації. Очікується, що рекомендовані методи та практики сприятимуть зменшенню ризиків, пов'язаних із дезінформацією, маніпуляціями та поляризацією. Водночас ці стратегії сприятимуть розвитку інформаційної грамотності, посиленню політичної обізнаності та залученості молоді до громадського життя.

Висновки до розділу 2

В рамках другого розділу було здійснено емпіричне дослідження, спрямоване на вивчення впливу соціальних мереж Instagram і Twitter на формування політичних цінностей та громадянської позиції молоді в умовах війни.

Результати контент-аналізу демонструють, що Instagram переважно репрезентує емоційно-візуальний контент, орієнтований на підтримку патріотичних цінностей і мобілізацію громадянської активності. У Twitter переважає аналітичний і критично забарвлений контент, що сприяє

формуванню когнітивного компонента політичної свідомості. Відмінності у типах контенту, тональності та тематиці між платформами дозволяють стверджувати про комплементарний характер їхнього впливу на молодіжну аудиторію.

Опитування 60 респондентів віком 18–25 років підтвердило, що більшість із них щоденно споживає політичний контент у Twitter (51,67%) та Instagram (45%), і понад 65% визнають його вплив на власну громадянську позицію. При цьому рівень довіри до контенту в Twitter дещо вищий (4,1 бала проти 3,8), що корелює з аналітичною спрямованістю мережі.

Експертні інтерв'ю з політологами, медіааналітиками та журналістами дозволили виявити ключові тенденції: Instagram сприймається як інструмент емоційної мобілізації, тоді як Twitter – радше як середовище для політичної аргументації та суспільного діалогу. Зокрема, один із експертів зазначив: «Instagram емоційно заряджає, а Twitter дозволяє раціоналізувати ці емоції».

Узагальнюючи отримані результати, можемо зробити висновок, що Instagram та Twitter виступають потужними агентами громадянської соціалізації, які забезпечують як емоційне залучення, так і аналітичну рефлексію. Їхня роль особливо актуалізується в умовах війни, коли цифрова взаємодія набуває функції громадянської мобілізації та підтримки національної ідентичності.

Отримані дані стали основою для формулювання практичних рекомендацій щодо використання соціальних мереж у громадянській освіті, розвитку критичного мислення та зменшення ризиків дезінформаційного впливу на молодь.

ВИСНОВКИ

Підводячи підсумок, можемо зробити висновок, що в рамках сучасних соціальних наук проблематика політичних цінностей та громадянської позиції молоді вважається однією із найактуальніших і найскладніших для дослідження. В умовах глобалізації, стрімких соціальних змін та політичних трансформацій поняття політичних цінностей набуває нових значень, що вимагає переосмислення наукових підходів до його визначення. Політичні цінності виступають основою для формування поглядів, переконань та орієнтацій особистості, визначаючи її ставлення до державних інститутів, політичних процесів та соціальних змін.

Водночас громадянська позиція є складним феноменом, що охоплює активне ставлення особистості до соціальних і політичних питань, включаючи її готовність до участі в громадському житті та реалізації прав і обов'язків у суспільстві. Поняття «громадянська позиція» є складовою соціальної позиції, що відображає громадянські характеристики конкретної особистості. До таких характеристик належать патріотична свідомість, громадянська відповідальність і мужність, ініціативність та активність у суспільному житті, готовність працювати на благо держави та захищати її інтереси, сприяння підвищенню міжнародного авторитету, а також повага до Конституції і законів, дотримання правових та моральних норм. Це також включає знання державної мови, прагнення підвищити її престиж, повагу до батьків, традицій та історії народу, а також готовність бути його спадкоємцем. Крім того, важливими аспектами є дисципліна, працьовитість, творчість, турбота про екологію, фізична та моральна досконалість, висока естетична вихованість, гуманність і толерантність, а також культура міжнаціональних відносин. В свою чергу, у змісті політичних цінностей відображаються політичні ідеали, прагнення та інтереси соціальних суб'єктів.

Процес формування політико-правової свідомості молоді є недостатньо дослідженою проблемою як у вітчизняній, так і в міжнародній науковій

літературі. Питання формування активної громадянської позиції досліджується в різних наукових сферах, зокрема політичній, педагогічній, економічній та психологічній.

В результаті теоретичного аналізу нами було зроблено висновок, що процес формування активної громадянської позиції молоді включає кілька складових. З психологічної точки зору, виховання громадянина та становлення його активної громадянської позиції є цілісним процесом удосконалення внутрішнього світу особистості. З аксеологічної точки зору, акцент ставиться на розкритті змісту духовних цінностей, визначенні їхнього значення та ролі в житті сучасної молоді людини, а також на пошуку шляхів їх практичного застосування. З педагогічної ж позиції, ці питання мають вирішуватися таким чином, щоб надані студентам знання, уміння та навички громадянського характеру були сприйняті ними глибоко, знайшли розуміння, отримали особистісне схвалення та закріпилися на рівні почуттів, знань, мотивів, ціннісних орієнтацій, поглядів і переконань. В таких умовах відбувається привласнення духовних цінностей, переведення їх із соціальних і культурних надбань в особистісний досвід студента, що стає основою його громадянської позиції. Формується відносно стійка система мотивів, що ґрунтується на привласненні індивідом громадянських цінностей, які стають для нього внутрішніми спонуками до прояву активності з метою їх реалізації в майбутньому житті.

Велика кількість дослідників акцентують увагу на тому, що соціальні мережі відіграють важливу роль у формуванні політичної поведінки громадян. Вони здатні значною мірою впливати на такі аспекти, як знання, свідомість, інтереси, думки, ставлення, цінності та соціальні інтереси людей. Окрім того, соціальні мережі можуть створювати соціальний тиск, формувати норми, очікування, ролі та ідентичності, впливати на групи, лідерів та впливових осіб, що, в свою чергу, позначається на політичних рішеннях і діях громадян. Вони також можуть сприяти політичній мобілізації, організації, координації дій, солідарності, а також спричиняти конфлікти і протести.

Соціальна мережа розглядається як інтерактивний багатокористувацький веб-ресурс, контент якого формується самими учасниками цієї мережі. Такий сайт виступає як автоматизоване соціальне середовище, яке надає можливість групам користувачів, об'єднаних спільними інтересами, взаємодіяти між собою.

Крім того, нами було сплановано та організовано емпіричне дослідження впливу соціальних мереж на політичні цінності та громадянську позицію молоді.

Узагальнюючи отримані нами результати, можна зробити висновок, що контент Instagram орієнтований на емоційний вплив, зокрема на підтримку бойового духу та патріотизму, в той час як Twitter служить майданчиком для аргументованих дискусій та аналітичного аналізу. Рівень впливу обох соціальних мереж на громадянську позицію молоді є високим, але Twitter сприяє розвитку більш критичного мислення завдяки текстовому контенту. Молодь сприймає соціальні мережі як важливий інструмент політичної участі, проте рівень довіри до інформації залишається помірним.

На основі отриманих даних нами було зроблено спробу розробити практичні рекомендації щодо ефективного використання соціальних мереж для громадянської освіти та залучення молоді до соціально-політичного життя.

Перспективою подальшого дослідження є впровадження розроблених нами методичних рекомендацій з метою перевірки їх ефективності та подальшої апробації. Очікується, що рекомендовані методи та практики сприятимуть зменшенню ризиків, пов'язаних із дезінформацією, маніпуляціями та поляризацією. Водночас ці стратегії сприятимуть розвитку інформаційної грамотності, посиленню політичної обізнаності та залученості молоді до громадського життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрущенко Т. В. Політична освіта як чинник формування демократичних політичних цінностей у молодіжному середовищі сучасної України. Гілея: науковий вісник. 2015. Вип. 92. С. 318-319.
2. Була С. П. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. Політикус : наук. журнал. 2020. № 4. С. 21–25.
3. Бухун А. Громадянська позиція студентської молоді у контексті євроінтеграційних освітніх змін. Українська професійна освіта. 2018. № 3. С. 21-27.
4. Власова Н. Ф. Аналіз сучасної практики формування громадянської позиції молоді в зарубіжній і українській освіті. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Сер. Педагогічні науки. 2016. Вип. 1. С. 28-36.
5. Воронова Т. Трансформація системи соціально-політичної комунікації держави: вплив соціальних (інтернет) мереж. Грані. Сер. Політологія. 2023. № 2. Т. 26. С. 84-89.
6. Гедікова Н. П. Обґрунтування сутності поняття "громадянська активність" у сучасному науковому дискурсі. Сучасне суспільство. 2016. Вип. 2. С. 53-64.
7. Гоцур О. Соціальні мережі і політичний PR в українських та закордонних виборчих кампаніях. Вісник Національного університету Львівська політехніка. Сер. Журналістика. 2021. № 2 (2). С. 53-57.
8. Данько Ю. А. Соціальні мережі як засіб політичної комунікації. European political and law discourse. 2015. Vol. 2. Is. 2. St. 204–209.
9. Денисюк С. Г. "Нові мас-медіа" як чинник впливу на сучасні політичні комунікації. Гілея. Сер. Політичні науки. 2015. Вип. 94. С. 395-398.

10. Деркаченко Я. А. Соціальні мережі як середовище для технологій маніпулятивного впливу. Сучасний захист інформації. 2016. № 1. С. 51-59.
11. Дзюбенко І. А. Формування громадянської культури студентської молоді закладу вищої освіти. Наукові записки. Сер. Педагогічні науки. 2022. Вип. 205. С. 241-248.
12. Дорошенко О. В. Деякі аспекти формування громадянської активності сучасної молоді. Залучення патріотично активної молоді до розвитку громадянського суспільства як чинник соціальної безпеки України : матеріали доп. учасн. II Міжнар. наук.-практ. конф., 4 червня 2020 р. Миколаїв, 2020. С. 165-168.
13. Духневич В. М. Політико-правова свідомість особистості та становлення громадянської позиції молоді. Наукові студії із соціальної та політичної психології. 2015. Вип. 35 (38). С. 216-230.
14. Дьоміна О. С. Політичні цінності та їх сутність. Політика і духовність в умовах глобальних викликів. 2014. С. 105-110.
15. Дяченко І. М. Формування активної громадянської позиції студентів: ціннісні детермінанти. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2016. Вип. 48. С. 328-335.
16. 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.
17. Костельнюк М. М. Політичні цінності як базові регулятори суспільно-політичних відносин. Молодий вчений. 2018. № 3 (55). С. 292-297.
18. Котух О. Сутність поняття "цінності" в європейській та українській психологічній традиції. Виклики сучасної психологічної науки країн ЄС: перспективи інтеграції українського досвіду : матеріали тез доп.

- учасн. Всеукр. методологічного семінару з міжнар. уч., 26 вересня 2022 р. Київ-Умань, 2022. С. 30-33.
- 19.Кубрак О. В. Європейські політичні цінності: стан і динаміка утвердження в Україні. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Сер. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. 2014. Спец. вип. С. 211-216.
- 20.Магдич Т. Аналіз сутності поняття «громадянська компетентність» у системі психолого-педагогічних і лінгводидактичних категорій. Інноваційна педагогіка. 2020. Вип. 28. С. 77-82.
- 21.Мельник О. Життєва, соціальна, громадянська позиції особистості: компаративний аналіз. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2018. № 11 (384). С. 33-38.
- 22.Насадюк Ю. Соціалізація особистості як система втілення політичних цінностей. Вісник Прикарпатського університету. Сер. Політологія. 2016. Вип. 10. С. 79-85.
- 23.Пирог Г. Політичні орієнтації: системно-психологічний підхід. Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії. 2018. Вип. 18. С. 336-341.
- 24.Пірняк О. Вплив соціальних мереж на політичну поведінку людей. Наукова молодь-2023 : зб. матеріалів доп. учасн. XI Всеукр. наук.-практ. конф., 21 листопада 2023. Київ, 2023. С. 226-227.
- 25.Полехіна В. Теоретичні основи визначення змісту поняття "активна громадянська позиція молоді". Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. 2022. Вип. 3. С. 42-48.
- 26.Полторац Л. Ю. Міжнародний та вітчизняний досвід державної політики формування активної громадянської позиції молоді. Публічне управління та регіональний розвиток : наук. журн. 2021. № 12. С. 454–475. С. 454-475.

27. Турбан В. В. Психологічна природа цінностей. Теоретичні і прикладні проблеми психології : зб. наук. праць. 2020. № 3 (53). Т. 2. С. 198-211.
28. Турчик І. Х. Формування громадянських цінностей у молоді США. Педагогічні науки : зб. наук. пр. 2017. № 78. Т. 3. С. 88-92.
29. Турчин А. В. Актуальні задачі та досягнення у галузі кібербезпеки : матеріали доп. учасн. Всеукр. наук.-практ. конф., 23-25 листопада 2016 р. Кропивницький, 2016. С. 206.
30. Шевчук Г. Й. Національно-патріотичне виховання молоді в умовах війни. Наукові інновації та передові технології. 2023. № 5 (19). С. 630-635.

ДОДАТКИ

Додаток А

АНКЕТА ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ INSTAGRAM ТА TWITTER НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ПОЗИЦІЇ ТА ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ МОЛОДІ

I. Загальні дані

1. Ваша стать:

Чоловіча

Жіноча

Інше

2. Ваш вік: _____

3. Область вашого проживання: _____

4. Як часто Ви користуєтеся соціальними мережами Instagram та Twitter?

Instagram:

Щодня

Кілька разів на тиждень

Рідше

Не користуюсь

Twitter:

Щодня

Кілька разів на тиждень

Рідше

Не користуюсь

II. Політичний контент у соціальних мережах

5. Як часто Ви переглядаєте політичний контент у соціальних мережах?

Instagram:

Щодня

Кілька разів на тиждень

Рідше

Взагалі не переглядаю

Twitter:

Щодня

Кілька разів на тиждень

Рідше

Взагалі не переглядаю

6. Оцініть рівень довіри до політичного контенту в цих мережах (за шкалою від 1 до 5):

Instagram: 1 2 3 4 5

Twitter: 1 2 3 4 5

7. Чи впливає контент у соцмережах на Вашу громадянську позицію?

Instagram: Так Ні

Twitter: Так Ні

8. Чи мотивує Вас контент у соцмережах брати участь у суспільних чи волонтерських ініціативах?

Так, часто

Іноколи

Ні

III. Громадянська участь і політичні цінності

9. Які з наведених тем найбільше впливають на Ваші переконання в Instagram?

(можна обрати кілька варіантів)

Патріотизм

Волонтерство

Соціальна справедливість

Політична критика

Реформи

Доступна аналітика

Мем-контент

А в Twitter?

Патріотизм

Волонтерство

Соціальна справедливість

Політична критика

Реформи

Доступна аналітика

Протокол експертного інтерв'ю

Мета інтерв'ю: отримання якісних оцінок фахівців щодо ролі соціальних мереж Instagram і Twitter у формуванні політичної свідомості та громадянської активності молоді в умовах воєнного часу.

Профіль експерта (заповнюється перед інтерв'ю):

Прізвище, ім'я, по батькові: _____

Сфера наукової/професійної діяльності: _____

Посада та місце роботи: _____

Досвід аналітичної чи експертної діяльності у сфері медіа, комунікацій або політичної освіти (у роках): _____

Контактна інформація (електронна адреса або робочий телефон): _____

Основні питання інтерв'ю:

Блок I. Загальна оцінка ролі соціальних мереж

1. На вашу думку, яку роль відіграють соціальні мережі в процесі політичної соціалізації молоді в умовах війни?
2. Як ви оцінюєте рівень впливу Instagram і Twitter на формування політичних переконань молоді?

Блок II. Порівняльна характеристика платформ

3. Які ключові відмінності у впливі Instagram та Twitter ви спостерігаєте (емоційна мобілізація, аналітичне мислення, участь у суспільно-політичних процесах)?
4. Які формати контенту в Instagram і Twitter, на вашу думку, є найбільш ефективними для формування громадянської позиції?

Блок III. Змістовий та етичний аспект

5. Наскільки, на вашу думку, достовірним є політичний контент у цих соціальних мережах?
6. Які ризики для політичної свідомості молоді ви вбачаєте у споживанні політичного контенту через соціальні мережі?

Блок IV. Практичні аспекти

7. Чи спостерігаєте ви зростання активності молоді у відповідь на інформаційні кампанії у соціальних мережах під час війни?
8. Чи вважаєте ви соціальні мережі ефективним інструментом громадянської мобілізації?

Блок V. Пропозиції та рекомендації

9. Які заходи (освітні, нормативні, організаційні) ви б запропонували для підвищення ефективності використання соціальних мереж у процесі формування політичної культури молоді?
10. Які кроки, на вашу думку, слід здійснити для мінімізації дезінформації та маніпуляцій у соціальних мережах, що можуть потенційно впливати на молодь?

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Алексєєва Юлія Євгеніївна

Вплив соціальних мереж на формування громадянської позиції та

політичних цінностей молоді в умовах війни

м. Харків, 2025 рік

Випускна кваліфікаційна робота складається із двох розділів. У роботі розглядаються особливості впливу соціальних мереж на формування громадянської позиції та політичних цінностей сучасної молоді в контексті війни. Розглянуто поняття політичних цінностей та громадянської позиції, особливості їх формування у молоді в умовах війни. Проаналізовано сучасні теоретико-методологічні та науково-практичні дослідження, присвячені вивченню соціальних мереж як інструменту політичної комунікації та впливу.

Об'єктом дослідження є процес формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді. Предметом дослідження є вплив соціальних мереж на формування політичних цінностей та громадянської позиції молоді в умовах війни. Мета дослідження - теоретично та емпірично дослідити вплив соціальних мереж на формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді в умовах війни.

В результаті проведеного емпіричного дослідження виявлено, що більшість респондентів щоденно споживає політичний контент у Twitter (51,67%) та Instagram (45%), і понад 65% визнають його вплив на власну громадянську позицію. При цьому рівень довіри до контенту в Twitter дещо вищий (4,1 бала проти 3,8).

Практичне значення роботи полягає в розробці комплексних практичних рекомендацій щодо використання соціальних мереж для формування громадянської позиції та політичних цінностей молоді в умовах війни.

Ключові слова: політичні цінності, громадянська позиція, соціалізація, політична комунікація, соціальні мережі, Instagram, Twitter.

ABSTRACT

Bachelor's Qualification Paper

Alekseeva Yuliia Yevheniivna

The Impact of Social Media on the Formation of Civic Attitudes and Political Values among Youth in Wartime Conditions

Kharkiv, 2025

This bachelor's qualification paper consists of two chapters. The study explores the specific influence of social media on the formation of civic attitudes and political values among modern youth in the context of war. It examines the concepts of political values and civic position, as well as the peculiarities of their development among young people under wartime conditions. The paper analyzes current theoretical, methodological, and applied research dedicated to the role of social networks as instruments of political communication and influence.

The object of the research is the process of forming civic attitudes and political values among youth. The subject of the research is the impact of social media on the formation of political values and civic attitudes of young people under wartime conditions. The aim of the research is to theoretically and empirically investigate the influence of social media on the development of civic attitudes and political values among youth in the context of war.

Based on the conducted empirical research, it was found that the majority of respondents consume political content daily on Twitter (51.67%) and Instagram (45%), and over 65% acknowledge its impact on their civic attitudes. The level of trust in Twitter content was slightly higher (4.1 points vs. 3.8)..

The practical value of this paper lies in the development of comprehensive recommendations for using social media platforms to foster civic attitudes and political values among youth during wartime.

Keywords: political values, civic attitude, socialization, political communication, social media, Instagram, Twitter.