

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет географії, туризму та історії  
Кафедра соціології та масових комунікацій**

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Ірина Грабовець

Реєстраційний № \_\_\_\_\_

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 р.

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 р.

**МЕТОДИ ВПЛИВУ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ НА  
СВІДОМІСТЬ МОЛОДІ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ**

Кваліфікаційна робота  
студентки групи СМК-20  
першого (бакалаврського) рівня освіти  
спеціальності 054 Соціологія  
Даніша Вадима Віталійовича  
Науковий керівник: д.соц.н.,  
професор Лобанова А.С.

Оцінка:

Національна шкала \_\_\_\_\_

Шкала ECTS \_\_\_\_\_ Кількість балів \_\_\_\_\_

Голова ЕК \_\_\_\_\_

Члени ЕК \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАДИ.....	6
1.1. Політична пропаганда: визначення, структура і характеристики.....	6
1.2. Види і методи політичної пропаганди та їх характеристики.....	9
1.3. Основні джерела та канали розповсюдження політичної пропаганди.....	13
Висновки до розділу I.....	16
РОЗДІЛ II ПОЛІТИЧНА СВІДОМІСТЬ МОЛОДІ: ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТА МЕТОДИ І ТЕХНІКИ ВПЛИВУ НА НЕЇ.....	18
2.1. Політична свідомість української молоді: визначення та чинники формування.....	18
2.2. Методи та техніки впливу політичної пропаганди на політичну свідомість молоді.....	23
Висновки до розділу II.....	27
РОЗДІЛ III ВПЛИВ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ НА МОЛОДЬ В УМОВАХ ВІЙНИ: ЕМПІРИЧНА ВЕРИФІКАЦІЯ.....	29
3.1. Програма дослідження впливу політичної пропаганди на свідомість молоді.....	29
3.2. Вплив політичної пропаганди на свідомість молоді: результати емпіричних досліджень.....	33
Висновки до розділу III.....	38
ВИСНОВКИ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	45
ДОДАТКИ.....	48

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Повномасштабне вторгнення військ Російської Федерації на територію України 24 лютого 2022 року радикально змінило життя українського суспільства. Втрати української молоді торкнулися практично усіх сфер їх життя: і особистої, і групової, і суспільної, що сприяло посиленню у молодих людей психологічної напруги, появі різноманітних страхів щодо свого майбутнього. Важливим чинником, який впливає на стан свідомості молоді в умовах війни, є політична пропаганда, інформаційними агентами якої є політики, засоби масової інформації, державні посадовці, вчені-політологи, військові експерти та блогери, які ведуть власні канали та чати у соціальних мережах. Політична пропаганда - це використання політичними акторами, державними посадовцями комунікаційних засобів, таких як медіа, соціальні мережі, публічні виступи тощо, з метою впливу на громадську думку та переконання громадян у певних політичних програмах, ідеологіях, поглядах, ідеях чи кандидатах, коли мова йде про виборчі компанії. Завдяки політичній пропаганді формується громадська думка, створюється певне сприйняття подій, політичних лідерів чи ідей, активізується громадська діяльність людей, а також проджуються політичні та соціальні конфлікти. Варто акцентувати увагу на тому, що політична пропаганда може мати як конструктивні, так і деструктивні впливи, особливо у тих випадках, коли вона не є правдивою, об'єктивною, а носить оманливий характер і спрямовується на дезінформацію населення, зокрема молоді. Тому *актуальною є потреба з'ясувати особливості методів впливу політичної пропаганди на свідомість молоді в умовах російсько-української війни.*

*Мета і завдання дослідження.* Питання ролі політичної пропаганди в сучасних умовах активно досліджуються політологами, соціологами, правознавцями. Відомі зарубіжні дослідники Дж. С. Най (Joseph Nye), Т.

Снайдер (Timothy Snyder), Дж. Стенлі (Jason Stanley), Е. Еррлбаум (Anne Applebaum), Н. Хомський (Noam Chomsky) досліджують вплив пропаганди на суспільство та політику, механізми дії пропаганди в сучасному світі, значення пропаганди у тоталітарних режимах, роль мас медіа у розповсюдженні політичної пропаганди. Українські дослідники О. Башков, О. Гітлянська, А.Гурківська, С. Чечель та інші аналізують ефективність політичної пропаганди в українському суспільстві, вплив політпропаганди на політичні процеси. Звісно, російсько-українська війна посилила як конструктивний, так і деструктивний вплив політичної пропаганди на масову свідомість, що потребує поглибленого дослідження. Отже *метою кваліфікаційної роботи* є дослідження особливостей впливу методів політичної пропаганди на свідомість молоді в умовах російсько-української війни. *Об'єктом дослідження* є політична пропаганда та її методи в сучасних умовах. *Предметом* кваліфікаційного дослідження є особливості впливу методів політичної пропаганди на свідомість молоді в умовах війни.

Досягнення мети потребує вирішення *наступних завдань*:

- уточнити зміст та характеристики політичної пропаганди;
- з'ясувати критерії класифікації, види та методи політичної пропаганди;
- виявити та визначити основні особливості джерел та каналів розповсюдження політичної пропаганди;
- з'ясувати зміст, структуру та чинники політичної свідомості;
- виявити методи та техніки впливу політичної пропаганди на політичну свідомість молоді;
- здійснити соціологічний аналіз впливу політичної пропаганди на свідомість молоді в умовах російсько-української війни;
- розробити рекомендації щодо формування знань і вмінь у молоді розпізнавати політичну дезінформацію і протистояти їй в умовах війни.

*Методи дослідження.* У магістерському дослідженні для теоретичних обґрунтувань змісту, характеристик, ознак понять «політична пропаганда», «свідомість», «молодь» використано загально-наукові методи: аналіз, синтез, метод абстрагування, дедукцію, індукцію. Для виявлення історичних особливостей політичної свідомості використовувався системний, історико-порівняльний та хронологічний методи. Для з'ясування впливу різноманітних методів політичної пропаганди на свідомість молоді використовувалося пілотажне опитування молоді, на основі авторської анкети.

*Практичне значення кваліфікаційної роботи* полягає у тому, що її теоретичні та емпіричні результати можна використати при викладанні таких дисциплін, як «Соціологія політики», «Політична пропаганда», «Соціологія молоді», «Соціологія війни», «Інформаційні війни», а також використовувати для формування критичного мислення у студентів.

*Апробація результатів кваліфікаційної роботи.* Результати кваліфікаційного дослідження обговорено на Всеукраїнській конференції за міжнародною участю «Згуртованість суспільства в умовах воєнного часу: актуальність, виклики та шляхи їх подолання», яка відбулася 16-17 травня 2024 року, м. Кривий Ріг. Тема виступу: «Політична пропаганда та методи її впливу на масову свідомість в умовах російсько-української війни» (Програма конференції додається).

*Структура роботи.* Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3-х розділів, 7-ми підрозділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури (24 джерела) та додатків. Загальний обсяг роботи складає 50 сторінок, зокрема основного тексту 44 сторінок, в роботі 2 таблиці, 4 діаграми, 1 додаток.

# РОЗДІЛ І

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАДИ

### 1.1 Політична пропаганда: визначення, структура і характеристики

Сучасне життя вкрай важко уявити без політичної пропаганди в мас-медіа, яка спрямовується на формування бажаної для суб'єктів політичної влади громадської думки і маніпулювання масовою свідомістю. Для з'ясування змісту та характеристик політичної пропаганди, уточнимо, що означає термін «пропаганда».

Як зазначено у соціологічній енциклопедії, пропаганда (*лат. propganda – те, що підлягає розповсюдженню*) – це «цілеспрямоване поширення в суспільстві політичних, правових, науково-технічних, філософських, медичних, релігійних та інших знань з метою формування певних переконань та орієнтації діяльності людей у певних напрямках» [16, с.305]. На основі такого розуміння пропаганди, можна стверджувати, що основною ознакою пропагандистського повідомлення є не тільки передавання певного інформативного контенту чи конкретних фактів з їх оцінкою, але й так званий заклик до дій, які мусять зробити його отримувачі. Пропаганда може мати різну спрямованість, а саме політичну, освітню, релігійну, наукову, правову та іншу. Особливий вплив на масову свідомість здійснює *політична пропаганда*, оскільки вона відображає як основну державницьку ідеологію, так і політичні погляди опозиційних партій, а також ідеологію країни-агресорки.

Політична пропаганда - це використання політичними акторами, державними посадовцями комунікаційних засобів, таких як медіа, соціальні мережі, публічні виступи тощо, з метою впливу на громадську думку та

переконання громадян у певних політичних програмах, ідеологіях, поглядах, ідеях чи кандидатах, коли мова йде про виборчі компанії. Як зазначає А.Гурківська, політична пропаганда – це «інструмент, який використовується у сучасному світі для досягнення різних цілей, таких як ведення когнітивних воєн, збереження статус-кво політичною елітою або мобілізація активної меншості» [4, с.150]. Політичну пропаганду можна розглядати як форму комунікації, що спрямована на поширення в суспільстві певного світогляду, або теорії, твердження, фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на суспільну думку на користь певної спільної справи чи громадської позиції. Завдяки політичній пропаганді здійснюється систематична і спрямована на широку аудиторію спроба впливати на переконання, переживання та дії громадян у сфері політики. Метою політичної пропаганди є підтримка діяльності певної політичної партії, або політичного лідера, або певної ідеології або дискредитація політичних опонентів чи конкурентів у сфері політики. Політична пропаганда орієнтована на формування певних поглядів чи переконань для підтримки конкретної політичної ідеології чи групи. Пропаганда може використовувати різні засоби та методи, такі як медіа, риторика, символіка, щоб створити певний образ, переконання або емоційний вплив

Політична пропаганда має свою структуру і включає *різні елементи*, які спрямовані на вплив на громадську думку, до яких відносяться: політичні погляди та ідеологія; політичні лідери та відомі особистості, які діють у сфері політики; символіка та образи, які асоціюються з певною політичною силою; програмні заяви, обіцянки, політичні гасла, які мають зацікавити електорат чи певну аудиторію; демонстрація індивідуальних або групових політичних досягнень чи успіхів; маніпуляція фактами та статистикою для підтримки певних тверджень чи аргументів; атака на опонентів за допомогою використання негативної пропаганди, а також емоційна апеляція, тобто використання емоційного змісту для виклику певних почуттів або реакцій у

громадськості, таких як страх, надія, гордість тощо. Ці змістовні елементи можуть комбінуватися для створення комплексної політичної пропаганди, спрямованої на досягнення конкретних цілей у суспільстві.

Як зазначають дослідники, основними *ознаками політичної пропаганди* є наступні: залежність «особистої думки» людини від інформації, а також тієї інтерпретації, яку пропонує авторитетний коментатор; використання чорних «заборонених методів», тобто «будь-якої інформації, ідеї, доктрини або спеціальних методів впливу на думки, емоції чи поведінку будь-якої спеціальної групи задля отримання переваг, прямих чи не прямих»; дезінформації, яка включає пропагандистські операції; неправдивої інформації («misinformation»), тобто ненавмисної некоректної інформації, що надходить від будь-кого з невідомих причин або для отримання відповіді чи задоволення інтересу [4, с. 155].

Дослідники по-різному характеризують політичну пропаганду. Опрацювавши наукові підходи [14; 22; 10], можна виокремити наступні її характеристики:

- (1) *наявність мети або цільове спрямування*, оскільки будь-яке інформаційне пропагандистське повідомлення завжди спрямоване на залучення підтримки того чи іншого політичного лідера, ідеї чи ідеології, переконання або мобілізацію аудиторії на користь певних політичних цілей;
- (2) *маніпулятивність*, оскільки у політичній пропаганді часто використовуються методи, що зокрема ґрунтуються на спотворенні фактів, підсиленні певних аспектів або приховуванні інших, щоб змусити населення, зокрема електорат прийняти певну точку зору;
- (3) *систематичність* пропаганди проявляється у тому, що постійно повторюються одні й ті ж тези та ідеї з метою закріплення їх в уявленні та масовій свідомості;



(4) *масовість* політичної пропаганди означає, що вона спрямована на широку аудиторію та часто використовує масові засоби масової інформації для досягнення своїх цілей.

Хоча політична пропаганда може мати різні форми та методи, вона завжди має потужний вплив на суспільство та політичні процеси.

Для розуміння особливостей використання політичної пропаганди в сучасних умовах, необхідно з'ясувати її форми і методи.

## **1.2 Види і методи політичної пропаганди та їх характеристики**

Політична пропаганда є невід'ємною частиною політичної дійсності. Адже вона використовується для того, щоб переконати населення в цілому, або окремі соціальні групи, зокрема молодь у певній ідеології, ідеях, програмах. Історично склалися різні види та методи політичної пропаганди. Науковці класифікують їх за різними критеріями. Так, С.Драбюк, пропонує виокремлювати наступні критерії класифікації видів політичної реклами: спрямованість, сфера поширення, ступінь достовірності інформації і етапізація [6] зазначимо, що виокремлюючи за цими критеріями різні види політичної пропаганди, дослідниця одночасно визначає і методи, за допомогою яких реалізуються її різноманітні види.

За *спрямованістю* виокремлюються *внутрішня та зовнішня пропаганда*, де перша спрямовується на внутрішнього споживача. Вона може реалізуватися за допомогою таких методів: як формування образу «зовнішнього ворога», управління свідомістю за допомогою психоемоційного впливу, залякування та нав'язування певних ідей. Так політична пропаганда здійснювалася, наприклад, у Радянському Союзі, де існувала одна - єдино вірно комуністична ідея, яка і була державницькою ідеологією, інші ідеї відхилялися і критикувалися.

Натомість *зовнішня пропаганда* спрямована на міжнародне співтовариство. Прикладом є сучасна російська політична пропаганда. Як зазначають медіа-експерти, «Росія використовує медіа-пропаганду для радикалізації суспільства та сіяння хаосу у світі. Одним із найпотужніших інструментів впливу на людей по всьому світу є телеканал Russia Today та проплачені Кремлем західні політологи» [23]. Одночасно українська зовнішня політична пропаганда спрямовується на реальне висвітлення подій на фронті, подання об'єктивної інформації у телеканалі «Єдині новини». Хоча необхідно зазначити, що серед українців є критики, які вважають, що навіть в умовах війни необхідно, щоб існували різні телеканали, без обмежень. Якщо зовнішня російська політична пропаганда спотворює створює в очах світової спільноти українців як неначебно неофашистів, то зовнішня українська політична пропаганда, навпаки, демонструє світові приналежність суспільства до європейських цінностей.

Наступним критерієм, за яким класифікується політична пропаганда є *сфера її поширення*, до яких можна віднести інформаційну та культурну.

Інформаційна сфера є найбільш ефективною сферою поширення політичної пропаганди. Адже саме до допомогою таких методів, як радіо, телебачення, соціальні мережі, Інтернет, часописи, інші друковані видання вона поширюється найчастіше і постійно. І якщо молоді люди, які навчаються, вчать критично переосмислювати політичні новини, то люди похилого віку звикли ще з радянських часів повністю довіряти засобам масової інформації і тому будь-які політичні ідеї, які друкуються у газетах або озвучуються у телеефірі вони сприймають як правильні і такі, що їх треба підтримувати.

Культурна сфера сприяє тому, що політична пропаганда може поширюватися за допомогою відомих акторів, співаків, інших культурних діячів. Відома підтримка тих чи інших політичних лідерів, кандидатів на посаду президента України співачками та співаками. Наприклад, Таїсія Повалій підтримувала В. Януковича, коли він балотувався на посаду президента і

постійно виступала на концертах на його підтримку. Згодом, коли розпочалися події на Майдані у 2013-2014 роках, вона переїхала до Росії.

Освітня сфера не є сферою розповсюдження політичної пропаганди, оскільки вона заборонена в ній законодавчо.

За *ступенем правдивості* виділяються такі види політичної пропаганди: правдива, частково спотворена інформація, відверта брехня – повністю сфабриковані інформаційні вкиди, деякі з них можуть виглядати як цілком реальні, інші доходять до абсурду.

С.С.Дробюк виділяє наступні види політичної пропаганди залежно *від етапу підготовки та розповсюдження*:

- підготовча пропаганда – це створення сприятливого середовища для поширення тієї чи іншої ідеї, зондування населення, перевірка рівня довіри до фейкових новин, аналіз суспільних настроїв, дестабілізація свідомості;

- активна пропаганда – нагромадження впливу на народні маси, спонукання до реалізації планів «режиму», заохочення і підтримка активних дій, нерідко примус до дій за допомогою залякування чи погроз;

- приховування слідів – замовчування, заперечення, приховування злочинів вчинених режимом [6].

Молоді українські дослідниці Б.Іваницька і С.Гусева пропонують класифікувати політичну пропаганду ще за двома принципами: *джерелом повідомлення* або *ж природою повідомлення*.

За *джерелом повідомлення* вони підтримують дмку В.Березіна і виокремлюють білу, чорну та сіру пропаганду.

Біла пропаганда ґрунтується на переконаннях, аргументах, вона висвітлюється у відкритих джерелах інформації. Сіра пропаганда, як правило, подається без авторства, джерела її появи, в ній використовуються так звані «солом'яні» аргументи, які працюють за визначеною двофазною схемою: спочатку читача змушують повірити у повідомлення «А», після чого

публікують повідомлення «Б», яке повністю протилежне до «А». А потім дискредитують повідомлення «Б», що призводить до переконання, що «А» є правдою. Чорна пропаганда використовує метод маскуванню правдивого джерела, коли інформація подається під виглядом одного джерела, а насправді походить з іншого [7].

Залежно від природи повідомлення пропаганда може бути позитивною або негативною. Перша орієнтує слухачів на конструктивізм, вона зрозуміла, доступна, об'єктивна, сприяє гармонізації людських відносин, а негативна політична пропаганда, навпаки, загострює конфліктність, породжує напругу, агресивність.

Політична пропаганда здійснюється також за допомогою *таких методів*, як:

- 1) використання пропагандистських матеріалів, радіопрограм для поширення політичних ідей та переконань;
- 2) публічних виступів та промов лідерів політичних партій та інших впливових особистостей; соціальних медіа та Інтернету для поширення політичних повідомлень, реклами;
- 3) масових заходів, наприклад парадів, мітингів, демонстрацій, які можуть бути використані для підтримки певних політичних поглядів або лідерів;
- 4) психологічних методів, таких як страх, апеляції до емоцій тощо; маніпуляцію інформацією, зокрема вибіркоче представлення фактів, перекручення інформації;
- 5) символів та символіки, щоб асоціювати певний образ або ідею з певною політичною партією чи лідером;
- 6) псевдонаукових досліджень, які підтримують певні політичні погляди, незалежно від їх наукової обґрунтованості.

Методи політичної пропаганди не завжди спрямовані на те, щоб повністю змінити думку громадян, а в більшості випадків – виправити її в правильному напрямку, щоб сформувані певні керівні принципи. Політична пропаганда

ефективна, коли її методи не випадкові, а систематичні. Важко знайти будь-який інший інструмент переконання або пропозиції, рівного пропаганді, щодо ефективності фіксації певних поглядів та ідей у голові [3]. Методи політичної пропаганди реалізуються завдяки інформаційним каналам, які розглянемо у наступному підрозділі.

### **1. 3. Основні джерела та канали розповсюдження політичної пропаганди**

Як стверджують, політологи, політична пропаганда представляє собою «основну форму односторонньої і монологічної організації інформаційних потоків у сфері влади, яка формується без врахування думок реципієнта і на основі негативного ставлення комунікатора до альтернативних ідей і позицій» [11, с.362]. Здебільшого ці інформаційні потоки носять маніпулятивний характер, який сприяє впливу на масову свідомість. І цей вплив здійснюється завдяки різноманітним інформаційним джерелам та каналам, до яких можна віднести засоби масової інформації (далі: ЗМІ), Інтернет, соціальні мережі, виступи політичних лідерів, рекламні кампанії, промо-акції та інші. О.В.Віннічук і Л.А.Руда пишуть, що XXI століття є «не лише століттям інформаційного поступу, епохою штучного інтелекту чи 4.0 епохою, а й століттям інформаційних війн. Адже основною тенденцією політичної комунікації всучасному світі є засмічення інформаційного простору фейками, deepface, пропагандою, мовою ворожнечі, маніпуляціями, тощо» [1, с.82.]. Тож розглянемо детальніше основні джерела та канали розповсюдження політичної пропаганди.

*Засоби масової інформації*, до яких належно віднести газети, радіо, телебачення. Ці засоби можуть бути контрольованими державою або

приватними корпораціями, що впливає на їхній вміст. Державні ЗМІ є рупором державницької політики та ідеології, вони контролюються різними державними інституціями, оскільки засновуються та фінансуються ними [21].

Наприклад, в Україні до державних ЗМІ можна віднести тижневик «Голос України», який є інформаційним джерелом Верховної Ради України, газета «Урядовий кур'єр», який заснований урядом України. З початком повномасштабного вторгнення російських військ в Україну 24 лютого 2022 року, було припинено роботу більшості телевізійних каналів, частина з яких об'єдналися в єдиний телеканал «Єдині новини», який і став основним «рупором» влади в воєнний час. Тільки у 2023 році знову почали роботу інші телеканали.

У довоєнний час такі телеканали, як «Прямий», «5-й канал», ICTV, INTER належали приватним корпораціям, однак їх редакційні колективи теж були вимушені дотримуватися державницьких вимог до висвітлення політичних подій та політичних новин.

Основна ознакою ЗМІ є те, що вони поширюють політичні ідеї та переконання не тільки державних органів влади, але й політичних партій, громадських організацій та рухів.

Наступним каналом розповсюдження політичної пропаганди є *Інтернет і соціальні мережі*. Як стверджують науковці, якщо на початку XXI ст. основними джерелами поширення пропаганди були телебачення та соціальні мережі, то в умовах повномасштабної російсько-української війни перевагу отримують Інтернет та соціальні мережі, «адже вони адаптовані до швидкого поширення контенту, без великих витрат. Прикладом цього твердження може стати трансформація соціальної мережі Facebook, яка до 2014 року була простором рівності для всіх її учасників. Після 2014 український сегмент мережі став мегаполітизованим» [1, с.84]. Онлайн-платформи використовуються для поширення політичних повідомлень та думок. Структура соціальних мереж

дозволяє легко розповсюджувати інформацію, але може також сприяти поширенню дезінформації.

Важливим інформаційним джерелом поширення політичної пропаганди є *спілкування прямої дії*, а саме *публічні виступи державних діячів, політичних лідерів, їх зустрічі* з населенням, електоратом, представниками різних громадських організацій, молоддю, зокрема студентами. Виступи відбуваються за допомогою ЗМІ, а зустрічі відбуваються у очному форматі – як за місцем проживання – у виборчих округах, або у спеціально відведених місцях, зокрема громадських приймальнях чи у приміщеннях органів місцевого самоврядування.

Увесь український народ і світова спільнота може кожного дня з початку повномасштабної війни з 24 лютого 2022 року і по теперішній час – майже 800 днів посліп чути звернення президента України В.Зеленського, який не тільки звітує про те, як пройшов кожний день війни, що зроблено, які зустрічі відбулися, але й психологічно підтримує воїнів, кожную людину, надихаючи вірою у перемогу, у стійкість української нації. Відомі політики П.Порошенко, Ю.Тимошенко, А.Яценюк та інші мають свої блоги, в яких висвітлюють своє бачення політичної ситуації в Україні, перебіг військової ситуації, прогнозують майбутнє. Ці блоги викликають зацікавленість громадян, вони долучаються до їх прочитання і формування певної політичної орієнтації. Особливу активність політичні діячі починають проявляти, коли наближаються виборчі кампанії. Вони формують політичні погляди, політичні орієнтації, залучаючи до своїх прибічників людей.

Спілкування прямої дії (публічні виступи, мітинги) є ефективним засобом впливу на громадську думку та мобілізацію підтримки. Завдяки їм відбувається залучення мас до політичних заходів, в яких представники політичних сил висловлюють свої погляди та переконання.

Політичні партії та політичні діячі для поширення своєї політичної пропаганди можуть активно використовувати такий канал, як *реклама та промо-акції*, які

позитивно відображають кандидата або партії та негативне відображають опонентів. У кожній країні існує безліч рекламних агенцій, які долучаються до розробки політичної пропаганди за допомогою таких інструментів як вулична реклама (біл-борди, біг-борди, вивіски, панно, світова реклама тощо), які розміщують у громадських місцях, зупинках громадського транспорту, у крамницях, на телебаченні, в інтернет-мережах. Основною ознакою реклами та промо-акцій є просування політичних кандидатів, партій або ідеологій у боротьбі за владу.

Ще одним каналом розповсюдження політичної пропаганди є *культурні події та мистецтво*, зокрема кіно, музика та інші культурні вирази для впливу на громадську думку. Широко використовується і така новітня форма як вуличне мистецтво – стріт-арт, тобто розписи будинків, фасадів промислових будівель, огорож та інших вуличних об'єктів. Фільми, кліпи, книги, пісні або мистецькі вистав можуть також активно просувати певні політичні ідеї або повідомлення. Кожн з названих джерел та каналів поширення політичної пропаганди має свої переваги та обмеження, але разом вони створюють комплексну мережу для поширення політичних повідомлень та впливу на громадську думку.

## **Висновки до розділу I**

У першому розділі кваліфікаційної роботи здійснено теоретико-методологічне обґрунтування дослідження політичної пропаганди.

Зокрема уточнено визначення політичної пропаганди як використання політичними акторами, державними посадовцями комунікаційних засобів, таких як медіа, соціальні мережі, публічні виступи тощо, з метою впливу на громадську думку та переконання громадян у певних політичних програмах, ідеологіях, поглядах чи ідеях. Розглянуто структуру політичної пропаганди, яка



включає до себе такі складові: політичні погляди та ідеологію; політичних лідерів та відомих особистостей; політичну символіку та образи; політичні програми; демонстрацію індивідуальних або групових політичних досягнень чи успіхів; маніпуляцію фактами та статистикою для підтримки певних тверджень чи аргументів; атаку на опонентів.

Визначено основні ознаки політичної пропаганди, до яких належно віднести наступні: залежність думки людини від інформації; залежність думки людини від інтерпретації інформації авторитетними особами; використання сірої та чорної політичної пропаганди; використання дезінформації, яка включає пропагандистські операції; неправдивої інформація (“misinformation”), а також такі характеристики: *наявність мети або цільове спрямування, маніпулятивність, систематичність масовість.*

Визначено критерії класифікації та відповідно до них окреслено види політичної пропаганди: спрямованість (зовнішня та внутрішня); сфера поширення (інформаційна та культурна); ступінь достовірності (правдива, частково спотворена, відверта брехня); джерело повідомлення (біла, чорна та сіра); природу повідомлення (позитивна і негативна) та етапізація (підготовча пропаганда, активна пропаганда, приховування слідів).

З’ясовано, що основними методами розповсюдження політичної пропаганди є наступні: пропагандистські матеріали, радіопрограми; публічні виступи; соціальні мережі та Інтернет; масові заходи; психологічні методи, маніпуляція інформацією; символи та символіка; псевдонаукові дослідження.

Основними джерелами та каналами поширення політичної пропаганди є ЗМІ, Інтернет і соціальні мережі, спілкування прямої дії (викладачі, друзі, члени родини, знайомі), реклама та промо-акції, культурні події та мистецтво, політичні діячі, видатні особистості, державні чиновники. викладачі, друзі.

## РОЗДІЛ II

### ПОЛІТИЧНА СВІДОМІСТЬ МОЛОДІ: ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТА МЕТОДИ І ТЕХНІКИ ВПЛИВУ НА НЕЇ

#### **2.1. Політична свідомість української молоді: визначення та чинники формування**

Для розуміння того, як політична пропаганда впливає на молодь в умовах суспільних викликів чи змін, варто з'ясувати як соціолог визначають політичну свідомість української молоді. Для того, щоб дати відповідь на це питання, зясуємо, що являє собою поняття «свідомість». У тлумачному словнику української мови свідомість трактується як «властивість високоорганізованої матерії - мозку, якою володіє тільки людина», і як «процес відображення дійсності мозком людини, який охоплює усі форми психічної діяльності й зумовлює цілеспрямовану діяльність людини» [18]. У Великій українській енциклопедії свідомість визначається як «філософська категорія, що відбиває специфічну реальність, природа якої достеменно невідома: 1) в широкому сенсі – особливий спосіб діяльності психіки, пов'язаний з переробкою та інтерпретацією інформації, що надходить у мозок від зовнішнього світу та від організму; 2) відображення дійсності суб'єктом у формах, пов'язаних (прямо чи опосередковано) з практичною діяльністю, суб'єктивне переживання зовнішнього світу та власного життя» [19]. Ці визначення свідчать про те, що у науці ще немає точної відповіді на розуміння свідомості. І тому проблема вивчення свідомості продовжується вченими, а формування свідомості молоді – є однією найважливіших задач суспільствознавчих наук, зокрема соціології. Вирішення багатьох проблем

молоді залежить від факторів соціального життя. Йдеться про вибір професії, життєвого шляху, самовизначення професійну мобільність тощо. Адже самопочуття молоді є одним з головних показників розвитку суспільства. *Молодіжна свідомість* - це сукупність уявлень, переконань, цінностей, ідеалів та сприйняття, які є характерними для молодого покоління в певному суспільстві. Вона відображає специфічні особливості мислення, почуттів та відношень молоді, а також їхніх впливів та ставлення до світу навколо [20].

Свідомість може реалізовуватися у різних сферах, набуваючи їх рис і особливостей. Так, вчені аналізують економічну, моральну, культурну, правову свідомість різних соціальних груп населення, зокрема і молоді.

Нас цікавить політична свідомість, яка за визначенням вчених, означає «форму суспільної свідомості, що відображає політичну буттєвість, надає суб'єктивний зміст інститутам та практикам влади та власній ролі у них (політична самосвідомість)» [17]. Що впливає на формування політичної свідомості? Як зазначають політологи, формування політичної свідомості відбувається під впливом наступних чинників:

- об'єктивних, до яких відносяться реальні умови життєдіяльності людей, які складаються на основі економічних, політичних, культурних відносин, матеріальних умов людського існування, функціонування політичних інституцій;

- суб'єктивних, що включають у себе потреби, інтереси, духовні цінності й політичні пріоритети, індивідуальні соціально-психологічні особливості людини тощо [8].

А це означає, що і політична свідомість молоді формується під впливом різноманітних суспільно-політичних, соціальних чинників і тому соціологи виявляють непересічний інтерес до того, яку роль відіграватимуть для молоді певні соціальні цінності, норми моралі, традиції тощо, зокрема і політичні

цінності. А тому до основних *складових молодіжної політичної свідомості* відносять наступні:

- *цінності та ідеали*, які включають свободу, справедливість, рівність, толерантність, інновації, самовираження, бажання змінити світ на краще, допомогти іншим, розвиватися в особистісному та професійному плані тощо;

- *соціальні установки*, зокрема життєва орієнтація на традиції та норми сім'ї, школи, вищих навчальних закладів, релігійних організацій, мас-медіа та інших. Ці установи впливають на формування цінностей, уявлень та переконань молоді;

- *культурні традиції*, оскільки молодіжна свідомість також формується під впливом культурних та історичних факторів суспільства, таких як традиції, звичаї, мова, мистецтво, література, музика тощо, завдяки чому молодь визначає способи вираження своєї ідентичності та сприйняття світу;

- *політичні орієнтації*, оскільки на формування свідомості молоді впливають державницька ідеологія, програми політичних партій, в яких затверджуються їх основні цілі;

- *глобальні медіа, Інтернет-технології та соціальні мережі*, вплив яких на молодіжну свідомість зростає, роблячи її більш глобальною та зв'язаною з іншими культурами. Технології впливають на способи спілкування, сприйняття інформації та розвиток особистості;

- *соціально-економічні уподобання*, оскільки економічні та соціальні умови суспільства також впливають на молодіжну свідомість, визначаючи їхні можливості та обмеження. Бідність, безробіття, соціальна нерівність та інші фактори можуть впливати на уявлення молоді про себе та світ навколо.

Складовою свідомості молоді є політична свідомість. Українські політологи Б.Л.Дем'яненко, В.М.Дем'яненко і Т.П.Прядко стверджують, що політична свідомість української молоді «формується не безпосередньо, вона детермінується загальними соціальними й конкретними умовами життя,

побуту, трудової зайнятості/незайнятості, реалізованості/нереалізованості кожної молодої людини, її освіти, професійної підготовки, світогляду, моральних ціннісних орієнтацій тощо» [5, с.91]. Тобто мова йде про те, що на формування політичної свідомості молоді впливають не тільки суспільні обставини, але й цінності родини, побут, освітянські та трудові колективи, близьке соціальне оточення, друзі, однокласники, одногрупники, учителі та викладачі. Варто сказати, на політичний світогляд молоді впливають також видатні особистості, зокрема політичні та культурні діячі. Молоді люди в силу того, що їх особистість знаходиться на етапі дотрудової та трудової адаптації, легко піддаються впливам і можуть швидко змінювати свої політичні орієнтації.

*Характеристики політичної свідомості молоді* включають динамічність, протиріччя, емоційність, активність, схильність до експериментів та пошуку ідентичності. Вона є важливою складовою соціальної та культурної динаміки суспільства, оскільки молодь є майбутнім і приймає рішення, що впливають на його подальший розвиток.

Як зазначають науковці, «щоб усі компоненти політичної свідомості формувалися як закономірний і природний процес, який можна спрогнозувати, а не стихійно, необхідна продумана, адекватна викликам сучасності державна освітньо-культурна й молодіжна політика. Адже від змісту політичної свідомості молоді, способів і тенденцій розв'язання в ньому конфлікту між традиційним пострадянським патерналізмом і фундаментальними ліберальними цінностями залежить стратегічний напрям розвитку української державності, реформування політичних інститутів, формування громадянського суспільства в умовах складних зовнішніх і внутрішніх викликів» [5, с.91].

Наступне питання, на яке необхідно знайти відповіді – як виявляється рівень політичної свідомості сучасної української молоді?

Вважаємо, що основними чинниками політичної свідомості молоді можна

обрати наступні:

А) *Інтерес до політики та політичного життя країни.* Як свідчать результати соціологічних опитувань, інтерес до політики в молоді не вищий, ніж у решти, навіть дещо нижчий, ніж у середнього віку. Якщо подивитися на тих, хто бере участь у діяльності громадських організацій – молодь не відрізняється від інших поколінь, відрізняється лише група, старша 60 років»[12].

Б) *Участь у громадському житті.* Як свідчать соціологи, до війни близько 30% представників молодого покоління вважали, що вони якимось чином впливають на те, що відбувається в Україні, то на ситуацію в населеному пункті, де вони мешкають, вважають, що здатні впливати, близько 48% [13.].

В) *Участь у виборах як свідчення рівня політичної активності.* За даними Національного екзитполу (фонд Демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва, Київський міжнародний інститут соціології та Центр Разумкова) в першому турі президентських виборах 2019 р. на дільниці прийшли 40%, у другому –43% молодих українців [9]. Вважаємо, що це свідчення не досить високого рівня політичної активності молоді.

Г) *Громадянська активність.* Дослідження, які проводилися ГО «Аналітичний центр Cedos» і дослідницькою агенцією Info Sapiens у 2023 році, свідчать, що у період російсько-української війни, частка молоді, що займається волонтерством, зросла з 20% до 42%. Також значно збільшилась частка молодих людей, які серед життєвих цілей зазначили—бути корисними своїй країні: з 6% у попередній хвилі до 37% цього року [ 2 ].

Д) *Участь у політичних партіях та політичних об'єднаннях.* Практично більшість молодих людей не планують брати участі у політичній діяльності і не бачать себе членами будь-яких політичних партій [12 ].

Є) *Ідентифікація себе з Україною та єдність у баченні умов миру і її майбутнього.* За результатами дослідження, 86% молодих респондентів

підтримують територіальну цілісність України, а 71% так само відкинули варіант встановлення миру, за якого Україна контролюватиме територію станом на 23 лютого 2022 року. Також порівняно з 2021 роком суттєво зросла підтримка вступу до НАТО (з 59% до 80%) та ЄС (з 57% до 85%) [ 2 ].

Таким чином, на формування політичної свідомості молоді впливають різні чинники: політичні, культурологічні, цінності, традиції, соціальні норми, соціальний досвід, соціально-економічні проблеми, глобальні контексти. Соціологічні дослідження свідчать, що українська молодь політично активізувалася в період російсько-української війни, стала більш патріотичною, громадянсько-активною, активніше ідентифікує себ з Україною, НАТО, європейськими її цінностями.

Політична пропаганда є одним з найбільш впливових чинників формування політичної свідомості молоді. Тож уточнимо методи та інструменти впливу політичної пропаганди на молодіжну свідомість в умовах війни.

## **2.2. Методи та техніки впливу політичної пропаганди на політичну свідомість молоді**

В умовах російсько-української війни в інформаційному просторі з'являється чимало джерел політичної пропаганди, зокрема і російської, яка спрямована на молодь для того, щоб «затуманити» її думку. Звісно, що молодь найбільш уразлива соціально-демографічна група, свідомість якої знаходиться у стані формування. І хоча державні інституції в Україні намагаються протистояти російським політичним маніпуляціям, однак мас-меді та соціальні мережі засмічуються різними фейками та дезінформацією. Молоді люди, принаймні частина з них, не прагнуть особливо заглиблюватися у зміст різної інформації, яка подається у засобах масової інформації, довіряючи якомусь одному джерелу

інформації. Потім розповсюджують її, не замислюючись над її змістом, навіть якщо вона не є об'єктивною чи правдивою. І тому подібна інформація набуває статусу пропаганди, яка розповсюджується в усіх сферах людської життєдіяльності. Існує думка, що політична пропаганда носить виключно негативний та деструктивний характер. Однак в умовах війни вона виконує і позитивну роль, оскільки державні органи влади намагаються подавати необхідну інформацію для того, щоб молоді люди розуміли не тільки перебіг військових операцій, але й розуміли дії влади в умовах захисту країни.

Адже політична інформація дозволяє не тільки впливати на свідомість молоді, але й посилювати зворотний зв'язок державних органів влади з громадськістю, зокрема з молоддю [22].

Політична пропаганда має певні правила та техніки і технології. Як свідчать фахівці, в умовах війни ЗМІ, Інтернет та соціальні мережі є найбільш активними інструментами впливу на масову свідомість, зокрема молоді. Засоби масової інформації та мережа Інтернет наповнена різноманітними дезінформаціями, фейками, ПСО (інформаційно-психологічні спеціальні операції), які впливають деструктивно на свідомість молоді і розпізнати які дуже складно.

Як зазначають А.І.Сушко і А.М.Прохоренко, пропаганда конструює політичну свідомість населення, однак вона «неспроможна існувати лише вертикально вниз, оскільки у певний момент, вона починає впливати на своїх творців, визначаючи як внутрішньополітичне життя, так й зовнішньополітичне. Яскравими прикладами такого впливу є М. Чаушеску, Ф. Франко, А. Салазар та В. Путін. Інструментами такого подвійного впливу є масові комунікації: інтернет, телебачення, всі друковані видання. Тобто базис пропаганди аналогічний більш ранньому, але в сучасності у неї ширше коло для реалізації» [21].



Вплив політичної пропаганди на молодіжну свідомість є складним та багатограним явищем, що залежить від різноманітних факторів, таких як суспільно-політичний контекст, особистісні характеристики молоді, технологічні можливості тощо. В умовах російсько-української війни розповсюджувачі політичної пропаганди використовують як апробовані методи та техніки, які використовувалися і в минулому столітті в умовах війн, так і вигадують нові для впливу на масову свідомість, зокрема молоді.

Як зазначає Д.М. Павлов, початок осмислення технік та технологій пропаганди був пов'язаний із діяльністю Інституту для аналізу пропаганди, що працював у США з 1937 по 1942 рр. Працівниками цього інституту було виявлено сім технік пропаганди:

1. навішування ярликів;
2. блискуче твердження (по суті, метафоризація або фреймінг);
3. перенесення (розповсюдження престижного, респектабельного на сумнівне);
4. рекомендація авторитету;
5. прості люди (переконання через апеляцію до згоди простих людей);
6. підтасування карт (вибіркове використання фактів для обґрунтування твердження);
7. оркестровий фургон (використання стадного інстинкту, переконання, що всі члени групи об'єкта пропаганди розділяють думку пропагандиста) [14, с.142; 24].

Ці техніки та технології активно використовують російські пропагандисти в сучасній війні, впливаючи на масову свідомість не тільки росіян, але й європейців за допомогою своїх теле- радіоканалів, Інтернету та соціальних мереж, які називають техніками «мякої сили». Молодь активно використовує соціальні медіа для спілкування та отримання інформації. Політична пропаганда часто використовує платформи, такі як Facebook,

Twitter, Instagram, Telegram тощо, для розповсюдження своїх ідей серед молодих людей.

Досить розповсюдженою технікою політичної пропаганди в сучасному світі є *інфлуенсерство і блогерство*, коли певні особистості в інтернеті мають значний вплив на молодь через свої блоги, відеоблоги, та інші форми контенту. Політичні сили можуть співпрацювати з такими інфлуенсерами для поширення своїх ідей серед молоді.

Політичні партії або організації можуть проводити *освітні заходи, семінари, тренінги* з метою впливу на свідомість молоді. Це може включати лекції, дискусії, розповсюдження інформаційних матеріалів тощо.

Особливо розповсюдженим методом політичних пропагандистів є техніка створення *мемів та вірального контенту*. Юмористичні образи, меми, відео, які стають віральними в мережі, можуть ефективно поширювати політичні ідеї серед молоді. Це може бути ефективним засобом залучення уваги та формування певних поглядів.

Політичні сили можуть використовувати *груповий тиск, стереотипи*, а також *психологічні методи впливу* для формування певних поглядів серед молоді. Це може включати використання емоційного впливу, створення враження загрози або необхідності певних політичних дій.

*Освітній процес* може бути також використаний як техніка для впливу на свідомість молоді. Політичні сили можуть спрямовувати навчальні програми, включати певні ідеї та перспективи в навчальний матеріал, а також залучати викладачів та професорів для підтримки своїх поглядів. Особливо це властиво освітньому процесу сучасної Російської Федерації.

Ці методи та техніки широко використовуються в політичній пропаганді для впливу на молодіжну свідомість. Важливо розуміти, що цей вплив може мати різні наслідки та варто розвивати критичне мислення серед молоді, щоб

вони могли аналізувати отриману інформацію та формувати власні переконання на основі об'єктивних даних.

Отже, політичні пропагандисти використовують різноманітні методи та техніки для впливу на молодь, формуючи необхідну для них політичну свідомість. Як правило держава як політичний пропагандист формує державницьку позицію, сприяє розвитку політичної активності, патріотизму, формування активної життєвої позиції. Так, в умовах російсько-української війни, українська молодь у своїй більшості, як зазначалося вище, характеризується високим рівнем політичної свідомості, залучається до волонтерства, донатства, включається в гуманітарну діяльність. Разом з тим російська пропагандистська машина робить усе для того, щоб дезінформувати українську молодь, переорієнтувати від державницької української позиції на проросійську, яка спрямована на підтримку «руського міру».

## **Висновки до розділу II**

У другому розділі кваліфікаційної роботи досліджено особливості та чинники формування політичної свідомості молоді, а також уточнено методи та техніки впливу на неї.

Уточнено, що молодіжна свідомість являє собою сукупність уявлень, переконань, цінностей, ідеалів та сприйняття, які є характерними для молодого покоління в певному суспільстві. Вона відображає специфічні особливості мислення, почуттів та відношень молоді, а також їхніх впливів та ставлення до світу навколо. Складовими молодіжної свідомості є наступні: цінності та ідеали, соціальні установки, культурні традиції, політичні орієнтації, глобальні медіа, Інтернет-технології та соціальні мережі, соціально-економічні уподобання.

З'ясовано, що політична свідомість молоді формується під впливом суспільних цінностей, загальних соціальних й конкретних умов життя, побуту, трудової зайнятості/незайнятості, реалізованості/нереалізованості кожної молодої людини, її освіти, професійної підготовки, світогляду, моральних ціннісних орієнтацій, а також під впливом політичної пропаганди. Характеристиками політичної свідомості молоді є динамічність, протиріччя, емоційність, активність, схильність до експериментів та пошуку ідентичності.

Обґрунтовано, що основними чинниками політичної свідомості молоді є наступні: інтерес до політики та політичного життя країни; участь у громадському житті; участь у виборах як свідчення рівня політичної активності; громадянська активність; участь у політичних партіях та політичних об'єднаннях; ідентифікація себе з Україною та єдність у баченні умов миру і її майбутнього, а також політичні, культурологічні, цінності, традиції, соціальні норми, соціальний досвід, соціально-економічні проблеми, глобальні контексти.

Політична пропаганда є одним з найбільш впливових чинників формування політичної свідомості молоді.

Виявлено, що політичні пропагандисти для впливу на молодіжну свідомість в умовах російсько-української війни використовують різноманітні методи та техніки пропаганди, до яких можна віднести наступні: навішування ярликів; метафоризацію або фреймінг; розповсюдження престижного, респектабельного на сумнівне; рекомендація авторитету; переконання через апеляцію до згоди простих людей; вибіркоче використання фактів для обґрунтування твердження; використання стадного інстинкту, переконування, що всі члени групи об'єкта пропаганди розділяють думку пропагандиста; інфлуенсерство і блогерство, освітні заходи, семінари, тренінги, створення мемів та вірального контенту, груповий тиск, стереотипи, а також психологічні методи впливу для формування певних поглядів серед молоді.

## РОЗДІЛ III

### ВПЛИВ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ НА МОЛОДЬ В УМОВАХ ВІЙНИ: ЕМПІРИЧНА ВЕРИФІКАЦІЯ

#### **3.1. Програма дослідження впливу політичної пропаганди на свідомість молоді**

*Актуальність дослідження.* Дослідження впливу політичної пропаганди на масову свідомість молоді є вкрай важливим в умовах російсько-української війни. Громадяни, особливо молодь дуже часто піддаються пропагандному впливу, який відбувається поза їх волею.

Тому актуальність соціологічного опитування визначається негативним впливом російської політичної пропаганди, яка деструктивно впливає на свідомість молоді. З'ясування особливостей її впливу сприятиме формуванню державної інформаційної політики та її протидії російським засобам масової інформації.

*Метою соціологічного дослідження є з'ясування впливу політичної пропаганди на свідомість української молоді в умовах російсько-української війни. Об'єкт дослідження:* молодь міста Кривий Ріг.*Предмет дослідження:* судження молоді щодо їх ставлення до політичної пропаганди та її ролі в умовах війни.

*Завдання дослідження:*

1. З'ясувати, чи цікавляться молоді люди політичним новинами про державні події, діяльність політичних партій, хід російсько-української війни.
2. З'ясувати, чи цікавляться молоді люди політичним новинами Російської Федерації.

3. Виявити, яким джерелам політичної інформації респонденти довіряють в умовах російсько-української війни.
4. Виявити, наскільки респонденти довіряють політичній інформації українських і російських мас-медіа.
5. З'ясувати рівень довіри респондентів політичній інформації мас-медіа.
6. Виявити самооцінку респондентів про особистісну здатність розпізнавати політичну дезінформацію в умовах війни.

*Гіпотези дослідження.*

*Основна гіпотеза:* можна передбачити, що політична пропаганда суттєво впливає на молодіжну свідомість, формуючи її у напрямку, який вигідний політичним агентам.

*Допоміжні гіпотези:*

1. можна припустити, що більшість молодих людей цікавляться політичною інформацією;
2. можна припустити, що існує певна частина респондентів, які цікавляться політичною інформацією російських мас-медіа;
3. можна припустити, що найбільшою довірою молодих респондентів щодо політичної інформації є Інтернет та соціальні мережі;
4. можна припустити, що молоді респонденти довіряють найбільше військовим і президенту України В.Зеленському;
5. можна передбачити, що більшість респондентів довіряють українським мас-медіа, але не довіряють російським;
6. можна припустити, що не всі молоді люди можуть відрізнити дезінформацію від правдивої інформації.

*Метод збору соціологічної інформації - опитування.*

Вид опитування - *анкетування.*

Соціологічне опитування щодо впливу політичної пропаганди на формування молодіжної свідомості здійснено протягом квітня 2024 року за допомогою Google форми.

Цільова аудиторія (вибірка) – мешканці Кривого Рогу віком від 15 до 35 років

Вибірка стихійна. Вид опитування – пілотажне.

Всього було опитано 35 респондентів.

*Опис методу опитування.* Опитування – метод збору соціальної інформації про досліджуваний об’єкт під час безпосереднього (інтерв’ю) чи опосередкованого (анкетування) соціально-психологічного спілкування соціолога і респондента шляхом реєстрації відповідей респондентів на сформульовані запитання. За допомогою опитування можна одержати інформацію, яка не завжди відображена в документальних джерелах чи доступна прямому спостереженню. До опитування вдаються, коли необхідним, а часто й єдиним джерелом інформації є людина – безпосередній учасник, представник, носій досліджуваного явища чи процесу.

Анкетне опитування є найпоширенішим видом збору інформації, воно передбачає самостійні відповіді на питання, що задаються інтерв’юєром. Наприклад, використовуючи сучасні можливості, такі як: інтернет, дослідник з мінімальною технічною допомогою за короткий час може зібрати первинну інформацію від сотень респондентів.

Для проведення дослідження було розроблено анкету (див. Додаток 1), де сформульовано 9 запитань, які найбільшою мірою розкривали сутність, мету даного дослідження. Результати анкети були оброблені за допомогою комп’ютерної програми Google Forms..

*План соціологічного дослідження:*

1. Підготовча робота: Визначення методології, складання плану дослідження.
2. Збір даних: Проведення аналізу змісту, опитувань, анкетування, інтерв'ю тощо.

3. Аналіз даних: Обробка та аналіз отриманих результатів.
4. Висновки та рекомендації: Формулювання висновків та розробка рекомендацій на основі отриманих даних.

*Операціоналізація понять.*

*Політична пропаганда* в Україні охоплює різноманітні теми та повідомлення, які часто використовуються для впливу на громадян. Ось деякі з найбільш поширених тем і повідомлень:

*Економічна політика:* Політична пропаганда також акцентує увагу на економічних питаннях, таких як збалансований бюджет, зростання ВВП, залучення інвестицій тощо. Повідомлення в цьому напрямку спрямовані на підтримку економічних реформ та заходів уряду.

*Народна єдність та національна ідентичність:* Політична пропаганда часто використовує національну символіку та історичні події для підсилення національної єдності та ідентичності. Повідомлення в цьому контексті спрямовані на утвердження національних цінностей та патріотизму.

*Політичні скандали та афери:* Іноді політична пропаганда використовує скандальні події або афери для дискредитації опонентів чи конкурентів. Це може включати розкриття корупційних схем, порушення законодавства тощо.

Ці теми та повідомлення використовуються політичною пропагандою в Україні для мобілізації суспільства, формування громадської думки та підтримки конкретних політичних або громадських інтересів.

*Засоби та методи поширення політичної пропаганди в Україні* мають різноманітний характер і включають як традиційні, так і нові технології. Ось деякі з них:

*Телебачення та радіо:* Традиційні медіа, такі як телебачення та радіо, залишаються одними з основних засобів поширення політичної пропаганди. Політичні партії, кандидати та громадські організації часто використовують телевізійні та радіопрोगрами для просування своїх ідей та переконань.



*Преса:* Газети та журнали також використовуються для розповсюдження політичної пропаганди. Це може бути у вигляді опублікованих статей, інтерв'ю з політиками, аналітичних матеріалів тощо.

*Соціальні медіа:* Соціальні платформи, такі як Facebook, Twitter, Instagram тощо, стали надзвичайно популярними засобами для поширення політичної пропаганди. Політичні активісти та партії активно використовують соціальні медіа для залучення уваги громадськості та мобілізації підтримки.

*Інтернет-сайти та блоги:* Політичні партії, активісти та навіть державні установи створюють власні веб-сайти та блоги для публікації своїх поглядів, програм та новин. Це дозволяє їм прямо взаємодіяти з аудиторією та впливати на неї.

*Публічні заходи та події:* Політичні партії та активісти організують публічні заходи, такі як мітинги, демонстрації, круглі столи тощо, для просування своїх ідей та залучення уваги громадськості.

### **3.2 Вплив політичної пропаганди на свідомість молоді: результати емпіричних досліджень**

Соціологічне опитування, яке носило пілотажний характер, проводилося за допомогою Google-анкети.

Кількість респондентів складає 35 осіб, зокрема 22 особи жіночої і 13 осіб чоловічої статі:

За віком з них: 15-20 років – 13 респондентів; 21-30 років – 16 респондентів; 30-35 років – 6 респондентів;

За сферою зайнятості: 22 респонденти – студенти; 14 респондентів – працюють.

Хоча 35 респондентів – це невелика кількість, однак за вимогами соціологічних досліджень вистачає для пілотажу, завдяки якому можемо

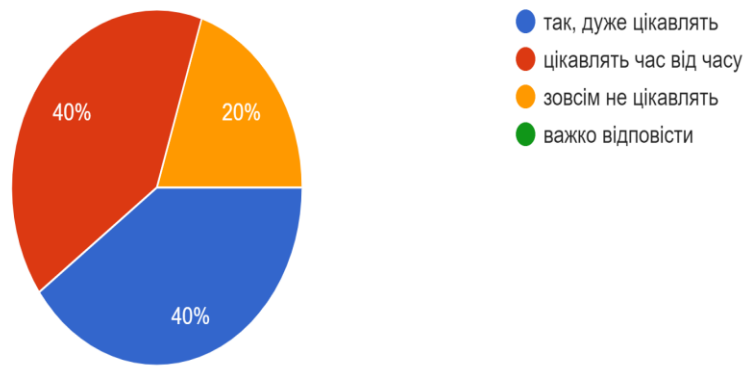
визначити основні тенденції у молодіжній свідомості, яка формується під впливом політичної пропаганди в сучасних умовах.

Проаналізуємо результати пілотажного дослідження.

Як бачимо з діаграми 3.3.2 «Зацікавленість політичними новинами», більшість – 80% молодих людей цікавляться політичними новинами, в яких подвються відомості про державні події, діяльність політичних партій, хід російськ-української війни, причому, половина з них відповіли, що цікавляться «дуже часто». Тільки п'ята частина опитаних «зовсім не цікавляться» політичними новинами.

Скажіть, будь ласка, чи цікавлять Вас політичні новини про державні події, діяльність політичних партій, хід російсько-української війни?

35 ответов

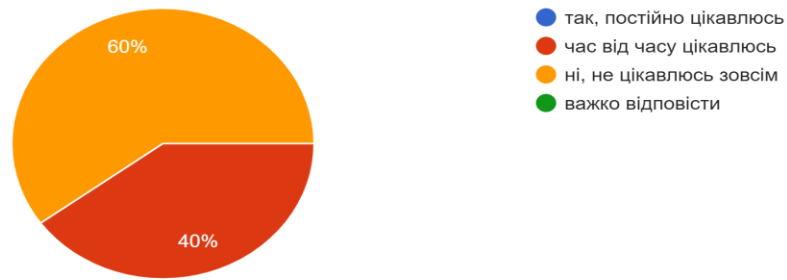


Діаграма 3.2.1. Зацікавленість респондентів політичними новинами

Одним із завдань соціологічного опитування було з'ясування того, чи цікавляться молоді люди політичними новинами Російської Федерації. Як свідчать дані діаграми 3.2.2, 40% респондентів «час від часу» - цікавляться, між тим 60% - «не цікавляться зовсім».

Скажіть, будь ласка, чи цікавитесь Ви політичними новинами Російської Федерації?

35 ответов



Діаграма 3.2.2. Зацікавленість респондентів політичними новинами Російської Федерації

Відповіді на запитання «Яким джерелам інформації ви довіряєте найбільше», представлено у таблиці 3.2.1.

**Таблиця 3.2.1**

**Розподіл відповідей на запитання  
«Яким джерелам інформації ви довіряєте найбільше»  
(% до кількості опитаних)**

Рейтинг джерел інформації	Джерело інформації	% до кількості опитаних
1-ше місце	Телеграмм	80.0
2-3 місце	Інтернет	60.0
2-3 місце	Соціальні мережі	60.0
4-5 місце	Президент України В. Зеленський	40.0
4-5 місце	Військові	40.0
6-7 місце	Інстаграмм	20.0
6-7 місце	Викладачі, вчителі	20.0

-	Друзі	0.0
-	Зарубіжні партнери	0.0
-	Прем'єр -Міністр Д.Шмигаль та урядовці	0.0
-	Лідери політичних партій	0.0
-	Народні депутати	0.0
-	Телеканал "Єдині новини"	0.0
-	Інші телевізійні канали	0.0
-	Радіомовлення	0.0
-	жодному з джерел не довіряю	0.0

Рейтинг джерел, яким найбільше довіряють молоді респонденти, очолює Телеграм (80%), Інтернет та соціальні мережі (по 60%), Президент України В.Зеленський та військові (по 40 %). Інші джерела політичної інформації не викликають у респондентів довіри, до них відносяться лідери політичних партій, народні депутати, урядовці, телеканали та радіомовлення. Можливо, у цьому рейтингу є похибки, оскільки участь у опитуванні взяли всього 35 респондентів. Однак загальні тенденції простежуються.

Наступні питання були спрямовані на з'ясування того, наскільки респонденти довіряють українським і російським мас-медіа (див. таблицю 3.2.2.)

**Таблиця 3.2.2.**

**Розподіл відповідей на запитання щодо довіри до політичної інформації українських і російських джерел  
% до кількості опитаних**

Ступінь довіри	Політична інформація	
	Українські джерела	Російські джерела
Повністю довіряю	20.0	0
Частково довіряю	50.0	20.0
Не довіряю зовсім	20.0	80.0

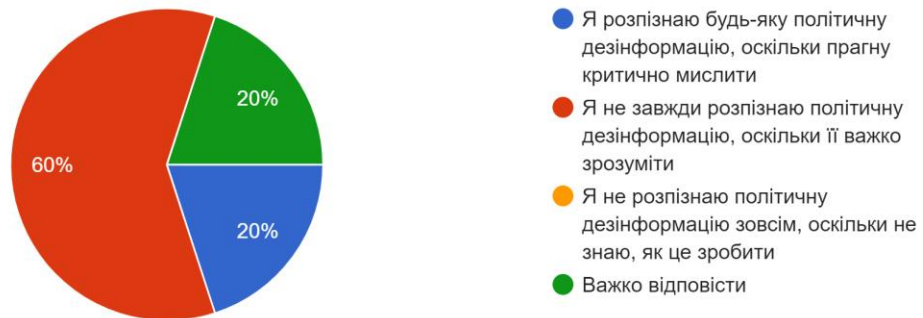
Важко відповісти	10.0	0
------------------	------	---

Порівняльний аналіз відповідей на запитання щодо довіри до українських та російських джерел, свідчить, що довіряють українським джерелам політичної пропаганди у 3,5 раз більш, ніж російським. А тих, хто недовіряє – у 4 рази менше. 80% респондентів не «довіряють зовсім» російським джерелам політичної пропаганди, тільки 20% «довіряють частково».

Важливим було запитання, яке стосувалося того, наскільки молоді респонденти здатні розпізнавати політичну дезінформацію в умовах війни (див. діаграму 3.2.3).

Як Ви оцінюєте свою здатність розпізнавати політичну дезінформацію в умовах війни ?

35 ответов



Діаграма 3.2.3 Самоцінка респондентів щодо здатності розпізнавати політичну дезінформацію в умовах війни

Як бачимо з діаграми 3.2.3, тільки кожний п'ятий респондент упевнений у тому, що він «може розпізнати будь-яку політичну дезінформацію, оскільки прагне критично мислити», 60% респондентів зазначили, що вони «не завжди розпізнають політичну дезінформацію, оскільки її важко зрозуміти», і 20% не змогли дати оцінку особистісному вмінню розпізнавати політичну дезінформацію.

Тобто мова йде про те, що абсолютна більшість молодих людей – до 80% опитаних потребують знань щодо основних методів та інструментів щодо розпізнання політичної дезінформації в умовах війни.

### **Висновки до розділу III**

Пілотажне соціологічне опитування (35 респондентів) підтвердило *основну гіпотезу*, що політична пропаганда суттєво впливає на молодіжну свідомість, формуючи її у напрямку, який вигідний політичним агентам.

У ході опрацювання результатів Google-опитування були виявлені наступні тенденції у ставленні молодих респондентів до політичної пропаганди та висвітлення її у засобах масової інформації.

Майже 80% молодих людей цікавляться політичними новинами, в яких подаються відомості про державні події, діяльність політичних партій, хід російськ-української війни, причому, половина з них відповіли, що цікавляться «дуже часто». Майже 40% опитаних час від часу проглядають російські мас-медіа, а 60% не роблять цього ніколи.

З'ясовано, що найбільшою довірою щодо політичних новин у молодих респондентів є Телеграм (80%), Інтернет та соціальні мережі (по 60%), Президент України В.Зеленський та військові (по 40 %). Інші джерела політичної інформації не викликають у респондентів довіри, до них відносяться лідери політичних партій, народні депутати, урядовці, телелекани та радіомовлення, друзі, викладачі, учителя.

Було виявлено, що політичним новинам українських джерел довіряють 70% опитаних, а російських тільки 20% «частково», а недовіряють українським джерелам тільки 20%, а російським – 80%.

З'ясовано, що до 80% молодих респондентів потребують знань щодо основних методів та інструментів щодо розпізнання політичної дезінформації в умовах війни, оскільки тільки кожний п'ятий респондент упевнений у тому, що він «може розпізнати будь-яку політичну дезінформацію, оскільки прагне критично мислити».

## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі виконано *важливе наукове завдання*, а саме з'ясовано особливості методів впливу політичної пропаганди на свідомість молоді в умовах російсько-української війни, а саме обґрунтовані теоретико-методологічні засади дослідження політичної пропаганди; з'ясовано чинники формування та методи і техніки впливу політичної пропаганди на політичну свідомість молоді та здійснено їх емпіричну верифікацію.

*На виконання першого завдання* уточнено зміст та характеристики політичної пропаганди. Політична пропаганда визначається як використання політичними акторами, державними посадовцями комунікаційних засобів, таких як медіа, соціальні мережі, публічні виступи тощо, з метою впливу на громадську думку та переконання громадян у певних політичних програмах, ідеологіях, поглядах чи ідеях. До структури політичної пропаганди входять: політичні погляди та ідеологія; суб'єкти політичної сфери; політична символіка та образи; політичні програми; політичні досягнення та успіхи; маніпуляція фактами та статистикою; атака на опонентів. Основними характеристиками політичної пропаганди є: *наявність мети або цільове спрямування, маніпулятивність, систематичність масовість*.

*На виконання другого завдання* визначено критерії класифікації та відповідно до них окреслено види політичної пропаганди: спрямованість (зовнішня та внутрішня); сфера поширення (інформаційна та культурна); ступінь достовірності (правдива, частково спотворена, відверта брехня); джерело повідомлення (біла, чорна та сіра); природу повідомлення (позитивна і негативна) та етапізація (підготовча пропаганда, активна пропаганда, приховування слідів). Основними методами розповсюдження політичної пропаганди є наступні: пропагандистські матеріали, радіопрограми; публічні виступи; соціальні мережі та Інтернет; масові заходи; психологічні методи,



маніпуляція інформацією; символи та символіка; псевдонаукові дослідження.

*На виконання третього завдання* виявлено та визначено особливості основних джерел та каналів поширення політичної пропаганди, до яких відносяться є ЗМІ, Інтернет і соціальні мережі, спілкування прямої дії (викладачі, друзі, члени родини, знайомі), реклама та промо-акції, культурні події та мистецтво, політичні лідери та видатні особистості, урядовці.

*На виконання четвертого завдання* уточнено, що молодіжна свідомість являє собою сукупність уявлень, переконань, цінностей, ідеалів та сприйняття, які є характерними для молодого покоління в певному суспільстві, а її складовими є наступні: цінності та ідеали, соціальні установки, культурні традиції, політичні орієнтації, глобальні медіа, Інтернет-технології та соціальні мережі, соціально-економічні уподобання. Політична свідомість молоді формується під впливом суспільних цінностей, загальних соціальних й конкретних умов життя (побуту, трудової зайнятості/незайнятості, реалізованості/нереалізованості), освіти, професійної підготовки, світогляду, ціннісних орієнтацій, а також під впливом політичної пропаганди. Виявлено, що характеристиками політичної свідомості молоді є: динамічність, протиріччя, емоційність, активність, схильність до експериментів та пошуку ідентичності.

Обґрунтовано, що основними чинниками політичної свідомості молоді є: інтерес до політики та політичного життя країни; участь у громадському житті; участь у виборах; громадянська активність; участь у політичних партіях та політичних об'єднаннях; ідентифікація себе з Україною та єдність у баченні умов миру і її майбутнього, а також політичні, культурологічні, цінності, традиції, соціальні норми, соціальний досвід, соціально-економічні проблеми, глобальні контексти.

*На виконання п'ятого завдання* обґрунтовано, що політична пропаганда є одним з найбільш впливових чинників формування політичної свідомості молоді. Основними методами та техніками впливу політичної пропаганди на

молодіжну свідомість в умовах російсько-української війни є: навішування ярликів; метафоризація або фреймінг; розповсюдження престижного, респектабельного на сумнівного; рекомендація авторитету; переконання через апеляцію до згоди простих людей; вибіркове використання фактів для обґрунтування твердження; використання стадного інстинкту, переконування, що всі члени групи об'єкта пропаганди розділяють думку пропагандиста; інфлуенсерство і блогерство, освітні заходи, семінари, тренінги, створення мемів та вірального контенту, груповий тиск, стереотипи, а також психологічні методи впливу для формування певних поглядів серед молоді.

*На виконання шостого завдання* проведено пілотажне соціологічне опитування (35 респондентів), у результаті якого підтверджено *основну гіпотезу*, що політична пропаганда суттєво впливає на молодіжну свідомість, формуючи її у напрямку, який вигідний політичним агентам.

У ході опрацювання результатів Google-опитування були виявлені наступні тенденції у ставленні молодих респондентів до політичної пропаганди та висвітлення її у засобах масової інформації: а) майже 80% молодих людей цікавляться політичними новинами, в яких подаються відомості про державні події, діяльність політичних партій, хід російськ-української війни, а половина з них відповіли, що цікавляться «дуже часто»; б) майже 40% опитаних час від часу проглядають російські мас-медіа, а 60% не роблять цього ніколи; в) найбільшою довірою щодо політичних новин у молодих респондентів є Телеграм (80%), Інтернет та соціальні мережі (по 60%), Президент України В.Зеленський та військові (по 40 %), інші джерела політичної інформації не викликають у респондентів довіри, до них відносяться лідери політичних партій, народні депутати, урядовці, телелекани та радіомовлення, друзі, викладачі, учителя; г) політичним новинам українських джерел довіряють 70% опитаних, а російських тільки 20% «частково», а недовіряють українським джерелам тільки 20%, а російським – 80%; д) до 80% молодих респондентів

потребують удосконалення знань щодо розпізнання політичної дезінформації в умовах війни, оскільки тільки кожний п'ятий респондент упевнений у тому, що він «може розпізнати будь-яку політичну дезінформацію, оскільки прагне критично мислити».

Таким чином, результати кваліфікаційного дослідження свідчать, що, незважаючи на тиск російської політичної пропаганди в умовах війни, абсолютна більшість української молоді (80%) практично не реагує на неї, не довіряє російським джерелам інформації і не зважає на російську дезінформацію. Між тим, серед молоді є певна частина, а саме до 20% респондентів, які не довіряють і українським засобам масової інформації, але частково довіряють російським ЗМІ. Тому необхідна цілеспрямована освітня діяльність щодо навчання підлітків і молоді розпізнавати політичну дезінформацію, вміти критично осмислювати будь-яку політичну пропаганду.

Отже результати проведеного дослідження свідчать, що мета досягнута, завдання виконані, гіпотези підтверджено.

На основі результатів кваліфікаційного дослідження, вважаємо за доцільне *рекомендувати*:

- в системі середньої загальної освіти ввести освітні курси, метою яких є надання знань учням старших класів гімназій та ліцеїв стосовно цілей та змісту політичної інформації та пропаганди в умовах війни (МОН України);
- активізувати проведення вебінарів для працівників системи освіти, зокрема вищої, на платформах яких надавати знання і формувати навички розпізнавання фейків, ПСО, дезінформації, яку розповсюджують російські засоби масової інформації (МОН України);
- у закладах вищої освіти запровадити дисципліни та курси по формуванню критичного мислення студентів (ректорати ЗВО);

- запровадити нормативно-правові вимоги до розповсюджувачам політичної дезінформації в Інтернеті та соціальних мережах (Міністерство юстиції).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Віннічук О.В., Руда Л.А. Пропаганда як інструмент політичної комунікації в умовах російсько-української війни. *Політичне життя* 2024. №1. С.82-87. с.82. DOI10.31558/2519-2949.2024.1.12
2. Вплив війни на молодь України. ГО «Аналітичний центр Cedos». Київ. 2023.URL : <https://inmol.org/doslidzhennia-vplyv-vijny-na-molod-v-ukraini/> (дата звернення 18.03.2024)
3. Голуб О. Методи впливу пропаганди та протидія їм. Інститут масової комунікації.2019. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/metody-vplyvu-propagandy-ta-protydiya-nym-i30638> (дата звернення: 14.01.2024).
4. Гурківська А. Концептуалізація поняття «політична пропаганда». *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2021. Вип. 35. С. 150-160. DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2021.35.18> URL : [http://www.fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/35\\_2021/20.pdf](http://www.fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/35_2021/20.pdf) (дата звернення 23.04.2024).
5. Дем'яненко Б.Л., Дем'яненко В.М., Прядко Т.П.. Політична свідомість сучасної української молоді в контексті зміни поколінь. *Політикус*. 2021. № 1. С. 86–93.
6. Драбюк С. С. Пропаганда та її види. Шляхи протидії пропаганді. *Аналітично-порівняльне правознавство*. Електронне видання. 2022. DOI <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2022.01.28> (дата звернення 08.03.2024).
7. Іваницька Б., Гусева С. Основні методи пропаганди в російському Інтернет-ЗМІ, Pravda. Ru *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Серія : *Журналістські науки*. 2018. № 896. С. 54-58. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnulrjn\\_2018\\_896\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnulrjn_2018_896_10) (дата звернення 28.03.2024).
8. Кирилюк Ф.М., Конверський А.Є., Білик В.Ф. Сутність та основні чинники політичної свідомості. *Політологія: навчально-методичний комплекс*. Київ: КНУ ім. Т. 2004. URL : <http://politics.ellib.org.ua/pages-2138.html>(дата

звернення 28.03.2024).

9. Кондратова В.В. #Влада Це Ми. Чому Україною до цього часу керує покоління СРСР. 16 червня 2019 р. *Ліга. Новости*: вебсайт. URL: <https://ua-news.liga.net/politics/articles/> (дата звернення 16.02.2024).

10. Кравчук М. Політична пропаганда як засіб утвердження і розвитку демократичного режиму. URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/59692/41-Kravchuk.pdf?sequence=1>. (дата звернення 18.03.2024).

11. Макаренко Л. Сутність, роль та основні прийоми політичної пропаганди. *Політичні науки*. 2014. №83. URL : [https://www.researchgate.net/publication/350017184\\_SUTNIST\\_ROL\\_TA\\_OSNOVNI\\_PRIJOMI\\_POLITICNOI\\_PROPAGANDI](https://www.researchgate.net/publication/350017184_SUTNIST_ROL_TA_OSNOVNI_PRIJOMI_POLITICNOI_PROPAGANDI). ПОЛІТИЧНІ НАУКИ стр.362

12. Молодь, політика та ідентичність: які вони, молоді українці, і чого очікувати від них? URL: <https://uacrisis.org/uk/molod-polityka-ta-identych> (дата звернення 13.02.2024).

13. Молодь України–2019.URL: : [https://sport.gov.ua/storage/app/sites/16/Mizhnarodna\\_dijalnist/Sociologichni\\_doslidzhennia/molod-ukrayini-2019.pdf](https://sport.gov.ua/storage/app/sites/16/Mizhnarodna_dijalnist/Sociologichni_doslidzhennia/molod-ukrayini-2019.pdf) (дата звернення 15.03.2024).

14. Павлов Д.М. Особливості технологій політичної пропаганди.*Науково-методичний альманах «Грані»*. 2018. Т. 21. № 2. С. 141-149.

15. Павлов Д. Природа політичної пропаганди. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2005. № 5. С. 156–162.

16. Полторак В. Пропаганда. Соціологічна енциклопедія / укладач В.Г.Городяненко. К.: Академвидав, 2008. 705 с.

17. Політична свідомість. ВУЕ. URL : [https://vue.gov.ua/Політична\\_свідомість](https://vue.gov.ua/Політична_свідомість) (дата звернення 20.02.2024).

18. Свідомість. Словник УА. URL : <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=свідомість> (дата звернення 20.02.2024).

19. Свідомість. ВУЕ. URL : <https://vue.gov.ua/Свідомість> (дата звернення

23.01.2024)

20. Соціологія молоді: поняття і проблеми. Вища освіта в Україні. URL : <https://osvita.ua/vnz/reports/sociology/30060> (дата звернення 03.03.2024).

21. СушкоА.І., ПрохоренкоА.М. Політична пропаганда як складова інформативно-комунікативної діяльності органів державної влади. *Актуальні проблеми політики*. 2023. Вип. 72. С. 57-61. DOI 10.32782/app.v72.2023.9

22. Яковлева Н. Особливості розуміння сучасної політичної пропаганди. *Ukrainian polit consulting group*. 30 березня 2016 року. URL: <http://upgroup.org.ua/osoblivostirozuminnya-suchasnoyi-politichnoyi-propagandi/> (дата звернення 23.02.2024)

23. Як протидіяти російській пропаганді розказали медіа-експерти. Центр міжнародної безпеки та партнерства. 2023. URL : <https://www.ispc.org.ua> (дата звернення 23.04.2024).

24. The fine art of propaganda; a study of Father Coughlin's speeches. Eds. Alfred McClung Lee & Elizabeth Briant Lee. *Institute for Propaganda Analysis*. New York: Harcourt, Brace and Co.1939. С. 23-25.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

## АНКЕТА

### Вплив політичної пропаганди на свідомість молоді

### ШАНОВНІ ДРУЗІ !

Я, Даніш Вадим, студент 4 курсу спеціальності "Соціології масової комунікації, журналістики і реклами" Криворізького державного педагогічного університету, проводжу кваліфікаційне дослідження на тему "Вплив політичної пропаганди на свідомість молоді в умовах російсько-української війни."

**Прошу Вас долучитися до опитування.**

Анкета анонімна, прізвища вказувати не потрібно. Нам важлива тільки ваша думка.

**Заздалегіть вдячний Вам за ваші щирі відповіді.**

1. Назвіть, будь ласка, ваш вік ?

1. 15-20
2. 21-30
3. 30-35

2. Позначте вашу стать ?

1. Жіноча
2. Чоловіча

3. Оберіть сферу своєї зайнятості ?

1. Учень гімназії чи ліцею
2. Студент ЗВО
3. Працюю
4. Безробітній
5. Військовослужбовець
6. Інше



4. Скажіть, будь ласка, чи цікавлять Вас політичні новини про державні події, діяльність політичних партій, хід російсько-української війни?

1. так, дуже цікавлять
2. цікавлять час від часу
3. зовсім не цікавлять
4. важко відповісти

5. Скажіть, будь ласка, чи цікавитеся Ви політичними новинами Російської Федерації?

1. так, постійно цікавлюсь
2. час від часу цікавлюсь
3. ні, не цікавлюсь зовсім
4. важко відповісти

6. Яким джерелам політичної інформації Ви довіряєте найбільше? (оберіть не більше 4-х варіантів відповідей)

1. Телеканалу "Єдині новини"
2. Іншим телевізійним каналам
3. Радіомовленню
4. Інтернету
5. Телеграмму
6. Інстаграмму
7. Соціальним мережам
8. Лідерам політичних партій
9. Президенту України В. Зеленському
10. Народним депутатам
11. Прем'єр - Міністру Д. Шмигалю та урядовцям
12. Зарубіжним партнерам
13. Військовим
14. Дружям

15. Викладачам, вчителям
16. жодному з джерел не довіряю
17. інше

7. Скажіть будь-ласка, наскільки Ви довіряєте політичній інформації українських мас-медіа ?

1. Повністю довіряю
2. Частково довіряю
3. Не довіряю зовсім
4. Важко відповісти

8. Скажіть будь-ласка, наскільки ви довіряєте політичній інформації російських мас-медіа?

1. Повністю довіряю
2. Частково довіряю
3. Не довіряю зовсім
4. Важко відповісти

9. Як Ви оцінюєте свою здатність розпізнавати політичну дезінформацію в умовах війни ?

1. Я розпізнаю будь-яку політичну дезінформацію, оскільки прагну критично мислити
2. Я не завжди розпізнаю політичну дезінформацію, оскільки її важко зрозуміти
3. Я не розпізнаю політичну дезінформацію зовсім, оскільки не знаю, як це зробити
4. Важко відповісти

**Дякую за відповіді. Бережіть себе! Вистоїмо - переможемо !**