

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

(повне найменування вищого навчального закладу)

навчально-науковий медичний інститут

(повне найменування інституту, назва факультету (відділення))

кафедра психології

(повна назва кафедри (предметної, циклової комісії))

«ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ»

В.о.завідувача кафедри психології

Володимир ШЕВЧЕНКО

«__» листопада 2025 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти

магістр

(ступінь вищої освіти)

на тему: **ВПЛИВ МЕДІА НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ
МОЛОДІ**

Керівник:

викладач

Філіпенко Вікторія Вікторівна

(вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Рецензент:

Директор закладу дошкільної
освіти №48 МО ММР Пухалевич
Людмила Олександрівна

(посада, вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Виконав:

студент VI курсу групи 665М
Бездольний Ілля Сергійович

(П.І.Б.)

Спеціальності:

053 «Психологія»

(шифр і назва спеціальності)

ОПП:

«Психологія»

Миколаїв – 2025 рік

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

(повне найменування вищого навчального закладу)

Інститут, факультет, відділення	навчально-науковий медичний інститут
Кафедра, циклова комісія	кафедра психології
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Спеціальність	053 «Психологія»
ОПП / ОНП	«Психологія»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о.завідувача кафедри психології

Володимир ШЕВЧЕНКО

“ ”

2025 року

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

Бездольний Ілля Сергійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проєкту (роботи) Вплив медіа на ціннісні орієнтації сучасної молоді

керівник роботи: Філіпенко Вікторія Вікторівна, викладач

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від
«14» жовтня 2025 року № 240.

2. Строк подання студентом проєкту (роботи) «24» листопада 2025 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: вступ, основна частина, висновок, список використаних джерел та літератури, додатки (якщо є).

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) згідно з планом кваліфікаційної роботи магістра.

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

6. Консультанти розділів проєкту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Філіпенко В.В.		
Розділ 1	Філіпенко В.В.		
Розділ 2	Філіпенко В.В.		
Розділ 3	Філіпенко В.В.		
Висновки	Філіпенко В.В.		

7. Дата видачі завдання 14.10.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів проєкту (роботи)	Примітка
1.	Вступ до кваліфікаційної роботи	вересень 2025	
2.	Розділ 1. Теоретичні аспекти вивчення проблеми впливу медіа на ціннісні орієнтації сучасної молоді	вересень 2025	
3.	Розділ 2. Емпіричне дослідження впливу медіа на ціннісні орієнтації сучасної молоді	вересень-жовтень 2025	
4.	Розділ 3. Розробка і аналіз програми впливу медіа на ціннісні орієнтації сучасної молоді	жовтень 2025	
5.	Висновки	листопад 2025	
6.	Передкваліфікаційна практика	06.10 – 18.10. 2025	
7.	Оформлення списку використаних джерел та літератури, додатків	листопад 2025	
8.	Попередній захист	27.11.2025	
9.	Рецензія на кваліфікаційну роботу	02.12.2025	
10.	Захист кваліфікаційної роботи	17.12.2025	

Студент

(підпис)

Керівник проєкту (роботи)

(підпис)

Бездольний І.С.,

(прізвище та ініціали)

Філіпенко В.В.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Бездольний І. С. Вплив медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді. Кваліфікаційна робота на здобуття другого ступеня вищої освіти (магістр) зі спеціальності 053 – «Психологія». Чорноморський національний університет імені Петра Могили, Миколаїв, 2025.

У кваліфікаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та емпіричне дослідження проблеми впливу медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді. Розкрито зміст поняття «ціннісні орієнтації», проаналізовано основні наукові підходи до їх вивчення у психологічній літературі та визначено вікові особливості становлення ціннісної сфери в юнацькому віці. Теоретично обґрунтовано роль медіапростору як одного з провідних агентів соціалізації та визначено основні механізми медіавпливу, що зумовлюють трансформацію ціннісних орієнтацій молоді.

В емпіричній частині роботи підібрано та обґрунтовано методологічний інструментарій дослідження, здійснено аналіз нормативних та індивідуальних цінностей молоді, а також охарактеризовано взаємозв'язок між інтенсивністю медіаспоживання і структурою ціннісних орієнтацій. Виявлено, що медіа впливають на зростання значущості цінностей самопрезентації, новизни, соціального успіху та комунікації, водночас знижуючи пріоритетність традиційності та безпеки.

Розроблено та впроваджено програму впливу медіа на формування ціннісних орієнтацій молоді, спрямовану на розвиток медіаграмотності, критичного мислення та здатності до рефлексії власних цінностей. Емпірично підтверджено ефективність програми, що проявилось у підвищенні рівня критичного ставлення до медіаконтенту, зменшенні сприйнятливості до маніпуляцій та більш усвідомленому ставленні до медіаспоживання.

Ключові слова: *медіа, ціннісні орієнтації, молодь, медіаграмотність, критичне мислення, медіавплив, соціалізація.*

ABSTRACT

Bezdolny, I. S. The influence of the media on the formation of value orientations among contemporary youth. Qualification work for the second degree of higher education (master's degree) in the specialty 053 – “Psychology.” Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, 2025.

This thesis provides a theoretical generalization and empirical study of the problem of the media's influence on the formation of value orientations among modern youth. The content of the concept of “value orientations” is revealed, the main scientific approaches to their study in psychological literature are analyzed, and the age characteristics of the formation of the value sphere in adolescence are determined. The role of the media space as one of the leading agents of socialization is theoretically substantiated, and the main mechanisms of media influence that determine the transformation of the value orientations of young people are identified.

In the empirical part of the work, the methodological tools of the study are selected and justified, the normative and individual values of young people are analyzed, and the relationship between the intensity of media consumption and the structure of value orientations is characterized. It has been found that the media influence the growth in the importance of the values of self-presentation, novelty, social success, and communication, while reducing the priority of tradition and security.

A program was developed and implemented to influence the formation of young people's value orientations, aimed at developing media literacy, critical thinking, and the ability to reflect on one's own values. The effectiveness of the program has been empirically confirmed, as evidenced by an increase in the level of critical attitude towards media content, a decrease in susceptibility to manipulation, and a more conscious attitude towards media consumption.

Keywords: *media, value orientations, youth, media literacy, critical thinking, media influence, socialization.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ МЕДІА НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ...	8
1.1. Проблема ціннісних орієнтацій у психологічній літературі	8
1.2. Особливості ціннісних орієнтацій у молоді.....	14
1.3. Вплив медіа на ціннісні орієнтації сучасної молоді	24
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ МЕДІА НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ	31
2.1. Методологічний інструментарій дослідження проблеми	31
2.2. Аналіз результатів дослідження	35
Результати за методикою сенсожиттєві орієнтації	45
Нормативні ідеали за методикою Ш.Шварца.....	53
Висновки до другого розділу	57
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА І АНАЛІЗ ПРОГРАМИ ПОПЕРЕДЖЕННЯ ВПЛИВУ МЕДІА НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ.	58
3.1. Обґрунтування та впровадження програми	58
3.2. Аналіз ефективності впливу програми	68
3.3. Рекомендації щодо вдосконалення взаємодії молоді з соціальним медіа в сучасному інформаційному середовищі	73
Висновки до третього розділу	76
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81
ДОДАТКИ.....	90
Додаток А.....	90
Додаток Б.....	93
Додаток В.....	99

ВСТУП

Актуальність дослідження. Проблема впливу медіа на формування особистості є одним із найактуальніших соціально-психологічних викликів сучасного суспільства. В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій молодь майже постійно перебуває у просторі масової комунікації – соціальних мереж, стримінгових платформ, відеохостингів, онлайн-медіа, що перетворює інформаційне середовище на провідний чинник соціалізації. Медіа дедалі активніше виконують роль не лише джерела відомостей, а й інструмента нормотворення, формування уявлень про життєвий успіх, міжособистісні стосунки, зовнішність, соціальний статус і сенс життя. За цих умов питання впливу медіапростору на систему цінностей молодого покоління набуває особливої гостроти.

Масова комунікація сьогодні не просто транслює культурні зразки, а й активно конструює бажання, ідеали та поведінкові стандарти. Алгоритмічне формування стрічок новин, популяризація образів «успішного життя», культ споживання, гіперсексуалізація, романтизація агресії або психологічної нестабільності нерідко стають складниками інформаційного впливу, який може деформувати уявлення молоді про власну цінність, життєві пріоритети та моральні орієнтири. Психологічними наслідками такого впливу можуть бути підвищена тривожність, незадоволеність собою, знецінення навчання та праці, формування хибних ідеалів і зниження критичного мислення.

Традиційні інститути соціалізації – сім'я, освітні заклади, культурні спільноти – поступово втрачають монополію на формування цінностей, поступаючись потужному й часто неконтрольованому медіасередовищу. Саме тому сучасна психологія стикається з необхідністю глибшого осмислення того, яким чином медіа впливають на особистісний вибір, мотивацію, ціннісні орієнтації та ідентичність молодого людини. Особливої уваги потребує питання співвідношення медійних впливів із внутрішніми психологічними чинниками

– рівнем самосвідомості, сформованістю критичного мислення, потребою у визнанні та самоідентифікації.

Наукова актуальність дослідження зумовлена потребою в систематизації наявних теоретичних підходів до вивчення медіа-впливу та в оновленні уявлень про механізми формування ціннісних орієнтацій у цифрову епоху. Попри наявність окремих досліджень у сфері масової комунікації та психології особистості, проблема взаємозв'язку між інтенсивністю медіаспоживання і трансформацією ціннісних пріоритетів молоді залишається недостатньо комплексно вивченою, що зумовлює необхідність емпіричного аналізу цього явища.

Особливого значення тема набуває в контексті сучасної України, де молодь зростає в умовах війни, соціальної нестабільності, міграційних процесів та інформаційного тиску. Медіапростір у таких обставинах стає джерелом як підтримки й консолідації, так і загроз – дезінформації, маніпуляцій, психологічного перенасичення негативним контентом. У цьому зв'язку дослідження впливу медіа на цінності молоді має не лише теоретичне, а й вагоме соціальне значення, оскільки результати можуть бути використані у формуванні програм медіаграмотності, психологічного супроводу молоді та профілактики деструктивних інформаційних впливів.

Отже, актуальність обраної теми визначається масштабністю впливу медіа на особистість, вразливістю молодого віку до ціннісних трансформацій та суспільною необхідністю формування психологічно зрілої, критично мислячої й соціально відповідальної молоді в умовах сучасного інформаційного середовища.

Мета – здійснити комплексне теоретико-емпіричне дослідження впливу медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді.

Відповідно до мети були визначені **завдання дослідження**:

1. Проаналізувати основні наукові підходи до вивчення проблеми ціннісних орієнтацій у психологічній літературі.
2. З'ясувати особливості ціннісних орієнтацій у молоді;

3. Дослідити вплив медіа на ціннісні орієнтації сучасної молоді
4. Розробити та впровадити програму попередження впливу медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді, перевірити її ефективність;
5. Запропонувати практичні рекомендації щодо вдосконалення взаємодії молоді з соціальними медіа в сучасному інформаційному середовищі.

Об'єкт дослідження – ціннісні орієнтації.

Предмет дослідження – процес впливу медіа на ціннісні орієнтації сучасної молоді.

Гіпотеза дослідження: Передбачається, що інтенсивність і характер споживання медіаконтенту статистично пов'язані зі структурою ціннісних орієнтацій сучасної молоді: активне споживання розважального й комерціалізованого контенту корелює з підвищеною орієнтацією на матеріальні цінності, зовнішній успіх і соціальний статус, тоді як усвідомлене медіаспоживання та вищий рівень медіаграмотності пов'язані з домінуванням гуманістичних, соціально значущих і особистісно-зрілих цінностей.

Очікується, що низький рівень критичного мислення та рефлексивності супроводжується більшою вразливістю до маніпулятивного впливу медіа й нестабільністю ціннісної системи, тоді як сформованість навичок інформаційної оцінки асоціюється з цілісністю ціннісних орієнтацій і вищим рівнем особистісної автономії.

Передбачається, що участь у розробленій програмі формування усвідомленого медіаспоживання сприятиме статистично значущому зростанню показників критичного мислення, самостійності суджень і стабільності ціннісних орієнтирів, а також зниженню феноменів некритичного наслідування медіаобразів порівняно з результатами констатувального етапу експерименту. Методи дослідження. Для досягнення мети та вирішення поставлених завдань обрано такі методи дослідження:

- Теоретичні – теоретико-методичний аналіз, класифікація та систематизація наукових джерел, порівняння та узагальнення даних теоретичних та експериментальних досліджень;
- Емпіричні – методи тестування та анкетування;
- Обробки даних – узагальнення та систематизація якісних та кількісних даних емпіричного дослідження;

Психодіагностичний комплекс методик склали:

- Методика вивчення особистісних цінностей Ш. Шварца,
- Методика сенсожиттєвих орієнтацій (СЖО),
- Методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокіча

Експериментальна база дослідження: Для дослідження психологічних особливостей ціннісних орієнтацій студентів-психологів було проведено емпіричне дослідження в Чорноморському національному університеті імені Петра Могили. Об'єктом дослідження було 50 осіб денної та заочної форми навчання.

Наукова новизна і значимість отриманих результатів. Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі впливу сучасних медіа на формування ціннісних орієнтацій молоді з урахуванням психологічних, соціальних та інформаційних чинників. У роботі систематизовано сучасні наукові підходи до розуміння ціннісних орієнтацій особистості в умовах цифрового середовища та уточнено зміст поняття «медіа-вплив» у контексті психологічної науки.

Уперше в межах даного дослідження здійснено емпіричну оцінку взаємозв'язку між характером медіаспоживання молоді та структурою її ціннісних орієнтацій, що дозволило виявити тенденції трансформації ціннісної системи під впливом різних типів медіаконтенту. Уточнено психологічні механізми впливу медіа на формування життєвих пріоритетів молоді, зокрема через наслідування медіаобразів, ідентифікацію з

популярними персонажами та інтеріоризацію соціально схвалених моделей поведінки.

Теоретична значущість дослідження полягає у поглибленні наукових уявлень про специфіку формування ціннісних орієнтацій у молодіжному віці в умовах інтенсифікованого інформаційного впливу, що сприяє розвитку психології особистості, соціальної та вікової психології, а також психології масової комунікації.

Практичне значення отриманих результатів. Практичне значення результатів дослідження полягає в можливості їх використання у професійній діяльності практичних психологів, соціальних педагогів, кураторів академічних груп і фахівців, які працюють з молоддю.

Отримані результати можуть бути використані:

- у розробці та впровадженні програм формування медіаграмотності та критичного мислення серед молоді;
- у психологічному супроводі молоді з ризиком формування дезадаптивних або спотворених ціннісних орієнтацій;
- у консультативній роботі з батьками та педагогами з метою підвищення ефективності виховного впливу в умовах цифрового середовища;
- у профілактиці негативних наслідків медіавпливу, зокрема медіазалежності та інформаційного перевантаження;
- у розробці методичних рекомендацій щодо формування здорової взаємодії молоді з медіапростором.

Розроблена у ході дослідження програма впливу медіа на формування ціннісних орієнтацій може бути використана у закладах вищої освіти, молодіжних центрах та при організації тренінгових заходів із формування психологічної стійкості та відповідального медіаспоживання.

Апробація результатів досліджень. Основні ідеї та результати дослідження доповідались на IV Міжнародній науково-практичній конференції «SCIENCE, TECHNOLOGY AND GLOBAL CHALLENGES», 4-6.12.2025, Токіо, Японія; II Міжнародній науково-практичній конференції

“INNOVATION AND DEVELOPMENT IN WORLD SCIENCE”, 1-3.12.2025, Цюрих, Швейцарія.

Публікації. Зміст і результати роботи висвітлено в статті і тезах.

1. Бездольний І.С., Філіпенко В.В. Вплив медіа на ціннісні орієнтації сучасної молоді. SCIENCE, TECHNOLOGY AND GLOBAL CHALLENGES. Tokyo, Japan. 2025. С. 534-537

2. Бездольний І.С., Філіпенко В.В. Proceedings of II International Scientific and Practical Conference Zurich, Switzerland. 2025. С. 460-464

Структура дослідження. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів та висновків. Список літератури містить 41 наукове джерело. Робота містить 4 таблиці, 9 рисунків та 3 додатка. Загальний обсяг роботи 106 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ МЕДІА НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

1.1. Проблема ціннісних орієнтацій у психологічній літературі

Проблематика ціннісних орієнтацій упродовж тривалого часу залишалася предметом наукових дискусій у представників різних галузей знань, як вітчизняних, так і зарубіжних. Найбільший внесок у її вивчення зроблено у соціології, філософії, культурології, політології, психології та суміжних науках. Аналіз теоретичних підходів до феномену цінностей дозволяє простежити витoki проблеми ще у філософських концепціях давніх мислителів – Демокріта, Платона, Епікура та інших, які прагнули осмислити природу людської моральності. У працях І. Канта, навпаки, зустрічаємо позицію, що ставить під сумнів природну основу моральних принципів. Демокріту належить думка про те, що цінність визначається тим, що реально існує, тобто вкорінена у самій будові світу та має об’єктивну основу [5].

Підсумовуючи кантівські етичні ідеї, ключовим положенням слід вважати категоричний імператив, який отримав практичну форму через поняття «царства цілей». Ця концепція стала фундаментальною для подальшого розвитку аксіологічних уявлень. Значущість категоричного імперативу пояснюється його безпосереднім відношенням до філософії цінностей, адже він вимагає: «...дій так, щоб мотив твоєї поведінки міг стати основою загального закону».

Логіка категоричного імперативу дає змогу стверджувати, що цінності виконують функцію найвищих нормативних орієнтирів, які визначають як свідомі акти, так і поведінкові реакції людини. Вивчення цінностей неможливе у відриві від соціальних відносин, адже вони не існують як ізольовані утворення, а завжди проявляються у взаємодії людей, формуючи мотиваційне підґрунтя їхніх думок та дій.

Розвиток кантівської етичної традиції знайшов продовження в працях Ю. Хабермаса, який наголошував на доцільності розмежування етики і моралі на підставі специфіки ціннісних систем.

Подальше осмислення природи цінностей проявляється у концепції суспільного договору (Т. Гоббсон, Ж.-Ж. Руссо, К. Гальвецький, Ж. Монтеск'є, П. Гольбах). У межах цієї доктрини моральність розглядається як похідна від самої людської природи, адже людина вважається її найвищим проявом. Звідси випливає теза, що моральні настанови мають внутрішнє походження, оскільки закони добра та краси закладені у самій людині.

Подальша систематизація аксіологічних уявлень спричинила появу різних трактувань феномена цінностей: як соціально обумовлених умов, що визначають специфіку життєвої ситуації (Ф. Знанецький, У. Томас); як складових мотиваційної сфери особистості (Г. Олпорт); як основи життєвих цілей та переконань (Д. Узнадзе). У рамках неокантіанського аксіологічного підходу (В. Віндельбанд, Г. Ріккерт) цінності описуються як самостійні утворення, що реально існують. Марксистська традиція, натомість,

підкреслює їх соціальну зумовленість та залежність від конкретних історичних, економічних та психологічних чинників [17].

Дослідження грузинської психологічної школи демонструють, що сама по собі установка не визначає особистісних прагнень і не розкриває внутрішньої сутності індивіда. Важливо виділити ті установки, які відповідають базовим потребам людини, мають соціальну значущість та репрезентують типові способи її самоствердження й самовираження. Такі установки є складовою діяльності, формують і підтримують сталі ціннісні орієнтації, що визначають структуру особистості.

Засновник етнологічного напрямку у дослідженні цінностей Клакхон Д. визначав їх як усвідомлені або неусвідомлені уявлення про бажане, характерні для окремої людини або групи, що впливають на вибір цілей та можливих шляхів їх досягнення [8]. Ця позиція дала підстави М. Сміту трактувати цінності як специфічні установки – своєрідні критерії, за допомогою яких оцінюється вибір. Відтак, цінності особистості пов'язані з уявленням про належне та бажане; вони співвідносяться радше з категорією «повинен», ніж із «бути» чи «хочу».

Узагальнюючи наведені підходи, можна стверджувати, що цінність є або зовнішнім показником важливості явища, або внутрішнім смисловим змістом, який визначає вибір лінії поведінки індивіда.

Поняття «цінність» багаторівневе і охоплює широкий спектр значень: від глобального філософського розуміння до трактування його як компонента мотиваційної сфери (М. Яницький). Так, Е. Толмен інтерпретує цінність через співвідношення потреби й цілі, підкреслюючи привабливість предмета прагнень. У концепції М. Рокича ключовим чинником формування цінностей є стійкі переконання особистості щодо того, які форми поведінки й моделі сприйняття дійсності є для неї найприйнятнішими.

Вперше термін «ціннісні орієнтації» увійшов у науковий дискурс на початку XX ст., зокрема у 1920-х роках у працях У. Томаса та Ф. Знанецького. У їхній концепції цінності розумілися як певний регулятивний механізм, тобто

«більш-менш точні формальні правила, за допомогою яких група прагне підтримувати, контролювати та поширювати характерні для неї типи поведінки» [20]. Схожої позиції дотримувався Т. Парсонс. Він вважав, що будь-яка соціальна система функціонує через співвіднесення особистісних потреб індивіда та ціннісних норм культури, які взаємодіють у соціальній ситуації. Обмін цінностями здійснюється у двох напрямках: через інституціоналізацію норм суспільством та через інтеріоризацію цих норм особистістю [5].

К. Клакхон, автор фундаментальної соціологічної теорії цінностей і ціннісних орієнтацій, зазначав, що будь-які прийняті людиною цінності є індивідуальним відбитком загальнолюдських групових норм. Кожна особа інтерпретує їх по-своєму, встановлюючи пріоритети відповідно до власних потреб. Він підкреслював, що «...без них життя суспільства було б неможливим; функціонування соціальної системи не могло б бути спрямованим на досягнення спільних цілей. Індивіди не змогли б отримувати від інших необхідне для емоційної та особистісної взаємодії, не відчували б порядку та єдності цілей» [15]. Отже, у розумінні Клакхона цінності мають надситуативний, системоутворюючий характер.

Проблематика ціннісних орієнтацій активно досліджувалася також у межах гуманістичної та екзистенційної психології. К. Роджерс вважав, що структура самості включає як органічно пережиті цінності, так і соціально засвоєні, але лише ті з них стають особистими, які прийняті організмом як відповідні його потребам. На його думку, цінності – внутрішні або культурні – стають значущими лише тоді, коли вони сприяють збереженню та розвитку цілісності організму, тобто «саме на цій підставі засвоюються взяті з культури соціальні цінності» [13].

А. Маслоу зазначав, що людина обирає цінності, керуючись власними преференціями та свободою волі, і цей процес має інстинктивну основу.

Е. Шпрангер розглядав ціннісні орієнтації як провідну характеристику особистості, що визначає спосіб її пізнання світу та пояснює відмінності між

людьми. Його ідеї стали підґрунтям подальшої концепції Г. Олпорта, який вважав, що вищі цінності виникають з суспільної моралі, але поряд із моральними нормами існує ряд інших ціннісних орієнтацій – наприклад, пізнавальні, комунікативні тощо. Він підкреслював, що засвоєння соціальних цінностей ґрунтується на процесі зовнішнього підкріплення, тому частина цінностей виступає як цінності-інструменти. Перетворення соціальних норм у внутрішній ціннісний зміст Олпорт називав «функціональною автономією», тобто переходом «категорій знання» у «категорії значущості» [6].

У концепції Р. Ріккерта цінності розглядаються як феномени ідеального буття. Він виділяв шість основних категорій: наукові, естетичні, містичні, моральні, індивідуально-особистісні та релігійні цінності.

М. Вебер тлумачив цінність як норму, що має сенс для суб'єкта соціальних відносин, наголошуючи на особливій ролі морально-етичних та релігійних аспектів.

В. Франкл, засновник логотерапії, ставив у центр уваги смисл людського існування. Хоча сенс життя кожної людини унікальний, він вважав, що існують «сміслові універсалії» – загальнолюдські цінності та смисли, які зберігаються в суспільстві протягом історичного розвитку.

Альтернативний підхід до розуміння природи цінностей був розроблений Ш. Шварцом та У. Білські, які здійснили широкомасштабне міжкультурне дослідження з метою встановлення універсальної ціннісної структури, характерної для представників різних соціумів. У результаті аналізу ними було виділено десять базових типів цінностей, що формують цілісну й водночас рухливу систему регуляції поведінки особистості. Дослідники розподіляють їх на два узагальнені різновиди: термінальні, що задають кінцеві життєві орієнтири та бажані результати, та інструментальні, які слугують способом, етичним правилом чи поведінковою нормою для досягнення цих цілей. Цінність у розумінні Шварца – це не властивість зовнішнього об'єкта, а внутрішній регулятив, що визначає оцінювання реальності, прийняття рішень та ставлення до світу й до себе [19].

Характерні ознаки цінностей у даній концепції доцільно представити у структурованому вигляді:

- виступають у формі переконань, уявлень чи внутрішніх знань;
- відображають бажані, соціально схвалювані психічні стани та результати діяльності;
- залежать від контексту та специфіки ситуаційної взаємодії;
- забезпечують відбір подій, впливають на життєві рішення й поведінку суб'єкта;
- володіють різним ступенем важливості, що створює індивідуальну ієрархію.

Подібного бачення дотримувався і М. Рокич, який розглядав систему цінностей як ієрархічно впорядкований набір переваг, де кожна цінність займає своє місце і може домінувати над іншими залежно від життєвих завдань. Він також виокремив цінності-цілі (термінальні) та цінності-засоби (інструментальні), наголошуючи на їх взаємодоповнюваності у формуванні цілісної мотиваційної системи особистості [18].

Процес формування ціннісних орієнтацій тісно пов'язаний із розвитком особистісної спрямованості. На думку С. Рубінштейна, цінності є проявом емоційно-сислового ставлення людини до світу: вони виникають тоді, коли певні його аспекти набувають особистісної важливості, впливають на переживання, вибір і поведінкові акти [14]. Д. Леонтьєв доповнює це твердження, підкреслюючи, що цінності є не лише результатом осмислення, а й носіями життєвих смислів, які організовують діяльність людини та скеровують її саморозвиток [11].

З кінця ХХ ст. проблема ціннісних орієнтацій стала предметом активного наукового інтересу в Україні. Особливу увагу приділено молоді як віковій категорії з високим потенціалом ціннісної мінливості та соціального становлення. Зокрема, С. Резнік підкреслює, що в умовах постіндустріального розвитку та інформаційного перенасичення вища освіта має ґрунтуватися на

особистісних цінностях студента, оскільки саме вони визначають характер його активності, професійну мотивацію та траєкторію самореалізації.

На початку XXI століття інтерес до проблематики цінностей посилюється і в американських, і в українських наукових дослідженнях. Об'єктами аналізу стають феномени ціннісно-сислової сфери, життєвої значущості та професійної орієнтації молодого людини. І. Галян розглядає систему життєвих цінностей як механізм формування життєвих смислів, що визначають мотивацію майбутнього вибору й перспективи особистісного розвитку. На думку І. Бега, цінності виконують функцію внутрішнього ядра особистості, через яке соціальні зразки інтеріоризуються і трансформуються у власні моральні принципи, що згодом стають мотивами поведінки. У роботах С. Матяжа та А. Березнянської зосереджено увагу на етапах формування ціннісної системи, її функціях та детермінантах розвитку [30], тоді як Л. Онуфрієва та І. Рудзевич аналізують професійну самореалізацію крізь призму ціннісної регуляції поведінки й життєвої активності [26].

Таким чином, у сучасній вітчизняній та зарубіжній науковій традиції ціннісні орієнтації розглядаються як складний соціально-психологічний феномен, який виражає змістовну спрямованість особистості, визначає її ставлення до соціального світу, самої себе та власної діяльності. Цінності надають сенс життєвим рішенням, формують переконання, визначають внутрішні норми й принципи поведінки, а також регулюють способи взаємодії з дійсністю. Їх формування ґрунтується на процесі інтеріоризації – засвоєнні та перетворенні суспільно значущих норм і зразків, які, переходячи у внутрішній світ людини, стають стійкими орієнтирами її життєвої активності.

1.2. Особливості ціннісних орієнтацій у молоді

Рання юність вважається періодом особливої чутливості до майбутнього, яке стає провідним орієнтиром для особистісного зростання й самовизначення. Саме звернення до майбутнього формує позитивний

емоційний фон, визначає ставлення юнака чи юнки до себе, стимулює внутрішню та зовнішню активність, надає сенсу життєвим прагненням. У цей період відбувається найінтенсивніше становлення системи ціннісних орієнтацій, що нерозривно пов'язане з формуванням самосвідомості та становленням особистості як соціального суб'єкта. Іншими словами, людина починає вписувати власну індивідуальність у ширший контекст суспільства, створюючи внутрішній каркас цінностей, переконань, життєвих смислів та ідеалів [21].

Категорія «цінностей» у сучасній науковій думці не має єдиного загальноприйнятого визначення. Це поняття досліджується широко і варіативно, що пов'язано з його складністю, багатогранністю та філософсько-психологічною природою. Для нашого дослідження особливо важливим є розуміння цінностей як явища духовної сфери буття людини, що спрямоване на задоволення її потреб – від базових до екзистенційних. Цінність може бути як конкретним продуктом (предметом, дією, досягненням), так і абстрактною ідеєю, яка набуває смислу лише в контексті суб'єктивного переживання й особистісного значення. Молодь у цьому процесі не лише засвоює вже існуючі суспільні норми, а й активно створює власні сенси, трансформує їх відповідно до особистого досвіду, життєвих обставин і внутрішніх прагнень.

У поглядах дослідників на природу цінностей також спостерігається різновекторність. Зокрема, М. Рокич визначає цінності як систему узагальнених ідей щодо бажаної поведінки та життєвих ідеалів, які можуть бути інтеріоризовані як внутрішні переконання, що скеровують вчинки людини. М. Боришевський пропонує розглядати цінності як регулятори самоактивності – тобто механізми, що визначають ступінь реалізації людиною власної свободи та відповідальності. В інших наукових підходах за основу береться твердження, що цінності – це переконання або поняття, пов'язані з бажаними станами буття, які мають надситуативний характер, керують вибором, визначають моральні орієнтири і вибудовуються у певній ієрархії [32]. Таким чином, поняття «цінність» не обмежується одним визначенням:

для одних це є об'єктивна сутність речей, для інших – благо, смисловий орієнтир або внутрішня потреба.

Процес формування ціннісних орієнтацій тісно залежить від соціального середовища, у якому розвивається особистість. Взаємодія з макро- та мікросередовищем, спілкування зі значущими людьми, включеність у соціальні відносини формують у юнака певний внутрішній моральний код, спосіб осмислення світу, оцінювання подій і власних вчинків.

За С. Рубінштейном, саме через ставлення до дійсності відбувається становлення етичної позиції особистості. Людина починає розпізнавати спільні з іншими риси та водночас усвідомлювати власну відмінність, що стає фундаментом для визначення життєвих цілей, планів та способів самореалізації. Засвоєні цінності поступово перетворюються на внутрішні регулятори поведінки та психічні утворення, на основі яких формується стійка система життєвих орієнтирів [23]

Формування ціннісної сфери умовно розглядають у трьох послідовних етапах, що взаємодіють між собою та плавно перетікають один в інший:

1. Перший етап пов'язаний із переоцінкою наявних ідеалів, які були засвоєні в дитинстві. Юнак аналізує, переглядає, відбирає ті з них, які відповідають його новому досвіду та світогляду, що набуває зрілості. Саме індивідуальний досвід стає головним джерелом перших автономних ціннісних орієнтацій.
2. Другий етап передбачає розширене засвоєння цінностей через соціальні канали впливу – мас-медіа, міжособистісне спілкування, культурні повідомлення, ідеологічні конструкти. Цінності починають інтегруватися не лише на емоційно-емпіричному рівні, а й на рівні рефлексії та смислотворення.
3. Третій етап характеризується переходом від пасивного засвоєння до активного проживання та втілення цінностей у діяльності. Людина починає діяти відповідно до власних переконань, і саме діяльність стає критерієм сформованості ціннісної системи.

Завершення цього процесу тісно пов'язане з появою усвідомленої життєвої перспективи, відчуттям майбутнього як особистого простору відповідальності. Це – центральне психічне новоутворення юнацького віку [31].

А. Петровський виділяє кілька процесів, через які відбувається становлення ціннісної сфери молодшої особистості:

- персоналізація передбачає адаптацію до соціальних норм,
- індивідуалізація – закріплення власної автономної системи цінностей,
- інтеграція – узгодження особистих переконань із цінностями соціальних груп.

На основі цього автор визначає декілька щаблів розвитку індивіда, що відображають прогресивне ускладнення взаємодії з соціумом: від засвоєння норм у взаємодії з дорослими до виходу на універсальний рівень духовних і екзистенційних смислів.

Підлітковий вік у цьому процесі є перехідним і суперечливим: прагнення прийняти цінності дорослого світу поєднується з критикою старших, бунтом, протиставленням себе авторитетам. Є. Рибалко пояснює це розривом між проголошуваними дорослими моральними ідеалами та фактичними моделями їхньої поведінки, що викликає у підлітків розчарування та бажання віднайти альтернативну моральність, інколи – у межах власного покоління.

Лише в юності ціннісна система набуває справжньої стійкості й починає виконувати регулятивну функцію. Як зазначає Л. Божович, саме в цьому віці формується цілісний моральний світогляд, що стає внутрішнім, постійним мотиватором діяльності та визначає ставлення до інших, до світу й до самого себе.

У юнацькому віці, як зазначають дослідники, відбувається становлення цілісного світогляду людини, що забезпечує можливість формування внутрішньо узгодженої та автономної системи цінностей. Саме ця вікова стадія постає вирішальною для закладення підґрунтя майбутньої життєвої

позиції, адже молодій людині відкривається перспектива самостійного вибору життєвих орієнтирів, усвідомленого визначення власного «Я» та вибудовування особистісного сенсу існування. Утім, незважаючи на фундаментальний характер цього етапу, динаміка ціннісної сфери не завершується у ранній юності, а продовжує свій розвиток протягом дорослого життя, адаптуючись до нових соціальних, професійних та екзистенційних викликів [33].

У межах американської традиції вивчення молоді було запропоновано умовний розподіл життєвих цінностей студентського середовища на шість груп: суспільно-політичні, громадянсько-патріотичні, морально-етичні, інтелектуально-професійні, культурні та полікультурні. Така класифікація дозволяє простежити, які аспекти життя стають пріоритетними для сучасної молоді, як вони взаємодіють між собою та які з них відіграють визначальну роль у формуванні світоглядної позиції. Водночас вагомим для психології є підхід, запропонований М. Кісілем та співавторами, де цінності студентів виокремлено як цілі, засоби, відносини, якості та знання. Цінності-цілі відображають стратегічні прагнення особистості, тоді як цінності-засоби становлять сукупність інструментів, які забезпечують реалізацію цих намірів. До них, у свою чергу, належать цінності-ставлення, що визначають модель взаємодії студента з освітнім середовищем, цінності-якості, які описують риси особистості, необхідні для успішного функціонування, та цінності-знання – змістовне наповнення світогляду, сформоване у навчальному процесі.

Окремої уваги заслуговує позиція Н. Бондар, яка підкреслює, що юність – це період інтенсивного життєвого самовизначення, професійного становлення, морального розвитку та індивідуалізації, коли молода людина набуває здатності усвідомлено оцінювати власні можливості, шукати шляхи реалізації внутрішнього потенціалу, формувати життєві плани та ухвалювати рішення, що впливатимуть на траєкторію її подальшого існування. Саме у цей час виникає потреба пізнати себе, визначити особистісний сенс буття, осмислити власні цілі та відповідальність за їх досягнення. Цим пояснюється

характерний для віку пошук смислу життя, внутрішній рух до самостійності, спроба віднайти індивідуальний спосіб бути у світі, а також поява почуття «хазяїна свого життя», яке, проте, вимагає від юнака чи дівчини постійної рефлексії, перегляду критеріїв самооцінки та розвиток образу «Я» [37].

Актуальність проблеми ціннісних орієнтацій молоді у сучасній психологічній науці зумовлена багатоплановістю явища. Воно охоплює як внутрішньоособистісні аспекти – вікові особливості розвитку, мотиваційні процеси, становлення самосвідомості, так і соціальні – вплив освітнього середовища, сім'ї, одноліткової групи, зміни культурної та економічної реальності. Система цінностей не є сталою; вона змінюється під впливом історичних подій, соціальних трансформацій, домінуючих у суспільстві ідеологій. Пострадянський період, зокрема, зумовив переорієнтацію молодого покоління на цінності матеріального характеру – економічне благополуччя, прагматизм, стабільний дохід, престижність професії, можливість реалізації поза межами країни. Водночас спостерігається зниження інтересу до культурних практик і суспільно-політичної участі, що ставить перед освітою завдання формування гуманістичних орієнтирів, які здатні протидіяти надмірній раціоналізації та споживацькому світогляду [40].

Попри це, ціннісна структура молоді людини продовжує містити фундаментальні життєві орієнтири. З. Шевчук виокремлює серед них здоров'я, родину, свободу, любов, дружбу, творчість, саморозвиток, тоді як найвищими за значущістю студентської молоді залишаються любов та здоров'я. Додатково варто врахувати думку В. Дуба, який наголошує на характерній для студентів орієнтації на власні сили та індивідуальну відповідальність. У свою чергу М. Рокич визначає життєві цінності як орієнтири поведінки, що формують життєвий сенс і визначають напрям соціальної активності. У цьому розумінні цінності постають результатом складної взаємодії потреб, мотивів, інтересів, переконань і життєвого досвіду, що проявляється у свідомому ставленні до світу.

Т. Бутківська підкреслює, що формування цінностей відбувається через усвідомлення людиною своїх потреб та порівняння їх з можливостями реалізації у зовнішньому середовищі. Освітній простір відіграє в цьому процесі особливо важливу роль, адже саме тут відбувається поступова переоцінка попередніх ціннісних орієнтирів, набуття нових життєвих смислів та перевірка їх у практичній діяльності. Спочатку студент оцінює власний досвід, згодом інтегрує нові знання й орієнтири, а на фінальному етапі – перевіряє їх у реальних діях, перетворюючи на особистісно значущу систему, здатну регулювати поведінку, визначати пріоритети та слугувати внутрішньою основою життєвого вибору [щєпова].

У межах освітнього виміру проблематики життєвих цінностей варто наголосити, що навчання завжди пов'язане з оволодінням особистістю значущими для неї смисловими орієнтирами, тобто фундаментальними цінностями. Звідси випливає, що ціннісні орієнтації становлять провідне утворення внутрішнього світу людини, відображаючи її усвідомлене ставлення до суспільних явищ. Саме завдяки ним визначається широка мотивація поведінки та формується характер діяльності індивіда. Тому становлення ціннісних орієнтацій є нерозривно пов'язаним із розвитком загальної спрямованості особистості.

Ціннісні уявлення, що формують психологічний зміст орієнтації, за М. Рокичем, прийнято розподіляти на дві групи залежно від їх функції: цільові (термінальні) та цінності-засоби (інструментальні). Перша група відображає життєві пріоритети людини у довготривалій перспективі, друга – окреслює прийнятні шляхи та механізми їх реалізації.

Саме термінальні цінності співвідносять із змістоутворюючими мотивами за А. Леонтьєвим, адже вони забезпечують формування життєвих смислів через систему мотивів. У руслі ціннісного підходу до аналізу розвитку свідомості особистості кожне явище реальності може бути розглянуте як носій певної цінності, що відображає суб'єктивне ставлення індивіда та

співвідноситься з його потребами та інтересами [27]. У той же час ціннісні орієнтації мають складну багаторівневу побудову.

Відповідно до диспозиційної теорії регуляції соціальної поведінки В. Ядова та Д. Узнадзе, у розвитку диспозицій виділяють кілька рівнів: від елементарних фіксованих установок, що виникають на основі біологічно обумовлених потреб, – до атитюдів, соціально спрямованих інтересів та, найвищого рівня, системи ціннісних орієнтацій, які визначають та регулюють поведінку особистості [39].

Отже, цінності є вищим структурним рівнем потребової системи. Індивідуально значущі бажання, співвідносячись зі змістом соціального досвіду, трансформуються у цінності та набувають регуляторної функції у поведінці. Між потребою і цінністю – двома провідними детермінантами ціннісної орієнтації – існує проміжок, який заповнюється складним процесом соціально-психологічного опосередкування, що залежить від індивідуальних властивостей особистості та соціальних умов її розвитку.

Узагальнено структуру ціннісної орієнтації можна описати як послідовність:

1. потреби;
2. установки;
3. інтереси;
4. мотиви;
5. цілі;
6. ідеали;
7. свідомість (самосвідомість);
8. переконання;
9. вибір;
10. цінність.

Реалізація цінностей у поведінці людини зумовлена одночасно внутрішніми характеристиками (сформованістю психічних механізмів) і зовнішніми факторами – соціально-економічним середовищем, політичною

організацією суспільства, прийнятними нормами, рівнем матеріальної та духовної культури.

При цьому варто враховувати, що спрямованість особистості базується не лише на системі ціннісних орієнтацій, а й на понятті «особистісного смислу» (О. Леонтьєв), яке визначається як відображення співвідношення мотиву діяльності та безпосередніх цілей дії [38]. Саме цінності та смисли становлять стрижень психічної регуляції, що зумовлює поведінкові прояви та визначає стратегію особистісного розвитку. Тому сучасна психологічна наука приділяє значну увагу вивченню ціннісно-смиислової сфери, адже вона є базовим механізмом внутрішньої детермінації поведінки.

Молодість як стадія життєвого циклу має універсальний біологічний характер, однак її соціально-психологічний зміст, часові межі та статус у суспільстві визначаються історичними умовами, культурою та специфікою соціалізації [29]. Нині молодь розглядають як окрему соціально-демографічну спільноту, яка відрізняється сукупністю динамічних характеристик, особливостями соціального становища та рівнем психологічної зрілості. Становлення молоді особистості, її професійних та життєвих орієнтирів, вибір життєвого шляху відбуваються через навчання, виховання та засвоєння досвіду попередніх поколінь, інтеграцію до соціального середовища та активне формування системи цінностей.

Визначальними соціально-психологічними чинниками, що регулюють формування життєвих орієнтирів молоді людини та водночас виступають індикаторами її положення у суспільстві й історичному розвитку, є система ціннісних орієнтацій, соціальних норм і установок. Саме вони задають тип мислення молоді, впливають на її поведінку, окреслюють коло актуальних проблем, інтересів і потреб, формують домінуючі очікування та моделі реагування на різноманітні життєві ситуації. Вікова психологія визначає молодість як фазу інтенсивного вироблення власної ціннісної системи, становлення стійкого «Я-образу» та набуття соціальної самостійності й статусної визначеності.

На цьому етапі свідомість молоді особи вирізняється високою пластичністю, здатністю до швидкої переробки великого обсягу інформації, чутливістю до нового досвіду. Зростає критичність мислення, з'являється прагнення не просто засвоювати, а осмислювати, порівнювати, робити власні висновки, шукати нестандартні розв'язання та аргументувати власну позицію. Водночас у юнацькому віці ще частково зберігаються установки і патерни, закладені раніше, адже процес активного світоглядного конструювання наштовхується на обмежений досвід практичного та творчого самоздійснення, а також неповне включення молоді людини в систему соціальних ролей і відносин.

Таким чином, дослідження ціннісних пріоритетів студентської молоді останніх років демонструють, що у свідомості сучасного юнацтва формується образ особистості, притаманний західній культурі, – людини, для якої головною цінністю є вона сама, її свобода, успіх та можливість самостійно впливати на власну життєву траєкторію. Така орієнтація має і позитивну, і ризиковану сторону: з одного боку, вона стимулює розвиток самостійності, відповідальності, внутрішньої дисципліни, прагнення до знань та професійного зростання. З іншого – існує небезпека формування егоцентричної моделі поведінки, коли досягнення особистих цілей може здійснюватися шляхом нехтування моральними цінностями, нормами та інтересами інших людей [24]

Трансформації ціннісних установок молоді, які нерідко віддаляють її від високих соціальних ідеалів, актуалізують необхідність переосмислення виховної діяльності закладів вищої освіти. Постає потреба у впровадженні нових освітніх та формуючих практик, здатних не лише забезпечувати професійну підготовку, а й сприяти становленню гуманістичного мислення, моральної відповідальності, здатності до емпатії та соціальної взаємодії. Це набуває особливої ваги у професіях типу «людина–людина», зокрема у підготовці майбутніх психологів, для яких система цінностей стає не лише особистісною основою, а й професійним інструментом роботи з людьми.

1.3. Вплив медіа на ціннісні орієнтації сучасної молоді

Медіа нині становлять один із ключових факторів, що визначають напрям формування ціннісних орієнтацій сучасної української молоді. Вони не лише виконують функцію комунікативного простору, але й виступають середовищем соціалізації, через яке молоде покоління засвоює моделі поведінки та світоглядні установки. Залучення до медійного простору забезпечує не лише обмін інформацією, але й формує особистісні та громадські цінності, що перетворює медіа на потужний механізм впливу на свідомість молодих людей.

Однією з провідних особливостей впливу медіа є можливість масштабного поширення різноманітного змісту, що охоплює новинні, освітні, культурні, розважальні та інші сфери життя. Для молодих людей медіаплатформи стають основним джерелом нової інформації, простором для дискусій, формування суджень та світоглядних позицій. Це створює умови для ознайомлення з альтернативними поглядами, стимулює розвиток критичного мислення, аналітичних навичок та здатності оцінювати інформацію, що надходить із зовнішнього середовища [28].

Водночас медіа відіграють значну роль у процесах самопрезентації та конструювання ідентичності молоді. Можливість створювати власні сторінки, ділитися контентом, висловлювати думки та творчі ідеї сприяє розвитку особистісної унікальності й пошуку свого місця у соціальному просторі. Участь у медіакомунікації дає змогу молодим людям знаходити групи за інтересами, об'єднуватися з однодумцями, отримувати соціальне схвалення чи зворотний зв'язок. Саме це впливає на вибір цінностей, оскільки схвалення спільноти підсилює бажані моделі поведінки та формує певний напрям саморозвитку [22].

Завдяки доступу до різних груп, тематичних спільнот та інформаційних потоків молодь взаємодіє із ширшим соціальним середовищем, ніж у межах

традиційних офлайн-контактів. Участь у цифрових дискусіях, долучення до нових культурних та соціальних тенденцій розширює кругозір, сприяє формуванню толерантності, відкритості, готовності приймати відмінність та багатоманітність світу. Таким чином, медіа стають важливим чинником розвитку сучасних ціннісних орієнтацій, пов'язаних із повагою до різних культурних перспектив та соціальних норм [16].

Не менш суттєвою є роль медіа у становленні політичної та громадянської зрілості молоді. Цифрові платформи виконують функцію майданчика для обговорення суспільних процесів, поширення політичних ідей та створення громадських ініціатив. Молодь активно використовує медійний простір для організації волонтерських заходів, протестних рухів, соціальних кампаній, що сприяє активізації громадянської позиції, відповідальності та усвідомлення власного впливу на соціум [4].

Важливим напрямом впливу медіа є формування споживчих установок молодого покоління. Систематичне знайомство з рекомендаціями блогерів, рецензіями на товари, інформацією про тренди формує стиль споживання і уявлення про цінність продуктів та послуг. Під впливом медіанаративів у молодіжному середовищі зміцнюються ідеї екологічно відповідального споживання, важливості етичних брендів та соціально орієнтованого виробництва [10]. Це сприяє укоріненню цінностей, пов'язаних зі сталим розвитком, підтримкою екологічних ініціатив і соціальних проектів.

Медіа також істотно впливають на ставлення молоді до освіти й професійного саморозвитку. Онлайн-доступ до навчальних ресурсів, вебінарів, інтерактивних курсів та мереж професійних комунікацій формує орієнтацію на постійне самовдосконалення, накопичення знань і розвиток компетенцій. Молодь дедалі частіше використовує медіапростір для пошуку освітніх програм, грантів, стажувань, що розширює можливості працевлаштування і підвищує конкурентоздатність на ринку праці [36].

Окремим виміром виступає вплив медіа на формування гендерних поглядів та уявлень про соціальну рівність. Інформаційні платформи активно

трансляють ідеї про недопустимість дискримінації, виступають простором висвітлення проблем насильства, нерівності, прав вразливих груп. Молодь бере участь у правозахисних кампаніях, підтримує ідеї соціальної справедливості та поваги до прав людини, що сприяє становленню цінностей рівності та етичної взаємодії.

Поряд із цим медіа впливають на емоційний добробут і психічне здоров'я молоді. З одного боку, вони відкривають доступ до ресурсів підтримки, комунікації, самоосвіти та творчості. З іншого – створюють ризик появи тривожності, заниженої самооцінки чи депресивних переживань через порівняння з іншими та тиск соціальних стандартів успішності. Це актуалізує потребу формування відповідального ставлення до медіакористування, розвитку внутрішньої стійкості та критичної рефлексії [12.].

Зрештою, медіа надають молоді простір для творчої самореалізації: публікації власних творів, участі у конкурсах, створення проєктів, що сприяє виявленню індивідуальних здібностей, розвитку креативності та інноваційного мислення. Таке середовище сприяє закріпленню цінностей самовираження, творчої свободи, інтелектуальної ініціативи, що є визначальними у сучасному суспільстві.

Продовжуючи аналіз впливу медіа на процес формування ціннісних орієнтацій сучасної української молоді, важливо розкрити механізми, через які саме відбувається соціалізація у цифровому просторі. Медіаплатформи сьогодні виступають не лише каналом передачі інформації – вони формують особливе середовище, у якому взаємодія, комунікація та обмін досвідом відбуваються постійно, швидко та динамічно. Саме така інтерактивна структура медійного простору робить його одним із найвпливовіших чинників формування ціннісних установок молодого покоління.

Стрижневим елементом цього впливу є алгоритмічний відбір контенту. Медіаплатформи, аналізуючи інтереси, активність та поведінку користувачів, пропонують їм інформацію, яка найбільше відповідає їхнім запитам і вподобанням. Внаслідок цього формується певна «інформаційна капсула», у

межах якої закріплюються вже сформовані судження та переконання [7]. Такий механізм здатний як зміцнювати ціннісні орієнтації, так і звужувати можливості зіткнення з альтернативними точками зору, що знижує розвиток критичного аналізу.

Помітним каналом впливу медіа на свідомість є постаті інфлюенсерів – людей із великим охопленням аудиторій, чия діяльність стає взірцем для наслідування. Молодь часто орієнтується на їхній поведінковий стиль, ідеї та життєві пріоритети. Вплив таких фігур може мати різну спрямованість: конструктивну – якщо трансюються екологічні, освітні чи просоціальні ідеї, або деструктивну – коли популяризуються поверхневі чи ризиковані моделі поведінки [9].

Окремого значення набуває медійний вплив у площині формування громадянських позицій та політичної активності. Сучасні платформи стали потужним інструментом мобілізації, організації колективних дій, поширення новин про суспільно-політичні процеси. Молоді люди використовують медіа для координації акцій, підтримки соціальних рухів, висловлення власної позиції, що сприяє становленню громадянської активності, орієнтованої на демократичні цінності [25].

Суттєвим механізмом впливу є можливість збереження й розширення соціальних зв'язків. В умовах високої міграції та мобільності медіа дозволяють підтримувати стосунки незалежно від територіальної відстані, що укріплює значення взаємодопомоги, емоційної підтримки та родинних цінностей [34]. Таким чином, цифрові комунікації сприяють відтворенню і трансформації соціальних зв'язків, які раніше забезпечувались переважно в офлайн-середовищі.

Важливою сферою впливу є також поширення ідей рівноправності. Медіа активно слугують простором для публічного обговорення дискримінації, гендерних нерівностей та прав людини, створюючи умови для громадських кампаній та підтримки вразливих груп. Залучення молоді до

таких ініціатив сприяє формуванню у неї уявлень про справедливість, рівність і прийняття різноманітності [35].

Не менш значущим є вплив медіа на розвиток екологічної свідомості. Через них поширюється інформація про проблеми довкілля, організовуються волонтерські рухи та освітні еко-проекти. Молодь долучається до активностей, що орієнтують її на бережливе споживання ресурсів, сталий розвиток та відповідальне ставлення до планети.

Сучасні медіа також стають простором соціального включення. Вони створюють майданчик, де маргіналізовані групи можуть бути почутими, отримувати підтримку, обмінюватися досвідом, що розвиває в молоді відчуття солідарності, емпатії та інклюзивності [1].

Культурний обмін – ще одна важлива функція. Медіапростір дає можливість знайомитись із традиціями, мовами та ціннісними системами інших народів, що розширює світогляд, підвищує рівень толерантності та міжкультурного діалогу [3]. У глобалізованому світі така відкритість є ключовою умовою гармонійної комунікації.

У дослідженні С. Слюсарчук продемонстровано, що соціальні мережі здатні виступати дієвим чинником трансформації ціннісних орієнтацій молодого покоління, впливаючи на них у кількох ключових напрямках. По-перше, вони сприяють формуванню нових пріоритетів, серед яких особливо виділяються орієнтація на самовираження, прагнення до отримання задоволення та зростання цінності споживання. По-друге, соціальні мережі здатні змінювати вже наявну структуру цінностей, поступово зміщуючи акценти від колективістських та традиційних норм у бік індивідуалістичних орієнтацій. По-третє, у роботі наголошується на послабленні впливу цінностей, що раніше виступали базовими для українського суспільства, зокрема цінності праці, сім'ї та патріотизму.

Отримані результати дозволяють стверджувати, що цифровий простір і соціальні платформи не лише підтримують уже наявні погляди молоді, а й можуть ініціювати глибокі зсуви у її ціннісній системі, сприяючи появі нових

орієнтирів, перегляду життєвих пріоритетів та поступовому відходу від традиційних ідеалів. Таким чином, вплив соціальних мереж на становлення особистісної та суспільної ідентичності молоді має комплексний, багатовимірний характер і залежить від низки зовнішніх та внутрішніх соціально-психологічних чинників. Узагальнена структура цього впливу подана на рис. 1.1, де схематично відображено основні напрями трансформації ціннісних орієнтацій під впливом медіасередовища.

Спілкування та взаємодія
Відображення особистості
Вплив реклами та контенту
Групова взаємодія
Експозиція до різноманітних перспектив
Вплив та популярність

Рис.1.1. Основні аспекти зв'язку між соціальними мережами та ціннісними орієнтаціями

Отже, медіа здійснюють комплексний вплив на систему цінностей української молоді, визначаючи напрями її соціального розвитку – від особистісного самовираження до громадянської активності. Разом із цим вони створюють і певні ризики, пов'язані із психологічним благополуччям, інформаційною безпекою та умінням критично працювати з контентом. Саме тому усвідомлення впливу медіапростору має бути основою для формування стратегій, спрямованих на підтримку молодого покоління у формуванні зрілої системи цінностей та здорової цифрової взаємодії [2].

Висновки до першого розділу

У першому розділі було здійснено теоретичний аналіз феномену життєвих та ціннісних орієнтацій особистості, розглянуто психологічні підходи до їх структури, становлення та функціонування в юнацькому віці. Узагальнення наукових напрацювань Ш. Шварца, У. Білські, М. Рокича, С. Рубінштейна, Д. Леонтьєва, І. Беха, а також сучасних українських дослідників дає підстави стверджувати, що ціннісні орієнтації є складним багаторівневим утворенням, яке визначає вибір поведінки, світогляд, пріоритети та внутрішні смисли молодій людині. Їх формування нерозривно пов'язане з розвитком самосвідомості, соціалізацією та інтеріоризацією суспільно значущих норм.

Узагальнюючи викладене, можна відзначити, що юнацький вік є сенситивним періодом становлення стійкої ціннісної системи, оскільки саме в цей час відбувається активний пошук сенсу життя, визначення життєвих перспектив, self-ідентифікація та професійне самовизначення. Цінності на цьому етапі починають виконувати регулятивну функцію, стають фундаментом моральних рішень, вибору способів діяльності та побудови майбутнього життєвого шляху.

Особливу увагу в розділі було приділено сучасним соціальним чинникам, зокрема впливу медіа, які формують нові пріоритети, трансформують погляди молоді та виступають одним з найпотужніших каналів соціалізації. Аналіз наукових джерел дозволив встановити, що медіапростір здатен стимулювати розвиток нових цінностей (самовираження, індивідуалізм, гедонізм), сприяти зміні ролі традиційних орієнтирів та впливати як на позитивне зростання, так і на ризики деформації ціннісної сфери.

Отже, перший розділ підтверджує: формування ціннісних орієнтацій молоді є багатофакторним і динамічним процесом, який визначається як внутрішніми психологічними механізмами розвитку особистості, так і зовнішніми соціальними умовами. Саме тому подальше дослідження цього

феномена потребує емпіричного аналізу, спрямованого на виявлення реального стану та домінуючих тенденцій у системі життєвих цінностей молоді.

РОЗДІЛ 2.

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ МЕДІА НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

2.1. Методологічний інструментарій дослідження проблеми

Існує значна кількість методів, призначених для дослідження індивідуальних цінностей особистості, і науковці класифікують їх за різними підходами. Розробники методики «Ціннісні орієнтації» виокремили внутрішні та зовнішні цінності, спираючись передусім на теорію самодетермінації Е. Л. Дісі та Р. М. Руаяна. У межах цієї теорії домінування зовнішніх чи внутрішніх цінностей пов'язується зі ступенем задоволення базових психологічних потреб людини: автономності (самостійності та особистої незалежності), компетентності (відчуття ефективності та здатності впливати на події) та потреби в якісних міжособистісних зв'язках. Коли ці потреби задовольняються, це сприяє гармонійному особистісному розвитку, підтримці психологічного благополуччя й активізації внутрішніх цінностей.

Виходячи з мети нашого дослідження – з'ясувати, яким чином соціальні мережі впливають на ціннісні уявлення молоді, – нами була створена авторська анкета. Вона спрямована на виявлення взаємозв'язків між використанням соціальних мереж та формуванням системи цінностей сучасної молоді. Питання анкети розроблені таким чином, щоб забезпечити можливість отримання чесних і змістовних відповідей, що дозволить простежити закономірності впливу соціальних мереж та здійснити їх аналітичну інтерпретацію. Дослідницький інструментарій покликаний забезпечити

комплексне розуміння того, як цифрове середовище може впливати на особистісний розвиток, ціннісні орієнтири та соціальну поведінку молоді, а також створює підґрунтя для подальших дискусій та розробки рекомендацій, спрямованих на покращення освітнього та соціального середовища. Загалом, метою є глибоке вивчення динаміки зв'язку між використанням соціальних мереж та становленням ціннісних установок молодого покоління з акцентом на можливості подальшої розробки ефективних стратегій у сфері освіти та соціальної підтримки.

Система ціннісних орієнтацій формує змістовне наповнення спрямованості особистості та визначає її ставлення до оточення, інших людей і самої себе. Вона слугує основою світогляду, регулятором мотивації життєвої активності та фундаментом життєвої концепції й власної «філософії життя». Одним із найвідоміших і найчастіше застосовуваних інструментів вивчення цінностей є методика М. Рокіча, побудована на прямому ранжуванні набору цінностей.

М. Рокіч виокремив два основні типи цінностей:

- термінальні – переконання щодо бажаних кінцевих станів буття, до яких варто прагнути,
- інструментальні – переконання щодо оптимальних способів поведінки або властивостей особистості, які сприяють досягненню цих станів.

Таке розмежування відповідає традиційному поділу на цінності-цілі та цінності-засоби. Досліджуваному пропонують два списки по 18 цінностей кожен, поданих в алфавітному порядку або на окремих картках. У першому випадку респондент присвоює кожній цінності ранговий номер, у другому – впорядковує картки за рівнем значущості. Практика показує, що використання карток забезпечує більш надійні результати. Спочатку учаснику презентується перелік термінальних цінностей, а потім – інструментальних.

Методика аналізу особистісних цінностей, запропонована Ш. Шварцем, посідає одне з провідних місць у сучасній психології. Розроблена Ш. Шварцем

та В. Білські (S. Schwartz & W. Bilsky) концепція розглядає цінності як специфічні типи мотиваційних цілей, які відображають ключові потреби та орієнтири поведінки людини. З точки зору авторів, особистісні цінності виконують функцію внутрішніх критеріїв, часто неусвідомлюваних, що визначають вибір дій, інтерпретацію власних вчинків, оцінювання інших людей і соціальних подій. У цьому підході цінності виступають бажаними для індивіда цілями та моделями поведінки, що сприяють їх досягненню. Кожна людина має власну ієрархію цінностей, яка формує структуру її пріоритетів. Саме відмінності у системі ціннісних орієнтацій дозволяють описувати як унікальні риси окремої особистості, так і специфіку різних культурних спільнот.

У межах методики Ш. Шварца виокремлено десять ключових типів цінностей, що відповідають різним мотиваційним векторам особистості:

1. Влада – прагнення до престижу, соціального статусу та контролю над людьми чи ресурсами.
2. Досягнення – орієнтація на успіх, що проявляється завдяки компетентності та відповідності соціальним очікуванням; амбітність та продуктивність.
3. Гедонізм – орієнтація на отримання задоволення, насолоди та зниження напруги, задоволення фізичних потреб.
4. Стимуляція – пошук новизни, емоційної насиченості та інтенсивних відчуттів.
5. Самостійність (саморегуляція) – прагнення до автономності у мисленні та виборі дій, розвиток творчої активності та здатність до самостійних рішень.
6. Універсалізм – толерантність, розуміння та турбота про благополуччя інших людей і довкілля.
7. Доброта (доброзичливість) – підтримка та покращення стану близьких людей, з якими особа має особисті взаємини; передбачає чесність, відповідальність, дружбу, лояльність і зрілу любов.

8. Традиції – повага до культурних норм, звичаїв, ритуалів і визнання їхньої цінності.
9. Конформність – стримування поведінкових імпульсів, які можуть суперечити соціальним нормам, а також дотримання слухняності, самодисципліни, ввічливості та поваги до старших.
10. Безпека – прагнення до стабільності, гармонії та впорядкованості у суспільстві, міжособистісних стосунках та власному життєвому просторі; потреба у зниженні невизначеності.

Опитувальник Ш. Шварца складається з двох частин. Перша спрямована на оцінювання *нормативних ідеалів*, тобто тих цінностей, які особистість декларує на рівні переконань, незалежно від того, наскільки вони реалізуються у щоденній поведінці. Друга частина дозволяє оцінити цінності на рівні реальних поведінкових переваг, тобто тих, що найчастіше проявляються у повсякденній соціальній діяльності.

Для оцінювання сенсожиттєвих орієнтацій було використано тест СЖО (Д. А. Леонтьєв), який ґрунтується на уявленні про сенс життя як результат усвідомлення особистістю власних цінностей, життєвих цілей та загальної спрямованості існування. У психології сенсожиттєві орієнтації розглядаються як інтегрована система усвідомлених зв'язків, що визначають напрям життєвої активності людини та відображають ступінь сформованості цілей, здатність до самостійного вибору та відповідальності за власне життя (В. Чуднівський та ін.).

На думку В. Франкла, відсутність переживання сенсу, або екзистенційна фрустрація, може спричиняти стан екзистенційного вакууму, що виступає джерелом специфічних психічних порушень – *ноогенних неврозів*. Саме на цих засадах Дж. Крамбо та Л. Махолік розробили тест «Мета в житті» (Purpose-in-Life Test, PIL), який оцінює ступінь переживання індивідом значущості власного життя. Під час адаптації цього інструменту Д. А. Леонтьєв створив тест сенсожиттєвих орієнтацій (СЖО) (Леонтьєв, 2000).

У межах тесту СЖО сенс життя пов'язується із наявністю життєвих цілей, відчуттям задоволеності процесом їх реалізації та впевненістю людини у власних можливостях впливати на хід життя. Методика дозволяє визначити, у якій часовій перспективі особа знаходить основне джерело сенсу: у майбутньому (через цілі), у теперішньому (через переживання повноти життя) чи в минулому (через задоволеність досягненнями), або ж у всіх трьох вимірах одночасно.

2.2. Аналіз результатів дослідження

Для дослідження психологічних особливостей ціннісних орієнтацій студентів-психологів було проведено емпіричне дослідження в Чорноморському національному університеті імені Петра Могили. Об'єктом дослідження було 50 осіб денної та заочної форми навчання.

Першим етапом нашого дослідження стало застосування анкети, спрямованої на з'ясування того, як соціальні мережі впливають на формування ціннісних орієнтацій студентської молоді. Аналіз отриманих відповідей продемонстрував широкий спектр варіантів використання соціальних платформ, що підкреслює індивідуальність підходів студентів до цього аспекту їхнього повсякденного життя. Більшість респондентів повідомили, що користуються кількома соціальними мережами одночасно – зокрема Facebook, Instagram, Twitter. Для них такі платформи виконують різні функції: комунікаційні, інформаційні та розважальні. Частина студентів підкреслювала значущість професійної мережі LinkedIn, яка використовується для налагодження ділових контактів і пошуку кар'єрних можливостей. Snapchat та Instagram були названі інструментами для підтримання особистого спілкування, емоційної взаємодії та обміну повсякденними враженнями. Окремі респонденти зосереджуються переважно на одній або двох мережах відповідно до своїх потреб, інтересів або специфічних цілей. Частина студентів також зазначила, що користується менш популярними або новими

платформами, які здаються їм більш цікавими чи унікальними. Загалом цей спектр відповідей свідчить про те, що студенти застосовують соціальні мережі багатофункціонально, обираючи ті з них, що найбільше відповідають їхнім особистим інтересам і запитам.

Наступний блок питань стосувався частоти використання соціальних мереж. Значна частина опитаних повідомила, що заходить у соціальні мережі щодня, що характерно для тих, хто активно підтримує онлайн-комунікацію, веде блог або оперативно реагує на актуальні події. Близько 25 % студентів зазначили, що користуються соціальними мережами лише кілька разів на тиждень, не потребуючи постійного оновлення інформації. Деякі респонденти відзначили, що звертаються до соцмереж рідко, обмежуючи онлайн-активність або вважаючи ці платформи другорядними у своєму повсякденному житті. Варіанту «ніколи» серед відповідей не було, що свідчить про відсутність студентів, які б повністю відмовилися від використання соціальних мереж із будь-яких причин, зокрема через навчання чи особисті переконання.

Важливим для дослідження було також питання щодо тем, які студенти найчастіше обговорюють у соціальних мережах. Відповіді показали, що значна частина молоді активно використовує онлайн-простір для обговорення навчання та університетського життя: вони діляться порадами, запитаннями, досвідом, а також обговорюють події студентської спільноти. Популярними темами виявилися спорт, фізична активність і здоровий спосіб життя. Чимало студентів беруть участь у дискусіях, пов'язаних із культурними подіями, музикою, мистецтвом або кінематографом, демонструючи зацікавленість творчими сферами. Менша частка респондентів звертається до політичної та суспільної проблематики, висловлюючи власну позицію щодо актуальних подій. Крім того, значна частина студентів часто ділиться особистим досвідом – враженнями від подорожей, фотографіями та історіями з повсякденного життя. Таким чином, тематика обговорень у соціальних мережах студентів є різнобічною та відображає різні мотиви та рівні їхньої онлайн-залученості.

Особливо цінними для нашого дослідження стали відповіді на запитання про те, чи впливає взаємодія в соціальних мережах на їхні судження та погляди. Близько 24 % респондентів вказали, що активність у соціальних мережах певною мірою змінює їхнє ставлення до різних сфер життя – політики, культури, суспільних процесів тощо. Натомість 32 % студентів переконані, що їхні переконання залишаються стабільними й майже не змінюються під впливом онлайн-комунікацій. Ті, хто обрали варіант «не впевнений/не визначаюсь», визнають, що вплив соціальних мереж може бути ситуативним або залежати від специфіки конкретних тем і контекстів.

Окремий блок анкети був присвячений визначенню найважливіших життєвих цінностей студентів. Аналіз відповідей дав змогу виділити кілька ключових напрямів. Частина студентів обрала матеріальну забезпеченість, підкресливши значення фінансової стабільності як умов комфортного та безпечного життя. Інші респонденти виокремили цікаву роботу як одну з провідних цінностей, наголошуючи на важливості самореалізації та внутрішнього задоволення від професійної діяльності поряд із матеріальною винагородою. Важливими також виявилися цінності, пов'язані з любов'ю та щасливим сімейним життям: студенти, які зробили такий вибір, надають великого значення емоційній близькості, стабільним стосункам, взаєморозумінню й підтримці з боку сім'ї. Ці дані свідчать про те, що молодь одночасно прагне як особистісної самореалізації, так і надійного емоційного середовища.

Відповіді студентів на запитання «Чи відомо вам, які цінності найчастіше підкреслюються або обговорюються в соціальних мережах?» виявилися доволі різномірними. Це зумовлено індивідуальними переконаннями, рівнем залученості та особистими інтересами респондентів. Ті студенти, які активно користуються соціальними мережами, зазвичай усвідомлюють, що у стрічці та комунікації часто присутні певні акценти на конкретних цінностях. Вони зазначали, що регулярно помічають подібні тенденції й нерідко долучаються до обговорень. Інша група опитаних

відповіла «Ні», що може свідчити про те, що ці користувачі або не фокусуються на подібних аспектах, або не вважають контент соціальних мереж достатньо структурованим у цьому плані. Для них тематичні дискусії видаються різноплановими й такими, що не концентруються навколо окремих ціннісних орієнтирів. Частина студентів обрала варіант «Частково», що відображає часткове усвідомлення певних ціннісних акцентів, однак у межах окремих тем або спільнот.

Щодо відповіді на питання «Чи траплялися у вас ситуації, коли взаємодія в соціальних мережах впливала на вашу поведінку чи рішення в реальному житті?», респонденти поділилися різним досвідом. Деякі студенти навели конкретні приклади, коли інформація або комунікація в онлайн-середовищі впливала на їхні життєві вибори – зокрема, на вибір місця відпочинку, участь у заходах чи здійснення покупок. Інша частина опитаних наголосила, що важливі життєві рішення вони ухвалюють незалежно від інтернет-комунікацій, спираючись насамперед на власні переконання й особистий досвід. Такі респонденти вважають себе достатньо автономними від впливу соціальних мереж. Деякі студенти обрали варіант невизначеності, підкресливши, що не завжди можуть чітко оцінити, чи справді онлайн-взаємодія позначається на їхній поведінці, або ж цей вплив залежить від конкретних обставин.

Для подальшого аналізу ціннісних орієнтацій студентів була застосована методика М. Рокіча.

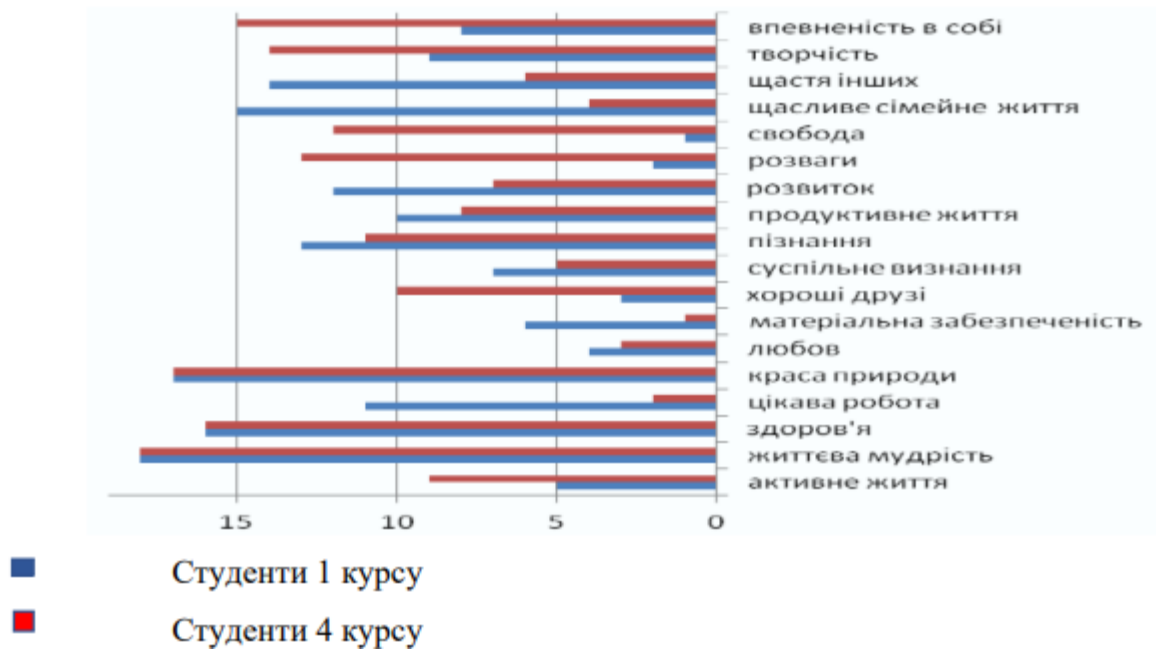


Рис 2.1. Термінальні цінності (за методикою дослідження ціннісних орієнтацій М. Рокіча)

У результаті дослідження з'ясовано, що серед студентів першого курсу домінують такі цінності, як свобода, розваги, наявність близьких друзів, любов та активний стиль життя. Подібний вибір значною мірою зумовлений зміною соціальної ситуації: велика частина першокурсників переїздить до іншого міста, проживає у гуртожитку та отримує більше автономії від батьківського контролю. Саме тому цінність «свобода» виходить на перший план.

Студенти також отримують можливість самостійно планувати свій розпорядок дня та управляти власними фінансами, що актуалізує цінність «розваги». Багато хто прагне реалізувати ті форми активності, які раніше були частково обмежені сімейними правилами. Крім того, навчання у виші створює умови для налагодження нових соціальних зв'язків, що робить особливо значущою цінність «гарні друзі». Цінність «любов» також є виразною, оскільки в цьому віці молодь активно формує романтичні стосунки.

Водночас низка цінностей опинилася на останніх позиціях у структурі ціннісних орієнтацій першокурсників. До них належать «життєва мудрість», «краса природи», «здоров'я» та «щасливе сімейне життя». Низьку значущість

«життєвої мудрості» респонденти пояснювали тим, що вважають її характеристикою, більш властивою людям старшого віку. «Краса природи» також не є пріоритетною, оскільки увага молоді здебільшого спрямована на зовнішність, моду, дизайн середовища тощо. Цінність «щасливе сімейне життя» має низький рейтинг через те, що більшість першокурсників відчують себе неготовими до сімейних обов'язків і прагнуть спершу набути життєвого досвіду та насолодитися свободою. Цінність «здоров'я» залишається непомітною, адже молодь часто ігнорує незначні симптоми нездужання, вважаючи турботу про здоров'я більш характерною для старших людей.

У групі студентів четвертого курсу простежується інша система пріоритетів. Найбільш значущими для них є матеріальна забезпеченість, цікава робота, любов, щасливе сімейне життя та суспільне визнання. Порівняння результатів двох груп виявило важливу тенденцію: цінність «матеріальна забезпеченість» за період навчання суттєво зросла – з шостого місця у першокурсників вона перемістилася на перше у студентів четвертого курсу. Це пов'язано з тим, що на старших курсах більшість студентів уже менше залежить від фінансової підтримки батьків і гостріше усвідомлює важливість економічної самостійності.

Одночасно цінність «цікава робота» піднімається в ієрархії студентів четвертого курсу з одинадцятої на другу позицію, перетворюючись на одну з ключових. Це зумовлено тим, що старшокурсники вже мають сформовані уявлення про специфіку своєї професії та розуміють вимоги, які ставить перед ними майбутня діяльність психолога. У процесі навчання вони краще усвідомлюють реальні можливості працевлаштування, що робить професійну орієнтацію більш визначеною та цілеспрямованою.

Цінність «любов» зберігає високу значущість як для студентів першого курсу (4 місце), так і для випускників (3 місце). Це свідчить про сталість інтересу молоді до побудови близьких взаємин та формування романтичних стосунків.

Подальший аналіз показує різке зростання важливості цінності «щасливе сімейне життя» у студентів четвертого курсу: вона переміщується з 15-го на 4-те місце. Така динаміка вказує на те, що старшокурсники, особливо дівчата, починають серйозно замислюватися над питаннями створення сім'ї, вибору місця подальшого проживання після завершення навчання, а також побудови власної життєвої та професійної траєкторії.

До групи цінностей, які студенти четвертого курсу відносять до найменш важливих, увійшли життєва мудрість, краса природи та здоров'я. Подібні цінності і на першому курсі посідали кінцеві позиції, що свідчить про їхню відносну стабільність у ціннісній структурі респондентів. Поглиблений аналіз засвідчує, що до завершення навчання студенти менше орієнтуються на цінність «хороші друзі» (перехід з 3-го на 10-те місце), що може бути пов'язано з переорієнтацією на професійне та сімейне самовизначення, а також зі зростанням конкуренції серед одногрупників у контексті пошуку роботи.

Також простежується відчутне зниження значущості цінності «розваги» (з 2-го на 13-те місце), оскільки для старшокурсників пріоритетами стають кар'єрні перспективи та пошук потенційного партнера для створення сім'ї. Аналогічна тенденція спостерігається і щодо цінності «свобода», яка зміщується з першої на дванадцяту позицію. Це пов'язано з тим, що наближення дорослого життя, професійних обов'язків та майбутніх сімейних ролей поступово зменшує відчуття необмеженості й незалежності.

Динаміка у сприйнятті цінності «щастя інших» демонструє її підвищення з 14-го на 6-те місце. Така зміна може бути викликана усвідомленням майбутніми психологами специфіки їхньої професійної діяльності, головною метою якої є підтримка людей у подоланні труднощів та покращенні якості їхнього життя. На завершальних етапах навчання студенти починають чіткіше розуміти сутність професії та інтегрують відповідні установки у власну систему ціннісних орієнтацій.

У подальшому аналізі були розглянуті інструментальні цінності студентів (рис. 2.2).

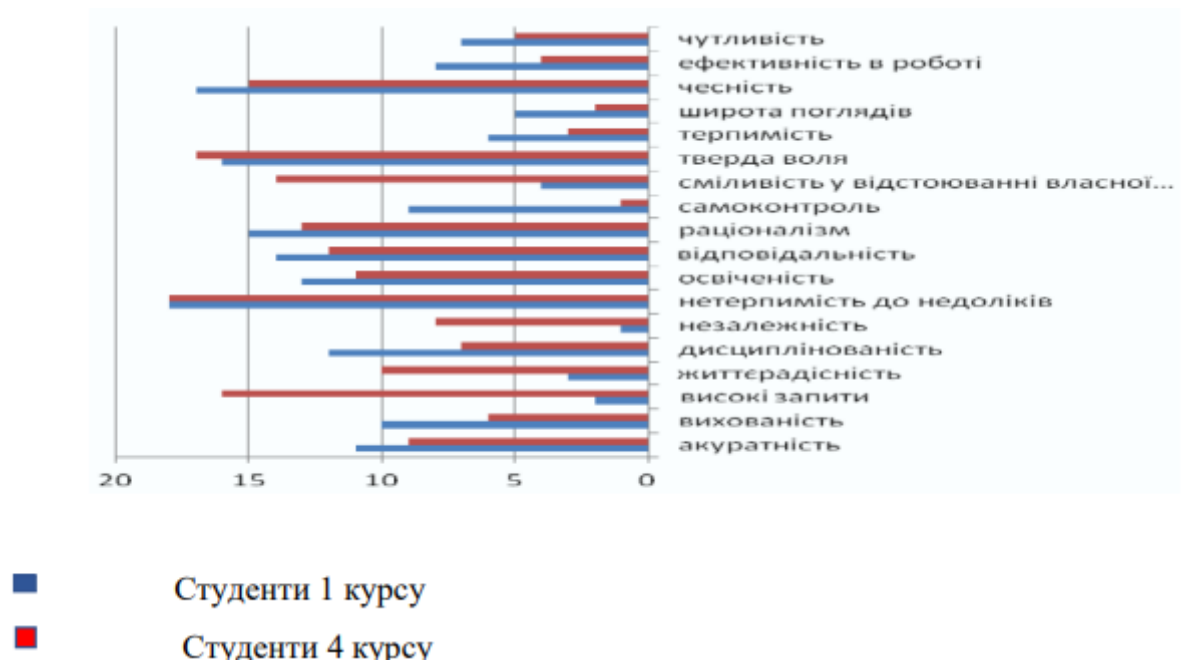


Рис.2.2. Інструментальні цінності (за методикою дослідження ціннісних орієнтацій М. Рокіча

Серед першокурсників переважають такі інструментальні характеристики, як незалежність, високі запити, життєрадісність та сміливість у відстоюванні поглядів. Підвищена значущість цінності «незалежність» безпосередньо пов'язана з виходом молоді з-під батьківського контролю і можливістю самостійно відповідати за власні рішення та поведінку.

Домінування цінності «високі запити» можна пояснити уявленнями студентів про професію психолога як престижну, а також орієнтацією на отримання певних матеріальних переваг у майбутній діяльності. Пріоритетність цінності «життєрадісність» свідчить про прагнення молоді до позитивного ставлення до життя та активного проведення часу.

Підвищення значущості цінності «сміливість у відстоюванні власних поглядів» може бути розглянуте як елемент процесу сепарації від батьків або як спосіб вираження несхильності до безумовного прийняття авторитетів. У

цьому випадку активне відстоювання позиції може виступати механізмом самоствердження та формувати вищий рівень упевненості в собі.

Цінності «нетерпимість до недоліків», «чесність» і «тверда воля» виявилися серед тих, які студенти віднесли до малозначущих. Це можна інтерпретувати через призму їхньої поступової адаптації до майбутньої професійної ролі психолога. Зокрема, ігнорування цінності «нетерпимість до недоліків» узгоджується з ключовою вимогою професії – толерантним, приймаючим ставленням до різних клієнтів та фокусуванням на їхніх сильних сторонах, а не на недоліках.

Меншої ваги набула й цінність «чесність». Такий результат може бути пов'язаний з особливостями вікового етапу: підлітково-юнацька криза нерідко характеризується певною закритістю, небажанням відкриватися авторитетним дорослим і прагненням до приватності. Крім того, студенти можуть вважати, що в практичній роботі психолог не завжди має можливість говорити клієнту правду у прямій формі, адже інколи необхідно пом'якшувати інформацію або подавати її в більш делікатний спосіб.

Цінність «тверда воля» опинилася серед відкинутих через її можливу асоціацію з домінуванням та авторитарністю – якостями, які суперечать принципам рівноправної взаємодії з клієнтом, емпатійності й ненасильницького впливу. Студенти, ймовірно, наголошують на партнерських відносинах з клієнтом, що й зумовлює зниження значущості цієї цінності.

Аналіз системи інструментальних цінностей старшокурсників підтвердив домінування низки характеристик, що стають важливими саме на завершальних етапах професійної підготовки. Найпомітнішою є зміна позиції цінності «самоконтроль» – з 9-ї на 1-шу, що демонструє усвідомлення майбутніми фахівцями необхідності контролю власних емоцій, поведінки та реакцій у професійних ситуаціях.

Подібна тенденція характерна й для цінності «широта поглядів», яка посіла 2-ге місце замість 5-го. Це свідчить про зростання значущості відкритості, гнучкості мислення та здатності бачити проблему в широкому

контексті. На третю позицію змістилася цінність «терпимість», що підтверджує визнання старшокурсниками її важливості, особливо з огляду на роль психолога як фахівця, який працює з різними групами клієнтів.

Цінність «ефективність діяльності» також піднялася у рейтингу – з 8-го на 4-те місце. Це свідчить про поступове зростання орієнтації студентів на результативність професійної діяльності, що є більш характерним для тих, хто наближається до завершення навчання.

Серед цінностей, які старшокурсники найчастіше відкидають, залишаються «нетерпимість до недоліків», «тверда воля» та «високі запити». Особливо показовим є різке зниження актуальності цінності «високі запити» – з 2-го на 16-те місце. Ймовірно, це пов'язано з тим, що першокурсники часто формують ідеалізовані уявлення щодо професії психолога, її статусу та можливих матеріальних переваг. У процесі навчання ці очікування стають більш реалістичними: студенти усвідомлюють як можливості, так і обмеження професії.

Старшокурсники, натомість, більше уваги приділяють таким цінностям, як «вихованість», «дисциплінованість», «терпимість» та «чутливість», тоді як «життєрадісність» і «сміливість у відстоюванні власної думки» втрачають свою актуальність. Це може свідчити про глибше розуміння змісту майбутньої професійної діяльності та вимог до особистісних якостей психолога.

Фактори, визначені за методикою «Осмисленість життя» (ОЖ), розглянутою в розділі 2, можна інтерпретувати як структурні компоненти особистісного сенсу життя. Один блок факторів представляє сенсожиттєві орієнтації: цілі, насиченість життя та задоволеність самореалізацією. Вони відображають три часові виміри життєдіяльності – майбутнє (цілі), теперішнє (процес) та минуле (результат). Студент може знаходити сенс у будь-якій з цих складових або у їх поєднанні.

Другу групу становлять два фактори, що характеризують внутрішній і зовнішній локус контролю. Один із них формує загальне переконання, що

контроль над життям є можливим, тоді як другий відображає віру людини у власні здібності реалізовувати цей контроль [27, с. 10].

У нашому дослідженні методика «Сенсожиттєві орієнтації» застосовувалася для аналізу змін у ціннісно-смысловій сфері студентів протягом навчання за спеціальністю «психологія». Відмінності між курсами оцінювалися за допомогою критерію Стюдента, оскільки більшість параметрів має нормальний розподіл. Порівнювалися середні показники за загальним індексом та п'ятьма субшкалами методики СЖО. Результати наведено в додатку. У таблиці 2.1 подано середні значення для курсів, де виявлено статистично значущі розбіжності, із зазначенням коефіцієнтів Стюдента, рівнів значущості та напрямів різниць. Графічні інтерпретації подано на рисунках 3.3–3.4, де горизонтальні лінії позначають межі середнього (5–6) діапазону значень.

Наприкінці завдання студенти ранжували термінальні цінності. Найчастіше обиралися матеріальна забезпеченість, цікава робота, любов, щасливе сімейне життя та суспільне визнання. Щодо інструментальних цінностей, то у першокурсників найбільш значущими виявилися незалежність, високі запити, життєрадісність і сміливість у відстоюванні поглядів. У старшокурсників же домінують самоконтроль, широта поглядів, терпимість та ефективність діяльності.

Отримані результати свідчать про поступову трансформацію особистісних цінностей у процесі професійного становлення. Зростання важливості таких характеристик, як терпимість і чутливість, може бути ознакою формування зріліших професійних уявлень та готовності студентів виконувати психологічні функції на більш високому рівні.

Таблиця 2.1.

Результати за методикою сенсожиттєві орієнтації

Шкала	Група 1		Група 2	Середнє арифметичне		Рівень знач-ти
-------	---------	--	---------	---------------------	--	----------------

				Група 1	Група 2	Критерій t- Стьюдента	розход жень
Загальний показник усвідомленості життя	2 курс	>	4 курс	112,05*	101,29*	2,6326*	0,0103*
	3 курс	>	4 курс	111,35*	101,29*	3,1738*	0,0021*
Мети в житті	3 курс	>	4 курс	34,71*	30,81*	2,97*	0,003*
Процес життя	3 курс	>	4 курс	33,18*	30,54*	2,193*	0,031*
Результативність життя	1 курс	<	3 курс	26,34*	28,16*	-2,02*	0,045*
	2 курс	>	4 курс	27,76*	25,40*	2,05*	0,043*
	3 курс	>	4 курс	28,16*	25,40*	2,71*	0,007*
Локус контролю-Я	2 курс	>	4 курс	22,48*	19,91*	2,485*	0,015*
	3 курс	>	4 курс	22,79*	19,91*	3,160*	0,002*
Локус контролю-життя	1 курс	<	3 курс	31,69*	34,22*	-2,38*	0,018*
	2 курс	<	3 курс	29,48*	34,22*	-3,01*	0,003*

Згідно з даними таблиці 2.1, середній інтегральний показник за шкалою «Сенс життя» загалом утримується в межах середнього рівня (92–115 сирих балів). Разом із тим простежується певна динаміка: на другому курсі значення дещо підвищуються порівняно з першим, на третьому спостерігається невелике зниження, тоді як на четвертому курсі фіксується найбільш суттєвий спад. Показник «Осмисленість життя» на цьому етапі статистично значимо нижчий, ніж на другому й третьому курсах. На п'ятому курсі знову відбувається зростання.

Подібний характер змін простежується і для загального показника «Сенс життя» у цілому: приріст на другому курсі, різке падіння на четвертому та вихід на показники, наближені до рівня першокурсників, під час випуску.

Як зазначалося, субшкала «Цілі життя» відображає ступінь наявності у студентів перспективних намірів, покликання, майбутніх планів, що

визначають спрямованість та часову перспективу їхнього життя – або ж, навпаки, свідчать про нечіткість чи відсутність таких цілей.

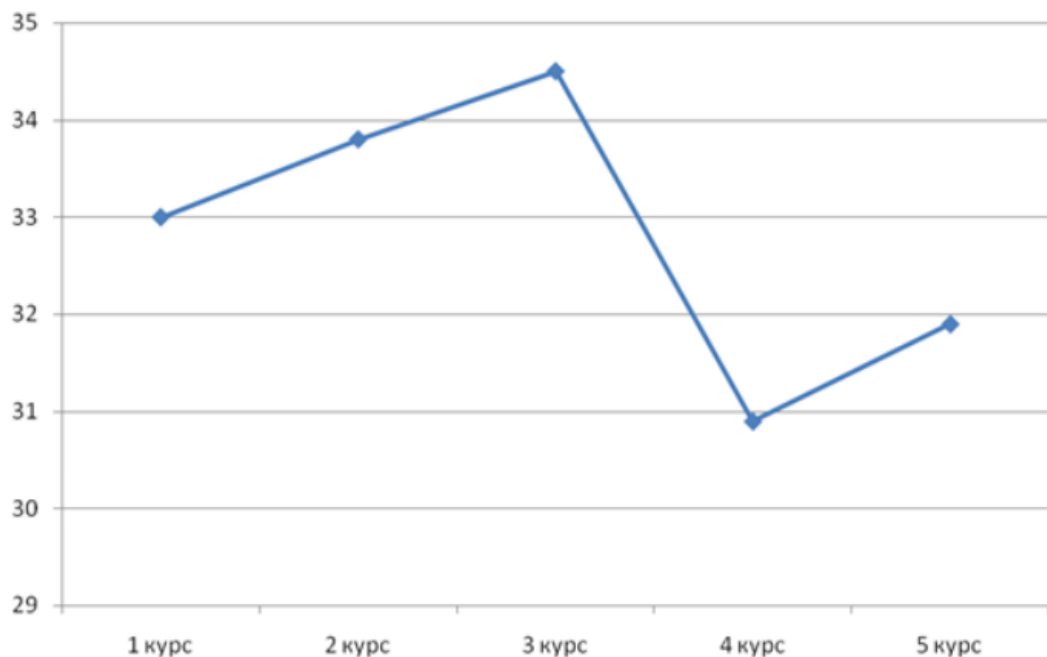


Рис.2.3. Динаміка показника «Цілі життя» методики СЖО

Як видно з рисунка 2.3 та таблиці 2.1, від першого до третього курсу відбувається поступове та послідовне зростання показників, які перевищують середній рівень. Однак на четвертому курсі спостерігається різке падіння. Різниця між середніми значеннями третього і четвертого курсів є статистично значущою ($p = 0,0039$). Таким чином, саме на четвертому курсі студенти демонструють найнижчий рівень визначеності майбутніх цілей. На нашу думку, це може бути проявом кризи, в межах якої молоді люди тимчасово зупиняють формування стратегічних планів і зменшують зусилля, спрямовані на реалізацію вже існуючих намірів, оскільки вони сприймаються як менш досяжні.

Динаміка показника «Процес життя», який відображає ступінь сприйняття теперішнього життя як наповненого, цінного та осмисленого, загалом повторює попередні тенденції. Хоча середні значення дещо вищі, вони також залишаються в межах середнього рівня. Показники підвищуються від

першого до другого курсу, потім зростають менш виражено до третього, після чого демонструють значущий спад на четвертому курсі ($p = 0,031$). На п'ятому курсі суттєвих змін не зафіксовано.

Отже, динаміка осмислення власного «теперішнього» є паралельною до змін у сприйнятті майбутнього та рухається у тому ж напрямку.

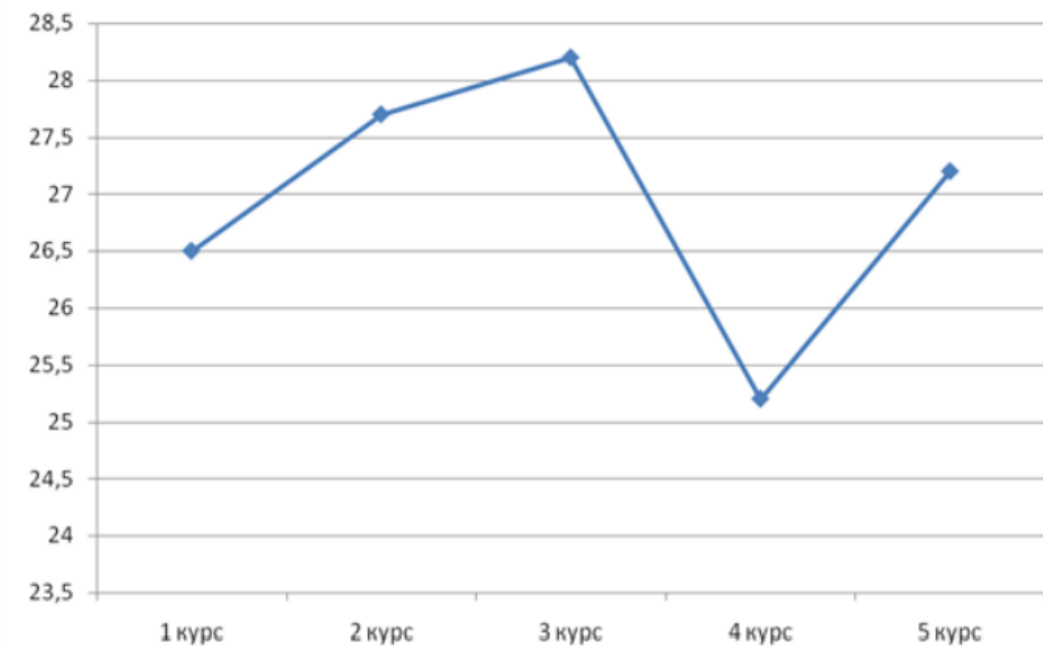


Рис. 2.4. Динаміка показника «Результативність життя» за методикою «СЖО»

Аналогічний характер змін простежується й у субшкалі «Результативність життя» (рис. 2.4), що характеризує оцінку прожитого етапу життя, міру задоволеності досягненнями та усвідомлення значущості вже зробленого. Майже всі середні значення перебувають у межах середнього діапазону. Лише на перших курсах спостерігаються відмінності: на першому курсі показник суттєво нижчий, ніж на третьому ($p = 0,045$), на другому – значимо вищий ($p = 0,044$), ніж на четвертому. До п'ятого курсу рівень знову зростає, перевищуючи стартові значення.

Порівняння за субшкалою «Локус контролю – Я» (рис. 2.5) демонструє, наскільки уявлення студентів про себе як про сильну, вольову особистість,

здатну планувати власне життя відповідно до внутрішніх переконань і цілей, є реалістичним. Субшкала відображає сформованість внутрішнього локусу контролю, тобто віри у здатність керувати подіями та брати відповідальність за результати власних дій, зокрема навчальних.

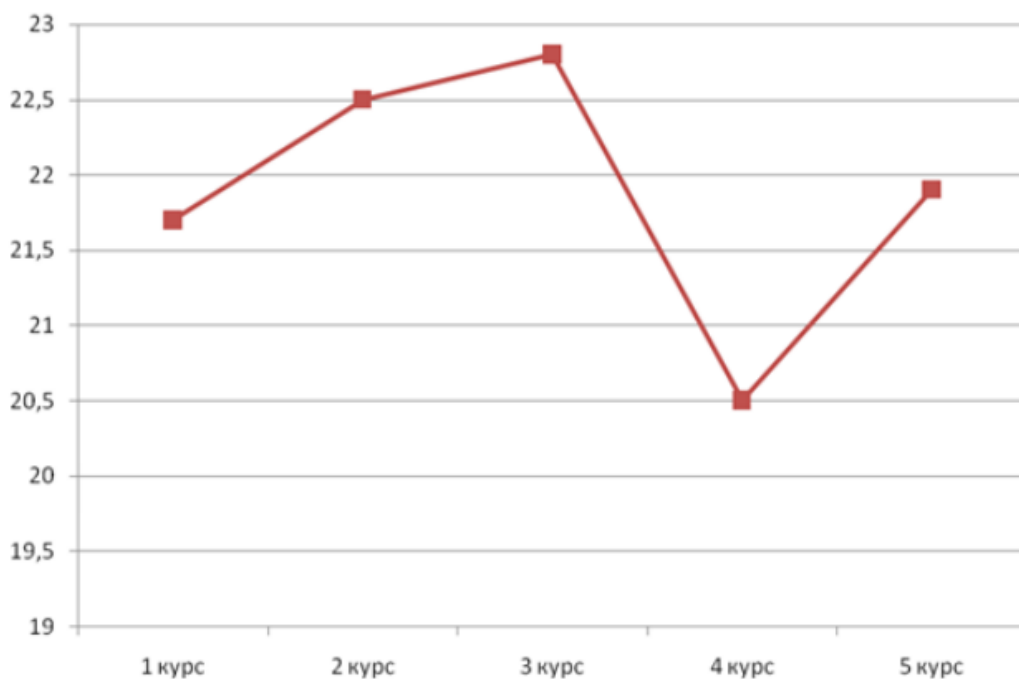


Рис.2.5. Динаміка показника «Локус- Я»

З рисунка видно, що протягом періоду навчання цей показник зазнає суттєвих коливань. Він зростає від першого курсу до другого, досягає максимуму на третьому – у верхній межі середнього діапазону. На четвертому курсі значення різко знижується ($p = 0,0021$), наближаючись до нижньої границі цього діапазону. На п'ятому курсі спостерігається повторне зростання до рівнів, близьких до тих, що були на першому курсі. Статистично значущих відмінностей із четвертим курсом не виявлено.

Порівняно зі школою, рівень впевненості студентів у власній здатності впливати на хід життя поступово зростає, однак на четвертому курсі різко знижується, що узгоджується з іншими показниками СЖО. Ймовірно, розчарування у досягненні проміжних цілей та зіткнення з реальністю професійних вимог тимчасово знижують рівень віри у власні сили. Подальше

підвищення на п'ятому курсі може бути пов'язане з отриманням диплома бакалавра та частковим подоланням кризи.

Підтвердженням того, що зміни на старших курсах не є методичним артефактом, слугують декілька фактів: по-перше, усі коливання відбуваються в межах середнього діапазону; по-друге, однорідність вибірок була спеціально перевірена, що забезпечує коректність порівняння. Водночас певна ймовірність похибки залишається – неоднорідність вибірки третього та четвертого курсів досить висока, тому остаточних висновків щодо студентів третього курсу наразі робити зарано.

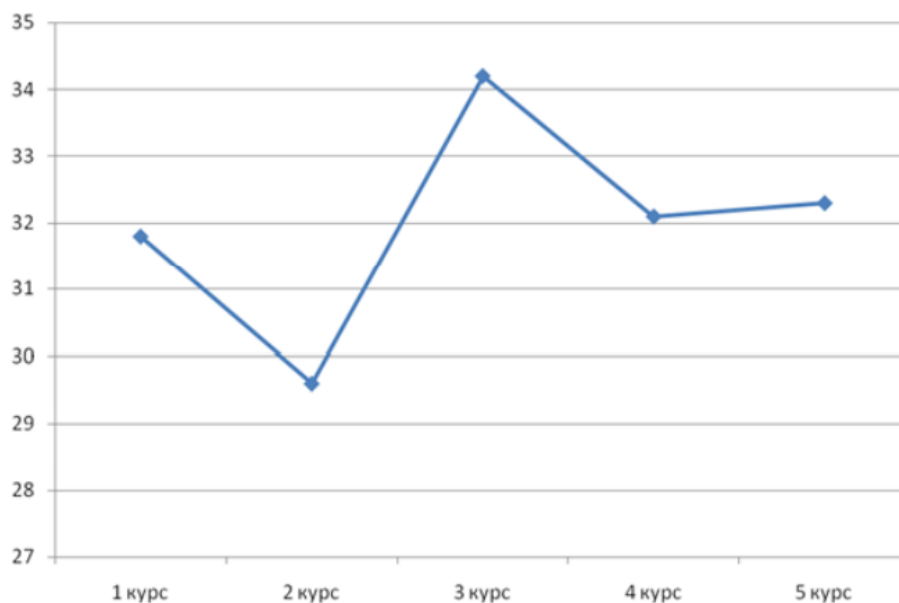


Рис.2.6. Динаміка показника «Локус контролю - життя»

Динаміка показника «Локус контролю – життя» виявляє певну специфічність порівняно з іншими субшкалами. На другому курсі він дещо знижується, після чого спостерігається зростання, яке виходить за верхню межу середнього діапазону. Особливо значущі зміни фіксуються на третьому курсі: показник істотно відрізняється як від вихідних значень ($p = 0,019$), так і від результатів другого курсу ($p = 0,003$). Надалі відбувається незначне зниження на четвертому курсі та невелике підвищення на п'ятому. Таким чином, саме підйом на третьому курсі можна вважати статистично доведеним.

Аналіз отриманих даних дозволяє сформулювати низку узагальнень. Для студентів другого курсу ключовими виявилися майже всі субшкали, окрім «Локус контролю – життя». Найвагомішою виявляється субшкала «Процес життя», що свідчить про орієнтацію студентів переважно на емоційне наповнення повсякдення, задоволення теперішнім моментом, а не зосередженість на минулому чи майбутньому.

Для третього курсу характерний інший механізм формування сенсу життя. Визначальним чинником стає відчуття свободи вибору життєвого шляху та відповідності цього вибору власним цілям. Водночас показник «Локус життя – Я» помітно знижується порівняно з другим курсом, що відрізняє його від інших субшкал. Можливо, це пов'язано з тимчасовою розгубленістю студентів у зв'язку з усвідомленням складності майбутньої професійної діяльності та зниженням упевненості у власних можливостях.

На четвертому курсі загальний рівень усвідомленості життя вже не виявляє суттєвого зв'язку з відчуттям контролю над власною життєвою траєкторією. Провідними детермінантами сенсу життя стають емоційна насиченість поточного періоду та задоволеність власною реалізацією. Найбільший внесок у загальний показник на цьому етапі роблять субшкали «Локус контролю – Я» та «Локус контролю – життя». Виявлене зниження загального рівня осмисленості життя можна пояснити зменшенням емоційного забарвлення переживань теперішнього часу. По суті, студенти, які відчувають тривогу щодо майбутнього, демонструють меншу здатність зосереджуватися на теперішньому та отримувати задоволення від «моменту тут і зараз».

Подібна тенденція, хоча й менш виражена, спостерігається і на п'ятому курсі: саме зниження показника за шкалою «Процес життя» найбільше впливає на зміну загального інтегрального показника. Водночас загальний рівень осмисленості не зменшується, оскільки зниження «усвідомленості теперішнього» компенсується підвищенням «Результативності життя» та «Локуса контролю – Я» у порівнянні з четвертим курсом. Це свідчить про

узгодженість між трьома часовими компонентами сенсу життя – минулим («результат»), теперішнім («процес») і майбутнім («ціль»).

Загальна трансформація показників сенсожиттєвих орієнтацій виражається у зростанні всіх складових на другому курсі, подальшому спаді на третьому та четвертому та поступовому відновленні до початкового або дещо вищого рівня на п'ятому курсі. Важливо, що зміни середніх значень відбуваються переважно в межах середнього діапазону.

Динаміка сенсожиттєвих орієнтацій відображає ключові етапи професійної адаптації майбутнього психолога: початковий ентузіазм, кризу реалістичного переосмислення професії та її можливостей у сучасних соціокультурних умовах, а також подальше прийняття професійних викликів.

Показник «Локус контролю – Я» демонструє подібну траєкторію змін. Пік субшкали «Локус контролю – життя» припадає на третій курс, що може бути пов'язано з усвідомленням об'єктивних труднощів навчання та водночас із відчуттям можливості впливати на хід власного життя.

Протягом різних етапів навчання студенти по-різному вибудовують опори усвідомлення свого життя. На молодших курсах домінує орієнтація на майбутнє; на третьому та четвертому – у період кризи – більш значущою стає опора на минулий досвід («результативність життя»). На старших курсах провідного значення набуває «Процес життя», який відображає здатність бути присутнім у теперішньому. У гуманістичній психології зосередженість на «тут і тепер» розглядається як ознака самореалізованої зрілої особистості [38].

У межах нашого дослідження така тенденція може бути інтерпретована як показник особистісної зрілості студентів-випускників, що є важливою передумовою професійного становлення майбутнього фахівця.

Надалі подано результати емпіричного дослідження ціннісних орієнтацій студентів, отримані за методикою Ш. Шварца. У таблиці 2.2 наведено описові статистики нормативних ідеалів для загальної вибірки.

Таблиця 2.2.

Нормативні ідеали за методикою Ш.Шварца

№	Типи цінностей	Середнє значення	Ранг
10	Безпека	5,1540	1
1	Конформність	5,0202	2
3	Доброта	4,9342	3
8	Досягнення	4,9035	4
5	Самостійність	4,7771	5
4	Універсалізм	4,5238	6
7	Гедонізм	4,4698	7
2	Традиції	4,4514	8
9	Влада	4,1511	9
6	Стимуляція	3,6952	10

Дані, подані в таблиці 2.2 та на рисунку 2.7, демонструють загальну картину значущості різних типів цінностей – нормативних ідеалів, що дає можливість визначити провідні орієнтири у ціннісній структурі молоді. Найвищі позиції посідає цінність безпеки, а поряд із нею до групи найбільш вагомих входять конформність і доброта (друге та третє місце відповідно). Усі ці мотиваційні типи належать, згідно з моделлю Шварца, до полюса консерватизму та самопоходання (самотрансцендентності). Поряд із ними розміщені досягнення та самостійність, які у ціннісному просторі відображають вже інший – протилежний – полюс, пов'язаний із самопіднесенням та відкритістю до змін.

Рисунок 2.7 подає діаграму, що дозволяє візуально порівняти відносну вагомість кожного з нормативних ідеалів.

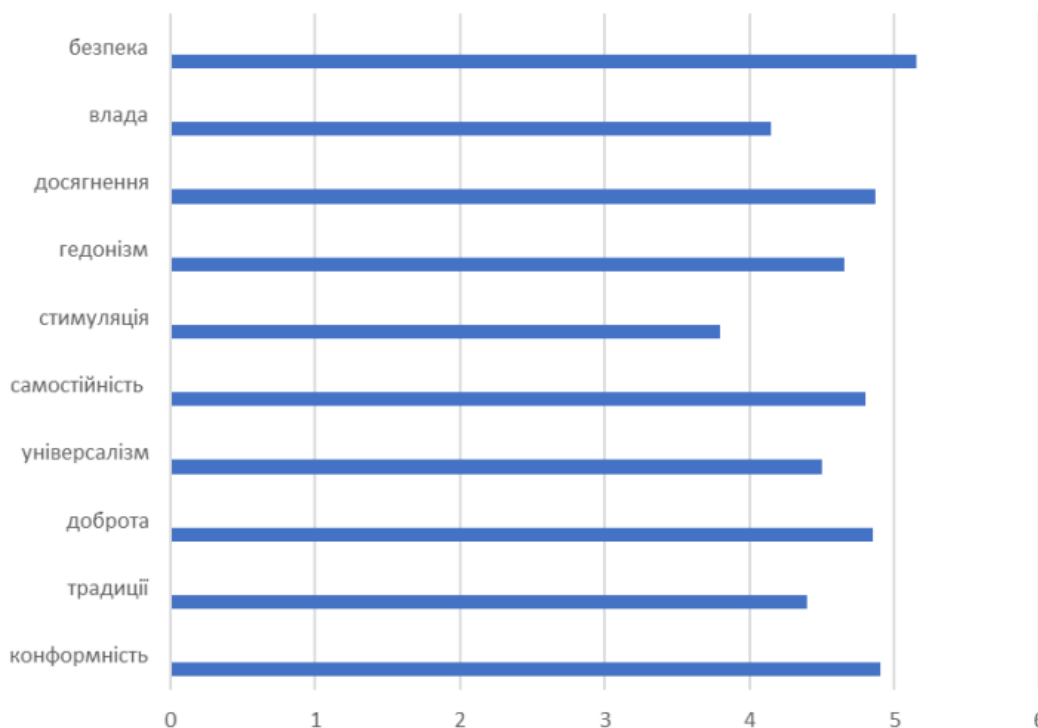


Рис.2.7. Середні показники відносної значущості цінностей – нормативних ідеалів

Аналогічну інформацію щодо індивідуальних пріоритетів представлено у таблиці 2.3 та на рисунку 2.8.

Таблиця 2.3.

Середні показники індивідуальних пріоритетів

№	Типи цінностей	Середнє значення	Ранг
3	Доброта	2,3178	1
5	Самостійність	2,2892	2
10	Безпека	2,1628	3

6	Стимуляція	2,1349	4
2	Традиції	2,1297	5
4	Універсалізм	2,1293	6
8	Досягнення	2,0940	7
1	Конформізм	2,0797	8
7	Гедонізм	2,0317	9
0	Влада	1,3904	10

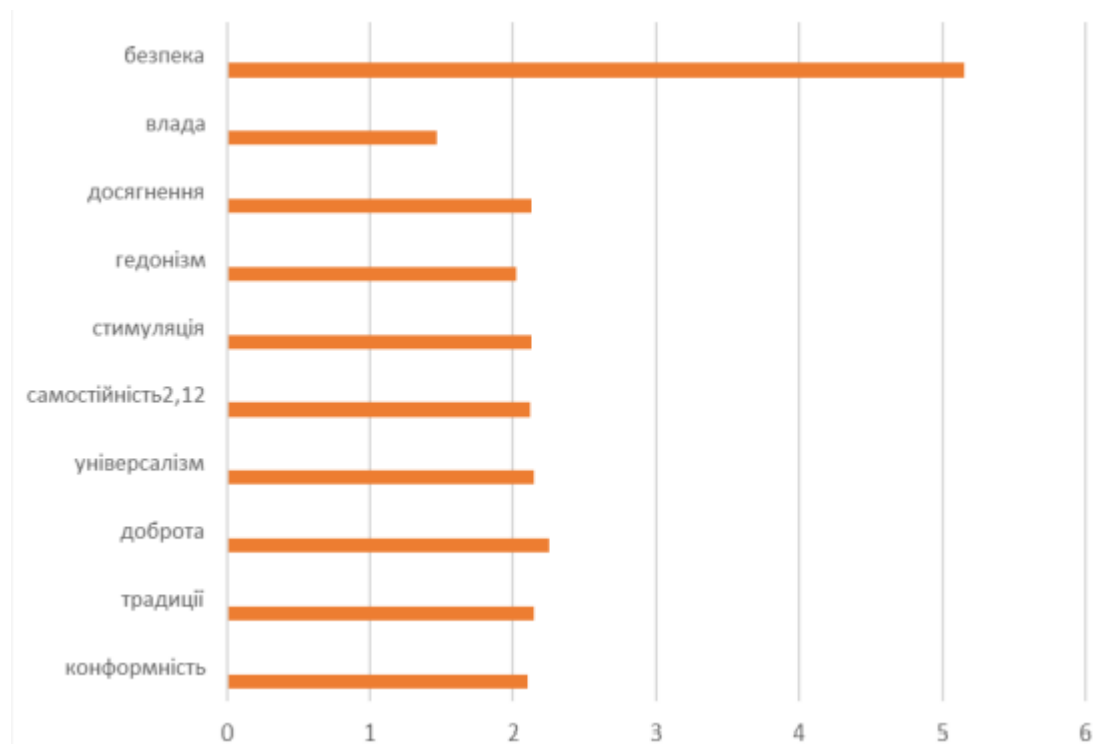


Рис. 2.8. Середні показники відносної значущості цінностей – індивідуальних пріоритетів

На рівні індивідуальних ціннісних пріоритетів, які нерідко проявляються як автоматизовані установки реальної поведінки (у конкретних учинках), провідними виявилися доброта, самостійність і безпека (перше – третє місця). Дещо меншої значущості набули стимуляція та традиції.

Таким чином, провідні ціннісні типи, що визначаються на рівні нормативних ідеалів, та домінуючі індивідуальні пріоритети молоді не збігаються, що характерно для більшості соціальних груп. Важливим є те, які

саме типи потрапляють до групи найбільш значущих. Помітно, що безпека та доброта стабільно входять до трійки домінант на обох рівнях. Конформність, яка займає другу позицію серед нормативних ідеалів, у системі індивідуальних пріоритетів поступається місцем самостійності – цінності, пов'язаній із полюсом змін. Крім того, на відміну від нормативного рівня, де переважають цінності єдиного – консервативного – полюса, у структурі індивідуальних переваг присутні мотиваційні типи, що належать до протилежних полюсів.

Отже, аналіз системи мотиваційних типів за Шварцем дає підстави стверджувати про провідну роль цінності безпеки у формуванні ціннісних орієнтацій. Водночас у системі індивідуальних пріоритетів її значущість знижується: з першої позиції вона зміщується на третю. Варто також звернути увагу, що тісно пов'язане з самостійністю досягнення, яке в структурі нормативних ідеалів розташовується близько до домінуючих типів (четверте місце), на рівні індивідуальних пріоритетів поступається іншій значущій мотиваційній меті – стимуляції. Це свідчить, що самостійність у реальній поведінці молоді частіше корелює не з досягненнями, а зі стимуляцією – прагненням новизни та інтенсивних переживань.

Узагальнюючи, можна зазначити, що система цінностей молоді загалом відображає орієнтацію на цінності збереження (традиції) та групової підтримки, тоді як індивідуалістичні та досягальні цінності відіграють менш суттєву роль. На нормативному рівні домінують безпека, конформність і доброта – мотиваційні типи одного ціннісного полюса. На рівні індивідуальних пріоритетів провідними виявляються доброта, самостійність і безпека – група типів, що поєднує елементи різних, інколи протилежних, полюсів, що може свідчити про наявність внутрішнього мотиваційного дисбалансу.

Висновки до другого розділу

У другому розділі було проаналізовано особливості ціннісних орієнтацій молоді на рівні нормативних ідеалів та індивідуальних пріоритетів. Дані показали, що серед нормативних ідеалів провідні позиції займають безпека, конформність і доброта, що відображає орієнтацію на стабільність, соціальні норми та взаємну підтримку. На індивідуальному рівні домінують доброта, самостійність і безпека, що свідчить про прагнення до автономії та позитивних міжособистісних стосунків у реальній поведінці.

Отримані результати демонструють незбіг між нормативними цінностями та реальними пріоритетами молоді – типове явище для цієї вікової групи. Водночас безпека й доброта залишаються значущими на обох рівнях. Також встановлено, що конформність у практичних орієнтаціях поступається місцем самостійності та стимуляції, що відображає прагнення молоді до новизни та особистої свободи.

Загалом ціннісна система поєднує елементи збереження та відкритості до змін, що може вказувати на внутрішню суперечливість мотивації. Ці особливості створюють підґрунтя для подальшого аналізу впливів, які визначають формування цінностей молодого покоління.

РОЗДІЛ 3.

РОЗРОБКА І АНАЛІЗ ПРОГРАМИ ПОПЕРЕДЖЕННЯ ВПЛИВУ МЕДІА НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

3.1. Обґрунтування та впровадження програми

Запропонована програма тренінгової роботи спрямована на формування в молодих людей усвідомленого й критичного ставлення до сучасного медіасередовища та контенту, що у ньому циркулює. Враховуючи той факт, що медіа є одним із ключових агентів соціалізації молодого покоління, особлива увага приділяється ролі онлайн-платформ, соціальних мереж і візуальної культури у формуванні життєвих цінностей, моделей поведінки та способів самопрезентації. Програма ґрунтується на положеннях психології медіа, соціального наuczіння, когнітивної психології та теорії ціннісних орієнтацій Ш. Шварца, що дозволяє побудувати комплексний підхід до розвитку навичок медіаграмотності та ціннісної рефлексії.

Тренінг поєднує елементи медіаосвіти, соціально-психологічного тренінгу, практик розвитку критичного мислення, а також спеціальних вправ, спрямованих на дослідження та переосмислення власної ціннісної структури. Особливістю програми є акцент не лише на інтелектуальному аналізі медіаконтенту, а й на емоційно-ціннісних процесах, які виникають у молоді під час споживання інформації. Це дозволяє впливати не лише на поінформованість, але й на глибинні механізми формування переконань та життєвих орієнтирів.

У межах тренінгу здійснюється робота з усвідомленням власної онлайн-ідентичності, аналізом медійних впливів на образ «Я», розвитком навичок розпізнавання маніпуляцій, формуванням етичних принципів взаємодії в цифровому просторі та створенням індивідуального плану здорового медіаспоживання. Програма передбачає активні методи роботи: групові дискусії, роботу в малих групах, індивідуальні вправи, презентативні та творчі

завдання. Завдяки цьому тренінг сприяє як інтелектуальному, так і особистісному розвитку молоді.

Метою програми є розвиток у сучасної молоді здатності до критичного аналізу медіаконтенту та формування гармонійної, стійкої системи ціннісних орієнтацій шляхом підвищення рівня медіаграмотності, зміцнення навичок самоаналізу та усвідомлення механізмів впливу медіа на особистість.

У межах реалізації програми передбачається виконання таких завдань:

1. Підвищити рівень медіаграмотності молоді, сприяючи формуванню навичок розпізнавання інформаційних маніпуляцій, пропагандистських технік, фейкових новин і психологічно спрямованих впливів.
2. Сформувати здатність до критичного аналізу медіаінформації, зокрема до аналізу джерела, мети створення контенту, цільової аудиторії, ціннісних акцентів та можливих наслідків споживання певного типу медіапродукції.
3. Сприяти усвідомленню власної системи цінностей, її структури, джерел формування та можливих внутрішніх суперечностей. Особливу увагу приділено усвідомленню різниці між декларованими та реальними цінностями.
4. Розвинути навички особистісної рефлексії та етичної взаємодії в медіапросторі, зокрема в контексті онлайн-поведінки, взаємної доброзичливості, відповідальності за створюваний контент та критичного осмислення інформаційних потоків.
5. Зменшити вплив деструктивного контенту (агресивного, токсичного, маніпулятивного, що пропагує нереалістичні стандарти успіху або поведінкові ризики) на формування ціннісних орієнтацій молоді.
6. Підвищити значущість соціально корисних цінностей, що сприяють психологічному благополуччю: доброти, безпеки, соціальної взаємодії, відповідальності, автономії, розвитку особистісного потенціалу.

Програма включає шість інтерактивних занять, які поєднують теоретичний компонент, практичні вправи, рефлексивну діяльність і групове обговорення. Її можна застосовувати як у межах освітнього процесу (вузівські курси, факультативи), так і у молодіжних, громадських або психологічних проєктах.

ЗАНЯТТЯ 1. «Медіасередовище сучасної молоді»

Перше заняття слугує вступом до тренінгової програми й має на меті сформувати групу, створити атмосферу довіри і безпеки, а також підвести учасників до розуміння того, наскільки значущу роль відіграють медіа у їхньому щоденному житті. Розпочинається заняття з етапу привітання та знайомства, спрямованого на активізацію міжособистісної взаємодії. Для цього використовується вправа «Мене формують...», під час якої кожен учасник називає три джерела або чинники, що найбільше вплинули на його розвиток як особистості. Досвід проведення подібних занять свідчить, що медіа – соціальні мережі, YouTube-блогери, музика, фільми, онлайн-спільноти – дуже часто входять до цього переліку, що дозволяє одразу актуалізувати тему заняття та створює основу для подальшої дискусії.

Після вступної частини проводиться міні-лекція, яка розкриває базові поняття медіасередовища. У першому блоці увага зосереджується на тому, що таке сучасні медіа та чим вони відрізняються від традиційних форм комунікації. Підкреслюється, що сучасні медіа характеризуються інтерактивністю, персоналізацією, високою швидкістю поширення інформації, візуальністю та здатністю формувати інформаційні «бульбашки» – ситуації, коли користувач бачить лише той контент, який підтверджує його власні погляди і вподобання. Другий блок лекції присвячено роботі алгоритмів соціальних мереж: учасники дізнаються, чому одні дописи набирають мільйони переглядів, інші ж лишаються невидимими; як алгоритми формують стрічку новин; чому контент із високим емоційним навантаженням просувається частіше. Третій блок аналізує явище інформаційного тиску: сучасні молоді люди приймають щодня тисячі мікрорішень щодо перегляду,

лайків, переходів, що створює перевантаження та сприяє поверхневому мисленню.

Центральною практичною вправою першого заняття є вправа «24 години медіа». Кожен учасник отримує схематичну діаграму циклу доби, на якій позначає, які види контенту він споживає: новини, розважальні відео, освітній контент, музика, меми, сторіз, спілкування в месенджерах, контент-блогерів тощо. Важливо, що фокус робиться не на оцінюванні чи моралізації, а на виявленні структури медіаспоживання у реальному житті. Після цього учасники переходять до групового обговорення, у ході якого аналізують, які емоції, психофізіологічні реакції та цінності викликає той чи інший тип контенту. Обговорення дозволяє усвідомити, що медіа впливають не лише на інформаційну сферу, а й на емоційний стан, самооцінку, поведінкові моделі та очікування від себе та світу.

Завершується заняття рефлексивним блоком, під час якого учасники формують відповідь на питання: «Що б я хотів змінити у своєму медіаспоживанні?» Ця відповідь фіксується письмово і стає точкою відліку для оцінки майбутніх змін.

ЗАНЯТТЯ 2. «Система особистісних цінностей»

Друге заняття зосереджене на виявленні й усвідомленні власної системи цінностей, оскільки без цього неможливо аналізувати вплив медіа на особистість. Теоретичну частину становить міні-лекція, присвячена моделі базових людських цінностей Шалом Шварца. У лекції детально розкривається структура моделі, відповідно до якої людські цінності формують взаємопов'язані полюси. З одного боку, розглядається вимір «збереження – відкритість змінам», що відображає прагнення до стабільності, традицій та безпеки або навпаки – до новизни, ризику й самостійності. З іншого боку, аналізується вимір «самопіднесення – самоподолання», у якому протиставляються орієнтація на власний успіх, владу і досягнення та орієнтація на добробут інших, альтруїзм і толерантність. Студенти дізнаються,

що система цінностей є відносно стабільною, але водночас змінюється під впливом життєвих обставин, соціального оточення та медіасередовища.

Практичним елементом заняття є вправа «Ціннісні карти». Учасники отримують набір карток із цінностями (наприклад, свобода, любов, визнання, стабільність, творчість, відповідальність, матеріальний добробут, успіх, чесність, безпека, розвиток, автономія тощо) та мають розкласти їх у порядку індивідуальної важливості. Важливою умовою є необхідність чітко визначити пріоритети, тому учасники обирають не всі важливі цінності, а лише ті, що визначають їхню життєву позицію у поточний момент. Після виконання вправи учасники працюють у малих групах, обговорюючи питання: «Які фактори найбільше вплинули на мої цінності?» Зазвичай молодь називає сім'ю, друзів, культуру, шкільний та університетський досвід, особисті кризи, однак майже завжди у перелік додаються медіа та соціальні мережі.

Для уточнення системи цінностей проводиться коротка діагностика за скороченою версією опитувальника PVQ (Portrait Values Questionnaire). Метою тестування є не жорстка психометрична оцінка, а відображення основних тенденцій у ціннісній сфері учасників. Результати обговорюються у рефлексивному форматі: які цінності людина декларує як важливі та чи збігаються вони з її реальними поведінковими проявами? Часто молоді люди декларують високі показники альтруїзму чи відкритості змінам, однак на практиці виявляється переважання потреби у стабільності чи схильності до соціального порівняння.

Підсумковий блок заняття містить обговорення можливих конфліктів цінностей, які часто проявляються у молоді. Наприклад, бажання бути унікальним може конфліктувати з прагненням до соціального схвалення, потреба у визнанні – із прагненням до автономії, а цінність розвитку – з потребою у безпеці. Усвідомлення таких конфліктів стає важливим кроком до формування медіаграмотності.

ЗАНЯТТЯ 3. «Як медіа формують ціннісні орієнтації»

Третє заняття зосереджується на психологічних механізмах впливу медіа. Теоретичний блок охоплює розгляд кількох ключових теорій. Першою є механізм культивування Дж. Гербнера, який пояснює, що тривале й систематичне споживання певного типу контенту формує уявлення людини про реальність. Якщо людина постійно споживає розважальний, агресивний чи надмірно гламуризований контент, її уявлення про світ може поступово змінюватися у відповідний бік.

Другою теорією є концепція соціального навічання Альберта Бандури. Вона доводить, що люди засвоюють моделі поведінки через спостереження за іншими, наслідування та отримання підкріплення. Сучасна молодь наслідує інфлюенсерів, блогерів, лідерів думок та персонажів медіа саме тому, що ці моделі подаються в емоційно насиченій, привабливій і повторюваній формі.

Наступними механізмами впливу є ефект повторення, нормалізація поведінки та мікротравматизація. Ефект повторення передбачає, що часте зіткнення з певними образами або наративами підвищує ймовірність їх прийняття як норми. Нормалізація поведінки означає, що ті форми поведінки, які часто присутні в медіа, сприймаються як прийнятні, навіть якщо вони несуть ризики (наприклад, токсичний позитив, споживацька культура, культ зовнішності). Мікротравматизація, у свою чергу, пов'язана з регулярним зіткненням із негативним чи деструктивним контентом, що поступово впливає на психоемоційний стан.

Практична частина заняття включає виконання вправи «Що просуває цей контент?». Групи отримують приклади відео чи постів із різних платформ – TikTok, Instagram, YouTube, Twitter. Завдання полягає в аналізі того, які цінності підкреслюються у контенті, які поведінкові моделі демонструються, чи має контент приховані меседжі. Учасники визначають, як такий контент може впливати на молодіжну аудиторію: чи формує нереалістичні очікування, чи посилює соціальне порівняння, чи нав'язує моделі «успіху без зусиль».

Обговорення завершується дискусією щодо того, які небезпечні цінності найбільш активно поширюють медіа. До них належать культ зовнішності, культ споживання, ідея швидкого успіху, токсичний позитив, надмірна сексуалізація, знецінення академічної та професійної праці, ілюзія безмежних можливостей без реального підкріплення. Учасники формують власні висновки, що стають базою для подальшої корекції їхнього медіаспоживання.

ЗАНЯТТЯ 4. «Маніпуляції та фейки. Як себе захистити»

Четверте заняття присвячене формуванню навичок критичного мислення та вміння розпізнавати маніпулятивні впливи у медіапросторі. Теоретична частина містить аналіз найбільш поширених типів маніпуляцій. Розглядається емоційна маніпуляція, спрямована на викликання сильних емоцій заради впливу на поведінку; клікбейт як форма привернення уваги шляхом викривлення чи перебільшення інформації; фрагментація інформації, коли подається лише частина даних; псевдоекспертність, коли контент створюється людьми без реальної компетентності; прихована реклама та нативний контент; соціальне порівняння, яке при регулярному впливі знижує самооцінку.

Практична частина займає центральне місце у структурі заняття. Вправа «Правда чи маніпуляція?» передбачає роботу в групах над аналізом десяти прикладів постів або новин. Учасники визначають, які інструменти впливу використовуються, чи є інформація достовірною, чи має приховану мету. Потім групи презентують свої висновки, що сприяє розвитку критичного мислення.

Наступним етапом є мозковий штурм, у ході якого учасники називають способи захисту від маніпуляцій. Серед запропонованих стратегій зазвичай звучать: навички фактчекінгу, пауза перед реакцією, інструменти перевірки джерел, відписка від токсичних акаунтів, скорочення інформаційних потоків, використання принципів медіадієти. Вправа «Я-тригери» дозволяє ідентифікувати той контент, який викликає у кожного учасника найбільш сильні емоційні реакції та тим самим маніпулює його поведінкою.

ЗАНЯТТЯ 5. «Цінності та онлайн-ідентичність»

П'яте заняття спрямоване на усвідомлення взаємозв'язку між медіаповедінкою та системою особистісних цінностей. Воно починається з вправи «Мій цифровий слід», у рамках якої учасники аналізують власні профілі у соціальних мережах: фотографії, дописи, лайки, коментарі, підписки. Метою вправи є визначення того, який образ особистості формує їх онлайн-присутність. Часто учасники виявляють розбіжність між реальними цінностями та тими, які вони демонструють у цифровому просторі. Це відкриває можливість для глибокої рефлексії щодо власної ідентичності.

У ході обговорення розглядається питання відповідності між онлайн та офлайн «Я». Учасники аналізують, чи не створюють вони ідеалізований або адаптивний образ, який не відображає їхніх справжніх цінностей. Обговорюється також феномен «оцінної залежності», коли особистість починає підлаштовувати свою поведінку під очікування аудиторії.

Практична частина включає вправу «Цінності майбутнього Я», у ході якої учасники описують себе через п'ять років. Вони визначають, які цінності мають залишитися ключовими, які – змінитися, а які – зміцнитися. Використовується також техніка «Порожній стілець»: учасник уявно веде діалог між «Я теперішнім» та «Я майбутнім», що дозволяє глибше усвідомити свої внутрішні суперечності.

ЗАНЯТТЯ 6. «Підсумок. Формування власного медіаплану»

Шосте заняття є підсумковим і спрямоване на інтеграцію отриманих знань та розвиток практичних навичок. На початку заняття учасники знову складають власну «ціннісну карту», порівнюючи її з тією, що була створена на другому занятті. Це дозволяє оцінити зміни у власних уявленнях щодо цінностей, а також вплив тренінгу на їхню ціннісну сферу.

Після цього учасники розробляють індивідуальний медіаплан – документ, який визначає стратегію здорового медіаспоживання. Учасники формують рішення щодо того, які платформи вони залишають, від яких контентів відписуються, які додають. Вони визначають, які цілі ставлять перед

собою у контексті медіаповедінки: скорочення часу у соцмережах, збільшення освітнього контенту, фокус на власному творчому розвитку тощо. Окремим пунктом є аналіз того, що саме зміниться у контенті, який створюють учасники.

Фінальне коло дозволяє учасникам поділитися власними змінами, спостереженнями, переживаннями. Завершальна частина включає посттренінгове анкетування, яке фіксує оцінку корисності програми, рівень ціннісної усвідомленості та зміни у медіаповедінці.

Реалізація запропонованої програми тренінгу передбачає отримання комплексних результатів у когнітивній, емоційній, ціннісній та поведінковій сферах учасників. Очікувані результати можна поділити на кількісні та якісні, короткострокові та довгострокові, індивідуальні та групові.

Когнітивні результати включають підвищення рівня знань учасників щодо сучасних медіа, їхніх алгоритмів, способів поширення інформації та механізмів маніпуляції. Учасники зможуть усвідомлено аналізувати медіаконтент, ідентифікувати типи впливу (емоційний, когнітивний, поведінковий), а також розрізняти достовірну інформацію та фейкові повідомлення. Очікується, що після тренінгу молоді люди демонструватимуть критичний підхід до споживання медіа, зменшення імпульсивного реагування на контент та підвищення здатності до самостійного фактчекінгу.

Емоційні результати стосуються формування усвідомленого ставлення до власних психоемоційних реакцій на медіаконтент. Учасники навчатимуться розпізнавати тригери, які провокують сильні емоційні переживання, та оцінювати, який контент підсилює тривогу, агресію або демотивацію, а який сприяє позитивному розвитку. Це дозволяє знизити ризик емоційного вигорання, маніпулятивного впливу та психологічної вразливості. Очікується формування стійкої емоційної дистанції від токсичного контенту та підвищення самоусвідомлення емоційних реакцій.

Ціннісні результати є центральними для програми. Очікується, що учасники будуть здатні:

1. Усвідомити власні базові цінності, їх ієрархію та пріоритети.
2. Виявити розбіжності між декларованими цінностями та реальною поведінкою в умовах медіаспоживання.
3. Зрозуміти, як медіа впливають на трансформацію цінностей та формування соціальних норм, зокрема щодо успіху, зовнішності, споживчих моделей поведінки та міжособистісних стосунків.
4. Сформувати критичне ставлення до нав'язаних медіацінностей і виробити власну систему орієнтирів, яка відображає індивідуальні життєві пріоритети.

Поведенкові результати передбачають конкретні зміни у щоденному медіаспоживанні. Учасники навчатимуться планувати свій інформаційний простір, визначати пріоритети щодо платформ та типів контенту, усвідомлено відписуватися від токсичних акаунтів і додавати контент, що відповідає їхнім цінностям та розвитку. Крім того, вони зможуть застосовувати навички самоконтролю, встановлювати часові обмеження для медіаспоживання та інтегрувати здорові інформаційні практики у повсякденне життя.

Соціальні результати включають розвиток комунікативних та рефлексивних навичок у груповому контексті. Учасники навчатимуться аргументовано висловлювати власну думку, слухати альтернативні точки зору, співпрацювати у групі для аналізу медіаконтенту та обговорення ціннісних конфліктів. Це сприятиме формуванню групової підтримки у процесі медіагієни та розвитку колективної критичності щодо інформаційного впливу.

Довгострокові результати передбачають стійку зміну ціннісної системи та медіаповедінки молоді. Очікується, що після проходження тренінгу учасники будуть здатні:

- розпізнавати маніпуляції та медіафейки без зовнішньої підтримки;
- вибудовувати власну медіастратегію, спрямовану на розвиток, освіту та психологічне благополуччя;

- інтегрувати критичні навички аналізу медіаконтенту у повсякденне життя;
- зменшити негативний вплив соціального порівняння, культ споживання та зовнішності;
- підвищити рівень саморефлексії та усвідомлення власних цінностей, що впливає на формування стабільної особистісної ідентичності.

Розроблений тренінг спрямований на розвиток у молоді критичного ставлення до інформації, підвищення рівня рефлексії власних цінностей та формування здорових моделей медіаповедінки. Учасники отримують не лише теоретичні знання про механізми медіавпливу, але й практичні інструменти саморегуляції, аналізу, протидії маніпуляціям та вибудовування автентичної онлайн-ідентичності.

Завдяки поєднанню інтерактивних вправ, міні-лекцій і рефлексивних практик програма сприяє комплексному розвитку особистості, дозволяє інтерналізувати цінності, підвищити інформаційну безпеку та зробити взаємодію з медіа більш усвідомленою.

3.2. Аналіз ефективності впливу програми

Психодіагностичне дослідження, проведене до та після корекційно-просвітницької програми, спрямованої на розвиток критичного мислення щодо медіаконтенту, формування навичок медіаграмотності та ціннісної автономії сучасної молоді, засвідчило глибокі зміни у структурі її ціннісних орієнтацій. Отримані результати виявили не лише кількісну динаміку показників, але й якісну трансформацію психологічних механізмів, які визначають здатність молоді протистояти маніпулятивному впливу соціальних мереж, стрімінгових платформ, реклами та інфоагресивного контенту.

Дослідження за методикою Ш. Шварца показало яскравий перехід від пасивного медіасприйняття до ціннісно усвідомленого ставлення до інформації. Так, цінність саморегуляції зросла з 42 до 50 балів (+8), що

свідчить про зменшення імпульсивного споживання контенту, здатність контролювати час у мережі, відмовлятися від залежної поведінки (scrolling-звички, порівняння, прагнення лайків). Цінність досягнень також зросла на 8 балів (з 45 до 53), що демонструє відхід від «демонстративної успішності», нав'язаної медіакультурою, до орієнтації на реальні результати, а не на віртуальну популярність.

Особливо показовим у контексті медіакритичності є різке зниження показників конформності – з 56 до 47 (–9) та безпеки – з 58 до 49 (–9). Це свідчить про те, що молодь перестає підлаштовуватися під нав'язані тренди та зразки поведінки, перестає боятися соціального осуду, втрати рейтингу чи негативних коментарів. Вона стає менш залежною від алгоритмічної думки мас, починає діяти на основі власних переконань, а не на основі візуального порівняння чи бажання сподобатися медіааудиторії.

Цінності гедонізму, доброти та універсалізму, які найбільше страждають у середовищі хейт-культури, агресивного контенту та емоційно нав'язливих медіатрендів, також зросли:

- гедонізм: з 39 до 46 (+7) – молодь почала інакше сприймати задоволення: як внутрішній ресурс, а не як медіастимул до «красивого життя»;
- доброта: з 44 до 51 (+7) – вказує на зростання емпатії на тлі зниження залежності від агресивної комунікації онлайн;
- універсалізм: з 41 до 49 (+8) – демонструє усвідомлення глобальних соціальних цінностей, вихід із «бульбашок» алгоритмів, готовність бачити різні позиції, у тому числі протилежні.

Дані методики СЖО (Д. Леонтьєв) підтверджують формування автономного, стійкого до медіавпливу смислового поля особистості. Загальний показник сенсожиттєвих орієнтацій зріс з 78 до 87 (+9), що свідчить про відхід від «віртуальної ідентичності» на користь реального життєвого самовираження. Показник «цілі в житті» зріс на 8 балів (з 22 до 30), а «процес життя» – також на 8 балів (з 24 до 32), що відображає перехід від порожнього

споживання медіаконтенту до наповненого особистісного досвіду, в якому молодь бачить свою діяльність як змістовну.

Важливою є зміна локусу контролю. Локус контролю Я зріс з 14 до 21 (+7), а локус контролю життя – з 17 до 25 (+8). Тобто, молодь перестала покладатися на зовнішнє оцінювання, перестала вважати, що її життя залежить від соціального сприйняття, медіаобразів або випадковостей. Це вказує на формування стійкого Я, яке не піддається алгоритмічному програмуванню.

Методика М. Рокіча деталізує термінальні зміни. Так, термінальна цінність «здоров'я» перемістилася з 7-го на 3-тє місце (–4), що демонструє критичне усвідомлення шкоди надмірного цифрового споживання (гіподинамія, порушення сну, вигорання, стрес). «Щастя сімейного життя» піднялося з 6-го на 2-ге місце (–4), що вказує на зміну цифрової «заміненої близькості» (чатів, онлайн-симпатій) на реальні соціальні зв'язки. Такі ж зміни спостерігаються щодо «активного життя», яке піднялося з 8-го на 4-те (–4), та «духовного розвитку», що перемістився з 9-го на 4-те місце (–5), підтверджуючи повернення до внутрішнього, рефлексивного ресурсу особистісного розвитку.

Єдиним показником, що виріс у напрямку зовнішніх цінностей, є «матеріальне благополуччя», яке перемістилося з 3-го на 6-те (+3). Це означає, що молодь перестала зосереджуватися на показовому успіху, який у медіа часто подається як головна мета життя. Одночасно суттєво зросла цінність «свободи», яка піднялася з 10-го на 5-те (–5). Це – результат психологічної емансипації від диктатури трендів, алгоритмів, рейтингових оцінок, культурної надконкурентності, що підтримується медіаплатформами.

Отримана кількісна динаміка переконливо демонструє перехід молоді від залежності та пристосування до вимог цифрового середовища до формування медіастійкої особистісної автономії. Насамперед це проявляється у зростанні здатності свідомо регулювати власні інформаційні потоки: показник саморегуляції підвищився з 42 до 50 балів, що вказує на розвиток навичок контролю медіаспоживання, критичного ставлення до контенту та

зменшення імпульсивної поведінки в цифровому просторі. Паралельно спостерігається орієнтація на реальні особистісні та професійні досягнення: оцінка цінності досягнень збільшилась із 45 до 53 балів, що засвідчує переорієнтацію з демонстративної соціальної успішності, характерної для онлайн-культури, на автентичну діяльність, спрямовану на реальний результат.

Важливими є й зміни у соціально-моральній сфері. Показник доброти зріс із 44 до 51 балів, а універсализму – з 41 до 49, що свідчить про зростання емпатійності, толерантності, перевагу гуманістичних і соціально значущих цінностей над агресивними, конкуренційними та хейт-орієнтованими моделями поведінки, які активно відтворюються в мережевому просторі. Зниження рівня конформності з 56 до 47 балів засвідчує критичніше ставлення до нав'язаних трендів, готовність протистояти соціально-медійним нормам і не підлаштовуватися під позиції цифрової більшості лише заради схвалення.

Окремо варто підкреслити приріст цінності свободи: її рангова позиція змінилася з десятого до п'ятого, що є показником психологічного звільнення від залежності від рейтингових оцінок, зовнішнього схвалення, публічних проявів у соціальних мережах. Зміна характеру ціннісних пріоритетів демонструє, що молодь більше не орієнтується на стандарти й обмеження, які задаються алгоритмами чи трендами, а визначає власні смисли та правила взаємодії зі світом.

У комплексі ці результати дають змогу стверджувати, що сучасна молодь, отримавши інструменти медіакритичного розвитку, переходить від адаптивної поведінки, зумовленої тиском цифрової культури, до самостійного формування смислів, способів діяльності та соціальних позицій. Саме це є ознакою становлення медіастійкої особистісної автономії, що ґрунтується на здатності діяти незалежно від зовнішніх інформаційних впливів та зберігати власну індивідуальність у медіанасиченому середовищі.

Таблиця 3.1.

Динаміка змін до та після проведення програми

Методика	Показник	До корекції	Після корекції	Динаміка
Методика вивчення особистісних цінностей Ш. Шварца	Цінність «Саморегуляція»	42	50	+8
	Цінність «Досягнення»	45	53	+8
	Цінність «Безпека»	58	49	-9
	Цінність «Конформність»	56	47	-9
	Цінність «Гедонізм»	39	46	+7
	Цінність «Доброта»	44	51	+7
	Цінність «Універсалізм»	41	49	+8
Методика сенсожиттєвих орієнтацій (СЖО)	Загальний показник	78	87	+9
	Цілі в житті	22	30	+8
	Процес життя	24	32	+8
	Результативність життя	18	25	+7
	Локус контролю – Я	14	21	+7
	Локус контролю – Життя	17	25	+8

Продовження табл. 3.1.

Методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокіча	Ранг «Здоров'я»	7	3	-4
	Ранг «Щастя сімейного життя»	6	2	-4
	Ранг «Матеріальне благополуччя»	3	6	+3

	Ранг «Активне життя»	8	4	–4
	Ранг «Духовний розвиток»	9	4	–5
	Ранг «Свобода»	10	5	–5

Таким чином, молодь переходить від «життя для мережі» до життя для реальності, де цінності не відтворюються алгоритмами, а формуються свідомо. Це дозволяє вважати корекційно-просвітницьку програму ефективною, оскільки вона сприяла становленню критичного медіамислення, ціннісної стійкості, психологічної свободи та внутрішньої відповідальності сучасної молоді особистості.

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

Дослідження впливу соціальних мереж на розвиток ціннісних орієнтацій молоді можливе за умови належної організації та залучення фахівців із суміжних галузей, таких як психологія, соціологія, освіта та маркетинг. Особлива увага приділяється створенню комплексних дослідницьких кейсів, які враховують соціокультурні аспекти діяльності молоді у цифровому середовищі, а також специфіку їхніх комунікативних і поведінкових практик. У розробці таких кейсів бере участь команда експертів, де кожен спеціаліст відповідає за певний напрямок: психологічний, соціальний або комунікативний, що дозволяє комплексно оцінити вплив соціальних мереж на формування ціннісних орієнтацій, життєвих пріоритетів та поведінкових патернів.

На основі аналізу отриманих даних можна виділити ключові рекомендації, спрямовані на підтримку усвідомленого та відповідального використання цифрових платформ молоддю.

Розробка спеціалізованих освітніх програм є одним із головних інструментів цього процесу. Такі програми мають забезпечувати молодь знаннями про потенційний вплив соціальних мереж на цінності, навчати критично оцінювати отриману інформацію, розвивати здатність до самоаналізу та усвідомленого прийняття рішень. Доцільним є також створення онлайн-ресурсів і платформ, що надають актуальні відомості про тенденції у соціальних мережах, їхній потенційний вплив на формування ціннісних орієнтацій і способи ефективного використання цифрового простору. Такі ресурси повинні регулярно оновлюватися відповідно до змін у цифровому середовищі, забезпечуючи молодь сучасними інструментами для саморозвитку.

Особливе значення має формування соціальної компетентності, що включає розвиток критичного мислення, здатності до конструктивної взаємодії та навичок самоаналізу в умовах активної цифрової комунікації. Тренінги, семінари та інтерактивні заходи створюють можливості для встановлення здорових соціальних зв'язків, допомагають усвідомлювати вплив онлайн-платформ на власні цінності та виробляти відповідальні моделі поведінки в мережі. Крім того, ефективним механізмом підтримки усвідомлених ціннісних орієнтацій є менторство. Досвідчені наставники можуть надавати практичні поради щодо свідомого користування соціальними мережами, демонструвати етичні стандарти поведінки та ділитися досвідом управління цифровою активністю, що сприяє формуванню збалансованих цінностей і відповідального ставлення до власної онлайн-присутності.

Не менш важливим є продовження систематичних досліджень впливу новітніх технологій та соціальних трендів на ціннісні орієнтації молоді, а також запровадження механізмів моніторингу, що дозволяють оцінювати ефективність освітніх програм та своєчасно коригувати стратегії у відповідь на зміни цифрового середовища. Таким чином, науково обґрунтоване поєднання освітніх ініціатив, менторської підтримки та моніторингу формує основу для усвідомленого та відповідального використання соціальних мереж.

Основні цілі рекомендацій полягають у розвитку самосвідомості та здатності до самоаналізу, що дозволяє молоді усвідомлювати власні цінності, переконання та мотиви поведінки в цифровому просторі. Важливим аспектом є балансоване використання соціальних мереж, що передбачає свідоме, цілеспрямоване користування платформами, уникнення цифрової перевантаженості та формування здорових цифрових звичок. Критична оцінка інформації та здатність до фільтрації контенту сприяють розвитку навичок усвідомленого споживання інформації, що є необхідним у сучасному інформаційному середовищі. Розвиток взаємодії та толерантності передбачає відкритість до різних культурних та соціальних перспектив, сприяє конструктивній комунікації та зміцненню соціальних зв'язків. Позитивна активність у мережах формує участь у змістовних онлайн-спільнотах, що сприяє розвитку корисних соціальних практик. Використання соціальних платформ для самовдосконалення, обміну знаннями та професійного розвитку дозволяє молоді реалізовувати власний потенціал, а стимулювання онлайн-активізму та соціальної відповідальності сприяє формуванню громадянської позиції та активної соціальної участі.

Практичні рекомендації для молоді включають усвідомлене визначення власної ролі у цифровому середовищі, формування цілей користування соціальними мережами та аналіз цінностей, які транслиуються через контент. Важливо розвивати критичне мислення, перевіряти достовірність інформації та уникати бездумного поширення контенту. Слід активно обирати позитивний та конструктивний контент, підписуватися на авторитетних та надихаючих людей, приєднуватися до спільнот, що підтримують цінності молоді, та брати участь у волонтерських або громадських проєктах. Дотримання етики й підтримка професійного образу у цифровому середовищі, а також контроль за конфіденційністю особистих даних є необхідними для безпечної та ефективної участі у соціальних мережах. Управління часом онлайн та офлайн дозволяє підтримувати баланс між цифровою активністю та реальним життям, а прояви культурної толерантності та відкритості до різних

точок зору забезпечують розвиток конструктивної комунікації та взаєморозуміння.

Застосування цих рекомендацій дозволяє молоді свідомо використовувати соціальні мережі як інструмент самовираження, професійного розвитку та позитивного впливу на оточуючих. Такий підхід сприяє формуванню стійких ціннісних орієнтацій, розвитку етичної поведінки в цифровому середовищі та створенню сприятливого, взаємопідтримуючого онлайн-середовища, що є важливим чинником особистісного та соціального розвитку молоді.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі було розроблено, впроваджено та проаналізовано програму впливу медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді, спрямовану на розвиток медіаграмотності, критичного мислення та усвідомленого ставлення до інформаційного середовища. Обґрунтування програми спиралося на положення психології медіа, теорії соціального наuczіння та концепції ціннісних орієнтацій Ш. Шварца, що дало змогу створити комплексний інструментарій роботи з молоддю.

Впровадження програми підтвердило її ефективність: учасники продемонстрували підвищення рівня критичності щодо контенту, кращу здатність розпізнавати маніпуляції, зменшення впливу нереалістичних стандартів успішності та соціальних порівнянь, а також більш усвідомлене ставлення до власних ціннісних орієнтацій. Аналіз результатів засвідчив позитивні зміни у сфері відповідального медіаспоживання, зростання внутрішньої рефлексивності та стійкості до інформаційного тиску.

Здійснено комплекс рекомендацій щодо удосконалення взаємодії молоді з медіапростором, які охоплюють розвиток психологічної стійкості, формування навичок безпечної цифрової поведінки, підтримку емоційного добробуту та розширення можливостей для ціннісного самопізнання.

Запропонована програма може бути використана у навчальних закладах, молодіжних центрах та тренінгових ініціативах, спрямованих на підвищення рівня медіаграмотності та формування здорової системи цінностей у сучасної молоді.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного теоретико-емпіричного дослідження було всебічно проаналізовано вплив медіа на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді та виконано всі поставлені завдання.

Проаналізовано основні наукові підходи до вивчення проблеми ціннісних орієнтацій у психологічній літературі. Узагальнення теоретичних джерел та наукових концепцій дало можливість з'ясувати, що ціннісні орієнтації є складним соціально-психологічним утворенням, яке визначає зміст діяльності, життєві пріоритети та поведінкові вибори особистості. У роботі порівняно погляди класичних та сучасних дослідників – від У. Томаса, Ф. Знанецького, М. Вебера, Е. Шпрангера до Г. Олпорта, М. Рокича, Ш. Шварца і вітчизняних науковців. Виявлено, що спільним для більшості концепцій є розуміння цінностей як системи смислів і переконань, що інтегрують культурні норми та індивідуальний досвід, спрямовуючи особистість на усвідомлене прийняття рішень. Проведений аналіз дозволив систематизувати уявлення про структуру та функції ціннісної сфери, визначити ключові підходи до її дослідження та виокремити інтеріоризацію як провідний механізм формування ціннісних орієнтацій.

З'ясовано особливості ціннісних орієнтацій у молоді. Проаналізовано характерні тенденції розвитку ціннісної сфери в юнацькому віці, що вирізняється динамізмом, інтенсивним формуванням життєвих смислів, професійних запитів та соціальної ідентичності. Встановлено, що молодь знаходиться на етапі активного особистісного самовизначення, тому саме в цей період формуються стабільні ціннісні пріоритети, що визначають подальшу поведінку та життєву стратегію. Для цієї вікової групи характерними є висока значущість самореалізації, свободи вибору, автономії суджень, соціальної взаємодії та визнання. У сучасних умовах поряд із традиційними морально-гуманістичними цінностями все більшої ваги набувають індивідуалістичні та прагматичні орієнтири, що відображають нові соціокультурні виклики. Виявлені особливості підкреслюють необхідність

цілеспрямованої роботи з формування ціннісної свідомості молодшої людини як важливої передумови її психологічної зрілості.

Досліджено вплив медіа на ціннісні орієнтації сучасної молоді. Результати проведеного дослідження довели, що соціальні медіа є одним із найпотужніших чинників, який здатний формувати, трансформувати та інколи деформувати систему життєвих пріоритетів молодшої людини. Встановлено, що середовище цифрової комунікації впливає на емоційно-ціннісну сферу через механізми моделювання поведінки, порівняння, ідентифікації з медійними образами, а також через інформаційне перевантаження. Особливу увагу привертає той факт, що молодь часто засвоює цінності неусвідомлено, через повторювані повідомлення, трендові наративи та соціальне схвалення у мережевому просторі. Це підкреслює актуальність формування інформаційної культури та розвитку критичного мислення як захисних механізмів проти маніпулятивного впливу цифрового контенту.

Розроблено та впроваджено програму попередження негативного впливу медіа на формування ціннісних орієнтацій молоді та перевірено її ефективність. На основі теоретичного аналізу та виявлених особливостей було створено й реалізовано тренінгово-просвітницьку програму, спрямовану на розвиток стійких ціннісних орієнтацій, медіаграмотності та рефлексії у молоді. Програма включала блоки, присвячені розпізнаванню маніпуляцій, формуванню навичок критичного аналізу інформації, зміцненню особистісної відповідальності за вибір змісту, яким користується молодь. Результати діагностики після впровадження програми засвідчили позитивні зміни: підвищення рівня усвідомлення власних цінностей, зростання відповідального ставлення до медіаконтенту, зменшення залежності від зовнішніх інформаційних впливів. Це доводить ефективність розробленого комплексу дій і його значення як інструменту профілактики медіадетермінованих ризиків.

Запропоновано практичні рекомендації щодо вдосконалення взаємодії молоді з медіапростором. Підсумовуючи результати роботи, сформовано

комплекс рекомендацій, спрямованих на оптимізацію інформаційної поведінки молоді. Наголошено на необхідності розвитку критичного мислення, навичок відбору контенту, медійної рефлексії та формування усвідомленого ставлення до інформаційних джерел. Запропоновано інтегрувати медіаосвітні елементи у навчальні програми, практикувати тренінги та просвітницькі заходи, які формують навички безпечної комунікації у цифровому просторі. Рекомендації спрямовані на підтримку позитивного формування ціннісної сфери молоді, розвиток її автономності, психологічної стійкості та здатності протистояти маніпуляціям у сучасному медіасередовищі.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що медіа мають суттєвий і багатовимірний вплив на ціннісні орієнтації сучасної молоді, сприяючи як позитивним, так і потенційно ризикованим змінам. Формування медіаграмотності, критичного мислення та внутрішньої стійкості молоді є необхідною умовою її гармонійного ціннісного розвитку в сучасному інформаційному середовищі. Розроблена програма довела свою ефективність і може слугувати практичним інструментом для фахівців, які працюють із молоддю в умовах цифрової епохи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева В.Г. Ціннісні орієнтації як чинник життєдіяльності і розвитку особистості. Практична психологія. 2007.№5. С.15-23.
2. Безугла М. В. Ціннісні уподобання сучасної студентської молоді. Проблеми сучасної педагогічної освіти. зб. статей. Сер.: Педагогіка і психологія, 2014. Том. 3. Вип. 43. – С. 10–18.
3. Берегова Н. П., Джигун Л. М., Ігумнова О. Б. Психологічні особливості ціннісних орієнтацій особистості юнацького віку // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Психологія. 2022. Т. 33 (72), № 3. С. 54.
4. Березюк М. О., Діхтяренко С. Ю. Психологічні аспекти взаємодії сучасної молоді в соціальних мережах. Наукові психологічні дослідження і розробки молодих вчених : зб. матеріалів ІХ-тої Всеукр. наук. Інтернетконф., м. Умань, 29-30 жовтня 2020 р. Умань, 2020. С. 113–120
5. Бех І.Д. Особистість на шляху до духовних цінностей : монографія. Київ–Чернівці : Букрек, 2018. 320 с.
6. Богатчук С., Гайдай І., Мазило І. Вплив соціальних мереж на громадську та політичну активність української молоді. Науковий журнал «Регіональні студії». 2022. № 29. С. 27–34.
7. Бурцева І. І. Формування у студентської молоді цінностей і особистісних смислів життя у навчально-виховному процесі класичного університету : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.07. Луганськ, 2012. 284 с.
8. Васютинський В. О. Ціннісно-орієнтаційні площини сучасного українського суспільства. Проблеми загальної та педагогічної психології : зб.наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка. Київ, 2006. Т. 8. Вип. 6. С. 40–45
9. Вахріна О. Погляди польських науковців на поняття «цінність». Український педагогічний журнал. 2016. № 1. С. 23–29
10. Вініченко А.А. Формування ціннісних орієнтацій у студентів закладів вищої освіти у сучасному соціокультурному просторі. Вісник післядипломної освіти. Серія «Педагогічні науки». 2017. Вип. 4. С. 24–32.

11. Володарська Н. Д. Почуття благополуччя у контексті психології цінностей особистості. Актуальні проблеми психології: Психологія обдарованості. Т. VI: Психологія обдарованості. Вип. 15. 2019. С. 145–155.
12. Вплив соціальних мереж на суспільство і бізнес: переваги, недоліки та майбутні перспективи. InProject - IT компанія, яка створює неймовірні digital продукти. URL: <https://inproject.org/vplyv-soczialnuhmerezh-na-suspilstvo-i-biznes/> (дата звернення: 14.03.2024).
13. Гаврилюк І. Сенсожиттєві орієнтири особистості в умовах воєнного конфлікту на Сході України. Львів: Видавництво ЛНУ ім. Івана Франка, 2017. 113 с.
14. Глинянюк Н. В. Психолого-педагогічні умови формування ціннісних орієнтацій сучасної студентської молоді [Електронний ресурс] / Н. В. Глинянюк. — Режим доступу : http://tme.umo.edu.ua/docs/Dod/3_2010/Glinaniyk.pdf.
15. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. URL: [https://doi.org/10.20535/2077-7264.3\(57\).2017.115905](https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(57).2017.115905)
16. Долинська Л.В., Максимчук Н. П. Психологія ціннісних орієнтацій майбутнього вчителя: Навчальний посібник для студентів ВНЗ. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2008. 124 с.
17. Драч С. В. Ціннісні орієнтації студентської молоді українського суспільства: сутність та динаміка. Зб. наук. праць Хмельницького інституту соціальних технологій університету Україна. 2010. № 2. С. 26-30.
18. Дубчак О., Главінська Е. Соціальні мережі як чинник десоціалізації молоді. Вісник національного авіаційного університету. Збірник наукових праць, 2018. № 13. С. 120-124.
19. Жирун О. А. Ціннісні орієнтації як елементи моральної свідомості особистості. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/11000/1/20.pdf> (дата звернення: 01.03.2025).

- 20.Зазимко О. Формування життєвих цінностей у юнацькому віці: психологічні особливості. Вісник КНТЕУ. 2012. №4. С. 89-104.
- 21.Закалик Г. М., Ямборко С. І. Цінності та ціннісні орієнтації особистості в ранньому юнацькому віці // Суспільні трансформації і безпека: людина, держава, соціум : матеріали міжнар. наук.-практ. он-лайн конф. Львів : ін-т ПрАТ ВНЗ МАУП, 2020.
- 22.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.
- 23.Іванова Л. С. Динаміка ціннісних орієнтацій студентів педагогічного вузу. Практ. психологія та соц. робота. 2007. № 4. С. 16-19.
- 24.Інтелектуальний розвиток дорослих у віртуальному освітньому просторі: монографія / М.Л. Смульсон, Ю.М. Лотоцька, М.М. Назар, П.П. Дітюк, І.Г. Коваленко-Кобилянська та ін.; за ред. М.Л. Смульсон. К.: Педагогічна думка, 2015. 221 с. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/10064>
- 25.Кадикова Т. А. Динаміка ціннісних орієнтацій студентів психологів: навчальна книга. Дніпропетровськ, 2000. С. 190–196.
- 26.Кадієвська І. А. Актуальні проблеми молоді в сучасному суспільстві // Освіта та соціалізація особистості. XII Інтернет-конференція. Одеса, 2024. С. 62–64.
- 27.Квасильчук М. О. Особливості ціннісних орієнтацій психолога в контексті психології // Актуальні проблеми практичної психології: зб. наук. праць міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Одеса, 2024. С. 355–359.
- 28.Коберник Л. О. Роль та місце ціннісних орієнтацій у формуванні особистості. Наука і освіта // Науковопрактичний журнал південного наукового центру АПН України. 2008. № 4-5. -С. 28–33
- 29.Кобзаренко Л.А.Ціннісно-виховний потенціал етнопедагогіки: реалії та перспективи. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. Суми, 2012. –№4 (22). –С.17–24

- 30.Коляда Н. В., Тарасова Т. Б. Психологія розвитку особистості: ціннісні орієнтації в ранньому юнацькому віці // Слобожанський науковий вісник. Серія: Психологія. 2024. № 2. С. 27–28. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/psyspu/2024.2.5>
- 31.Коханова О. П. Ціннісні орієнтації сучасної молоді: значущість та реалізованість. 2020.
- 32.Кремень Т. В. Емоційна складова політичної мобілізації через соціальні медіа. Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Сер. : Політологія. 2012. Т. 204, Вип. 192. С. 72-74.
33. Лук'яненко М. М. Ціннісна сфера особистості як проблема філософської та психологічної науки. Теорія і практика сучасної психології. Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. 2018. № 2. С. 145-149.
- 34.Лукіна Н.Б., Галиченко А. В. Роль соціальних мереж у формуванні самооцінки підлітків. Ольвійський форум» – 2025: стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі : збірник матеріалів Міжнар. науково-практ. конф. (Миколаїв, 2025 р.). Миколаїв, 2025.
- 35.Мазур Т., Дружиніна О. Процес формування ціннісних орієнтацій підлітків. Психосоціальні ресурси особистісного та соціального розвитку в епоху глобалізації : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, (м. Тернопіль, Західноукраїнський національний університет, 4-5 листопада 2022 р.) в 2 т. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. С. 158-160.
- 36.Макарова О. В. Особливості ціннісних орієнтацій студентської молоді [Електронний ресурс] / О. В. Макарова // Вісник Національного технічного університету України КПІ. Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2005. – № 3. – Част. 1. – С. 32-38. – Режим доступу : <http://novyn.kpi.ua/2005- 3-1/index.html>.

- 37.Максим О. В. Формування ціннісних орієнтацій як механізм ре соціалізації девіантів. URL: [https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/708992/1/МАксим%20\(2\).PDF](https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/708992/1/МАксим%20(2).PDF).
- 38.Матяж С. В. Класифікація цінностей та ціннісних орієнтацій особистості. Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. Сер. : Соціологія. 2013. Т. 225, Вип. 213. С. 27-30. -Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdusoc_2013_225_213_7
- 39.Олійник К. Загальна характеристика та значення соціальних мереж у житті сучасної молоді. Збірник наукових праць. Педагогічні науки, 2018. Вип. (84). Т. 2. С. 188–191.
- 40.Ольховська В. О. Психологічні аспекти впливу соціальних мереж на підлітків. Матеріали 25-го Міжнар. молодіжн. форуму, 20-22 квітня 2021 р. Харків : ХНУРЕ, 2021. Т. 8. С. 112–113.
- 41.Ороховська Л. А. Mass-Media as a Constituent of Human Communication. Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy, Cultural. 2011. Vol. 13, no. 1. URL: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.13.8377>
- 42.Панчук Н. П. Ціннісні орієнтації як системоутворюючий фактор соціально активної позиції майбутнього фахівця. Проблеми сучасної психології. 2013. Вип. 21. С. 17–19.
- 43.Панчук Н. Ціннісна сфера особистості та її роль у становленні професіонала. Збірник наукових праць «Проблеми сучасної психології». 2019. № 29.
- 44.Перегончук Н. В., Фальчук М. П. Кар'єра та кар'єрні орієнтації: вивчення змісту понять. *Молодий вчений*, №12 (64), 2018, с. 60-64. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/12/16.pdf>.
- 45.Пінчук О. П. Історико-аналітичний огляд розвитку соціальних мережних технологій і перспектив їх використання у навчанні. Інформаційні технології і засоби навчання. 2015. Т. 48, вип. 4. С. 14-34. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN_2015_48_4_4

46. Поплавський М. Соціальні мережі як культурно-просвітницький ресурс. Український інформаційний простір. 2020. № 1(5). С. 12–27. URL: [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(5\).2020.206043](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(5).2020.206043)
47. Посохова В. В. Інтернет-середовище і формування гендерної ідентичності в процесі життєвого планування [Електронний ресурс] / В. В. Посохова. – Режим доступу: <http://politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=41&c=822>
48. Психологічні чинники впливу засобів масової інформації на ціннісні орієнтації студентської молоді [Текст] / О. В. Ануфрієва. К. : Знання України, 2009. 20 с.
49. Роль ціннісних орієнтацій у виборі цілей в процесі розвитку автономності особистості в юнацькому віці. *Науковий блог*. URL: <https://naub.ua.edu.ua/rol-tsinnisnyh-orientatsij-u-vybory-tsilej-v-protsesi-rozvytku-avtonomnosti-osobystosti-v-yunatskomu-vitsi/> (дата звернення: 04.03.2025).
50. Романюк Л. В. Ціннісні орієнтації студентів: сутність, структура і психологічні механізми розвитку. Київський національний 77 ун-т ім. Тараса Шевченка, Подільська держ. аграрно-технічна академія. - Кам'янець-Подільський : Абетка-Нова, 2004. 188 с.: рис. -Бібліогр.: с. 172-184
51. Свід О. Динаміка ціннісних орієнтацій українських студентів часів незалежності [Електронний ресурс] / О. Свід, Л. Сокурянська. – Режим доступу : <http://sgsofia.com.ua/dinamika-zinnisnih-orientazij-ukrstudentovchasiv-nezaleznosti>
52. Сіпакова О. А. Ціннісні орієнтації студентської молоді. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. 2014. № 3 (24). С. 12– 15.
53. Собкова С.І. Психологічна характеристика ціннісної сфери у підлітковому віці. Раціогуманістичні студії : збірник тез наукових доповідей методологічного семінару, присвяченого 47-річчю лабораторії методології і теорії психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. / Відп. ред. В.Л. Зливков ; укладачі С.О. Лукомська, О.В. Котух. Київ : Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. 2020. 138 с.

54. Спіріна І. Д., Яценко А. Є. Життєва спрямованість та ціннісні орієнтації в юнацькому віці у сучасності // The 1st International scientific and practical conference “Modern research in science and education”. Chicago, USA: BoScience Publisher, 2023. С. 397.
55. Стеблюк С. В. Формування ціннісних орієнтацій здобувачів вищої освіти в умовах університету // 36. наук. пр. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2024. Вип. 93. С. 54–55. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/1992-5786.2024.93.10>
56. Стьопкіна, А., Стьопкін В., Трубник І. Інтернет як засіб впливу інформаційних технологій на ціннісні орієнтації молоді. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології : науковий журнал, 2021. № 4 (108). С. 362–372.
57. Сухова Г. Соціальні мережі та їх вплив на формування ціннісних орієнтацій сучасних студентів закладів фахової передвищої освіти. Актуальні проблеми формування ціннісно-моральних орієнтацій студентів як детермінанта освітньої діяльності закладів фахової передвищої освіти : 36. матеріалів Всеукр. науково-практ. конф. (12 жовт. 2022 р.) Ч. 1. С. 74–77.
58. Турчин Т. Вплив соціальних мереж на соціалізацію молоді URL: <http://surl.li/upenw>
59. Хрустальов Ф.С. Особливості медіаспоживання різних соціальних груп (на прикладі м. Запоріжжя). URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/download/440/452>
60. Целякова О. М. Духовність і ціннісні орієнтації студентської молоді України в трансформаційному суспільстві [Електронний ресурс]. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2009. Вип. 38. –Режим доступу : http://zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_38_22.pdf
61. Шайгородський Ю. Ціннісні орієнтації особистості: формалізована модель цілісного, багатоаспектного аналізу. Соціальна психологія. 2010. No 1 (39). – С.94–106.

62. Шапошникова І. В. Формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2013. Вип. 57. С. 27–30.
63. Штанько В. І. Ціннісні орієнтації молоді в умовах глобалізації та інформатизації соціуму [Текст] : монографія / В. І. Штанько [та ін.] ; Харківський національний ун-т радіоелектроніки. Х. : ХНУРЕ, 2009. -164 с.
64. Щєпова, Д. Ціннісні орієнтації сучасного українського студентства. Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки, 2010. № 2 (13), С. 181-184
65. Щєпова, Д. Ціннісні орієнтації сучасного українського студентства. Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки, 2010. № 2 (13), С. 181-184
66. Яценко Т. В., Влох О. Г. Особливості формування ціннісних орієнтацій у юнаків та дівчат в умовах війни // Початкова освіта: сучасні перспективи розвитку: матеріали ІІІ Всеукр. наук.-практ. конф. Кременчук, 2023. С. 102–105.
67. Яцишина Ю. М., Мироненко Є. В. Особливості розвитку ціннісно-сміслових орієнтацій майбутніх управлінців. URL: [http://www.dgma.donetsk.ua/science_public/science_vesnik/№1\(22E\)_2017/article/32.pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/science_public/science_vesnik/№1(22E)_2017/article/32.pdf).
68. Castells M. The Network Society. Edward Elgar Publishing, 2004. URL: <https://doi.org/10.4337/9781845421663>
69. Fedorkov O. M. Development of the political worldview of young people under the influence of media resources. Scientific notes of Taurida National V.I. Vernadsky University, series Psychology. 2020. No. 4. P. 253–259. URL: <https://doi.org/10.32838/2709-3093/2020.4/40>
70. Festinger L. A Theory of Social Comparison Processes. Human Relations. 1954. Vol. 7, no. 2. P. 117–140. URL: <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>

71. Gärling, T., Fujii, S., Gärling, A., & Jakobsson, C. Moderating effects of social value orientation on determinants of pro environmental behavior intention. *Journal of Environmental Psychology*, 23. 2003. 1-9.
72. Irmer A., Schmiedek F. Associations between youth's daily social media use and well-being are mediated by upward comparisons. *Communications Psychology*. 2023. Vol. 1, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1038/s44271-023-00013-0>
73. Pearce L. D. Mixed Methods Inquiry in Sociology. *American Behavioral Scientist*. 2012. Vol. 56, no. 6. P. 829–848. URL: <https://doi.org/10.1177/0002764211433798>
74. Pérez-Torres V. Social media: a digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology*. 2024. URL: <https://doi.org/10.1007/s12144-024-05980-z>
75. Reid G. G., Boyer W. Social Network Sites and Young Adolescent Identity Development. *Childhood Education*. 2013. Vol. 89, no. 4. P. 243–253. URL: <https://doi.org/10.1080/00094056.2013.815554> (date of access: 21.05.2024).
76. Status of Mind: Social media and young people's mental health // Royal Society for Public Health, 2017. 31 p
77. Tillman, D. Living values. Activities for Young Adults. N.Y. International Coordinating Office, 2001. – 85 p.
78. Yue Z., Rich M. Social Media and Adolescent Mental Health. *Current Pediatrics Reports*. 2023. URL: <https://doi.org/10.1007/s40124-023-00298-z>

ДОДАТКИ

Додаток А

Опитувальник «Сенсожиттєвих орієнтацій» Д. Леонтєєва

Опитувальник призначений для оцінки «джерела» сенсу життя, яке може бути знайдене або у майбутньому, тобто цілі, або у теперішньому, тобто процес, або у минулому, тобто результат, або у всіх трьох складових життя.

Інструкція. Вам запропоновано кілька протилежних тверджень. Ваше завдання вибрати одне з тверджень, яке на Вашу думку більше відповідає дійсності, і відзначити одну з цифр 1, 2, 3 залежно від того, наскільки Ви впевнені у виборі (або 0 якщо обидва твердження на Ваш погляд однаково вірні).

Текст опитувальника

1. Зазвичай мені дуже нудно – Зазвичай я сповнений енергії
2. Життя здається мені завжди хвилюючим і захоплюючим – Життя здається мені абсолютно спокійним і рутинним
3. У житті я не маю певних цілей та намірів – У житті я маю дуже ясні цілі та наміри
4. Моє життя видається мені вкрай безглуздим і безцільним – Моє життя видається мені цілком осмисленим і цілеспрямованим
5. Кожен день здається мені завжди новим і несхожим на інші – Кожен день здається мені схожим на всі інші
6. Коли я піду на пенсію, я почну займатися цікавими речами, якими завжди мріяв зайнятися – Коли я піду на пенсію, я постараюся не обтяжувати себе жодними турботами
7. Моє життя склалося саме так, як я мріяв – Моє життя склалося зовсім не так, як я мріяв
8. Я не досяг успіхів у здійсненні своїх життєвих планів – Я здійснив багато з того, що було заплановано в житті

9. Моє життя порожнє і нецікаве – Моє життя наповнене цікавими справами
 10. Якби мені довелося підбивати сьогодні підсумок мого життя, то я б сказав, що воно було цілком осмисленим – Якби мені довелося сьогодні підбивати підсумок мого життя, то я б сказав, що воно не мало сенсу
 11. Якби я міг обирати, то я побудував би своє життя зовсім інакше – Якби я міг вибирати, то я прожив би життя ще раз так само, як живу зараз
 12. Коли я дивлюся на навколишній світ, він часто приводить мене в розгубленість і занепокоєння – Коли я дивлюся на навколишній світ, він зовсім не викликає у мене занепокоєння і розгубленості
 13. Я дуже відповідальна людина – Я зовсім не відповідальна людина
 14. Я вважаю, що людина має можливість здійснити свій життєвий вибір за власним бажанням – Я вважаю, що людина позбавлена можливості вибирати через вплив природних здібностей та обставин
 15. Я безперечно можу назвати себе цілеспрямованою людиною – Я не можу назвати себе цілеспрямованою людиною
 16. У житті ще не знайшов свого покликання і ясних цілей – У житті я знайшов своє покликання та ціль
 17. Мої життєві погляди ще не визначились – Мої життєві погляди цілком визначились
 18. Я вважаю, що мені вдалося знайти покликання та цікаві цілі в житті – Я навряд чи здатний знайти покликання та цікаві цілі в житті
 19. Моє життя в моїх руках, і я сам керую нею – Моє життя не підвладне мені і воно керується зовнішніми подіями
 20. Мої повсякденні справи приносять мені задоволення та задоволення – Мої повсякденні справи приносять мені суцільні неприємності та переживання
- Обробка даних опитування.* Обробка результатів зводиться до підсумовування числових значень для всіх 20 шкал та переведення сумарного балу в стандартні значення (відсотки).
- Для підрахунку балів необхідно перевести зазначені випробувані позиції на симетричній шкалі 3210123 в оцінки за висхідною або низхідною

асиметричною шкалою. Висхідна послідовність градацій (від 1 до 7) чергується у випадковому порядку з низхідною (від 7 до 1), причому максимальний бал (7) завжди відповідає полюсу наявності мети у житті, а мінімальний бал (1) - полюсу її відсутності. При підрахунку балів за ключом дотримуються наступного правила:

- у висхідну шкалу 1 2 3 4 5 6 7 переводяться пункти 1, 3, 4, 8, 9, 11, 12, 16, 17.
- у низхідну шкалу 7 6 5 4 3 2 1 переводяться пункти 2, 5, 6, 7, 10, 13, 14, 15, 18, 19, 20.

Після цього підсумовуються бали асиметричних шкал, відповідні позиціям, зазначених випробуванням.

Субшкала 1 (цілі в житті) - 3, 4, 10, 16, 17, 18.

Субшкала 2 (процес життя) - 1, 2, 4, 5, 7, 9, 10, 12, 20.

Субшкала 3 (результат життя) - 8, 9, 10, 12, 20.

Субшкала 4 (локус контролю - Я) - 1, 15, 16, 19.

Субшкала 5 (локус контролю - життя) - 7, 10, 11, 14, 18, 19.

Загальний показник - свідомість життя (ОЖ) - всі 20 пунктів.

Додаток Б

Методика «діагностика індивідуальних цінностей» ш. Шварца

(адаптація о. Тихомандрицької, е. Дубовської)

Визначає 10 різних мотиваційних типів, утворених певними цінностями, кожному з яких відповідає деяка мотиваційна мета. Ці типи задають загальну спрямованість життєдіяльності людини, а також орієнтують її конкретні дії.

Інструкція. Оцініть, наскільки важлива кожна із запропонованих цінностей для Вас особисто. Для оцінки використовуйте таку шкалу:

7 - винятково важлива цінність як керівний принцип Вашого життя (зазвичай таких цінностей буває одна-дві);

6 - дуже важлива;

5 - досить важлива;

4 - важлива;

3 - не дуже важлива;

2 - мало важлива;

1 - не важлива;

0 - абсолютно байдужа;

-1 - це протилежно принципам, яких Ви дотримуєтесь.

Список цінностей	Бали								
	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Рівність (однакові можливості для всіх)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Згода з самим собою (мир всередині себе)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Соціальна влада (панування над іншими людьми)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Насолода (задоволення всіх бажань)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Свобода (свобода дій і думок)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

Духовність (домінування духовної, а не матеріальної сторони життя)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Турбота про себе (відчуття, що іншим є до тебе справа)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Соціальний порядок (стабільність суспільства)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Насиченість життя (цікаве, наповнене життя)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Осмисленість існування (наявність мети в житті)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Ввічливість (ввічливість, вихованість)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Багатство (власність, майно, гроші)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Національна безпека (захищеність держави від ворогів)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Самоповага (віра у власну значимість)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Почуття подяки (прагнення віддавати борги)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Творчість (унікальність, уява, віра в свої творчі здібності)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Мир на Землі (свобода від воєн і конфліктів)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Традиції (збереження звичаїв)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

Велика справжня любов (глибока емоційна й духовна близькість)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Самодисципліна (стриманість, боротьба з спокусами)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Недоторканність внутрішнього світу (право на таємницю особистого життя)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Безпека сім'ї (безпека тих, кого ми любимо)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Соціальне визнання (повага, схвалення іншими)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Єднання з природою (включення в природу, відповідність природі)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Різноманітне життя (постійні зміни, життя, насичене подіями)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Мудрість (зріле, глибоке розуміння життя)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Влада (право керувати, командувати людьми)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Вірна дружба (близькі, надійні друзі)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Естетична насолода (краса природи, світу)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Соціальна справедливість (захист прав людей, турбота про слабких)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

Самостійність (впевненість в собі, самодостатність)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Помірність (уникнення крайнощів)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Відданість (вірність друзям, групі)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Цілеспрямованість (наполегливість у досягненні мети)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Широта поглядів (терпимість до ідей і думок, відмінних від моїх)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Смирнення (скромність, шанобливість)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Відвага (пошук пригод, ризику, небезпеки)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Захист навколишнього середовища (охорона природи)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Впливовість (вплив на людей і події)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Повага старших (повага до віку)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Самостійна постановка цілей (цілеспрямованість)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Здоров'я (здоров'я фізичне і психічне)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Компетентність, професіоналізм (вміння працювати, ефективність)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

Прийняття життя таким, яким воно є (пристосування до життєвих обставин)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Чесність (непідробленість, щирість)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Репутація (збереження свого обличчя)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Послух (обов'язковість, старанність)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Інтелект (логічність, вміння думати)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Доброзичливість (робота на благо інших)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Життєрадісність (здатність радіти життю)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Благочестя (слідування релігійним віруванням і переконанням)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Відповідальність (надійність)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Допитливість (інтерес до всього)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Поблажливість (готовність прощати)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Успіх (досягнення цілей)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Охайність (акуратність)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
Потурання собі, поблажливість до себе (доставлення собі задоволення)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

Релігійність (віра в Бога)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
----------------------------	----	---	---	---	---	---	---	---	---

Методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокіча

Інструкція до тесту

"Зараз Вам буде пред'явлений набір з 18 карток з позначенням цінностей. Ваше завдання - розкласти їх по порядку значимості для Вас як принципів, якими Ви керуєтеся у Вашому житті.

Уважно вивчіть таблицю і, вибравши ту цінність, яка для Вас найбільш значима, помістіть її на перше місце. Потім виберіть другу за значимістю цінність і помістіть її слідом за першою. Потім виконайте те ж з усіма рештою цінностями. Найменш важлива залишиться останньою і займе 18 місце.

Розробіть не поспішаючи, вдумливо. Кінцевий результат повинен відбивати Вашу справжню позицію".

Тестовий матеріал

Список А (термінальні цінності):

1. активна діяльна життя (повнота та емоційна насиченість життя);
2. життєва мудрість (зрілість суджень і здоровий глузд, що досягаються життєвим досвідом);
3. здоров'я (фізичне і психічне);
4. цікава робота;
5. краса природи і мистецтва (переживання прекрасного в природі і в мистецтві);
6. любов (духовна і фізична близькість з коханою людиною);
7. матеріально забезпечене життя (відсутність матеріальних труднощів);
8. наявність хороших і вірних друзів;
9. суспільне покликання (повага оточуючих, колективу, товаришів по роботі);
10. пізнання (можливість розширення своєї освіти, кругозору, загальної культури, інтелектуальне розвиток);

- 11.продуктивна життя (максимально повне використання своїх можливостей, сил і здібностей);
- 12.розвиток (робота над собою, постійне фізичне і духовне вдосконалення);
- 13.розваги (приємне, необтяжливе проведення часу, відсутність обов'язків)
- 14.свобода (самостійність, незалежність у судженнях і вчинках)
- 15.щасливе сімейне життя
- 16.щастя інших (добробут, розвиток і вдосконалення інших людей, всього народу, людства в цілому)
- 17.творчість (можливість творчої діяльності)
- 18.впевненість у собі (внутрішня гармонія, свобода від внутрішніх протиріч; сумнівів).

Список Б (інструментальні цінності):

1. акуратність (охайність), вміння тримати в порядку речі, порядок у справах;
2. вихованість (гарні манери);
3. високі запити (високі вимоги до життя і високі домагання);
4. життєрадісність (почуття гумору);
5. старанність (дисциплінованість);
6. незалежність (здатність діяти самостійно, рішуче);
7. непримиренність до недоліків у собі та інших;
8. освіченість (широта знань, висока загальна культура);
9. відповідальність (почуття боргу, вміння тримати своє слово);
- 10.раціоналізм (вміння тверезо і логічно мислити, приймати обдумані, раціональні рішення);
- 11.самоконтроль (стриманість, самодисципліна);
- 12.сміливість у відстоюванні своєї думки, поглядів;
- 13.тверда воля (вміння настояти на своєму, не відступати перед труднощами)
- 14.терпимість (до поглядів і думок інших, вміння прощати іншим їхні помилки та омани)

- 15.широта поглядів (уміння зрозуміти чужу точку зору, поважати інші смаки, звичаї, звички)
- 16.чесність (правдивість, щирість)
- 17.ефективність у справах (працьовитість, продуктивність у роботі)
- 18.чуйність (дбайливість)