

СУГЕСТИВНИЙ ВПЛИВ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ПОГЛЯДІВ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

СЕМЕНЮК Олег¹, СЕМЕНЮК Дар'я²

¹Доктор філологічних наук, професор, професор кафедри міжнародної журналістики, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, м. Київ (Україна)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1496-464X>

²Магістр психології, вільний дослідник, м. Кропивницький (Україна)
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-0644-0187>

UDC: 316.6:316.77:32-057.87

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено комплексному аналізу механізмів сугестивного впливу медіа на формування політичних пріоритетів та уподобань студентської молоді. Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі медіапростору у процесах політичної соціалізації молодих людей та посиленням впливу сучасних персоналізованих інформаційних технологій. У роботі розглянуто теоретико-методологічні засади феномену медіасугестії в молодіжному середовищі, здійснено аналіз українських і зарубіжних наукових праць, у яких сугестивність інтерпретується як психологічний механізм формування політичних установок осіб віком 18–25 років.

Метою статті є окреслення та характеристика основних соціально-психологічних механізмів сугестивного впливу масмедіа на політичні погляди студентської молоді. У дослідженні застосовано комплекс психодіагностичних методик, спрямованих на вивчення мотиваційних характеристик студентів, рівня їхньої конформності, довіри до інформаційних джерел, толерантності до невизначеності, а також схильності до формування парасоціальних взаємин із медіаперсонами. Основну увагу зосереджено на виявленні специфіки сугестивного впливу медіаконтенту та діагностиці психологічних чинників, що визначають рівень сприйнятливості студентської молоді до політичних повідомлень. Виокремлено ключові механізми впливу засобів масової комунікації, зокрема мотиваційні, конформні, когнітивні та комунікативні. Результати дослідження засвідчують наявність у студентської молоді поєднання психологічних характеристик, які, з одного боку, забезпечують відносну стійкість до традиційних форм медіаманіпуляції, а з іншого – формують підвищену вразливість до сучасних форм сугестивного впливу в умовах цифрового медіасередовища.

Проведене дослідження студентської молоді дозволило отримати комплексну картину психологічних механізмів, що визначають сприйнятливості до сугестивного політичного впливу медіа. Отримані результати створюють підґрунтя для розробки та реалізації програми, спрямованої на підвищення медіаграмотності та розвитку критичного мислення в студентському середовищі. У цьому вбачається подальший розвиток теми дослідження.

Ключові слова: масмедіа, політичні погляди, медіаграмотність, соціально-психологічні механізми, сугестія

Виклад матеріалу. Сьогодні не потребує доказів твердження, що сучасні медіа відіграють визначальну роль у формуванні світогляду та політичних орієнтацій студентської молоді. В умовах інтенсивного медіавпливу, що супроводжує процеси навчання й соціалізації, студенти не лише отримують інформа-

цію про політичні події та процеси, а й конструюють власні політичні переконання, установки та емоційні реакції на суспільно значущі явища. Обґрунтовано вважається, що медіаконтент впливає на когнітивні й емоційні аспекти сприйняття політичної реальності студентами і це безпосередньо позначається

Address for correspondence, e-mail: editpsychas@gmail.com
Copyright: © Oleg Semeniuk, Daria Semeniuk

This is an Open Access journal. This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
Link: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

на їхній готовності до громадянської активності та участі в суспільно-політичних процесах (Гуцол, 2024). У статті терміни *медіа*, *масмедіа* і *засоби масової комунікації (ЗМК)* вживаємо як синоніми.

У наукових розвідках останніх років значна увага приділяється різним аспектам впливу масмедіа на поведінку молоді. Дослідники наголошують, що політична соціалізація молоді в цифровому середовищі пов'язана не лише з безпосереднім споживанням інформації, а й зі спостереженням за поведінковими моделями однолітків у соціальних мережах (Роговська, 2025). Відносно стійкі політичні установки у молоді формуються під впливом механізмів емоційного залучення (страху, гніву, гордості тощо), які детермінують подальші рішення та поведінкові стратегії у політичній сфері. (Літвінова-Михальюнок, 2022, Потапчук, 2019). У цьому контексті підкреслюється значущість медіаосвітніх практик, які сприяють формуванню критичного мислення студентів (Череповська, 2023). Особливо прискіпливо в останні роки аналізується вплив соцмереж і нових медіа на формування соціальної поведінки та політичних переконань молоді (Богатчук, Гайдай, Мазило, 2022). Іноземні науковці у своїх розвідках акцентують увагу на тому, що систематична та інтенсивна медіа експозиція сприяє формуванню стабільних когнітивних «шаблонів» сприйняття політичних і соціальних подій, знижує рівень критичного мислення та посилює конформістські тенденції (Pfister et al., 2023; Vraga et al., 2017).

Сформувалася думка, що медіа, виступаючи агентами соціалізації, використовують символічні повідомлення, які формують політичну свідомість молоді. Як наслідок, через медіа відбувається засвоєння певних політичних образів як нормативних, що впливає на групову належність і політичну самоідентифікацію молодих людей. Особливої актуальності в цьому контексті набуває проблема кіберсоціалізації в умовах інформаційної війни (Борисенко, 2017; Кононович, 2018).

Різноаспектний вплив медіаресурсів на молодь проаналізовано у працях багатьох українських (О. Федоркова, С. Богатчук, Е. Голубовська, А. Карпюк, В. Корнієнко, О. Примуш, В. Шевченко та ін.) та іноземних (Г. Брукс, К. Гарімелла, Ч. Серро, Д. Кім, Г. Моралес, М. Портер та ін.) учених. Основні висновки цих досліджень свідчать про те, що психологічний вплив сучасних масмедіа на студентську молодь має виразно амбівалентний характер: з одного боку, він розширює можливості для політичної участі, з іншого – створює суттєві ризики маніпуляції свідомістю та деформації політичних орієнтацій.

Результати дослідження та їх обговорення. У зарубіжній психологічній науковій літературі існує декілька класифікацій видів сугестії, що віддзеркалюють її поліаспектність. Найбільш поширеною із них є поділ на індивідуальну, масову та медійну сугестію (Р. Набі, М. Олівер, Р. Чалдіні та ін.). Медійна сугестія є похідною цих двох форм, тому що поєднує чинники персонального впливу (за

допомогою ідентифікації з лідером думок) і масового (за допомогою ефекту приналежності до спільноти або інформаційної більшості). Медійна сугестія набула особливого впливу, коли місце традиційних ЗМК зайняли нові медіа і соцмережі. Зважаючи на той факт, що країни Заходу опанували Інтернет раніше пострадянського простору, дослідження у цій царині іноземних учених становлять особливий інтерес і слугують певним дороговказом. Особливу увагу слід звернути на опис окремих механізмів сугестивного медійного впливу. Зокрема, на механізм формування «когнітивної інерції» – стану, коли нова інформація автоматично інтерпретується через вже засвоєні фрейми. Особливо виразно вона виявляється зараз, коли аудиторія соціальних мереж переважно поверхнево споживає інформацію через контент короткого формату. Для сильнішого емоційного відгуку автори додають до свого матеріалу яскраві заголовки та різкі зображення. Такий ефект називають *емоційним зараженням (emotional contagion)* (Singer & Tusche, 2014).

Сучасні дослідження медіавпливу на молодь також ґрунтуються на моделях переконання, про які говорять іноземні дослідники. Зокрема, учені довели, що емоційні відео у ТікТок підсилюють довіру до політичних меседжів навіть за відсутності фактологічної перевірки (Kim & Kim, 2022). Це свідчить, що сучасні медіа розраховують не на аргументацію, а на створення афективного контексту, у якому повідомлення сприймається бездоказо-

во. Доповнює таке твердження психологічний підхід уже згаданого нами Р. Чалдіні (Cialdini, 2021), Він виокремлює шість принципів впливу – взаємність, послідовність, соціальне підтвердження, симпатію, авторитет і дефіцит. Усі вони потенційно сугестивні, оскільки апелюють до підсвідомих мотивів прийняття рішень. У середовищі підлітків та студентів особливо потужними виявляються принципи *соціального підтвердження* (прагнення робити те, що схвалюють інші) та *авторитету* (схильність вірити експертам або популярним блогерам) (Grucello, 2024).

Безумовно важливими для розуміння багатовимірної природи сугестії є дослідження, які доводять, що медійна та групова сугестії мають і біологічне підґрунтя. Так, експерименти з нейровізуалізацією ілюструють, що соціальні сигнали (репости, «популярні» оцінки, реакції однолітків) активують у мозку зони, відповідальні за емпатію, соціальну оцінку та винагороду. Це свідчить про те, що прийняття нав'язаних меседжів часто відбувається на рівні «соціального мозку», де емоції, солідарність і бажання приналежності можуть переважувати раціональний аналіз (Ma et al, 2022).

Урахування вищенаведених поглядів і концепцій дає можливість поглянути на проблему сугестивного впливу на молодь із різних позицій та запропонувати в подальшому шляхи її розв'язання.

Завдання дослідження – окреслити та охарактеризувати соціально-психологічні механізми сугестивного впливу медіа на форму-

вання політичних поглядів студентської молоді. У статті основна увага зосереджена на виявленні особливостей сугестивного впливу засобів масової комунікації на політичні погляди студентської молоді, а також на діагностиці соціально-психологічних механізмів, що впливають на рівень сприйняття медіаконтенту.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі соціально-психологічних механізмів сугестивного впливу медіа на політичні погляди студентської молоді в умовах сучасного українського інформаційного середовища. На відміну від розвідок, де увагу переважно зосереджено на окремих аспектах політичної соціалізації або загальних медійних ефектах, ми зосередилися на комплексному аналізі сугестивних процесів – емоційного зараження, конформності, довіри до медіа, мотиваційних чинників, парасоціальних зв'язків та індивідуальної толерантності до невизначеності — як взаємопов'язаних елементів єдиного механізму політичного впливу.

Методи дослідження. Основний (констатувальний) етап дослідження був спрямований на виявлення особливостей сугестивного впливу медіа на політичні погляди студентської молоді, а також на діагностику психологічних механізмів, що визначають рівень сприйнятливості до медіаконтенту. На цьому етапі було сформовано вибірку студентів, які навчаються у закладах вищої освіти та регулярно взаємодіють із інформаційним середови-

щем. Основою для аналізу і висновків став емпіричний матеріал, отриманий як результат анонімного онлайн-опитування на платформі Google Forms за участі студентів трьох університетів (Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, Київського національного університету технології і дизайну, Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка), різних курсів і спеціальностей. Дослідження проводилося в груповому форматі з використанням стандартизованих психодіагностичних методик, що дозволили отримати кількісні показники за ключовими психологічними параметрами, пов'язаними із навіюваністю.

Діагностичний інструментарій добиралася з урахуванням необхідності охоплення багатьох аспектів соціально-психологічних механізмів, які зумовлюють чутливість студентської молоді до політичного медіавпливу. Зокрема увага зосереджувалася на мотиваційних характеристиках, рівні конформності, довіри до інформаційних джерел, толерантності до невизначеності та схильності до формування парасоціальних взаємин із медіаперсонами. Такий комплексний підхід дав змогу розглядати сугестивність не як ізольовану властивість, а як результат взаємодії низки базових психологічних механізмів.

Дані тестування систематизовані у зведених таблицях, статистично опрацьовані та проаналізовані. Зважаючи на обмежений обсяг статті, вони представлені в он-лайн форма-

ті (Додаткові матеріали, 2025). Результати їх інтерпретації представлено в нашій розвідці.

З метою забезпечення коректності й валідності емпіричних даних, а також для комплексного вивчення сугестивності як інтегрованого психологічного механізму, у дослідженні було використано п'ять психодіагностичних методик: *шкала мотивації до успіху* (для діагностики індивідуальної спрямованості студентів на досягнення поставлених цілей); *шкала конформності* (для визначення рівня схильності до прийняття групових норм і зміни власних оцінок під впливом соціального оточення); *анкетування «довіра до медіа»* (вимірювання рівня селективної довіри до різних джерел політичної інформації); *шкала парасоціальної взаємодії* (для оцінювання інтенсивності одностороннього емоційного зв'язку між реципієнтом і медіа персоною); *шкала толерантності до невизначеності* (для оцінювання здатності індивіда сприймати неоднозначні, суперечливі або недостатньо структуровані ситуації).

Застосування комплексного діагностичного інструментарію дало змогу не лише визначити рівень сугестивності студентської молоді, а й виявити її психологічну структуру через аналіз взаємозв'язків між мотивацією, толерантністю до невизначеності, конформні-

стю, довірою та персоналізованим медіавпливом.

Результати дослідження. У статті більш докладно наведемо механізм оцінки стійкості студентів до афективного та інформаційного впливу масмедіа з використанням *багатовимірної шкали довіри* та представимо основні результати аналізу отриманих даних.

Довіра до медіа є ієрархічним фактором другого порядку, що складається з чотирьох вимірів (факторів першого порядку), які описують різні аспекти журналістської роботи. Загальний середній бал довіри до медіа для групи склав $M = 2.93$ (за 5-бальною шкалою, де 3.0 – нейтрально). Цей показник свідчить про нейтрально-скептичну позицію студентської молоді до традиційних медіа. Однак, детальний аналіз окремих вимірів розкриває джерела цієї упередженості та зони потенційної вразливості (Табл. 1.).

Аналіз факторів першого порядку:

1. *Довіра до селективності фактів.* Цей фактор, що стосується неупередженості та повноти представлених фактів, отримав найнижчий середній бал. Важливий висновок: студенти активно не довіряють повноті та неупередженості фактів. Їхнє переконання в тому, що медіа спотворюють події, є дуже високим.

Таблиця 1.

Середні результати групи по шкалі «довіра до медіа» (у %)
(блок «Довіра до медіа»)

Точність зображен-	Селективність фактів	Селективність тем	Журналістська оцінка
17,8 %	30,6%	29,6%	22%

Це свідчить про глибокий медіаскептицизм, який є потужним захистом проти сугестивного впливу.

2. *Довіра до точності зображення.* Цей фактор, що оцінює віру в технічну перевірку інформації та використання надійних джерел, отримав найвищий середній бал. Студенти скоріше довіряють тому, що журналісти здатні перевірити інформацію (надійність джерел), але не факт, що вони це роблять неупереджено (контраст із фактором селективності фактів). Ця помірна довіра до технічної якості є ключем доступу для альтернативних джерел, які позиціонують себе як «такі, що перевіряють».

3. *Довіра до селективності тем.* Середній бал за цим фактором є нейтральним. Студенти не мають чіткого переконання, що медіа обирають найважливіші для суспільства теми, і це стимулює їх до активного пошуку альтернативної інформації та розширює їхню інформаційну дієту поза традиційними медіа.

4. *Довіра до журналістської оцінки.* Цей фактор, що стосується довіри до об'єктивності висновків, аналітичних суджень та компетентності цитованих експертів, є нейтрально-скептичним. Низька довіра до об'єктивності аналізу знижує вплив експліцитної агітації та коментарів, змушуючи студентів формувати власні оцінки. Студентська молодь демонструє селективний скептицизм: вони високо стійкі до впливу, що ґрунтується на авторитеті чи неупередженості традиційних

медіа, що є проявом критичного мислення. Однак, такий скептицизм провокує вразливість: коли традиційні медіа не задовольняють потребу в повних і неупереджених фактах, студент може перенести свою довіру на альтернативні, персоналізовані джерела (наприклад, Telegram-блогери або YouTube-канали). Таким чином, довіра до особистості та емоційна прив'язка до неї стає механізмом, який обходить раціональний фільтр скептицизму, посилюючи афективний сугестивний вплив.

Обговорення. Загальний профіль психологічної стійкості та вразливості студентської молоді має амбівалентний характер. З одного боку, наявні потужні чинники резистентності до масмедійного впливу, зокрема дуже низький рівень конформності, помірно високий рівень мотивації до успіху та виражений скептицизм щодо інституційних засобів масової комунікації. З іншого боку, існує зона підвищеної вразливості, передусім інтолерантність до невизначеності, а також помірно висока схильність до формування парасоціальних взаємин із медіаособистостями.

Традиційні механізми масового сугестивного впливу – соціальний доказ, ефект «спіралі мовчання», апеляція до авторитету інституційних медіа – є малоефективними щодо досліджуваної вікової та освітньої групи. Студенти демонструють високий рівень автономності суджень і критичне ставлення до традиційних медіа, що зумовлює їхню відносну стійкість до класичних форм політич-

ної пропаганди та агітації через телебачення, пресу й офіційні інформаційні канали.

Водночас можна говорити про наявність альтернативного, високоефективного каналу сугестивного тиску – персоналізованого афективно-когнітивного впливу, що реалізується через парасоціальні взаємини з блогерами, лідерами думок і стримерами. Емоційна залученість та когнітивне сприйняття медіаособистості як значущого й надійного орієнтира створюють умови для зниження критичності оцінювання джерела інформації, що полегшує засвоєння політичних меседжів поза межами раціонального скептицизму.

Ключовим психологічним чинником вразливості студентської молоді є виражена інтолерантність до невизначеності, насамперед до складних політичних і соціальних проблем, що зумовлює чутливість до спрощених, категоричних і дихотомічних інтерпретацій реальності, які пропонуються популістськими медіаакторами та лідерами думок.

Результати кореляційного аналізу свідчать про низку статистично значущих взаємозв'язків між досліджуваними змінними. Зокрема помітно, що зі зростанням толерантності до невизначеності знижується рівень конформності, що є найсильнішим взаємозв'язком у межах вибірки. Водночас підвищення конформності супроводжується зростанням схильності до формування парасоціальних взаємин із медіаособистостями. Мотивація до успіху демонструє слабкі або помірні зв'язки з іншими психологічними показниками, що свідчить

про вибірковий і непослідовний характер когнітивних зусиль студентів у процесі опрацювання політичної інформації.

Результати порівняльного аналізу за напрямками підготовки фахівців ілюструють відмінності у профілях стійкості та вразливості. Студенти технічних та економічних спеціальностей загалом характеризуються нижчим рівнем конформності, вищою автономністю суджень і менш вираженою емоційною парасоціальною залученістю. Натомість представники гуманітарних і соціальних спеціальностей демонструють більшу схильність до конформності, емоційної залученості та потреби в соціальному схваленні, що в комплексі підвищує їхню потенційну чутливість до сугестивного медіавпливу.

Наше дослідження дає можливість підтвердити думку, що сучасна студентська молодь не є пасивним об'єктом масмедійної пропаганди, однак залишається вразливою до нових форм персоналізованого, емоційно насиченого впливу в цифровому середовищі. Основними психологічними чинниками сугестивності виступають потреба в когнітивній визначеності та сформована ілюзія персонального зв'язку з медіаособистістю, які зумовлюють трансформацію класичних механізмів політичного впливу в умовах сучасного медіаростору.

Висновки та перспектива подальших досліджень. Проведене дослідження підтверджує наявність у студентської молоді комплексу психологічних характеристик, які одночасно

сно забезпечують стійкість до традиційних форм медіаманіпуляції та формують зони підвищеної вразливості до сучасних персоналізованих форм сугестивного впливу. Ключовими чинниками резистентності студентської молоді до політичного медіавпливу є низький рівень конформності, помірно високий рівень мотивації до успіху та селективний медіаскептицизм. Водночас основними чинниками вразливості виступають інтолерантність до невизначеності, передусім до складності соціально-політичних проблем, а також схильність до формування парасоціальної взаємодії з лідерами думок у цифровому медіасередовищі.

Статистично значущі кореляційні зв'язки засвідчують системний характер досліджуваного явища. Зокрема зафіксовано найсильніший обернений зв'язок між рівнем толерантності до невизначеності та конформністю, а також прямий зв'язок між конформністю і схильністю до парасоціальних взаємин.

Отримані результати створюють теоретико-емпіричне підґрунтя для подальшої розробки та впровадження програм, спрямованих на підвищення рівня медіаграмотності, розвиток толерантності до невизначеності та формування критичного мислення студентської молоді, що визначає перспективний вектор подальших досліджень.

References:

Bohatchuk, S. S., Haidai, I. V., & Mazylo, I. V. (2022). Vplyv sotsialnykh merezh na hromadsku ta politychnu aktyvnist ukrainskoi molodi [The influence of social networks on the

civic and political activity of Ukrainian youth]. *Rehionalni studii*, 29, 27–34.

Borysenko, Z., & Havryshchak, L. (2017). Sutnist ta mekhanizmy internet-sotsializatsii osobystosti [The essence and mechanisms of Internet socialization of personality]. *Problemy humanitarnykh nauk. Seriya: Psykholohiia*, 41, 5–17.

Hutsol, O., & Hutsol, R. (2024). Media ta polityka: Yak ZMK vplyvaiut na politychni upodobannia ta perekonannia studentiv [Media and politics: How mass communication media influence students' political preferences and beliefs]. *Intehrovani komunikatsii*, 1(17), 115–122.

Dodatkovi materialy [Supplementary Materials]. (2025). URL: https://drive.google.com/drive/folders/1Pm6D9Z-0GLHL79ywl0rN3_6xEIRsf3vp?usp=sharing

Kononovych, D. O. (2018). Zasoby masovoi informatsii yak ahent sotsializatsii molodi v umovakh suchasnykh vyklykiv [Mass media as an agent of youth socialization under contemporary challenges]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Pedahohichni nauky*, 6(320), 32–38.

Litvinova-Mykhalonok, T. V. (2022). Transformatsiia zasobiv komunikatsii: Yak internet i sotsialni merezhi vplyvaiut na politychnu komunikatsiiu i zmyniuiut vidchuttia realnosti [Transformation of communication tools: How the Internet and social networks influence political communication and change the sense of reality]. *Obrii drukarstva*, 1(11), 99–109.

Potapchuk, N. (2019). Vplyv povidomlen zasobiv masovoi informatsii na psykhoemotsiyni stan naseleння [The influence of mass media messages on the psycho-emotional state of the population]. *Psykhohichnyi zhurnal*, 3, 56–62.

Rohovska, O., & Kara, Ye. (2025). Sotsialno-psykhohichnyi vplyv ZMI na sotsializatsiiu molodi v umovakh informatsiinoi viiny [Socio-psychological influence of mass media on youth socialization in the context of information warfare]. *Visnyk Pryazovskoho derzhavnogo tekhnichnoho universytetu. Seriya: Sotsialno-humanitarni nauky ta publichne administruvannia*, 13. https://journals.uran.ua/vsgf_pstu/article/view/333754/322667

Cherepovska, N. (2023). *Patriotyzm molodi informatsiinoi doby: Innovatsiini zasoby rozvytku* [Patriotism of youth in the information age: Innovative means of development] [Educational and methodological manual]. Imeks-LTD.

Cialdini, R. B. (2021). *Influence: The psychology of persuasion* (Rev. & expanded ed.). Harper Business. 568 p.

Gruccello, E. (2024). Social media reliance and college students' tendency to conform to online behaviors and trends (Honors Thesis No. 9). URL: https://digitalcommons.cortland.edu/honorstheses/9/?utm_source=chatgpt.com

Kim, D. Y., & Kim, H.-Y. (2022). Social media influencers as human brands: An interactive marketing perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 17(1), 94–109. <https://doi.org/10.1108/JRIM-08-2021-0200>

Ma, R., Pang, K., Kang, H., Zhang, Y., Bang, G., Park, S., Hwang, E., Ryu, J. R., Kwon, Y., Kang, H. R., Jin, C., Kim, Y., Kim, S. Y., Kwon, S.-K., Kim, D., Sun, W., Kim, J. Y., & Han, K. (2022). Protein interactome and cell-type expression analyses reveal that cytoplasmic FMR1-interacting protein 1 (CYFIP1), but not CYFIP2, associates with astrocytic focal adhesion. *Journal of Neurochemistry*, 162(2), 190–206. <https://doi.org/10.1111/jnc.15622>

Pfister, R., Schwarz, K. A., Holzmann, P., Reis, M., Yogeewaran, K., & Kunde, W. (2023). Headlines win elections: Mere exposure to fictitious news media alters voting behavior. *PLoS ONE*, 18(8), Article e0289341. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0289341>

Singer, T., & Tusche, A. (2014). Understanding others. In *Neuroeconomics* (pp. 513–532). Elsevier.

Vraga, E. K., & Bode, L. (2017). Leveraging institutions, educators, and networks to correct misinformation: A commentary on Lewandowsky, Ecker, and Cook. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 382–388.

Семенюк Олег

Доктор філологічних наук, професор, професор кафедри міжнародної журналістики, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, м. Київ (Україна)

Семенюк Дар'я

Магістр психології, вільний дослідник, м. Кропивницький (Україна)

СУГЕСТИВНИЙ ВПЛИВ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ПОГЛЯДІВ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

АНОТАЦІЯ

Актуальність. У сучасному цифровому суспільстві медіа виступають одним із провідних агентів політичної соціалізації молоді. Поширення соціальних мереж, алгоритмізованих інформаційних стрічок, персоналізованого контенту та зростання впливу лідерів думок суттєво трансформували механізми формування політичних переконань студентської молоді. За цих умов особливого значення набуває вивчення сугестивного впливу медіа як психологічного механізму, що визначає сприйняття політичної інформації та формування політичних установок молодих людей.

Мета. Метою дослідження є виявлення та ха-

рактеристика соціально-психологічних механізмів сугестивного впливу медіа на формування політичних поглядів студентської молоді.

Методи. Методологічною основою дослідження стали положення теорії соціального впливу, концепції політичної соціалізації, сучасних теорій медіаефективності і цифрової комунікації. Емпіричне дослідження проведено за допомогою анонімного онлайн-опитування студентів закладів вищої освіти України. Для збору даних використано комплекс психодіагностичних методик, спрямованих на оцінювання мотивації до успіху, рівня конформності, довіри до медіа, толерантності до невизначеності та схильності до формування парасоціальних взаємин із медіаперсонами. Отримані дані були піддані статистичному аналізу з метою виявлення взаємозв'язків між психологічними чинниками сугестивності.

Результати. Встановлено, що студентська молодь характеризується амбівалентним психологічним профілем щодо медіавпливу. З одного боку, респонденти демонструють низький рівень конформності, помірно високий рівень мотивації досягнення та виражений медіаскептицизм, що забезпечує відносну стійкість до традиційних форм політичної пропаганди та маніпулятивного впливу інституційних медіа. З іншого боку, виявлено підвищену вразливість до персоналізованих форм цифрового впливу, які реалізуються через блогерів, інфлюенсерів і лідерів думок. Найбільш значущими чинниками сугестивності виступають інтолерантність до невизначеності та схильність до формування парасоціальних взаємин. Виявлено статистично значущі взаємозв'язки між рівнем толерантності до невизначеності, конформністю та інтенсивністю парасоціальної взаємодії.

Наукова новизна. Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі когнітивних, мотиваційних, емоційних і комунікативних механізмів сугестивного впливу медіа на політичні погляди студентської молоді в умовах цифрового інформаційного середовища. Запропоновано цілісний підхід до розуміння сугестивності як результату взаємодії психологічних характеристик особистості та особливостей сучасного медіапростору.

Висновки. Сучасна студентська молодь не є

пасивним об'єктом політичного впливу, однак залишається чутливою до нових форм персоналізованої медіа-сугестії. Основними психологічними предикторами вразливості виступають потреба в когнітивній визначеності та емоційна залученість до медіаперсон. Практичне значення результатів полягає у можливості їх використання для розроблення програм медіаграмотності, розвитку критичного мислення, підвищення толерантності до невизначеності та формування психологічної стійкості студентської молоді до маніпулятивних інформаційних впливів.

Ключові слова: медіавплив; політична соціалізація; політичні погляди; студентська молодь; сугестивність; медіаграмотність; конформність; парасоціальна взаємодія; цифрові медіа; соціальний вплив; політична комунікація; критичне мислення.

Oleg Semeniuk

Doctor of Philology, Professor of the Department of International Journalism, Borys Grinchenko Metropolitan Kyiv University, Kyiv (Ukraine)

Daria Semeniuk

Master of Psychology, Independent Researcher, Kropyvnytskyi (Ukraine)

SUGGESTIVE INFLUENCE OF THE MEDIA ON THE FORMATION OF THE POLITICAL VIEWS OF STUDENT YOUTH

ABSTRACT

Background. Contemporary digital media have become one of the most influential agents of political socialization among young people. The rapid expansion of social media platforms, personalized recommendation algorithms, and influencer-driven communication environments has transformed traditional mechanisms of political persuasion and increased the significance of suggestive media influence. Understanding the psychological factors that determine susceptibility to political messages among student youth has therefore become an important scientific and practical challenge.

Objective. The study aims to identify and characterize the socio-psychological mechanisms through which media exert suggestive influence on the formation of political views among university students.

Methods. The research employed a mixed theoretical and empirical approach grounded in theories of social influence, political socialization, media effects, and digital communication psychology. Data were collected through an anonymous online survey involving students from Ukrainian higher education institutions. The psychodiagnostic battery included measures of achievement motivation, conformity, trust in media, tolerance for uncertainty, and parasocial interaction. Quantitative data were statistically analyzed to identify relationships between psychological variables associated with susceptibility to media influence.

Results. The findings reveal an ambivalent psychological profile of student youth. Participants demonstrated relatively low conformity, moderate achievement motivation, and a pronounced level of media skepticism, indicating resistance to traditional forms of political propaganda and institutional media influence. At the same time, increased vulnerability was observed regarding persona-

DOI (Issue): <https://doi.org/10.31108/1.2026.12.4>

lized and emotionally charged forms of communication mediated through influencers, bloggers, and opinion leaders. Significant associations were identified between intolerance of uncertainty, conformity tendencies, and parasocial involvement. The results suggest that emotional attachment to media personalities may bypass critical cognitive evaluation and increase susceptibility to political persuasion in digital environments.

Conclusions. Modern student youth cannot be regarded as passive recipients of political information; however, they remain vulnerable to new forms of personalized suggestive influence operating through digital media ecosystems. The most important predictors of susceptibility are intolerance of uncertainty and the tendency to establish parasocial relationships with media figures. The findings contribute to a deeper understanding of contemporary mechanisms of political influence and may serve as a basis for developing educational programs aimed at strengthening media literacy, critical thinking, and psychological resilience to manipulative communication.

Keywords: media influence; political socialization; political attitudes; student youth; suggestibility; media literacy; conformity; parasocial interaction; digital media; social influence; political communication; critical thinking.

How to cite (як цитувати):

Semeniuk, O., & Semeniuk, D. SUGGESTIVE INFLUENCE OF THE MEDIA ON THE FORMATION OF THE POLITICAL VIEWS OF STUDENT YOUTH. *PSYCHOLOGICAL JOURNAL*, 12(4), 7–17. <https://doi.org/10.31108/1.2026.12.4.1>

Семенюк, О., & Семенюк, Д. СУГЕСТИВНИЙ ВПЛИВ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ПОГЛЯДІВ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ. *ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЧАСОПИС*, 12(4), 7–17. <https://doi.org/10.31108/1.2026.12.4.1>

Дата отримання статті: 21.01.2026

Дата рекомендації до друку: 20.03.2026

Дата оприлюднення: 30.04.2026