

Наталія ЧУТОВА,

кандидат соціологічних наук,
викладач соціально-економічних дисциплін,
«Криворізький фаховий медичний коледж» ДОР,
вул. Медична, 14, м. Кривий Ріг,
Дніпропетровська обл., Україна

<https://orcid.org/0009-0003-4251-3824>
n.chutova@krmedkol.com

Ігор ПОГОРЖЕЛЬСЬКИЙ,

здобувач освітньо-наукового рівня
«Доктор філософії» (PhD),
кафедри соціальної освіти та соціальної роботи,
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова,
вул. Пирогова, 9, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0009-0009-7334-2718>
ihor.pohorzelskyi@gmail.com

ВПЛИВ МАСМЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ДУХОВНО-ЕСТЕТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ ЯК ЧИННИКА ПІДТРИМКИ ЖИТТЄСТІЙКОСТІ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

В статті досліджується проблема впливу масмедіа на формування духовно-естетичних цінностей сучасної молоді, які є ресурсом розвитку/підтримки життєстійкості, можливості долати стреси, зберігати емоційну і когнітивну стійкість всупереч обставин. Мета теоретичного аналізу - обґрунтування значення духовно-естетичної культури молоді в динамічному соціумі та ролі масмедіа у формуванні духовних цінностей в умовах сьогодення. Для досягнення мети використані класичні соціологічні, соціально-психологічні праці, результати соціологічних досліджень, в яких відображається заявлена проблематика, а також аналіз та логічне узагальнення. З'ясовано, що в суспільстві духовно-естетична культура часто сприймається як непрактична і другорядна, хоча вона визначає характер життя суспільства, обов'язково присутня в будь-якій матеріальній сфері життя і є її якісною характеристикою. Уточнено, що сучасні ЗМІ, центром яких є соціальні медіа, - це потужний транслятор великого об'єму різноманітної інформації, який формує умови для саморозвитку, самоосвіти, він дуже затребуваний в молодіжному середовищі, але, з іншої сторони, - це специфічний соціальний актор, що розповсюджує цінності масової культури, руйнує традиційну духовно-естетичну чутливість, тиражує, відтворює прості думки, почуття, образи, які є сурогатами духовної культури, де ідеали перетворюються на кліше, що породжує духовно-моральну глухоту. Визначено, що духовність людини - це ресурс життєстійкості соціуму в цілому, але морально-естетична культура сучасної молоді формується на тлі розмитості базових цінностей, боротьби нових медіа з традиційними інститутами соціалізації. Комерціалізоване інформаційне середовище прищеплює стратегію гедонізму, висміює духовно-естетичні пошуки, внаслідок цього відбуваються естетичні мутації та зміни в молодіжній ієрархії цінностей, притуплюється відчуття адекватної оцінки соціальної ситуації, ускладнюється перехід до самостійного подолання життєвих труднощів, звужуються творчі можливості і самоефективність, знижується рівень життєстійкості. Пропонується консолідувати зусилля з нейтралізації деструктивної впливовості масмедіа на молодіжну аудиторію, забезпечити конструктивний суспільний контроль над інформаційним потоком, мобілізувати соціологів, педагогів, психологів, працівників медіа-індустрії для розробки нових принципів медіаосвітньої політики, створювати медійні продукти освітньої та виховної орієнтованості, що сприяли б психологічній підтримці, розвитку естетичних ідеалів, які навчають особистість розуміти труднощі як можливість для саморозвитку та самовдосконалення.

Ключові слова: масмедіа; духовно-естетична культура; життєстійкість; молодь; ідеал; цінності.

Вступ. Молодь, як особлива соціальна група, як своєрідний акумулятор всіх соціально-політичних трансформацій, які завжди поступово відбуваються в глибинах життя суспільства, несе в собі дух нового часу і співвідноситься с поняттям «майбутнє», тому вона повинна постійно бути під пильною увагою науково-педагогічної спільноти. Дослідження цінностей, ідеалів, ефективності молоді надзвичайно актуальне, воно диктується не лише науковою цікавістю, але й практичною необхідністю, тому що дозволяє визначити соціальні пріоритети, ресурси адаптації та життєстійкості, інноваційно-ціннісні можливості сучасних молодих людей. Складність наукового дослідження цієї проблеми пов'язана, передусім, з постійно мінливим станом об'єкту вивчення. Молодь сьогодні не є монолітним цілим, необхідно зазначити, що існує багато загальних рис і проблем (пов'язаних з віком, процесом соціалізації, соціально-історичними умовами), які складають соціально-духовний образ молоді. Характеризуючи сучасну молодь, необхідно зауважити, що невизначеність її життєвих позицій, розмитість духовних і моральних орієнтирів, проблеми самотності, почуття невпевненості та тривожності, криміналізація пояснюються тим, що в нестабільному соціумі життєдіяльність здійснюється в умовах ризику та постійних загроз, а система цінностей та ідеалів стає достатньо умовною й відносною. У той же час саме цінності – це внутрішній орієнтир діяльності людини, який інтегрує її життєдіяльність до життєдіяльності соціуму, тому майбутній стан суспільства багато в чому залежить від того, який ціннісний потенціал буде сформовано в молодих людях, які життєві спрямування, ідеали, переваги буде включено до їхньої ціннісної свідомості, чи зможуть вони здолати загрози сьогодення. В екстремальних ситуаціях роль духовних особливостей людини, які впливають на її життєстійкість, можливість гідно перенести тяжкість життя, протистояти викликам часу, особливо важлива. Чи зможе сучасна українська молодь одночасно розвиватися, збагачувати свій потенціал і долати стреси, що зустрічаються на життєвому шляху? - це питання не втрачає своєї актуальності (Степаненко, 2022).

Необхідно відзначити таку важливу особливість процесу формування ціннісної свідомості сучасної молоді, як вплив масмедіа на усвідомлення, засвоєння, а також формування її духовно-моральних,

естетичних ідеалів, смаків і естетичної культури. Глобалізація масмедіа, на нашу думку, серйозно загострює цю проблему, тому що змістовий спектр медійних продуктів, орієнтований передусім на пропаганду цінностей масової культури та комерційний успіх, сприяє руйнуванню авторитету традиційної ціннісної та естетичної реальності, що склалася в духовному світі суспільства і в очах молоді.

Інтерес до формування духовно-моральних, естетичних цінностей виник ще в Давній Греції (Сократ, Платон, Ксенофонт, Аристотель). Цій проблемі приділяли увагу Д. Юм, К. А. Гельвецій, І. Кант, Г. Гегель, Песталоцці, В. О. Сухомлинський і ін. Можна стверджувати, що в будь-які історичні епохи естетика була у центрі наукового та філософського інтересу. Сучасні українські філософи та соціологи (О. Воєводіна, П. Гаврилук, І. Зязюн, М. Кіященко, А. Комарова, С. Кримський, Л. Левчук, В. Лобас, В. Лозова, В. Мазепа, Н. Мойсеюк, О. Семашко, Р. Шульга та ін.) теж акцентують увагу на проблемі формування естетичної культури в розвитку особистості. У роботах В. Бутенко, М. Верб, Н. Крилова, О. Лармін, Г. Петрова, Л. Печко та ін. розглядаються питання сутності естетичної культури. Проблеми теорії та різні підходи формування естетичної культури розкрито в працях І. Бега, Д. Кучерюка, Л. Левчук, Л. Масол, Н. Миропольської, О. Олексюк, О. Отич, Г. Падалки, В. Панченко, В. Рагозіної, О. Рудницької та ін., які вважають, що естетична спрямованість – важлива складова естетичної культури сучасної молоді людини. Г. Апраксина, Д. Джола, В. Вілюнас, М. Кіященко, М. Лейзеров, А. Макаренко, В. Сухомлинський та ін. пропонують педагогічні концепції естетичного виховання. Соціологічне трактування естетичної культури було здійснено такими українськими вченими як С. Безклубенко, М. Гончаренко, О. Лановенко, І. Лисий, Б. Шляхов та ін.

Проблема життєстійкості вперше була досліджена давньогрецькими стоїками. Саме вони підняли питання ставлення людини до тих життєвих подій, які вона не може змінити, або вплинути на них. Стоїки (Зенон, Сенека, Епіктет) проголосили, що людина повинна гідно, неемоційно, відповідально сприймати свою долю. Потім поняття «життєстійкість» (hardiness) було розглянуто і уточнено S. Kobasa (1979) та S. Maddi (2006), який вважав, що життєстійкість – це міра здатності особистості витримувати стресову ситуацію,

зберігаючи внутрішню збалансованість, не знижуючи успішність діяльності, і прийшов до висновку, що саме переконання (а вони з складовою ціннісної системи) зумовлюють людину ефективно жити, діяти в умовах динамічного соціуму (Варіна, 2022, с.159). Теоретико-методологічні проблеми життєстійкості досліджуються вітчизняними й зарубіжними вченими: S. Maddi, S. Kobasa, Дж. Фельдман, Е. Фромм, Р. Харві, В. Панок, Д. Леонтьєв, Л. Сердюк, Л. Александрова, Т. Титаренко, О. Чиханцова, О. Шварєва та ін. (Предко, 2020). Значного поширення набули роботи дослідників щодо функціонування особистості в складних життєвих ситуаціях (Л. З. Сердюк, О. І. Купреєва, Л. Александрова, А. Ленгле, А. В. Махнач) та особливостей формування життєстійкості (Г. Е. Мосс, Р. Делахайї, А. В. Гайлард) (Гальцова, 2023). Вивченням різних чинників, які впливають на здатність особистостей розвивати життєстійкість в умовах війни, займалися С. М. Кондратюк, Т. М. Титаренко, Л. А. Лепіхова, О. Я. Кляпець. Значного поширення набули роботи українських та іноземних дослідників (В. І. Розов, С. В. Гальцова, В. J. Ellis, J. Bianchi, V. Griskevicius, W. E. Frankenhuis), у яких аналізують, як психологічні механізми використовуються індивідами для адаптації до стресових умов війни, і чому деякі люди виявляють більшу життєстійкість, ніж інші (Романовська, Новак, 2024). Американські соціологи Е. Берджесс, Дж. Боссард підкреслюють важливість поняття «емоцій на життєстійкість», бо досліджують вплив війни на індивіда, Дж. Шваб, Дж. Айс, Дж. Стефенсон, К. Раймер, К. Хаузер, Л. Граціано осмислюють феномен життєстійкості в умовах війни. (Соляник, Погоржельский, 2025).

Виходячи з результатів дослідження науковців з цієї проблеми, життєстійкість – це цілісна система взаємовідносин зі світом, це той необхідний ресурс, який може сприяти підвищенню фізичного і психічного здоров'я людини й пов'язаний із самореалізацією, самоствердженням і трансценденцією особистості (Чиханцова, 2018).

Аналіз ціннісних орієнтацій та ідеалів молоді, зокрема вивчення проблем впливовості масмедіа на молодіжну ціннісну свідомість, в тому числі і естетичні ідеали/смаки, здійснено в роботах Є. Головахи, В. Осовського, Л. Сокурянської, Н. Костенко та ін. За кордоном дослідженню діяльності масмедіа, їх ролі в життєдіяльності суспільства присвячено праці Т. Адорно, Ж. Бодрійяра, Г. Гербнера, Е. Гідденса,

Г. Дебора, Г. Лассуелла, У. Ліппмана, Т. Лукмана, М. Маклюєна, Г. Маркузе, А. Моля, Ю. Хабермаса, К. Ховланда, С. Холла, Г. Шіллера та ін. У свій час соціологи В. Парето і К. Мангейм зазначили двояку роль ЗМІ, що виявляється, з одного боку, в маніпулюванні суспільною думкою, з другого, в підтримці людей у складних ситуаціях.

Отже, формування естетичної грамотності і ціннісних пріоритетів сучасної молоді, а також вплив масмедіа на цей процес є своєчасним.

Мета: обґрунтувати значення духовно-естетичної культури молоді в динамічному соціумі, проаналізувати роль масмедіа у формуванні цінностей та ідеалів сучасних молодих людей, які з засобом розвитку/підтримки життєстійкості в умовах сьогодення.

Методологія. Для досягнення мети використані класичні соціологічні, соціально-психологічні праці та результати соціологічних досліджень, в яких відображається заявлена проблематика, а також аналіз та логічне узагальнення.

Обговорення. Цілком зрозуміло, що молодь – це «дзеркало», в якому відбиваються без ідеологічного нашарування всі позитивні якості і все недоліки суспільства. Молодь – це соціальний суб'єкт, який в процесі соціалізації повинен успадковувати духовно-естетичну культуру попередніх поколінь, тому не можна говорити, що одне покоління краще ніж інше. Відмінність полягає в специфіці стартових позицій кожного покоління та історичній неповторності соціальних умов її реалізації. Головна проблема в тому, наскільки молоді люди є суб'єктивно підготовленими для адекватної відповіді на виклик часу. Суспільство зацікавлене в соціально зрілій, активній молоді, з розвинутими духовними смаками та естетичними ідеалами, яка емоційно-чуттєво сприймає світ, налаштована на нові естетичні враження та емоції, розуміє і бачить красу в оточуючому житті, бере участь у рішенні всіх питань і проблем сучасного життя. Такий соціальний запит пояснюється тим, що естетична вразливість і активність є основою духовного життя людини, її творчих можливостей, моральної відповідальності, живучості всупереч обставин.

Ще з давніх часів існувала думка, що прекрасне – це досконале, безкорисливе і моральне. Так, давньогрецький філософ Сократ вказував на нерозривний зв'язок етичного і естетичного, морального і прекрасного. Краса, що твориться самою людиною, є відчутною, зрозумілою, вона емоційно відгукується, породжує бажання

захистити і зберегти її. Вміння емоційно відгукуватися, констатує педагог і філософ М. Киященко, постійно розширює поле взаємодії людини зі світом, яке все більше підпорядковується закону гармонії та спрямоване на вдосконалення цих взаємодій. Тобто головна функція відгукуватися на красу має величезну енергію творіння. До того ж, здатність естетичного смаку гармонійно поєднувати розвинену чуттєвість і розвинену раціональність стає головним енергоблоком, який сприяє розвитку творчих потенцій особистості (Кириченко, 2021). Отже, краса – це основа будь-якої практичної діяльності людини.

Сучасна соціокультурна ситуація характеризується доволі низьким рівнем естетичної культури, що відзначається на соціальному розвитку, вмінні вирішувати певні життєві проблеми, бачити, розуміти і творити красу. На жаль, в суспільстві естетична культура доволі часто сприймається як непрактична і другорядна, хоча вона є важливим компонентом духовної діяльності особистості, яка визначає характер життя суспільства, обов'язково присутня в будь-якій матеріальній сфері життя і є її якісною характеристикою. Від духовно-естетичної культури залежать зовнішній вигляд людини, моделі поведінки, вчинки, внутрішня збалансованість, витривалість, здатність успішно діяти при стресових ситуаціях, гідно переносити труднощі життя. На думку багатьох дослідників, життєстійкість тісно пов'язана з духовністю, з цінностями особистості, саме духовно-моральні цінності стають фактором розвитку супротиву негативному соціальному середовищу (Чанчиков, 2019). І навпаки, несформованість життєстійкості веде до регресивного опанування людиною життєвих труднощів, коли вона не орієнтована на вирішення проблем, а шукає можливості втечі від їхнього вирішення (Степаненко, 2022). Так, за результатами досліджень Р. Bartone (Bartone, 2006) встановлено, що низький рівень життєстійкості часто веде до зловживання алкоголем (Романовська, Новак, 2024, 63). Розділяємо думку дослідників, що різні життєві обставини, включно з сімейним вихованням, соціальним оточенням, освітніми та культурними факторами, впливають на формування життєстійкості.

На думку Т. Парсонса, масмедіа входять в підсистему культура і повинні підтримувати ціннісні зразки для рівноваги соціальної системи: соціалізації і соціального контролю (Чудовська, 2021). Дійсно, вплив масмедіа

може сприяти укріпленню соціальної системи, розширенню меж емоційно-естетичного сприйняття особистості, її духовного, світоглядного розвитку, актуалізувати конструктивні засоби захисту та внутрішні ресурси людини на творче подолання стресових ситуацій, а може призвести до ментальної деконструкції в результаті систематичного впровадження в масову свідомість негативних ціннісних переваг та моральної слабкості. В сучасних умовах духовно-естетична культура (цінності, ідеали, смаки) молоді людини доволі часто формується стихійно, під впливом не тільки соціокультурних особливостей конкретного суспільства, особистісно-свідомого вибору, але й загальнопланетарних ціннісних імперативів, залежить від синтезу загальнонаціонального і транснаціонального естетичного оволодіння світом.

Сучасна молодь живе в світі Інтернету, цифрового контенту віртуальної реальності, в світі миттєвості отримання інформації, сайтів соціальних мереж з інтерактивними сервісами, IP-телебаченням, з можливістю «відкладеного перегляду», молоді люди не уявляють своє життя без мобільного телефону, Вікіпедії, вони повністю адаптовані до постмодерної реальності культури мейнстріму. Так, згідно з дослідженнями медіаспоживання в 2024 році (Громадянська мережа ОПОРА), в п'ятірку найпопулярніших соцмереж і месенджерів українських дітей та молоді входять TikTok, YouTube, Telegram, Instagram та Viber. Найпопулярнішими соціальними мережами серед молоді (18–29 років) в Україні були Telegram (90,5%) і TikTok (34,3%) (Снопко О., Романюк А.). За результатами щорічного звіту Digital 2025 Global Overview Report на початку 2025 року 61,5 % (19,5 млн) української молоді від 18 років користувалися соцмережами (Звіт Digital 2025 Global Overview Report). Віртуальна дійсність освоюється молодими людьми динамічно: колись вона була предметом дослідження, потім стала сферою розваг, а сьогодні – це створення власного медіа середовища, яке є авансценою для самовираження, прояву креативності, демонстрації яскравих моментів життя. Дійсно, дослідження соціологів підтверджують, що соціальні мережі Facebook, Instagram, TikTok використовуються для соціальної інтеракції, самоствердження. Проблема полягає в тому, якими морально-духовними критеріями керуватимуться творці нових форм масмедіа. По-друге, створюється певний ризик виникнення вразливості,

залежності від оцінок мережевого співтовариства і кількості їх «лайків», погіршення психосоціального здоров'я, зниження особистісних захисних механізмів, розвиток депресії/агресії від порівняння себе з іншими користувачами, які зрежисували сюжет-ілюзію успішного життя. Така вразливість збільшує вірогідність зниження самоефективності, наполегливості, духовності, Я-оцінки, які є структурними компонентами життестійкості молодшої людини.

На думку соціологів сучасні медіа великою мірою контролюють процес соціалізації, оскільки беруть на себе функції інших соціалізуючих агентів, які не завжди відповідають виклику часу і стають аутсайдерами, а значить, не здатні підготувати молодих людей до вирішення інноваційних ситуацій, що виникають у динамічному соціумі, і, таким чином, ЗМІ не тільки «трансляють соціальний досвід», але й, за визначенням Н. В. Костенко, грають роль «останнього соціалізатора». Дійсно, відбулася зміна інститутів соціалізації та ослаблення впливу інститутів культури, а інфраструктури, що підтримують державну традиційно-орієнтовану систему соціалізації, реорганізовано та включено до медійного простору. Проблема посилюється тим, що величезний інформаційний потік нових медіа практично неможливо контролювати. Медійні продукти створюються блогерами, експертами, рекламодавцями, інфлюенсерами, які і є контролерами, але, на відміну від традиційних інститутів соціалізації (родина, навчальні заклади), доволі часто вони перебувають у протиріччі із духовно-моральними законами, пропагують цінності, спираючись на свій рівень освіти та життєвий досвід, мають низьку соціальну відповідальність. Але, за результатами досліджень, «22 % активних користувачів соцмереж стежать за інфлюенсерами чи експертами в соцмережах. Найбільший інтерес до цих акаунтів проявляють юні користувачі у віці від 16 до 24 років — інтерес до інфлюенсерів проявляють 30,8 % юзерів цього віку» (Звіт Digital 2025 Global Overview Report). На сучасному етапі нові медіа є не тільки носієм інформації, а джерелом сенсу, емоційної зацікавленості, доволі часто вони акцентують увагу аудиторії на примітивній, фейковій інформації (плітки, скандали, чутки, розрізнені недоказові факти), розповсюджують маніпулятивні повідомлення. Кожній обговорюваній соціальній проблемі надають характер шоу,

максимально спрощують або фрагментують її, надмірно візуалізують і спираються на зовнішні ознаки, що потім обертається нездатністю споживача побачити сутність явища / процесу, по суті розповсюджують «освічене невігластво».

Таким чином, формується «мозаїчна» культура, яка примушує залишатися на поверхні речей, не заглиблюватися в суть речей/явищ, процесів, прагне впливати на „суб'єктивну” реальність молодих людей, нав'язуючи їм ірраціональне сприйняття навколишнього соціального світу.

Змінився статус і значення вчителів, книг (перевага надається фільмам), вони втратили колишню виховну роль. До речі, занепад інтересу до читання можна пояснити зниженням рівня освіченості серед молодих людей, вихованням в атмосфері полімедіа, і тим, що читання вимагає певних ментальних зусиль. Але саме спілкування з естетичними цінностями, до яких безперечно можна віднести твори художньої літератури світової класики, не тільки підвищує культурно-інтелектуальний рівень, але і породжує емоційний відгук, формує естетичний смак та уявлення про прекрасне/потворне, накопичує естетичний досвід, розвиває особистий потенціал, і як наслідок – життестійкість – можливість зберігати емоційну і когнітивну стійкість в динамічному соціальному світі. «Нечитаючі» – це аудиторія, що виступає в ролі цільової для медіа, вона легко втягується в індустрію видовищ та несвідомо залучається до мозаїчно-кліпової культури. Часто, щоб просто уникнути нудьги, для задоволення молоді люди використовують комп'ютерні ігри, і, як їм здається, контролюють час. Але, контролюючи час, молодь не здатна контролювати медіа, які, занурюючи її у світ ескапізму та звільняючи від соціального тиску, управляють та розвивають небезпечні залежності, стаючи все більш значущими у житті молодшої людини, яка вже не в силах управляти своєю поведінкою й діяльністю. Українські дослідники звертають увагу суспільства на кіберкомунікативну залежність від популярної соціальної мережі Instagram, проблему кібербулінгу, яка достатньо розповсюджена в нових медіа. В Західній Європі теж стурбовані зростанням залежності молоді від соцмереж. Так, «Deutsche Welle» повідомляє, що в Німеччині соціальні мережі порівнюють з героїном і закликають заборонити підліткам до 16 років користуватися ними, але вчені з Німецької Національної Академії наук «Леопольдіна» пропонують не забороняти, а поліпшити

освітні заходи у сфері медіа-педагогіки та цілеспрямовано розвивати цифрові компетенції у школі та суспільстві (Медіахолдінг «Deutsche Welle»).

Великою популярністю серед української молоді від 18 до 34 років користується розважальний додаток TikTok. Станом на початок 2025 року в Україні зафіксовано 17 млн користувачів віком від 18 років, хоча реєструватися в цій мережі можна з 13 років. Результати дослідження медіаспоживання серед українців демонструють переважання в молодіжному середовищі розважального контенту (Звіт Digital 2025 Global Overview Report). Можливо це пов'язано з інтуїтивним намаганням молодих людей подолати перманентний стрес, невпевненість, розгубленість, які присутні в умовах війни. Але потік ескапістсько-розважальної інформації, що спрямований на сучасну молоду людину, вельми неоднозначно впливає на її духовно-моральне здоров'я. Увірвавшись у суверенну сферу повсякденного життя, масмедіа, просякнуті духом комерції, акцентують увагу глядачів на розважально-прагматичному аспекті поведінки, для якого характерні неміряне споживання і внутрішнє звільнення від духовно-моральних обмежень. Бажаючи за будь яку ціну максимізувати рейтинг та збільшити кількість споживачів, масмедіа більше перетворюється на індустрію розваг і видовищ, демонструючи недозволене, граючи на інстинктах та сильних емоціях, експлуатуючи вітальні потреби, насаджуючи безкультур'я, естетичну нерозвиненість, що породжує духовно-моральну глухоту.

Отже, стрімкий розвиток відкритого «інформаційно-комунікаційного освітнього середовища», центром якого є Internet-технології / соціальні медіа, з одного боку, формують умови для саморозвитку, самоосвіти і вони дуже затребувані в молодіжному середовищі, з іншого боку, технічні засоби не можуть створювати духовні цінності, вони тиражують, відтворюють прості думки, почуття, образи, які є сурогатами духовної/естетичної культури, де ідеали перетворюються на кліше. Проблема в тому, що у молодих людей у силу яскравої емоційної чутливості, відсутності системних фундаментальних знань і соціального, естетичного досвіду, не виникає когнітивного дисонансу, вони не можуть верифікувати та протистояти негативному впливу масмедіа, інколи вони зовсім беззахисні перед «поверхневою» і духовно розкладаючою медійною продукцією. Залежність свідомості

молоді від медійної впливовості значно зростає у випадках інтеграції різних ЗМІ (традиційних та нових (соціальних медіа), хоча неможна не враховувати й кумулятивний ефект масмедіа, коли постійно транслюється певна концепт-інформація.

Сучасні масмедіа заповнили нав'язлива реклама, яка, порушуючи всі етичні норми, безцеремонно вривається у передачі будь-якої тематики, незалежно від того, про що йдеться. Реклама нівелює інформацію, зводить усе до рівня незначних фактів і явищ, тим самим руйнує системне сприйняття аудиторії, створює і заохочує певні стандарти життя, поведінкові практики, підміняє духовні цінності символами споживання. Виникають стандарти відпочинку, моди, продуктів, стандартизується саме споживання, породжується новий світогляд, що відсторонює людину від справжніх емоцій, почуттів, утверджуючи примітивний естетичний смак та стереотипізуючи картину життя. Молоді люди активно сприймають рекламу, повторюють рекламні слогани, імітують пропоновані моделі поведінки, вона зваблює їх яскравими варіантами стилів життя. Дуже часто реклама маргіналізує такі фундаментальні духовні цінності як чесна праця, гідність, безкорисливість, ввічливість, порядність, і одночасно розвиває почуття неповноцінності, вимушує молодих людей орієнтуватися на нетрудові доходи, провокує у молодіжному середовищі або розчарування і депресію, або агресію і асоціальну поведінку, що веде до зниження рівня життєстійкості.

Отже, можна стверджувати, що сучасні масмедіа не тільки потужний транслятор великого об'єму різноманітної інформації, але й специфічний соціальний актор, що створює картину світу молодих людей, яка іноді не співпадає з бажаним соціально-культурним кодом, «нову» мову, що складається з англomовної та примітивної лексики, яка теж спотворює традиційний естетичний образ навикишнього світу. Медіа змінює характер процесу соціалізації відповідно до своїх комерційних інтересів і як соціалізатор не завжди відповідає потребам суспільства.

Доволі довгий час загальнолюдські цінності, естетичні і моральні почуття розумілися в сучасному суспільстві тільки як абстрактні гуманістичні уявлення, що носять декларативний характер, з морального імперативу вони перетворилися на формальні приписи. Зниження значущості в молодіжному середовищі таких фундаментальних цінностей, як вихованість, працелюбність, чесність, моральна та

естетична чутливість викликає серйозне занепокоєння. Залишаючись на понятійному рівні свідомості молодих людей, на поведінковому вони не відіграють суттєвої ролі, а саме вони дають можливість здолати трагічні події життя, перетворити їх на можливості саморозвитку. Сучасна масова культура проголошує тотожність матеріальних і духовних цінностей, що призводить до орієнтації молодих людей на цінності прагматичного характеру й, передусім, матеріального благополуччя, але в цьому прослідковується не тільки споживчі попити, тут є і прагнення самозберегтися, вижити в хаотичному соціумі, за рахунок грошей отримати духовно-естетичну свободу. Прагнення матеріального благополуччя часто не співпадає з прагненням створювати блага: в молодіжному середовищі домінує жага до розподілу та перерозподілу, що підтверджується популярністю економічної, юридичної освіти серед випускників шкіл, увага приділяється тій освіті, яка забезпечує перш за все матеріальну успішність в житті. Масмедіа, розповсюджуючи масову культуру, створюють ілюзію свободи і вибору, світ, в якому духовно-естетичні цінності нав'язуються в безкінечно повторюваних невідгадливих пісеньках або, в постійно впадаючих в око, біг-бордах. Світогляд рядової молоді людини, сформоване медіа, – мозаїка випадкових, погано пов'язаних між собою понять і асоціацій, апріорі сприяє нав'язуванню та маніпуляції. Відбувається соціальне дресирування молоді, що призводить до естетичних мутацій та зміни в молодіжній ієрархії цінностей, коли деякі традиційні цінності та ідеали переміщуються на периферію ціннісної свідомості і із базових життєвих цінностей зникає соціальна значущість праці і падає престиж багатьох важливих для суспільства професій, коли замість активної життєвої позиції під впливом масиву інформації та ілюзії інформованості виникає втомленість соціальної і моральної свідомості. В зв'язку з цим згадується думка П. Лазарсфельда і Р. Мертона, які вважали, що медіа розповсюджуючи масову культуру, діють як соціальний наркотик, допомагаючи зниженню естетичних смаків і зміцненню статус-кво (Іванов, 2010, с.41).

Висновки. Виходячи з вищесказаного, можна стверджувати, що духовність людини (моральні переконання, ідеали, естетичний смак/чутливість) – це ресурс життєстійкості не тільки окремої особистості, але і соціуму в цілому. В сучасному світі нові медіа – це не тільки стрімкий величезний потік різнобічної

інформації і затребуване соціальне середовище для комунікації, це специфічний соціальний актор, який продукує/тиражує пріоритетні моделі суспільної свідомості. Сучасні медіа, орієнтуючись на масову аудиторію, мають високий персоніфікований характер, що призводить до зниження рівня естетичної культури. Нові медіа неоднозначно впливають на молодь: з одного боку, вони формують умови для саморозвитку, самоосвіти, самореалізації і тому дуже популярні в молодіжному середовищі, але, з іншого боку, будучи провідниками цінностей масової культури, руйнують духовно-естетичні смаки, ідеали і пропонують «синтетичні» цінності, що веде до втрати особистісної унікальності, соціальної активності, творчості, можливості рухатися вперед, відповідати запитам часу. Духовно-естетична культура сучасної молоді формується на тлі розмитості базових ціннісних орієнтацій та конкурентної боротьби медіа проти традиційних інститутів соціалізації за молодіжну аудиторію. Комерціалізоване інформаційне середовище прищеплює стратегію гедонізму, висміює духовно-естетичні пошуки, внаслідок цього відбуваються естетичні мутації та зміни в молодіжній ієрархії цінностей, притуплюється відчуття адекватної оцінки соціальної ситуації, ускладнюється перехід до самостійного подолання життєвих труднощів, звужуються творчі можливості і самоефективність, знижується рівень життєстійкості. Активно відгукуючись на медійну продукцію, наприклад, на нав'язливі рекламні атаки, що пропагують консьюмеризм, молоді люди часто орієнтуються на примітивний стиль життя (зовні привабливі бренди), який медіа пропонує як референтний зразок соціальної поведінки.

Перспективи подальших досліджень. Медіа, як соціалізатор, повинні забезпечувати всебічне глибоке інформування молоді, використовувати свої технологічні можливості для висвітлення культурно-історичних, духовних досягнень суспільства, розвивати пізнавальний інтерес у молодих людей. В сучасній соціокультурній ситуації суспільству та державі необхідно консолідувати зусилля з нейтралізації деструктивної впливовості масмедіа на молодіжну аудиторію, створити конструктивний суспільний контроль над інформаційним потоком, мобілізувати соціологів, педагогів, психологів, працівників медіа-індустрії для розробки нових принципів

медіаосвітньої політики, удосконалення освітніх програм, розвитку цифрових компетентностей серед молоді, створення суспільно значущих медійних продуктів освітньої та виховної орієнтованості, які забезпечили б ефективне функціонування

процесу соціалізації, сприяли б психологічній підтримці, розвитку естетичних ідеалів, які навчають особистість розуміти труднощі як можливості для саморозвитку та самовдосконалення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Варіна Г. Особливості прояву феномену життєстійкості та копінг-стратегій поведінки особистості в умовах пандемії Covid-19. *Polonistyczno-Ukrainoznawcze Studia Naukowe*. 2022. nr 4 (7). ss. 159–173. <https://doi.org/10.15804/PPUSN.2022.04.15>
2. Гальцова С. В. Особливості життєстійкості особистості в умовах сьогодення. *Наукові перспективи*. 2023. № 1(31). С.497-510. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-1\(31\)-497-510](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-1(31)-497-510)
3. Звіт Digital 2025 Global Overview Report (<https://mediamaker.me/najczikavishe-zi-zvitu-digital-2025-pro-vzayemodiyu-z-czyfrovymy-tehnologiyamy-16257/>)
4. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навч. посіб. / гол. ред. В. В. Різун. Київ: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
5. Кириченко Л. Формування естетичної культури як складова соціально-гуманітарної підготовки сучасної студентської молоді. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2021. № 4 (108). С.78-88. <https://doi.org/10.24139/2312-5993/2021.04/078-088>
6. Медіахолдинг «Deutsche Welle». <https://www.dw.com/uk/pidlitkova-zaleznist-comu-v-nimeccini-socmerezzi-porivnuut-iz-geroinom/a-74277162>
7. Предко В.В. Психологічне значення життєстійкості задля ефективного розвитку підлітка в умовах освітнього середовища. «Габітус»: науковий журнал. 2020. Вип. 19. С. 185-189. <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.19.32>
8. Романовська Л. І., Новак М. В. Психологічні умови розвитку життєстійкості особистості в умовах війни. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія»: науковий журнал*. Острог: Вид-во НаУОА, 2024. № 17. С. 62–66. <https://doi.org/10.25264/2415-7384-2024-17-62-66>
9. Снопко О., Романюк А. Дослідження. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. Громадянська мережа «Опора». 2024. URL: <https://opora.ua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretyy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292>
10. Соляник М., Погоржельский И. Емоційна життєстійкість молоді в умовах сьогодення. *Освітологічний дискурс: наукове електронне фахове видання*. 2025. № 2. Том 49. С.109-117. <https://doi.org/10.28925/2312-5829/2025.2.11>
11. Степаненко Л.В. Характеристика стилів життєстійкості емоційно-функціонального потенціалу особистості. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Психологія*. 2022. Том 33 (72). № 1. С. 24-30. DOI <https://doi.org/10.32838/2709-3093/2022.1/04>
12. Чанчиков І. К. Аналіз життєстійкості особистості: системний підхід. *Теорія і практика сучасної психології*. 2019. № 4, Т. 1. С. 59-62. <https://doi.org/10.32840/2663-6026.2019.4-1.11>
13. Чиханцова О. А. Життєстійкість та її зв'язок із цінностями особистості. *Проблеми сучасної психології*. 2018. Вип. 42. С. 211-231. <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2018-42.211-231>
14. Чудовська І. Соціологія масових комунікацій: навч. посіб. Київ: 2021. 235 с.
15. Kobasa S.C. (1979). Stressful life events, personality and health: an inquiry into hardiness. *Journal of Personality and Social Psychology*. 37(1), 1–11. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.37.1.1>
16. Bartone, P.T. (2006). Resilience under military operational stress: can leaders influence hardiness? *Military Psychology*, 18(s), P. 131–148. https://doi.org/10.1207/s15327876mp1803s_10
17. Maddi, S.R. (2006). Hardiness: The courage to grow from stresses. *Journal of Positive Psychology*. 2006. Vol. 1(3). P. 160–168. <https://doi.org/10.1080/17439760600619609>

REFERENCES

- Varina H. Osoblyvosti proiavu fenomenu zhyttiistiikosti ta kopinh-stratehii povedinky osobystosti v umovakh pandemii Covid-19. *Polonistyczno-Ukrainoznawcze Studia Naukowe*. 2022. nr 4 (7). ss. 159–173. <https://doi.org/10.15804/PPUSN.2022.04.15>
- Haltsova S. V. Osoblyvosti zhyttiistiikosti osobystosti v umovakh sohodennia. *Naukovi perspektyvy*. 2023. № 1(31). S.497-510. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-1\(31\)-497-510](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-1(31)-497-510)
- Zvit Digital 2025 Global Overview Report (<https://mediamaker.me/najczikavishe-zi-zvitu-digital-2025-pro-vzayemodiyu-z-czyfrovymy-tehnologiyamy-16257/>)
- Ivanov V. Osnovni teorii masovoi komunikatsii i zhurnalistyky: navch. posib. / hol. red. V. V. Rizun. Kyiv: Tsentr Vilnoi Presy, 2010. 258 s.
- Kyrychenko L. Formuvannia estetychnoi kultury yak skladova sotsialno-humanitarno pidhotovky suchasnoi studentskoi molodi. *Pedahohichni nauky: teoriia, istoriia, innovatsiini tekhnologii*. 2021. № 4 (108). P.78-88. <https://doi.org/10.24139/2312-5993/2021.04/078-088>
- Mediakholdinh «Deutsche Welle» [«https://www.dw.com/uk/pidlitkova-zaleznist-comu-v-nimeccini-socmerezhi-porivnuut-iz-geroinom/a-74277162](https://www.dw.com/uk/pidlitkova-zaleznist-comu-v-nimeccini-socmerezhi-porivnuut-iz-geroinom/a-74277162)
- Predko V.V. Psykholohichne znachennia zhyttiistiikosti zadlia efektyvnogo rozvytku pidlitka v umovakh osvithnoho seredovyscha. «*Habitus*»: naukovyi zhurnal. 2020. Vyp.19. P.185-189. <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.19.32>
- Romanovska L. I., Novak M. V. Psykholohichni umovy rozvytku zhyttiistiikosti osobystosti v umovakh viiny. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*. Seriiia «*Psykholohiia*»: naukovyi zhurnal. Ostroh: Vyd-vo NaUOA, 2024. № 17. P. 62–66. <https://doi.org/10.25264/2415-7384-2024-17-62-66>
- Snopok O., Romaniuk A. Doslidzhennia. Mediaspozhyvannia ukraintsiv: tretii rik povnomasshtabnoi viiny. Hromadianska merezha «*Opora*». 2024. URL: <https://opora.ua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretiy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292>
- Solianyuk M., Pohorzhelskyi Y. Emotsiina zhyttiistiikist molodi v umovakh sohodennia. *Osvitlohichniy dyskurs: naukove elektrone fakhove vydannia*. 2025. № 2. Tom 49. P.109-117. <https://doi.org/10.28925/2312-5829/2025.2.11>
- Stepanenko L.V. Kharakterystyka styliv zhyttiistiikosti emotsiino-funktsionalnoho potentsialu osobystosti. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho*. Seriiia: *Psykholohiia*. 2022. Tom 33 (72). № 1. P. 24-30. <https://doi.org/10.32838/2709-3093/2022.1/04>
- Chanchoykov I. K. Analiz zhyttiistiikosti osobystosti: systemnyi pidkhyd. *Teoriia i praktyka suchasnoi psykholohii*. 2019. № 4, T. 1. P. 59-62. <https://doi.org/10.32840/2663-6026.2019.4-1.11>
- Chykhantsova O. A. Zhyttiistiikist ta yii zviazok iz tsinnostiamy osobystosti. *Problemy suchasnoi psykholohii*. 2018. Vyp. 42. S. 211-231. <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2018-42.211-231>
- Chudovska I. Sotsiolohiia masovykh komunikatsii: navch. posib. Kyiv: 2021. 235 s.
- Kobasa S.C. (1979). Stressful life events, personality and health: an inquiry into hardiness. *Journal of Personality and Social Psychology*. 37(1), 1–11. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.37.1.1> (eng).
- Bartone, P.T. (2006). Resilience under military operational stress: can leaders influence hardiness? *Military Psychology*, 18(s), P. 131–148. https://doi.org/10.1207/s15327876mp1803s_10 (eng).
- Maddi, S.R. (2006). Hardiness: The courage to grow from stresses. *Journal of Positive Psychology*. 2006. Vol. 1(3). P. 160–168. <https://doi.org/10.1080/17439760600619609> (eng).

Natalia CHUTOVA,

Candidate of Sciences in Sociology,
Kryvyi Rih Professional Medical College,
14 Medical St., Kryvyi Rih,
Dnipropetrovsk region, Ukraine

<https://orcid.org/0009-0003-4251-3824>
n.chutova@krmedkol.com

Ihor POHORZHELSKYI,

Doctoral Student,
Department of Social Education and Social Work
Ukrainian State University named
after Mykhailo Drahomanov
9 Pyrohova st., Kyiv, Ukraine

<https://orcid.org/0009-0009-7334-2718>
ihor.pohorzelskyi@gmail.com

THE INFLUENCE OF MASS MEDIA ON THE FORMATION OF SPIRITUAL AND AESTHETIC VALUES AS A FACTOR OF SUPPORTING THE VITALITY OF MODERN YOUTH: A SOCIOLOGICAL ASPECT

Abstract. *The article examines the problem of the influence of mass media on the formation of spiritual and aesthetic values in modern youth, which are essential resources for developing and maintaining resilience, overcoming stress, and maintaining emotional and cognitive stability in challenging circumstances. The purpose of the theoretical analysis is to substantiate the importance of the spiritual and aesthetic culture of youth in a dynamic society and the role of the mass media in the formation of spiritual values in today's conditions. To achieve this purpose, classical sociological, social-psychological works, the results of sociological research that reflect the stated issues, as well as analysis and logical generalisation, were used. It has been found that in society, spiritual and aesthetic culture is often perceived as impractical and secondary, although it determines the nature of society's life and is necessarily present in any material sphere of life, being its qualitative characteristic. It is clarified that modern mass media, the centre of which is Internet technologies/social media, is a powerful translator of a large volume of various information, which creates conditions for self-development, self-education, it is in great demand in the youth environment, but, on the other hand, it is a specific social actor that spreads the values of mass culture, destroys traditional spiritual and aesthetic sensibility, replicates, reproduces simple thoughts, feelings, images that are surrogates of spiritual culture, where ideals turn into clichés, which creates spiritual and moral deafness. It is determined that human spirituality is a resource for the vitality of society; however, the moral and aesthetic culture of modern youth is formed against the backdrop of the absence of unified basic values, the struggle of the media with traditional socialisation institutions, and the loss of spiritual connection with previous generations. Young people are in an aggressive information environment, where the strategy of hedonism and consumption is often demeaned as a form of spiritual search. As a result, mutations and changes occur in the youth hierarchy of values, and the sense of adequate assessment of the social situation is dulled, leading to a decrease in vitality. It is proposed to form a new educational dialogic media strategy and implement promising projects that will ensure effective socialisation, promote the development of moral ideals, and help understand difficulties as opportunities for self-development and self-improvement. It is proposed to consolidate efforts to neutralize the destructive influence of the mass media on the youth audience, to ensure constructive public control over the information flow, to mobilize sociologists, teachers, psychologists, and media industry workers to develop new principles of media education policy, to create media products of educational orientation that would contribute to psychological support, the development of aesthetic ideals, which teach a person to understand difficulties as an opportunity for self-development and self-improvement.*

Keywords: mass media; spiritual and aesthetic culture; vitality; youth; ideal; value.

Стаття надійшла до редакції 28.10.2025
Прийнято до друку 15.12.2025