

**Ольга Гуцол,**  
кандидат політичних наук, доцент,  
доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю  
Факультету журналістики  
Київського столичного університету  
імені Бориса Грінченка

**Olha Hutsol,**  
PhD of political sciences, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Advertising  
and Public Relations,  
Faculty of Journalism,  
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University  
<https://orcid.org/0000-0002-6535-0082>  
Email: [o.stadnichenko@kubg.edu.ua](mailto:o.stadnichenko@kubg.edu.ua)

**Раїса-Ульяна Гуцол,**  
здобувач Факультету журналістики  
Київського столичного університету  
імені Бориса Грінченка

**Raisa-Ulianna Hutsol,**  
student Faculty of Journalism,  
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University  
<https://orcid.org/0009-0006-3598-9607>  
Email: [rphutsol.fj23@kubg.edu.ua](mailto:rphutsol.fj23@kubg.edu.ua)

УДК 32.019.5:654.19]:378.011.3-057.87

DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1715>

## МЕДІА ТА ПОЛІТИКА: ЯК ЗМК ВПЛИВАЮТЬ НА ПОЛІТИЧНІ УПОДОБАННЯ ТА ПЕРЕКОНАННЯ СТУДЕНТІВ



## MEDIA AND POLITICS: HOW MASS MEDIA INFLUENCE STUDENT'S POLITICAL BELIEFS AND PREFERECES

**АНОТАЦІЯ.** У сучасному світі, переповненому інформацією та маніпуляціями, довіра до медіа стає ключовим чинником формування політичних установок і переконань молодого покоління. ЗМК та політика взаємодіють у непростий та неоднозначний спосіб, впливаючи на політичні переконання різних поколінь суспільства та їх уподобання через вплив на розум і почуття. Мас-медіа, як невід'ємна складова частина глобальної інформаційної панорами, виконують роль не лише постачальників новин, але й активних агентів політичної соціалізації, адже саме в університетському середовищі, де студенти перебувають на перехресті освітньої та громадянської активності, відбувається формування їх світогляду і майбутньої громадянської позиції. Ця наукова стаття присвячена дослідженню впливу мас-медіа на політичні уподобаннями і переконання українських студентів. Розглядаючи теоретичні аспекти впливу медіа на формування політичного світогляду, проаналізовано також практичні виміри цього впливу, роль медіаграмотності у становленні політичних переконань серед студентської аудиторії. Взаємодія з різними медіаплатформами, включаючи традиційні ЗМК та активність у цифрових соціальних мережах, не лише надає студентам можливість отримувати різноманітну інформацію, але й формує їх критичне сприйняття політичної дійсності. Важливо зрозуміти, як саме довіра або недовіра до ЗМК визначає формування політичних уподобань та переконань, якими є маркери довіри чи недовіри і як студенти вбачають шляхи формування політично свідомої та активної особистості. Актуальність цієї теми полягає ще й в тому, що політичні уподобання та переконання формують не лише індивідуальний світогляд окремого студента, а й визначають суспільно-політичну активність наступних поколінь. Розуміння того, як медіа впливають на цей процес, може послужити підґрунтям для розробки ефективних стратегій медіа-освіти, спрямованих на розвиток критичного мислення та аналітичних навичок серед студентської громади.

**Ключові слова:** масмедіа, політика, маніпуляції, онлайн-опитування, політичні переконання, громадянська позиція.

**ABSTRACT.** In today's world, full of information and manipulation, trust in the media becomes a key factor in the formation of political attitudes and beliefs of the younger generation. Media and politics interact in complex and ambiguous ways, influencing the political beliefs and preferences of different generations of society through their influence on the mind

*and feelings. Mass media, as an integral component of the global information panorama, perform the role not only of news providers but also of active agents of political socialization because it is in the university environment, where students are at the crossroads of educational and civic activity, that their worldview and future civic activity is formed. Positions This scientific article is devoted to the study of the influence of mass media on the political preferences and beliefs of Ukrainian students. Considering the theoretical aspects of the influence of the media on the formation of a political worldview, the practical dimensions of this influence are also analyzed, the role of media coverage in the formation of political beliefs among the student audience. Interaction with various media platforms, including traditional media and activity in digital social networks, not only provides students with the opportunity to receive various information but also forms their critical perception of political reality. It is important to understand exactly how trust or distrust of mass media determines the formation of political preferences and beliefs, what the markers of trust or distrust are, and how students see the ways of forming a politically conscious and active personality. The relevance of this topic also lies in the fact that political preferences and beliefs shape not only the individual worldview of an individual student but also determine the socio-political activity of subsequent generations. Understanding how media influence this process can serve as a basis for developing effective media education strategies to develop critical thinking and analytical skills among the student community.*

**Keywords:** mass media, policy, manipulations, online survey, political beliefs, civil position.

© О. Гуцол, Р. Гуцол, 2024

**В**ступ. Політика, як специфічна сфера людської діяльності, неможлива без опосередкованих форм спілкування між носіями влади, політичними партіями, інститутами громадянського суспільства і окремими громадянами. Масова комунікація і мас-медіа завжди були важливою і визначальною складовою суспільно-політичного процесу будь-якої держави. У самому визначенні терміна «політика» вже окреслена важливість комунікативного аспекту: це колективна, складно організована, цілеспрямована діяльність, спеціалізована форма спілкування людей для реалізації групових і суспільних цілей та інтересів. Функціонально ЗМК повинні вирішувати певні задачі суспільно-політичного життя, реально ж вони є доволі самостійними гравцями на цій арені і можуть мати власні цілі діяльності, які далеко не завжди збігаються з інтересами суспільства.

У політичній системі демократичного суспільства, у його інформаційному просторі ЗМК відіграють настільки важливу роль, що їх навіть метафорично називають «четвертою владою». Авторство терміна «ЗМК – четверта влада» приписують британському філософу і публіцисту Т. Карлайлу, який писав, що «в парламенті представлені три влади (аристократія, духівництво і маси), але при цьому існує й четверта влада – репортери (преса), роль яких подекуди важливіша, адже вони покликані бути очима і вухами усіх людей, розповідаючи їм про події в державі, про дії влади і притягаю-

чи до відповідальності лідерів» [1]. Вітчизняна дослідниця А. Митко не погоджується з характеристикою ЗМК як «четверта влада», аргументуючи це тим, що ЗМК не мають юридичного права впливати на події чи осіб, не несуть відповідальності за прийняті рішення, а значить, владою їх називати не можна [2]. Водночас брак юридичного чинника не означає брак реальної можливості впливати на громадян, формувати масову свідомість і управляти поведінкою людей в інший спосіб. Так, ЗМК мають автономію в питанні виготовлення та відбору відомостей, що розповсюджують у суспільстві. Це є реальним важелем владних повноважень, тому що від того, яку інформацію отримують агенти політики багато в чому залежить їх поведінка та дії. Контроль над інформаційними потоками дає ЗМК змогу маніпулювати свідомістю громадян, адже інформацію можна: спотворити за допомогою неповного, одностороннього подання, сфабрикувати, видавши провокаційну інформацію за реальну, відредагувати, додавши власні домисли та коментарі, інтерпретувати у вигідному для маніпулятора світлі або навіть просто приховати... Арсенал методів маніпуляційних технологій досить широкий. Далеко неповний їх перелік може виглядати так: «спіраль мовчання», сугестія, дезінформація, створення інформаційної реальності, стереотипізація, емоційний резонанс, посилення на анонімний авторитет, констатація факту, відволікання уваги, повтор інформації та багато інших [3].

Політичний вплив мас-медіа здійснюють через вплив на розум і почуття людини. Іншим важливим засобом впливу є визначення тем і напрямів суспільно-важливої інформації. Як правило головний критерій при цьому – увага публіки, що врешті має визначити успіх ЗМК у боротьбі з конкурентами. У демократичних державах переважає раціональна модель масових комунікацій, розрахована на переконання людей за допомогою інформування, аргументації та логіки. Ця модель відповідає сформованому типу високої політичної культури, яка передбачає змагальність медіа в боротьбі за повагу і довіру аудиторії, об'єктивність, достовірність, баланс думок і точок зору, заборону розпалювання в ЗМК ворожнечі тощо. Тоталітарні та авторитарні режими широко використовують методи психологічного навіювання, методи емоційного впливу для розпалювання фанатизму, недовіри або ворожнечі, а також методи пропаганди [4]. Але і в демократичних, і в недемократичних політичних режимах існують методи прихованого маніпулювання, які є не настільки очевидними, щоб їх відкрито розпізнавала широка громадськість, при цьому вони не тільки інтерпретують політичну дійсність, але й нерідко формують її.

Мас-медіа та політика взаємодіють у непростий та неоднозначний спосіб, водночас вплив ЗМК на політичні переконання різних поколінь суспільства та їх уподобання є незаперечним. Студенти, як споживачі такої інформації і активні користувачі різних медіа-платформ, знають значного інформаційного впливу і можуть бути використані для різних політичних активностей. Тут варто пам'ятати про категоричність мислення молодого покоління і те, що більшість революцій у світі здійснюється саме за активної участі студентства. Тому важливо розглянути, як ця інформація формує їхні погляди на політичні події, кандидатів, партії та проблеми державного і суспільного розвитку і наскільки студенти здатні відчуті і виокремити ці маніпулятивні технології ЗМК.

**Мета та завдання дослідження.** Метою статті є дослідження гіпотези про те, що мас-медіа мають суттєвий та навіть визначальний вплив на формування політичних переконань та уподобань студентів, і цей вплив прихований та не

завжди усвідомлений самими реципієнтами. Завдання дослідження: провести аналітичне вивчення через онлайн-опитування усвідомленості та чіткого розуміння впливу мас-медіа на політичні переконання студентів та проаналізувати результати цих опитувань щодо можливих напрямів розвитку сучасної медіаосвіти.

**Методологія.** Методологію науково-дослідницького пошуку було здійснено за допомогою загальнонаукових методів і спеціальних методик, зокрема: аналіз літератури з зазначеної проблеми; розробка і формулювання запитань для опитування та організація онлайн-опитування серед студентів трьох вітчизняних ЗВО (університети було обрано рандомно, враховуючи відкритість до контакту та фізичну можливість провести опитування, соціологічна вибірка не проводилася); аналіз отриманих відповідей. Методологія дослідження покликана забезпечити всебічний аналіз проблеми розуміння студентами впливу мас-медіа на їх політичні уподобання і переконання, а також усвідомлення ними маніпулятивних стратегій ЗМК.

**Результати й обговорення.** Сьогодні в постіндустріальних країнах світу все більше затверджується модель суспільства, в якому інформація стає визначальним фактором і вектором суспільного-політичного розвитку та функціонування політичної влади. Такі традиційні ресурси влади, як сила та багатство, не зникли, але вони все більше поступаються перед інформацією. «Мати важливу інформацію – означає мати владу; вміти відрізнити важливу інформацію від неважливої – означає володіти ще більшою владою; можливість розповсюджувати важливу інформацію у власній режисурі чи замовчувати її – означає мати подвійну владу» [5]. Друковане й усне слово, телевізійне зображення, інтернет-контент здатні в найкоротші терміни досягти найбільш віддалених територій, проникнути в будь-яке соціально-політичне середовище. ЗМК – потужна сила впливу на свідомість людей, засіб оперативного донесення інформації в різні куточки світу, найбільш ефективний засіб впливу на емоції людини, здатний переконувати реципієнта і визначати його поведінку, симпатії і переконання.

Для вивчення гіпотези, що мас-медіа мають визначальний вплив на формування політич-

них переконань та уподобань студентів і рівень усвідомленості цього впливу, було проведено соціологічне вивчення думок студентів у вигляді інтернет-анкетування. Опитування проходило у трьох українських ЗВО – Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка, Вінницькому національному технічному університеті та Національному університеті «Чернігівська політехніка». Опитування проводилося у грудні 2023 року. Було отримано відповіді від 205 студентів. Вік опитуваних – від 17 до 21 року. Співвідношення опитаних за статевою ознакою: 61,3 % – жінки, 38,7 % – чоловіки. Респондентам було запропоновано відповісти на 10 запитань: Як часто ви читаете новини у мас-медіа (телебачення, газети, інтернет, радіо)? Чи довіряєте ви інформації, яку отримуєте із ЗМК? Чи мають вплив мас-медіа на ваші політичні переконання? Чи змінювалися колись ваші політичні уподобання через інформацію в ЗМК? Чи відчували ви маніпулятивні аспекти висвітлення в мас-медіа політичної інформації? Які ЗМК, на вашу думку, мають більш маніпулятивний характер? Чи вважаєте ви, що українські мас-медіа є об'єктивними у відображенні політичних подій? Чи вважаєте ви, що зарубіжні (європейські, американські) мас-медіа є об'єктивними у відображенні політичних подій? Чи розумієте ви значення поняття «журналістика думання»? Які зміни ви б хотіли бачити у ЗМК для оптимізації їх впливу на політичну свідомість молоді?

На запитання про те, як часто студенти читають новини у ЗМК відповіді були такими: часто – 56,9 %, іноді – 31,4 %, рідко – 11,8 %. Отже, перший висновок, який ми зробили в ході дослідження – це висновок про доволі високий рівень зацікавленості суспільно-політичними процесами і активну життєву позицію молодого покоління. Адже мас-медіа, як традиційні (телебачення, радіо, газети), так і цифрові (інтернет-новини, соціальні мережі), відіграють ключову роль у створенні образу політичної ситуації. Телебачення розповсюджує новини та аналітику, які можуть впливати на формування думок студентства, часто виступає важливим, однак не основним, джерелом новин для них. Зміст новинних програм, об'єм покриття різних політичних подій можуть впливати на

сприйняття студентами цих новин і ситуації. Ключовим джерелом отримання інформації і новин, а отже, і ключовим за впливом на політичні уподобання студентів, є соціальні мережі. Вони стають платформою для обговорення політичних тем, поширення новин та впливу на думки молодого покоління. Студентам важливо знати і враховувати роль алгоритмів соціальних мереж, які можуть створювати фільтрування інформації та показувати реципієнтам лише певні точки зору, а отже, які здійснюють маніпулятивний вплив. Нам було цікаво дослідити розуміння студентами наявності різних маніпулятивних технік подання інформації в ЗМК. Крім цього, дослідження можуть розкрити, як влада зі своєю політичною агендою використовує медіа для впливу на студентське середовище, і які можливі шляхи контролю та регулювання медіа можуть впливати на об'єктивність інформації.

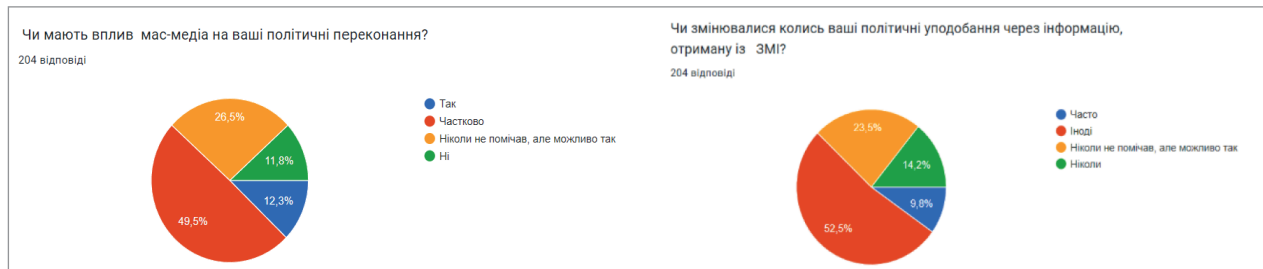
Відповіді на питання про рівень довіри в опитуваних до отримуваної інформації продемонстрували високу критичність сприйняття політичної інформації: 88,1 % опитаних відповіли, що частково довіряють ЗМК, 6,4 % – повністю довіряють, 5,4 % – не довіряють. Припускаємо, що така обережність студентів у довірі пов'язана із медіаграмотністю. Адже критичне мислення – це той тип мислення, що забезпечує самостійні та відповідальні дії, а також характеризується самовдосконаленням. Відомо, рівень довіри і ефективність впливу мас-медіа значною мірою залежить від інтенсивності та маніпулятивності самого впливу, з одного боку, і критичності мислення і рівня медіаграмотності реципієнтів, з іншого. Медіаграмотність допоможе правильно відділяти зерно від половини, повсякчас зберігати емоційну та психологічну стійкість, уникати масової паніки, ухвалювати правильні рішення на основі ретельно перевіреної інформації, у час війни медіаграмотність необхідна – без жодних перебільшень – для захисту свого життя.

Об'єктом дослідження були і моделі реагування студентів на інформацію в медіа та розуміння рівня усвідомлення ними маніпулятивних технологій. Тому наступні два запитання в онлайн-анкеті були близькими за змістом (Чи мають вплив мас-медіа на ваші політичні пере-



конання? Чи змінювалися колись ваші політичні уподобання через інформацію в ЗМК?). Відповіді продемонстрували, що студенти чітко усвідомлюють вплив мас-медіа на своє бачення політич-

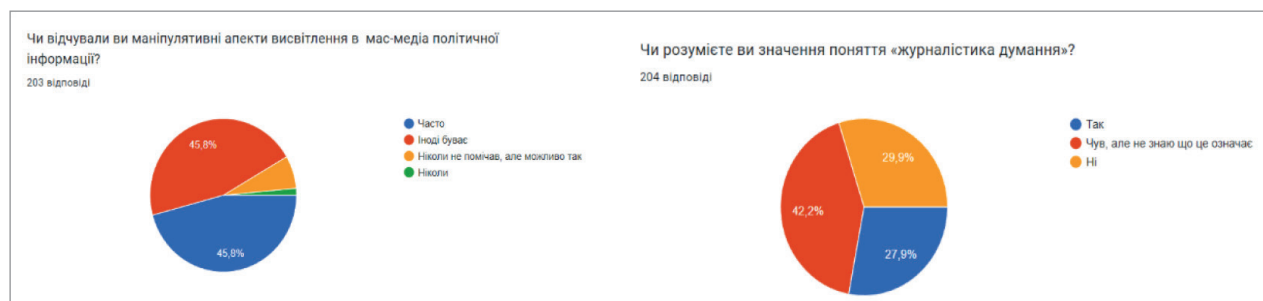
них процесів і свою інформаційну чутливість, водночас вони вважають себе достатньо обізнаними в критичному сприйнятті й аналітичному відборі інформації:



Як зазначає І. Бойчук, існує три моделі регування громадян на інформацію в медіа: модель позитивної інформаційної чутливості, при якій громадяни довіряють і реагують на матеріали конкретного ЗМК саме в тому ключі (позитивному чи негативному), в якому політичний персонаж подається у ЗМК; модель нульової інформаційної чутливості, коли такого зв'язку немає або він не є значним; модель протестної або негативної чутливості, коли зміни політичних та електоральних уподобань аудиторії конкретного ЗМК протилежні тому, як їх подає цей ЗМК [6]. З огляду на це, важливість такого критичного мислення студентів виступає обнадійливим чинником суспільно-політичного розвитку. У цьому аспекті важливо пам'ятати, що ці впливи можуть формувати не лише індивідуальні переконання, але й визначати групові настрої та сприяти або ускладнювати громадський діалог.

Відповіді респондентів на питання про маніпулятивні аспекти висвітлення в мас-медіа

політичної інформації знову демонструють їх аналітичність і критичний підхід до сприйняття політичних новин: 45,8 % – часто помічали маніпуляції, 45,8 % – іноді помічали, 1,5 % – ніколи не відчували, 6,9 % – ніколи не помічали, але припускають, що таке може бути. Отже, цифри засвідчують і підтверджують заявлене студентами вміння працювати з інформацією. На думку опитаних, найбільш маніпулятивний характер має телебачення, новинні канали в соціальних мережах і марафон «Єдині новини». Також цікавими виявилися отримані в опитуванні цифри щодо довіри вітчизняним і зарубіжним (тут мова про європейські і американські канали інформації) ЗМК. Об'єктивними у відображенні політичних подій українські мас-медіа вважають 3 % респондентів, зарубіжні мас-медіа – 5,9, переважно об'єктивними українські медіа вважають 58,9 % опитаних, зарубіжні медіа – 59,4 % опитаних, необ'єктивними у подачі політичної інформації вітчизняні ЗМК назвали 4 % респондентів, зарубіжні медіа – 5 % респондентів.



Якщо порівняти отримані результати з результатами минулорічних досліджень, проведених Київським міжнародним інститутом соціології щодо довіри громадян до соціальних інституцій (січень 2023 року), то побачимо, що цифри

майже не змінилися: «Довіра до українських ЗМК за останній рік зросла з 32 % до 57 % (баланс зріс з -7 % до +43 %) [7].

Також хочемо закцентувати на відповідях студентів щодо питання, чи розуміють вони

поняття «журналістика думання». Більшість із них чули і знають, що це (27,9 %), або чули, але не знають, що це (42,2 %). Це вселяє надію, адже «журналістика думання» повинна бути особливою сферою журналістської творчості, коли журналіст не просто інформує та розважає, а, в першу чергу, мислить практично і критично та формує інформаційні матеріали відповідально. Тоді преса впливатиме головним чином на владу, а не на суспільні настрої і громадську думку, а влада змушена буде прислухатися до суспільства. М. Житар'юк, осмислюючи взаємовплив і взаємодію медіа і політики, звертає увагу на низку негативних системних явищ в інформаційному просторі України і наголошує, що це є результатом політичної маргіналізації та світоглядного релятивізму. Зокрема, він акцентує, що нерідко в сучасній журналістиці домінує жага вислужитися перед політичними силами-спонсорами, перед медіавласниками-олігархами і робить висновок: допоки в професійному журналістському середовищі триватиме дискусія у форматі «Хто кращий? Кого слід покарати?», а не «Треба об'єднатися задля збереження й розбудови України», доти й наша держава, і наша журналістика будуть у небезпеці [8]. Саме тому активне функціонування «журналістики думання» важливе для усього українського суспільства і локальних спільнот, які завдяки ЗМК могли б підвищувати загальну та політичну культуру. «Журналістика думання» мала б поєднувати в собі інформаційну, аналітичну та спеціалізовану журналістику (екологічну, економічну), в якій журналісти орієнтувалися б не на сенсаційність і жагу до грошей, а на поставлену гостру соціальну проблему, сприяли вирішенню і ухваленню відповідних політичних рішень [9].

На останнє питання опитування про бажані зміни у ЗМК для оптимізації їх впливу на політичну свідомість молоді було отримано тільки 110 відповідей (трохи більше половини респондентів надали відповідь). Отримані відповіді були такими: «Казати правду! Як позитивне, так і негативне, без замовчування і приховування», «Для змін в сфері ЗМК потрібно «викидати» стару школу журналістики, що висвітлюють лише інформацію, зручну їхньому спонсору, і набирати нове молоде покоління, що прагне

справедливості», «Більше правди», «Об'єктивність і різноманіття поглядів, фактична інформація та лише перевірені джерела», «Зняття рожевих окулярів», «Відображення справжніх подій та проблем (приклад: мобілізація, ситуація на фронті)», «Все влаштовує», «Складно відповісти» тощо. Тут цікаво навести думку данського журналіста і медіаексперта Майкла Андерсена: «Об'єктивності не існує – вся справа у фокусі, у тому, на що ти дивишся і що саме бачиш. Водночас це не виправдовує брехню журналіста. Треба бути чесним зі своєю аудиторією. Чесність в журналістиці передбачає, що, якщо в тебе є певні упередження, то потрібно сказати про це відкрито: «Я так бачу, на цьому фокусуюсь» [10].

Висновки та перспективи дослідження. У світі, де інформаційні потоки переплітаються, а медіа стає не лише джерелом новин, але й активним гравцем на політичній арені, розуміння механізмів впливу медіа на політичні уподобання та переконання молодого покоління є вельми актуальним. Мас-медіа і політика являють собою складні багатогранні інститут, взаємодія яких складається з безлічі аспектів, які забезпечують інформування населення про те, що відбувається в кожній конкретній країні і в усьому світі. Від того, яку інформацію, в якій формі і з якими коментарями отримують суб'єкти політики, багато в чому залежать їх подальші дії, адже нерідко вони виступають їх коментаторами і розповсюджувачами. Тому відбір найбільш важливої інформації та її подання у доступній масовій аудиторії формі і коментування – важливе завдання всієї системи ЗМК [11].

Наше аналітичне дослідження цієї проблеми дозволило сформулювати кілька ключових висновків. По-перше, мас-медіа має вагомий вплив на формування політичної свідомості і культури студентів. Університети є місцем, де студенти переосмислюють свої цінності та переконання, і тут медіа відіграють значущу роль у формуванні їхньої політичної ідентичності. Аналізуючи взаємодію студентів із медіа, ми переконалися, що це впливає на їхні переконання та політичні уподобання і цей вплив вони усвідомлюють. Нині традиційні та цифрові медіа-платформи стають керованими інструментами, які визначають, якою інформацією користують-

ся аудиторія. Ріст використання соціальних мереж серед студентів створює новий вимір взаємодії медіа та політики, нові виклики і завдання перед медіаосвітою молодого покоління. Вивчення впливу традиційних медіа, таких як газети та телебачення, на політичні уподобання студентів є необхідним, оскільки ці платформи суттєво впливають на громадську думку.

По-друге, знання психологічних механізмів сприйняття інформації і наявність маніпулятивних технік підкреслює важливість розвитку критичного мислення і медіаграмотності саме серед студентів. Навички критичного аналізу та здатність розрізняти об'єктивність та суб'єктивність є ключовими в умовах інформаційного переобтяження суспільства. Головними факторами, через які мас-медіа здійснюють вплив на саму політику і на сприйняття політики громадянами – це емоційний вплив і інформаційний процес. Ще однією проблемою є поширення маніпуляцій та фейк-новин. Студенти можуть стикатися з інформацією, яка не завжди є достовірною і навчити їх аналізувати інформацію, перевіряти її достовірність та розуміти можливий вплив медіа на їхні погляди є критичним аспектом в сучасному інформаційному суспільстві. Алгоритми, що визначають відображення інформації у новинній стрічці, та взаємодія з різними політичними групами можуть значно впливати на формування політичних уподобань.

По-третє, структуроване дослідження рівня довіри молодого покоління до вітчизняних і зарубіжних ЗМК продемонструвало відсутність градації в рівні довіри студентів до іноземних мас-медіа. Традиційно тривалий час зберігалася тенденція до захоплення молоддю усім іноземним, і була небезпека, що це поширюється і на довіру до іноземних мас-медіа. Наразі можемо засвідчити критичний підхід молоді до споживан-

ня інформації, незалежно від країни походження і зростання рівня довіри до вітчизняних ЗМК.

Можна зробити висновок, що взаємодія медіа та політики унікальна, динамічна та потенційно детермінантна для політичної активності студентів. Поглиблене розуміння цього процесу є необхідним для формування належної медіаграмотності, критичного мислення та розвитку високоінформованих громадян. Інакше кажучи, розбірливий погляд на вплив медіа на політичні уподобання та переконання студентів має важливий національний та глобальний контекст. Розвиток освітніх ініціатив, які спрямовані на розвиток медіаграмотності, та активна участь університетів у формуванні критичного світогляду студентів можуть слугувати ключем до створення суспільства, яке розуміє та керує своєю інформаційною оболонкою. З огляду на ці виклики, важливо розглядати перспективи розвитку медіа-освіти та критичного мислення серед студентів. Ключовою метою є формування у них навичок аналізу інформації, розрізнення надійних джерел від неправдивих, а також розвиток здатності враховувати різноманіття поглядів і підходів до висвітлення політичних подій. Вивчаючи вплив медіа на політичні переконання студентів, важливо досліджувати, як ці впливи можуть формувати не лише індивідуальні переконання, але й визначати групову динаміку та сприяти громадському діалогу або ускладнювати його. Подальший розвиток методів самозахисту студентів від маніпулятивного впливу медіа, напрацювання технологій з орієнтації в інформаційних потоках сучасного світу, критичне мислення є головним завданням сучасної медіаосвіти. Довгострокова стратегія розвитку медіаосвіти у вищій школі сприятиме розвитку і медіаграмотності сучасного студентства та формування громадянської відповідальності молоді.

### **Список використаної літератури**

1. Срібняк І. Історія журналістики. Київ : Міжнародний науково-освітній консорціум імені Люсьєна Фєвра, 2018. С.23.
2. Митко А. Тенденції становлення інформаційної демократії в умовах глобального розвитку. Історико-політичні проблеми сучасного світу. 2013. С. 95.
3. Манфред Май. Медіа-політика в інформаційному суспільстві / пер. з нім. Климченко та В. Олійник ; за ред. В. Іванова. Київ : Акад. укр. преси, Центр вільної преси, 2011. 34 с.
4. Шкуренко К. О. Мас-медіа та політика: навч.-метод. посіб. Миколаїв, 2019. С. 18.
5. ЗМК і політика. URL: <https://iri.org.ua/navchalni-resursy/zasobi-masovoi-informacii-i-politika> (дата звернення : 05.02.2024).
6. Бойчук І. В. Вплив засобів масової інформації (ЗМК) на участь громадян України у виборчих кампаніях. Держава і право. Юридичні і політичні науки. 2011. Вип. 59. С. 68.

7. КМІС: рівень довіри до ЗСУ за рік зріс до 96 %, до президента – до 84 %. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/news-kmis-opytuvannia-dovira/32221857.html> (дата звернення : 05.02.2024).
8. Житар'юк М. Закриття телеканалів News One, ZIK та «112 Україна»: медійний і політичний складник. Український інформаційний простір, 2021. 7. С. 98.
9. Коханко П., Денисюк С. Вплив ЗМК на формування української національної свідомості. URL: <file:///C:/Users/ostad/Downloads/10314-36806-1-PB.pdf> (дата звернення : 05.02.2024).
10. М. Андерсен: «Існує єдиний стандарт: матеріал повинен бути цікавим, якісним і чесним». URL: <https://theukrainians.org/jschool-andersen/> (дата звернення : 05.02.2024).
11. Комарчук О. О. Маніпулятивні технології ЗМК. Особистість, Суспільство, Політика. 2016. Ч. 1, Люблін, WSEI, С.120.

### References

1. Sribnyak, I. (2018). History of journalism [Istoriya zhurnalisty'ky']. Kyiv : International Scientific and Educational Consortium named after Lucien Febre, p.23.
2. Mytko, A. (2013). Trends in the formation of information democracy in the conditions of global development [Tendenciya stanovlennya informacijnoyi demokraciji v umovax global'nogo rozvy'tku]. Historical and political problems of the modern world, p. 95.
3. Manfred May (2011). Media Policy in the Information Society [Media-polity'ka v informacijnomu suspil'stvi]. Lane. with German. Klymchenko and V. Oliynyk; Ed. V. Ivanova. Kyiv : Acad. Sci. Ukr. Press, Free Press Center, 34 p.
4. Shkurenko, K. (2019). Mass media and politics: educational and methodological guide [Mas-media ta polity'ka: navchal'no-metody'chny'j posibny'k]. Mykolaiv, p.18.
5. Mass media and politics. Available at: <https://iri.org.ua/navchalni-resursy/zasobi-masovoi-informacii-i-politika> (accessed 05.02.2024).
6. Bojchuk, I. (2011). The influence of the mass media on the participation of Ukrainian citizens in election campaigns [Vplyv zasobiv masovoyi informaciyi (ZMK) na uchast' gromadyan Ukrainy u vy'borchy'x kampaniyax]. Derzhava i pravo. Yury'dy'chni i polity'chni nauky', vol. 59, p. 68.
7. KMIS: the level of trust in the Armed Forces increased to 96 % over the year, to 84 % in the president. Available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-kmis-opytuvannia-dovira/32221857.html> (accessed 05.02.2024).
8. Zhitaryuk, M. (2021). Closure of News One, ZIK and «112 Ukraine» TV channels: media and political component. Ukrainian Information Space, vol. 7, p. 98.
9. Kokhanko, P., Denysiuk, S. The influence of mass media on the formation of Ukrainian national consciousness Available at: <file:///C:/Users/ostad/Downloads/10314-36806-1-PB.pdf> (accessed 05.02.2024).
10. Michael Andersen. There is a single standard: the material must be interesting, high-quality and honest. Available at: <https://theukrainians.org/jschool-andersen> (accessed 05.02.2024).
11. Komarchuk, O. (2016). Manipulative mass media technologies [Manipulyaty'vni texnologiyi ZMK]. Personality, Society, Politics. edited by C. Tereshchenko, Yu. Budnyka, V. Gerasimovicha. Part 1, Lublin, WSEI, p.120.

Надіслано до редакції 02.03.2024 р.