

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»

Факультет психології, політології та соціології

Кафедра психології

**Кваліфікаційна робота—
бакалаврський дослідницький проект**

053 «Психологія»

на тему:

**СХИЛЬНІСТЬ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ ДО ПЕРЕГЛЯДУ ФІЛЬМІВ,
СЕРІАЛІВ ТА ЧИТАННЯ КНИГ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ
ОСОБИСТОСТІ**

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи 3

галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові
науки»

спеціальність 053 «Психологія»

Ляшенко Катерина Миколаївна

(прізвище та ініціали)

Керівник: к. політ. н. доц. Т.М. Третякова

Рецензент: к. юр. доц. О.С. Геращенко

Одеса-2026

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»
 Факультет психології, політології та соціології
 Кафедра психології
 Рівень вищої освіти бакалаврський
 Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
 (шифр і назва)
 Спеціальність 053 «Психологія»
 (шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри психології
 д.ю.н., канд. психол.н., проф.
 О. М. Цільмак
 «___» _____ 2026 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ (бакалаврський дослідницький проект)

Ляшенко Катерини Миколаївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Схильність сучасної молоді до перегляду фільмів, серіалів та читання книг як чинник формування особистості»

Керівник роботи Третякова Тетяна Миколаївна, кандидат політичних наук, доцент.

Затверджені наказом НУ «ОЮА» від «___» _____ 20__ року № _____

2. Строк подання здобувачем роботи _____

3. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів бакалаврської роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Підготовка концепції К.Р. і затвердження плану К.Р.	IX 2025	
2.	Вивчення нормативного матеріалу, спеціальної літератури, аналіз та узагальнення матеріалів	X 2025	
3.	Написання Вступу	XI 2025	
4.	Написання 1 розділу К.Р.	XII 2025	
5.	Написання 2 розділу К.Р.	I – IV 2026	
6.	Написання Висновків	IV 2026	
7.	Подання К.Р. на кафедру та рецензування	V 2026	
8.	«Малий захист» К.Р. на кафедрі	V 2026	
9.	Прийняття рішення про допуск К.Р. до захисту	V 2026	
10.	Захист К.Р. в ЕК	VI 2026	

Здобувач _____ **Ляшенко К.М.**
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ **Третякова Т.М.**
 (підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

на бакалаврський дослідницький проект Ляшенко Катерини Миколаївни на тему «Схильність сучасної молоді до перегляду фільмів, серіалів та читання книг як чинник формування особистості».

Бакалаврський дослідницький проект на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавр за спеціальністю 053 «Психологія». – Національний університет «Одеська юридична академія», Одеса, 2026.

Кваліфікаційна робота присвячена психологічному аналізу схильності сучасної молоді до перегляду фільмів, серіалів (дорам) та читання книг як чинника формування особистості.

Метою дослідження є визначення та аналіз психологічних механізмів впливу різних жанрів медіа-контенту і читання художньої літератури на ціннісну сферу молоді як важливу складову формування особистості. Емпіричне дослідження проводилося в онлайн-форматі; вибірку склали 72 особи, рівномірно розподілені за чотирма віковими групами. У дослідженні застосовано адаптовану методику К. Янг для діагностики рівня залежності від медіа-контенту, адаптовану методику Н. А. Орела для оцінки емоційного, поведінкового та ціннісного впливу медіа, а також авторську анкету «Вплив жанрового різноманіття книг та медіа на формування ціннісних орієнтацій у молоді». Для статистичної обробки даних використано коефіцієнт рангової кореляції Спірмена та критерій χ^2 Пірсона.

За результатами дослідження встановлено, що у 52,8% респондентів виявлено помірний рівень залежності від медіа-контенту, у 41,6% - високий. Виявлено сильний кореляційний зв'язок між рівнем залежності та емоційною залученістю ($r_s = 0,64$) і залежністю від перегляду ($r_s = 0,71$). Встановлено, що читання художньої літератури справляє глибший вплив на зміну поглядів і ціннісних орієнтацій молоді порівняно з переглядом медіа-контенту. Розроблено практичні рекомендації та проведено психологічний тренінг із формування усвідомленого ставлення до споживання медіа та художньої літератури.

Ключові слова: ціннісні орієнтації, медіа-контент, художня література, кіно, серіали, дорами, медіа-залежність, молодь, читання, психологічний вплив.

ABSTRACT

on the Bachelor's Thesis by Kateryna Mykolaivna Liashenko on the topic "The Propensity of Modern Youth to Watch Movies, TV Series, and Read Books as a Factor of Personality Formation"

Bachelor's research project for the qualification degree of bachelor in the specialty 053 "Psychology". – National University "Odesa Law Academy", Odesa, 2026.

The qualification work is devoted to the psychological analysis of the tendency of modern youth to watch films, TV series (drama) and read books as a factor in the formation of personality.

The purpose of the study is to determine and analyze the psychological mechanisms of the influence of various genres of media content and reading fiction on the value sphere of young people of different age groups. The empirical study was conducted in an online format; The sample consisted of 72 people, evenly distributed across four age groups. The study used the adapted method of K. Young to diagnose the level of dependence on media content, the adapted method of N. A. Orel to assess the emotional, behavioral and value impact of the media, as well as the author's questionnaire "Reading in the life of young people". For statistical data processing, the Spearman rank correlation coefficient and Pearson's χ^2 criterion were used.

According to the results of the study, it was found that 52.8% of respondents had a moderate level of dependence on media content, 41.6% - high. A strong correlation was found between the level of addiction and emotional involvement ($r_s = 0.64$) and dependence on viewing ($r_s = 0.71$). It has been established that reading fiction has a deeper impact on changing the views and value orientations of young people compared to watching media content. Practical recommendations have been developed and psychological training has been conducted to form a conscious attitude to the consumption of media and fiction.

Keywords: value orientations, media content, fiction, cinema, TV series, dramas, media addiction, youth, reading, psychological influence.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

№	Умовні скорочення	Назва показників
<i>Адаптована методика Кімберлі Янг (діагностика залежності від медіа-контенту)</i>		
1	IAT	Internet Addiction Test — тест на інтернет-залежність
<i>Адаптована методика Н. А. Орела (діагностика впливу медіа-контенту)</i>		
2	ЗП	залежність від перегляду
3	ЕРП	емоційна реакція та прив'язаність
4	ІНП	ідеалізація та наслідування персонажів
5	МСП	маніпулятивні та соціальні прояви
6	СКН	соціальний контекст і норми
7	МДЕС	моральні дилеми та етичні судження
8	ШБ	шкала брехні
<i>Інші психодіагностичні методики, згадувані у роботі</i>		
9	TAT	тематичний апперцептивний тест
10	ОТеЦ	опитувальник термінальних цінностей (І. Г. Сенін)
<i>Статистичні показники</i>		
11	rs	коефіцієнт рангової кореляції Спірмена
12	χ^2	критерій Пірсона (хі-квадрат)
13	n	кількість респондентів у вибірці
<i>Установи та структурні підрозділи</i>		
14	НУ «ОЮА»	Національний університет «Одеська юридична академія»
15	ФППС	факультет психології, політології та соціології
<i>Тематичні терміни</i>		
16	Дорама	азійський (переважно корейський, японський, китайський) телесеріал
17	Бінджвотчінг	безперервний перегляд кількох серій підряд

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ПРОГРАМА ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІА-КОНТЕНТУ І ЧИТАННЯ НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ЯК ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ МОЛОДІ.....	10
1.1. Організація емпіричного дослідження впливу медіа-контенту та читання художньої літератури на формування ціннісних орієнтацій у молоді.....	10
1.2. Методологічний інструментарій та процедура проведення дослідження.....	11
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ МЕДІА-КОНТЕНТУ ТА ЧИТАННЯ У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНО-ОРІЄНТАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ОСОБИСТОСТІ МОЛОДІ.....	13
2.1. Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження.....	13
2.2. Кореляційний аналіз впливу різних видів контенту на молодь.....	30
2.3. Практичні рекомендації щодо оптимізації впливу медіа-контенту та читання для молоді.....	31
ВИСНОВКИ.....	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	37
ДОДАТКИ.....	42

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному інформаційному просторі медіа посідають надважливе місце в процесі формування особистості молодої людини. Фільми, серіали, дорами, відео-контент і читання художньої літератури виступають не лише способом дозвілля, а й психологічними чинниками, що впливають на емоції, поведінку та систему цінностей. Молодь звертається до різних жанрів медіа-контенту в пошуках підтримки, натхнення, нових моделей поведінки або можливості тимчасово відволіктися від реальності.

Жанрове різноманіття медіа, від драм і мелодрам до психологічних трилерів чи фентезі, що створює простір для ідентифікації, самовираження та формування життєвих орієнтирів. У період становлення особистості молоді люди є чутливими до психологічних впливів, можуть переймати моделі взаємин, емоційні реакції та цінності героїв, з якими себе ототожнюють.

Поряд із візуальними медіа важливе значення має читання художньої літератури. На відміну від фільмів і серіалів, книги активізують уяву, розвивають здатність до рефлексії, формують емпатію та моральні судження. Тому актуальним є дослідження того, як читання і перегляд медіа-контенту співіснують у житті молоді, які джерела мають сильніший вплив і як вони пов'язані з формуванням ціннісної сфери особистості.

Актуальність теми зумовлена тим, що сучасна молодь майже постійно перебуває під впливом медіа, однак рівень усвідомлення цього впливу часто залишається недостатнім. Постає потреба не лише описати вплив окремих видів контенту, а й психологічно осмислити, як жанри медіа та читання взаємодіють із внутрішнім світом молодої людини, які цінності вони формують або трансформують і які відмінності простежуються у різних вікових групах.

У сучасних умовах процес цифровізації охоплює всі сфери життя, а стрімінгові платформи та соціальні мережі забезпечують постійний доступ до медіа-контенту. Щоденний вибір того, що переглядати і що читати, впливає на уявлення молодої людини про світ, стосунки та власне місце в суспільстві. В умовах воєнного часу в Україні медіа та книги також виконують функцію

емоційної підтримки, пошуку сенсу й збереження внутрішньої рівноваги. Саме тому психологічне осмислення впливу медіа-контенту та читання художньої літератури на ціннісні орієнтації молоді є науково значущим і практично необхідним завданням сучасної психології.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема впливу медіа-контенту та художньої літератури на формування ціннісних орієнтацій молоді знаходиться на перетині психології особистості, соціальної та медіа-психології [2, 5, 7]. Значний внесок у розробку цієї теми зробили як зарубіжні, так і українські дослідники.

Фундаментальні засади впливу медіа на поведінку та ціннісні структури особистості закладені у працях А. Бандури, який у межах соціально-когнітивної теорії довів, що особистість засвоює моделі поведінки через спостереження за медіа-персонажами (observational learning) [1, 29]. Дослідженням впливу телебачення і кіно на ціннісну сферу особистості займався Дж. Гербнер - автор теорії культивування, згідно з якою тривалий перегляд медіа-контенту формує у глядача специфічну «картину світу» [10, 31, 32, 34].

Проблематику ціннісних орієнтацій особистості та їхньої детермінації зовнішніми чинниками ґрунтовно досліджував М. Рокич, чия концепція термінальних та інструментальних цінностей стала базовою для сучасної психології [11, 22]. Питання психологічної залежності від медіа та інтернет-контенту вивчала К. Янг, чії діагностичні інструменти були адаптовані та застосовані у даній роботі [38, 39]. У цьому контексті вагомими є праці Н. А. Орела, який аналізував психологічні аспекти впливу сучасних інформаційних технологій на особистість [17, 18, 19]. Дослідник приділяв значну увагу феноменам комп'ютерної залежності та трансформації когнітивної і мотиваційної сфер під впливом віртуального простору, що безпосередньо корелює з проблемою стійкості ціннісних орієнтацій молоді.

Проблему медіа-грамотності та критичного сприйняття інформації молоддю аналізували Дж. Поттер та Л. Мастерман [13, 14, 20]. Вплив художньої літератури на розвиток емпатії та моральних суджень емпірично встановили Р. Мар та К.

Оатлі, довівши зв'язок між читанням прози та рівнем розвитку соціального інтелекту [15, 33, 36, 37].

Питання медіа-освіти та впливу медіа на підростаюче покоління в українському контексті досліджували Г. В. Онкович та В. Ф. Іванов [8, 16].

Попри наявність значної кількості напрацювань у суміжних галузях, питання комплексного психологічного впливу саме жанрового різноманіття сучасного контенту (зокрема серіалів та дорам) у поєднанні з читанням художньої літератури [28] на ціннісні орієнтири молоді залишається недостатньо висвітленим [9, 27, 35]. Це обумовлює актуальність та наукову новизну нашого дослідження.

У процесі підбору методичного інструментарію було розглянуто широке коло психо-діагностичних методик, які потенційно могли бути застосовані для вивчення впливу медіа-контенту та читання художньої літератури на ціннісні орієнтації молоді. Зокрема, на початковому етапі планування дослідження розглядалися такі інструменти, як методика діагностики ціннісних орієнтацій М. Рокича [22], опитувальник термінальних цінностей І. Г. Сеніна [24], методика вивчення соціалізованості особистості М. І. Рожкова [21], а також різноманітні проєктивні методики та контент-аналітичні підходи [25].

Методика М. Рокича є класичним інструментом для вивчення ціннісних орієнтацій особистості та широко застосовується у психологічних дослідженнях [22]. Однак її використання в межах даної роботи виявилось недостатнім з кількох причин. По-перше, ця методика фіксує лише актуальний стан ціннісної ієрархії респондента, але не дозволяє встановити, під впливом яких саме чинників - медіа-контенту чи читання - ця ієрархія формувалася або змінювалася. По-друге, вона не містить інструментів для оцінки поведінкових та емоційних аспектів медіа-споживання, які є ключовими для розуміння механізмів впливу контенту на особистість. Таким чином, методика Рокича могла б слугувати лише допоміжним інструментом для загальної діагностики цінностей, але не для з'ясування природи їхнього зв'язку з медіа та читанням.

Опитувальник термінальних цінностей І. Г. Сеніна також розглядався як потенційний інструмент дослідження [24]. Він дозволяє виявити провідні життєві

сфери та ціннісні пріоритети особистості, проте, як і методика Рокича, не передбачає діагностики залежності від медіа-контенту чи оцінки характеру його психологічного впливу. Крім того, цей опитувальник орієнтований переважно на дорослу вибірку зі сформованою ціннісною системою, тоді як у даному дослідженні значну частку респондентів складала молодь підліткового та юнацького віку, для якої ціннісна сфера ще перебуває в активному процесі становлення [3].

Окремо розглядалася можливість застосування методик вивчення медіа-залежності, розроблених у рамках вітчизняної психологічної традиції [2, 6]. Однак більшість із них або не мала належного психометричного обґрунтування, або була орієнтована виключно на інтернет-залежність у її загальному розумінні, без урахування специфіки залежності від перегляду серіалів, фільмів та дорам як окремого феномену. Це суттєво обмежувало їхню придатність для вирішення завдань даного дослідження, яке зосереджене саме на жанровому різноманітті медіа-контенту.

Також розглядалася можливість застосування проєктивних методик - зокрема, тематичного апперцептивного тесту (ТАТ) та різноманітних асоціативних технік - з метою виявлення неусвідомлених ціннісних установок, сформованих під впливом медіа [25]. Однак ці методи потребують значних часових ресурсів для проведення та інтерпретації, а також вимагають безпосереднього контакту з респондентом, що суперечило обраному дистанційному формату дослідження. Крім того, рівень суб'єктивності при інтерпретації проєктивних даних є надто високим для забезпечення необхідної стандартизації результатів у вибірці з 72 осіб.

Розглядалося також використання методики вивчення рівня емпатії В. В. Бойка [4] та шкали емпатії А. Меграбяна і Н. Епштейна [12] з метою оцінки здатності молоді до співпереживання героям медіа та літературних творів. Попри очевидну тематичну відповідність, ці інструменти не охоплюють ціннісного та поведінкового вимірів медіа-споживання і не дають відповіді на питання про залежність від контенту, його надмірне споживання чи вплив на систему моральних

суджень. Відтак вони могли б лише частково доповнити, але не замінити основний методичний інструментарій.

І саме тому для емпіричного вивчення зазначеної проблеми було обрано адаптовані методики К. Янга [38, 39] та Н. А. Орела [17, 18, 19]. Методика К. Янга дозволяє кількісно оцінити рівень залучення молоді до медіа-контенту, виявити ознаки надмірного перегляду та емоційної залежності від нього, що є необхідним для розуміння того, наскільки глибоко медіа впливає на повсякденне життя респондентів. В свою чергу адаптована методика Н. А. Орела спрямована на діагностику якісного характеру цього впливу - зокрема, на визначення емоційних реакцій, соціальних установок, моральних суджень та ціннісних орієнтацій, які формуються під впливом медіа-контенту. Поєднання цих двох інструментів дало змогу охопити як кількісний вимір медіа-залежності, так і її якісний психологічний зміст, що забезпечило комплексність та глибину емпіричного дослідження. Водночас, оскільки жодна з наявних методик не була спрямована безпосередньо на вивчення читацької активності молоді та психологічного впливу художньої літератури на ціннісну сферу особистості, було розроблено авторську анкету «Читання в житті молоді».

Цей інструмент дозволив дослідити жанрові уподобання респондентів, частоту читання, мотивацію звернення до книг, а також суб'єктивно оцінений вплив літератури на емоційний стан та світогляд. Таким чином, застосування трьох взаємодоповнюючих методик забезпечило всебічне охоплення досліджуваної проблеми як у частині медіа-контенту, так і в частині читання художньої літератури.

Метою дослідження є визначення та аналіз того, як різні жанри медіа-контенту й читання художньої літератури впливають на формування ціннісних орієнтацій молоді.

На виконання зазначеної мети вважаємо за необхідне виконати **наступні завдання:**

1. Організувати та спланувати емпіричне дослідження впливу медіа-контенту та читання художньої літератури на формування ціннісних орієнтацій у молоді.
2. Обґрунтувати методологічний інструментарій та визначити процедуру проведення дослідження особливостей ціннісної сфери сучасної молоді.
3. Здійснити аналіз та інтерпретувати дані емпіричного дослідження, а також провести кореляційний аналіз впливу різних видів медіа-контенту та читацької активності на систему ціннісних орієнтацій молодих людей.
4. Розробити практичні рекомендації щодо конструктивного використання медіа-контенту та читання художньої літератури як чинників позитивного впливу на особистість у молодий вік.

Об'єкт дослідження - Процес формування особистості

Предмет дослідження - Схильність сучасної молоді до перегляду фільмів, серіалів та читання книг як чинник формування особистості.

Методологія дослідження: для розв'язання поставлених завдань і перевірки гіпотези було застосовано комплекс теоретичних, емпіричних і статистичних методів. До теоретичних методів належать аналіз, синтез, порівняння, систематизація та узагальнення наукових джерел з проблеми впливу медіаконтенту й читання художньої літератури на формування ціннісних орієнтацій молоді. Емпіричні методи включали онлайн-анкетування, констатувальний етап дослідження та практичну апробацію тренінгової програми «Медіа та книги: як знайти баланс і не загубити себе» [13, 20]. Для обробки результатів використано методи описової статистики, кореляційний аналіз, критерій χ^2 Пірсона та узагальнення даних за допомогою Microsoft Excel.

Методики дослідження: авторське анкетування «Вплив жанрового різноманіття книг та медіа на формування ціннісних орієнтацій у молоді» [23, 33] та адаптовані методики Кімберлі Янг «Схильність сучасної молоді до перегляду кінофільмів, серіалів (дорам)» та Н.А. Орела «Схильність сучасної молоді до перегляду кінофільмів, серіалів та дорам».

Практичне значення одержаних результатів дослідження зумовлене розширенням наукових уявлень про психологічні механізми інтеріоризації медіа-образів у структуру ціннісних орієнтацій особистості в юнацькому віці, а також у можливості їх впровадження в освітній процес закладів вищої освіти для підвищення рівня критичного мислення та інформаційної гігієни здобувачів. Матеріали роботи можуть бути використані практичними психологами при розробці тренінгових програм, спрямованих на корекцію деструктивних впливів медіа-контенту та розвиток ціннісно-сислової сфери молоді. Окрему увагу приділено обґрунтуванню читання художньої літератури як інструменту бібліотерапії та засобу рефлексивного засвоєння гуманістичних цінностей. Крім того, висновки дослідження можуть слугувати підґрунтям для подальших наукових розвідок у галузі психології масових комунікацій та вікової психології.

Публікації автора за темою дослідження. Основні положення та результати бакалаврського дослідження були представлені на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Психологічне благополуччя особистості в умовах воєнних та пост-воєнних трансформацій: клініко-психологічний вимір» (30 квітня 2026 р.) у тезах на тему: «Психологічні аспекти впливу медіа-контенту та читання на особистість сучасної молоді». За матеріалами кваліфікаційної роботи автором була написана та опублікована наукова стаття: Каретна О. О., Габрук Я. О., Ляшенко К. М. У пастках вигаданого світу: як серіали та книги формують залежність людини. *Габітус*. 2025. № 73. С. 287–290 [9].

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 37 сторінок. Список використаних джерел включає 39 найменування. Робота містить 4 таблиці та 33 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ПРОГРАМА ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ МЕДІА-КОНТЕНТУ І ЧИТАННЯ НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ У МОЛОДІ

1.1. Організація емпіричного дослідження впливу медіа-контенту і читання художньої літератури на формування ціннісних орієнтацій у молоді

У процесі планування цього дослідження було поставлено за мету глибше зрозуміти, як сучасні медіа та читання формують внутрішній світ молодшої людини [5, 6, 7,]. Спираючись на актуальність теми та попередні наукові напрацювання, було визначено ключові напрями, які стали основою емпіричної роботи [33, 36, 37].

Гіпотеза дослідження. У дослідженні висунуто припущення, що різні види медіа-контенту (фільми, серіали, дорами) та читання художньої літератури мають різний ступінь впливу на формування ціннісних орієнтацій молоді, а сила та характер цього впливу залежать від віку респондентів та переважного типу контенту, який вони обирають [10, 27, 35].

Іншими словами, очікується, що: надмірне залучення до серіалів та фільмів частіше пов'язане з емоційною залежністю, ідентифікацією з героями та зміною поведінкових моделей [9, 30]; читання художньої літератури сприяє розвитку рефлексії, емпатії та моральної чутливості [26,33, 36, 37].

Для перевірки гіпотези було складено програму емпіричного дослідження, яка традиційно складається з трьох етапів.

Перший (підготовчий) етап передбачав визначення мети та завдань дослідження, обґрунтування гіпотези, підбір і адаптацію психо-діагностичного інструментарію, формування вибірки та підготовку онлайн-форм для збору даних. На цьому етапі було розроблено авторську анкету «Читання в житті молоді», а також здійснено попередній аналіз наукової літератури з проблеми впливу медіа-контенту та читання на ціннісну сферу молоді [3, 28].

Другий (діагностичний) етап полягав у безпосередньому проведенні онлайн-опитування. Учасники дослідження це молодь чотирьох вікових груп (72 особи), які добровільно та анонімно заповнювали три психо-діагностичні інструменти: адаптовану методику К. Янг, адаптовану методику Н. А. Орела та авторську анкету.

Посилання на форми поширювалися через соціальні мережі та молодіжні спільноти. Після завершення збору даних здійснювалася перевірка анкет, відбір коректно заповнених форм і формування робочої вибірки.

Третій (інтерпретаційний) етап включав кількісну та якісну обробку отриманих результатів. Отримані дані кодувалися та вносилися до зведених таблиць для подальшого статистичного аналізу. Для виявлення зв'язків між показниками застосовувалися коефіцієнт рангової кореляції Спірмена (r_s) та критерій χ^2 Пірсона. На основі отриманих результатів формувалися висновки та розроблялися практичні рекомендації.

Організація емпіричного дослідження проводилося протягом певного періоду та включало онлайн-опитування молоді чотирьох вікових груп. Було використано комбінований підхід, який передбачав застосування кількох психодіагностичних інструментів, адаптованих під тему дослідження: методику Кімберлі Янг для оцінки рівня залучення та залежності від медіа-контенту [38, 39]; адаптовану методику Н.А. Орела для аналізу емоційного, соціального та ціннісного впливу медіа [17, 18, 19]; авторську анкету, створену для дослідження читацької активності та значущості літератури в житті молоді.

1.2. Методологічний інструментарій та процедура проведення дослідження

Для проведення емпіричного дослідження було підібрано комплекс методик, які найкраще відображають різні аспекти впливу медіа-контенту та читання на молодь [2, 7, 8, 16]. Оскільки метою дослідження є вивчення емоційних, поведінкових та ціннісних змін, пов'язаних з переглядом фільмів, серіалів і читанням художньої літератури, основну увагу зосереджено на тих інструментах, які дозволяють отримати об'єктивні, кількісні та якісні дані. У дослідженні були використані такі методики:

Адаптована методика Кімберлі Янг [38, 39]. Вона дозволяє оцінити рівень залучення до медіа-контенту, наявність ознак надмірного перегляду, залежності,

емоційної прив'язаності та впливу контенту на щоденну поведінку. Ця методика стала основою для визначення ступеня медіа-поглинення серед молоді.

Адаптована методика Н.А. Орела [17, 18, 19]. Використана для оцінки емоційного, соціального та ціннісного впливу медіа-контенту. Вона допомагає визначити, як саме молодь реагує на побачене в серіалах та фільмах, які емоції і поведінкові моделі засвоює, а також як медіа впливають на її уявлення про стосунки, моральність і особистісні орієнтири.

Авторська анкета «Читання в житті молоді» розроблено спеціально в межах теми роботи. Вона включає питання про: читання художньої літератури, улюблені жанри, частоту читання, причини вибору книг, вплив літератури на емоційний стан та світогляд. Анкета дозволила побачити, як саме молодь використовує читання: як відпочинок, як спосіб саморозвитку чи як джерело емоційних переживань.

Застосування трьох різних методик дало можливість охопити широке коло психологічних показників та порівняти вплив різних видів контенту на молодь.

Дослідження проводилося в онлайн-форматі, що дозволило залучити учасників різного віку та з різних середовищ. Усі респонденти брали участь добровільно та анонімно.

Процедура дослідження включала такі етапи: поширення посилань на опитувальні форми у соціальних мережах та серед молодіжних спільнот; заповнення респондентами трьох методик, які були розміщені у вигляді окремих онлайн-форм; перевірка даних, відбір коректно заповнених анкет та формування робочої вибірки; кодування результатів і перенесення їх у таблиці для подальшої статистичної обробки; кореляційний аналіз результатів між групами, видами та типами контенту. Завдяки такій процедурі вдалося отримати достовірні та різноманітні дані для аналізу.

Методи статистичної обробки даних. Отримані дані були підходящими для роботи з параметричними критеріями і повністю відповідали вимогам, саме тому для роботи було обрано такі критерії: χ^2 Пірсона - для визначення зв'язків між якісними змінними (частота перегляду певних жанрів і емоційні реакції), а також коефіцієнт рангової кореляції Спірмена [21].

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ МЕДІА-КОНТЕНТУ І ЧИТАННЯ НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ У МОЛОДІ

2.1. Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження

В цьому підрозділі аналізуються дані авторської анкети «Вплив жанрового різноманіття книг та медіа на формування ціннісних орієнтацій у молоді». Її метою було з'ясувати, як сучасний медіа-контент - фільми, серіали, дорами - а також художня література різних жанрів впливають на формування цінностей молоді.

Анкета дала змогу дослідити читальні та глядацькі уподобання респондентів, частоту звернення до різних жанрів та загальні медіаповедінкові звички. Окрему увагу було приділено тому, які саме цінності, установки та моделі поведінки молодь засвоює під впливом художніх сюжетів і персонажів.

Додатково анкетування дозволило порівняти, який тип контенту - книги чи медіа - справляє сильніший вплив на емоційний стан, мотивацію до саморозвитку, життєві погляди та формування моральних орієнтирів. Завдяки цьому інструменту вдалося отримати загальну картину того, як різні види культурного продукту взаємодіють із ціннісною сферою молодшої людини.

1. Соціально-демографічні дані 1.1. Який ваш вік?
72 відповіді

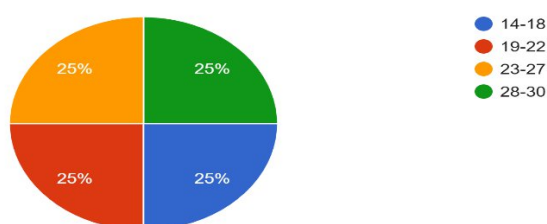


Рисунок 2.1. Вік респондентів

Як видно з рис. 2.1 кількість респондентів за кожною віковою групою становить 25%.

1.2. Ваша стать?
72 відповіді

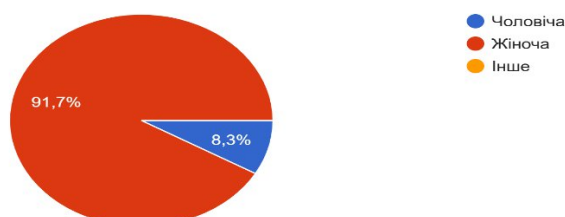


Рисунок 2.2. Стать респондентів

Відповідно до рис. 2.2 анкету пройшли жінки 91,7% та чоловіки 8,3%

2. Читання книг 2.3. Як часто ви читаете книги?
72 відповіді

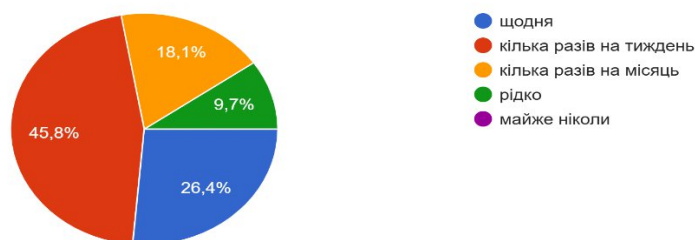


Рисунок 2.3. Читання книг

За даними рис. 2.3 з'ясувалося, що 45,8% читають кілька разів на тиждень. 26,4% людей щодня. 18,1% респондентів читають кілька разів на місяць і рідко - 9,7%, а також результати анкетування показали, що жоден респондент не позначив відповідь, майже ніколи.

2.4. Які жанри книг ви найбільше читаете? (можна вибрати кілька)
72 відповіді

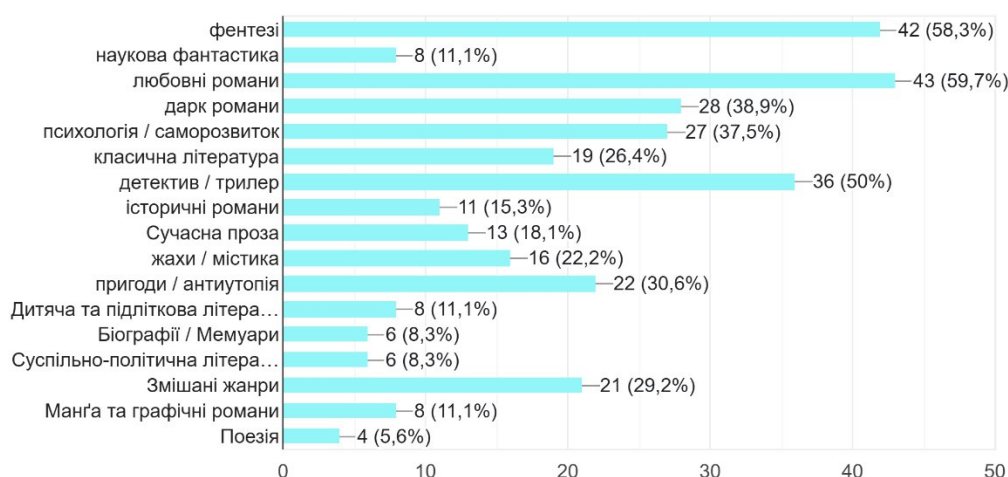


Рисунок 2.4. Жанри книг

За даними рис. 2.4, 42 людини зазначили, що обирають для читання саме жанр фентезі 58,3%, наукову фантастику обрали лише 8 людей, а саме 11,1%. Любовні романи обрали 43 людини, тобто 59,7%. Також 28 респондентів зазначили, що обирають жанр Dark Romance 38,9%. А психологію та саморозвиток обрали 27 людей, тобто 37,5%. Класичну літературу обрали 26,4%, а саме 19 респондентів. Детективи та трилери відзначили 50%, а саме 36 людей. Також респонденти зазначили, що обирають Історичні романи, а саме це були 15,3%, 11 людей. 13 респондентів обрали Сучасну прозу, тобто 18,1%. Жахи і містику

позначили 16 людей у відсотках це 22,2%. Пригоди та антиутопію вибрали 22 респонденти, а саме 30,6%. Щодо дитячої та підліткової літератури результати показали, 11,1%, а саме 8 людей з усіх респондентів обрали саме жанр Підліткової та дитячої літератури. Біографію та мемуари зазначили лише 6 людей, тобто 8,3% респондентів. А жанр Соціальної та політичної літератури теж обрали 8,3% тобто 6 людей із 72. Також 21 респондент, що у відсотках 29,2% зазначили, що читають змішані жанри книг. Щодо Манг та графічних романів результати питання показали, що 11,1%, тобто 8 людей обрало, саме Графічні романи та Мангу. І лише 4 респонденти із 72 обрали Поезію, як жанр для читання, що у відсотках становить лише 5,6.

2.5. Що саме приваблює вас у книгах?
72 відповіді



Рисунок 2.5. Що приваблює у книгах

Як видно з рис. 2.5, 33,3% респондентів приваблює у книгах глибокі емоції та переживання героїв. 25% зафіксували, що більше їм подобається коли під час читання вони відчують розслаблення та відчуття відпочинку. 20,8% людей позначили, що їх більше цікавлять пригоди та цікаві сюжети.

13,9% респондентів зазначили, що їм подобається більше можливість навчитися новому та отримати нові знання. 6,9% людей обрали варіант, занурення у світ фантазії та магії.

3. Вибір між читанням книг та переглядом медіаконтенту 3.6. Чи часто ви обираєте читати книги замість перегляду кінофільму, серіалу чи дорами?
72 відповіді

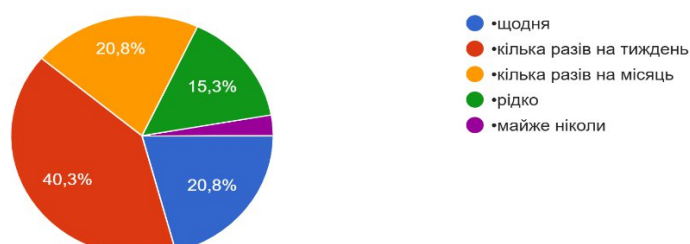


Рисунок 2.6. Вибір між читанням та переглядом медіа-контенту

Як видно з рис. 2.6, 40,3% респондентів обирають читання книг замість перегляду фільму, серіалу чи дорами. 20,8% респондентів зазначили, що читають щодня також 20,8% вказали, що більше надають перевагу читанню кілька разів на місяць. 15,3% респондентів обрали варіант “рідко”. А також 2,8% респондентів зазначили, що майже ніколи не обирають книги, замість перегляду кіно, серіалу чи дорами.



Рисунок 2.7. Жанри кіно та серіалів

На рис. 2.7. можна побачити, що 36 людей із 72, тобто 50% обрали фентезі, а 13 людей у відсотках 18,1% позначили, що їм до вподоби Екшн - фентезі. Наукову фантастику обрали 14 людей, що становить 19,4%. Фантастику та Антиутопію позначили 18 людей, що становить 25%. В свою чергу 32 людини обрали саме Кримінал, Детективи та Трилери - це показало, 44,4% людей переглядає частіше ніж інші жанри. Варіант Психологічні трилери обрали тільки 29 людей, тобто 40,3%. Мелодрами відзначили лише 20 опитуваних 27,8% респондентів. Жанр Історичні драми позначили лише 10 людей із 72, а Психологічні драми обрали більше ніж Історичні, а саме 17 респондентів, тобто 23,6%. Також на рис. 2.7. можна побачити, що Соціальні драми обрали 12 людей, 16,7%. Зокрема комедії обрали аж 34 респонденти, тобто 47,2% опитуваних обирають для перегляду частіше, майже так само, як жанр Фентезі. А саме Історичні жанри обрали лише 11 людей, тобто 15,3% респондентів. 26 опитуваних із 72 вибрали Романтичне фентезі

та фантастику що становить 36,1%. Трилери та Жахи, як виявилось зафіксували лише 16 людей із усіх можливих 72, що становить 22,2%. Також такий самий результат вийшов з Шкільними та підлітковими драмами, тобто 16 людей та 22,2%.

Історичні (Сагеук) та юридичний жанр обрали тільки 2 людини із усіх респондентів, тобто 2,8%. І на рисунку зазначено, що Трилери та жахи обрали 5 респондентів із 72, тобто 6,9%.

3.8. Що найбільше вам подобається в фільмах і серіалах (дорамах)?
72 відповіді



Рисунок 2.8. Вподобання респондентів у кінофільмах

Як видно з рис. 2.8, 38,9% опитуваних відзначили, що їм більше за все до вподоби, Естетика (картинка, музика, атмосфера). 36,1% респондентів обрали можливість співпереживання героям. Акторська гра, як виявилось подобається лише 9,7% опитаних. Саморозвиток та самопізнання обрали лише 6,9%, тобто 5 людей із усіх 72 респондентів.

Також опитані особи відзначили, що їм подобається видовищність та спецефекти на 4,2%, тобто лише 3 людини обрали цю відповідь. Та також нові знання та ідеї обрали так само 4,2% тобто 3 людини із усіх можливих.

3.9. Що найбільше приваблює вас у книгах?
72 відповіді

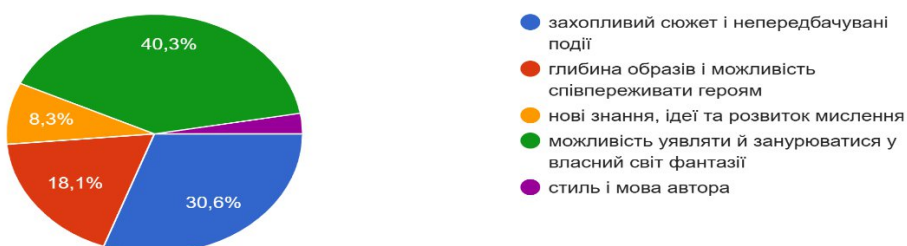


Рисунок 2.9. Вподобання респондентів у книгах

Як свідчать дані рис. 2.9, що 40,3% людей обирають можливість уявляти й занурюватися у власний світ фантазій. А 30,6% відзначили, що їх приваблює більше захоплюючий сюжет і непередбачувані події. Глибину образів і можливість

співпереживати героям обрали тільки 18,1% респондентів, в свою чергу стиль та мову автора книги обрали тільки 2 людини із усіх можливих тобто виходить лише 2,8% респондентів приваблює саме стиль та мова автора.

4. Порівняння книг і медіа 4.10. Що вам більше подобається у вільний час?
72 відповіді



Рисунок 2.10. Вподобання книг і медіа у вільний час

З рис. 2.10 ми можемо бачити, що 62,5% поєднують обидва варіанти та обирають книги та медіа однаково. 26,4% зазначили, що більше читають книги ніж дивляться медіа-контент також респонденти відзначили, що лише 11,1% дивляться фільми, серіали та дорами.

4.11. Що, на вашу думку, більше впливає на формування ваших життєвих цінностей?
72 відповіді

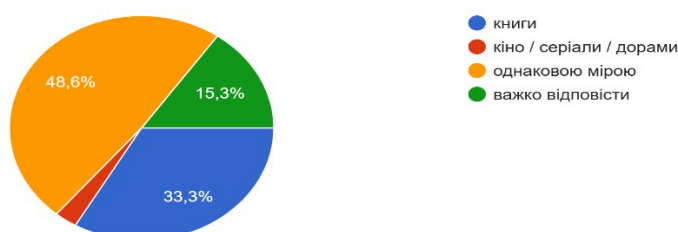


Рисунок 2.11. Вплив на формування життєвих цінностей

Як свідчать дані рис. 2.11, що 48,6% опитаних вважає, що кінофільми, серіали, дорами та книги однаковою мірою впливають на формування життєвих цінностей. 33,3% вважають, книги більше впливають на формування цінностей особистості. Також ми можемо побачити, що 15,3% опитаних відзначають, що їм важко відповісти на це питання і лише 2,8% вважають, що кіно, серіали та дорами впливають на формування життєвих цінностей.

4.12. Які цінності ви найчастіше помічаєте у книгах, що вам подобаються? (можна кілька варіантів)
72 відповіді



Рисунок 2.12. Уподобання респондентів цінностей у книгах

Як свідчать дані рис. 2.12, 56,9% опитаних помічають для себе дружбу, як цінність. Кохання обрали аж 66,7% респондентів. Сімейні цінності помічають у книгах 43,1% опитуваних. 45,8% респондентів позначили свободу. Успіх та кар'єру обрали 47,2% людей, які пройшли анкету. Справедливість, як цінність позначили 45,8% респондентів. Духовність у книгах помічають 15,3% особистості пройденної анкети. 40,3% опитаних відзначили для себе саморозвиток, як цінність. Гендерну та соціальну та расову рівність обрали 34,7%. Толерантність та повагу до різних культур позначили 31,9% респондентів. В свою чергу сміливість і подолання страхів обрали цілих 50% опитаних. А боротьбу добра та зла обозначили 40,3% респондентів. А збереження природи та екологію обрали тільки 6,9% респондентів, такий самий результат вийшов з патріотизмом та любов'ю до Батьківщини 6,9%.

Особистісну незалежність обрали цілих 45,8% людей з усіх опитаних. Відповідальність за свої вчинки зафіксували 41,7% респондентів та пошук сенсу життя обрали майже 35% тобто 34,7% опитаних.

4. 13. Які цінності ви найчастіше помічаєте при перегляді медіа (фільмів, серіалів (дорам), які подобаються саме вам? (можна кілька)

72 відповіді

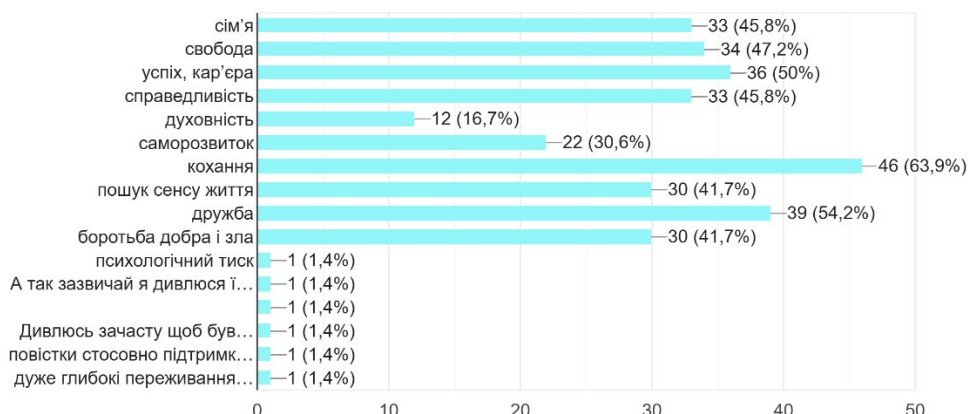


Рисунок 2.13. Уподобання респондентів цінностей у медіа

На даному рисунку можемо простежити, що 45,8% опитуваних обрали для себе цінністю саме сім'ю. 47,2% зазначили, що для них цінністю на яку вони звертають увагу є свобода. Успіх та кар'єру обрали 50% опитаних. Справедливість помічають за переглядом медіа контенту 45,8%. В свою чергу духовність обрали лише 16,7%. Саморозвиток для себе обрали 30,6% опитаних. Найбільше з усіх запропонованих цінностей вибрали кохання, майже 64%, тобто 63,9% респондентів. Пошук сенсу життя респонденти зазначили 41,7%. Дружбу обрали 54,2% респондентів. Боротьбу добра та зла помічають для себе 41,7% респондентів. Та останні цінності, тобто: психологічний тиск, перегляд щоб скоротити час, перегляд на фоні, щось що не дратує, підтримка ЛГБТ та расової рівності, та дуже глибокі переживання персонажів, усі ці цінності обрали лише 1,4% респондентів.

5. Рефлексія 5.14. Чи надихає вас сюжет книги на власні вчинки, мрії, плани, можливо написання власної книги?

72 відповіді

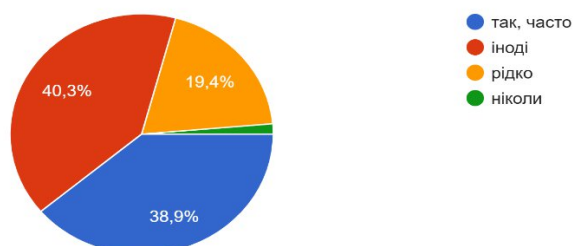


Рисунок 2.14. Рефлексія. Написання книги

Як свідчать дані рис. 2.14, що 40,3% респондентів іноді надихаються власними думками на вчинки, мрії та плани стосовного того, що вони прочитали і

тому іноді задумуються над написанням власної книги. 38,9% Доволі часто про це задумуються, 19,4% рідко про це задумуються, та лише 1,4% взагалі про це не думають.

5.15. Чи надихає вас сюжет кіно, серіалу (дорами) на власні вчинки, мрії, плани чи створення власної історії?

72 відповіді

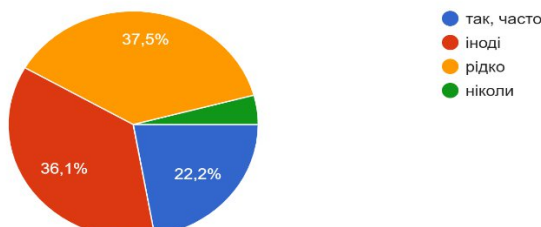


Рисунок 2.15. Рефлексія. Натхнення медіа-контентом

З рис. 2.15 видно, що 37,5% опитаних вказали варіант рідко. 36,1% респондентів позначили відповідь іноді. 22,2% опитаних зазначили, що у них таке відчуття натхнення буває часто. І лише 4,2% людей зафіксували, що у них такі думки ніколи не з'являлися.

5.16. Чи змінювалися ваші погляди або ставлення до життя під впливом прочитаної книги чи переглянутого медіаконтенту (кінофільмів, серіалів (дорам)? (Можна вибрати декілька)

72 відповіді

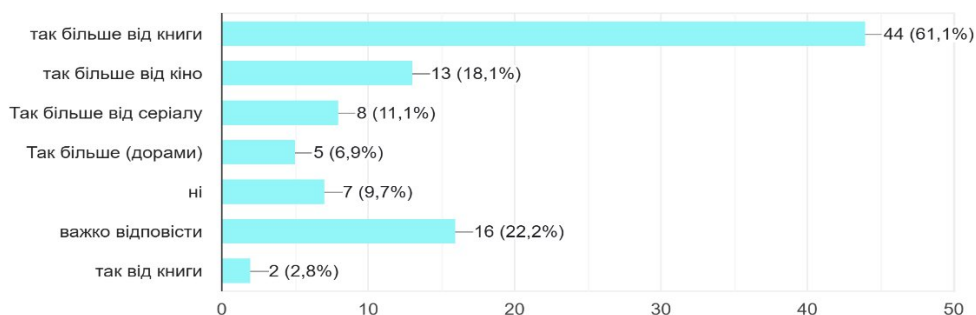


Рисунок 2.16. Погляд та ставлення до життя

На цьому рисунку ми бачимо, що 61,1% респондентів вважає, що їхні погляди та ставлення змінилися більше від прочитаної книги ніж від перегляду кінофільмів. 18,1% опитаних вважають, що на них більше впливають кінофільми ніж читання книг. 11,1% опитаних зізналися, що на їх погляди та ставлення до життя, впливає перегляд саме серіалів. В свою чергу лише 6,9% з опитаних людей в даній анкеті зазначили, що на них впливає перегляд дорам менше інші види контенту.

Також деякі респонденти зазначають, що на них взагалі нічого не впливає, а саме 9,7% опитаних людей з анкети. І також 22,2% респондентів відповіли, що їм важко відповісти на це питання.

6. Залежність від читання книг 6.17. Чи були ситуації, що ви читали книгу замість того, щоб робити інші важливі справи?
72 відповіді

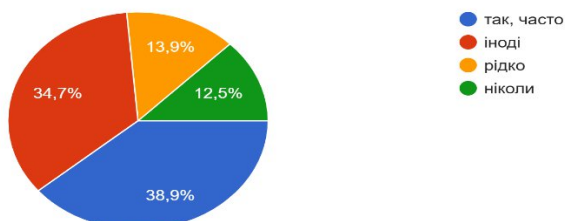


Рисунок 2.17. Залежність від читання книг

Як видно з рис. 2.17, майже 40% опитаних, а саме 38,9% респондентів зазначили, що обирають читання книги, замість інших важливих справ.

В свою чергу 34,7% відповіли, що іноді так роблять. 13,9% респондентів відзначають, рідко нехтують іншими важливими справами і читають по можливості, коли це можливо. Також 12,5% опитаних людей зазначили, що ніколи, тобто взагалі не нехтують важливими справами заради читання книги.

6.18. Чи траплялося вам відкладати навчання або роботу, щоб дочитати книгу?
72 відповіді

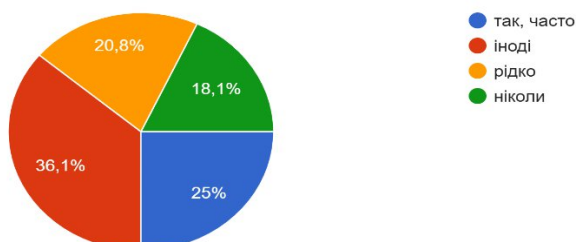


Рисунок 2.18. Відкладання роботи

На рис. 2.18. зображено цікаві дані. Ми можемо побачити, що 36,1% респондентів чесно відповіли, що іноді відкладають роботу та навчання, щоб дочитати книгу.

Рівно 25% опитаних зафіксували для себе, що так доволі часто відкладають роботу та навчання заради читання. 20,8% людей відзначили, вони рідко так роблять, а 18,1% опитаних людей в анкеті вказали, що взагалі ніколи такого не робили.

6.19. Чи буває, що ви читаєте настільки довго, що забуваєте про час (сон, їжу, зустрічі)?
72 відповіді

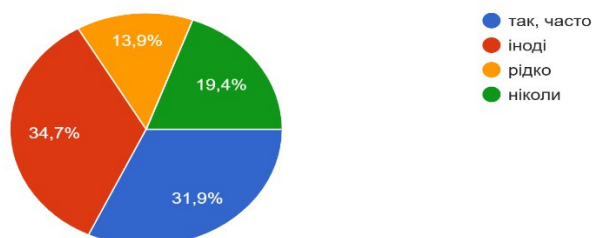


Рисунок 2.19. Читання та здоров'я

На рис. 2.19. чітко видно, що результат питання показує, що 34,7% респондентів іноді під час читання забувають про базові речі такі, як час, їжа, сон, або зустрічі. 31,9% зазначають, що часто забувають про ці базові речі під час довгого читання книги. А що, до інших варіантів відповідей, то 19,4% позначили, що зовсім ніколи не роблять такого під час довгого читання і не забувають про час, їжу, сон та зустрічі. 13,9% опитаних зафіксували, що рідко, але забувають про такі речі під час довгого читання.

6.20. Чи виникає у вас відчуття дискомфорту, якщо довго не читаєте?
72 відповіді

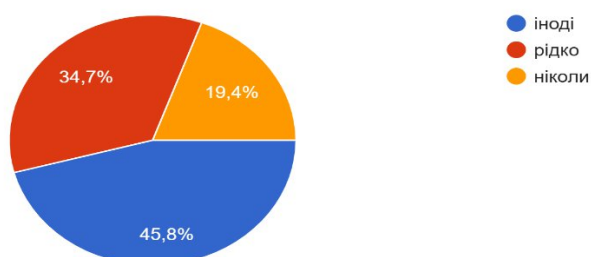


Рисунок 2.20. Відчуття дискомфорту під час читання

Як видно з рис. 2.20, 45,8% опитаних зізналися, що іноді відчувають дискомфорт, якщо довго не читають. 34,7% помітили для себе, що рідко, але відчувають певний дискомфорт і лише 19,4% зазначили, ніколи не трапилося їм відчувати дискомфорт, якщо довго не читали.

6.21. Чи відчуваєте ви провину за те, що занадто багато часу проводите за читанням книг?
72 відповіді

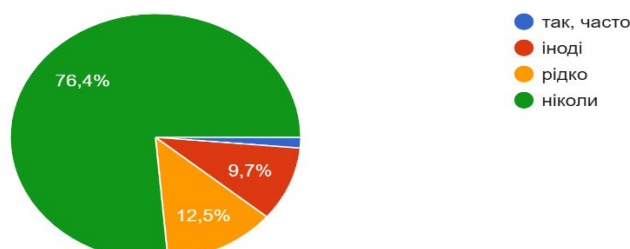


Рисунок 2.21. Провина за час читання книг

За цими даними 76,4% учасників анкетування зазначили, що ніколи не відчували провину за час проведений за читанням книг. 12,5% зізналися, що рідко але відчують почуття провини. 9,7% відповіли, що іноді відчують провину за довгий час читання книги і тільки 1,4% відчують, провину за довгий проведений час за читанням.

6.22. Чи бувало, що ви приховували від інших, скільки часу проводите за читанням?
72 відповіді

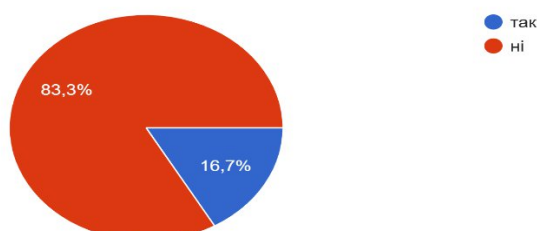


Рисунок 2.22. Прихований час за читанням

На даному рисунку можна відзначити, що 83,3% ніколи не приховували від інших проведений час за читанням книг та 16,7% зізналися, що все ж таки приховували від інших час проведений за читанням певної цікавої для них книги.

6.23. Чи бувало, що ви відчували емоційний «спад» (сум, дратівливість), якщо не було можливості продовжити читати?
72 відповіді

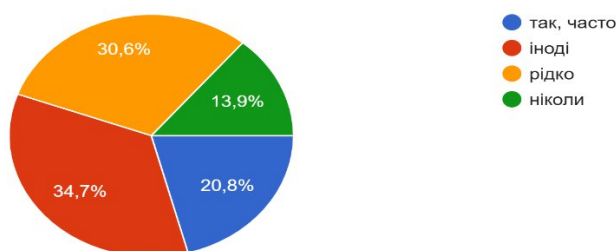


Рисунок 2.23. Емоційний спад, сум, дратівливість

За даними цього рисунку ми можемо бачити, що 34,7% іноді відчують дратівливість чи сум, коли не мають змоги почитати. 30,6% опитаних помітили, вони відчують рідко такий стан самопочуття. 20,8% людей з анкети зізналися, що відчують емоційний спад не маючи змоги читати. 13,9% респондентів відповіли, що ніколи не відчували сум та дратівливість, якщо не мали змоги почитати улюблену книжку.

6.24. Чи впливало ваше захоплення книгами на стосунки з близькими чи друзями (менше часу на спілкування)?
72 відповіді

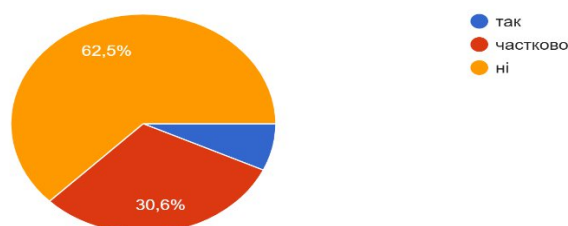


Рисунок 2.24. Стосунки і захоплення книгами

На рис. 2.24. видно, що 62,5% респондентів помітили, що їхнє захоплення книгами ніяк не впливає на стосунки з близькими та друзями. 30,6% опитаних зізналися, що частково все ж таки впливає читання книг на стосунки з рідними та друзями, в свою чергу 6,9% респондентів щиро відповіли, що захоплення читанням книг все ж впливає на стосунки з близькими людьми.

6.25. Чи відчуваєте ви, що читання книг для вас — не просто хобі, а необхідність?
72 відповіді

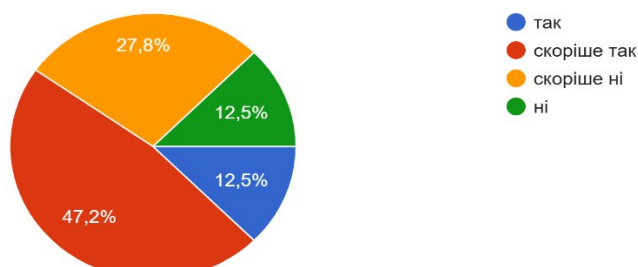


Рисунок 2.25. Читання не хобі, а необхідність

Як видно з рис. 2.25, 47,2% опитаних, які пройшли анкетування зазначили, що для них читання це скоріше не просто хобі, а ціла необхідність. 27,8% вважають, читання це скоріше хобі ніж необхідність. 12,5% опитаних зауважили, що точно впевнені читання книг це більше необхідність ніж хобі і в свою чергу 12,5% точно впевнені, що для них читання книг це тільки хобі і не більше.

7 Емоційне залучення 7.26. Чи були у вас ситуації, коли книга або медіа (фільм/серіал/дорама) змінювали ваш настрій на довгий час? (Можна вибрати кілька)
72 відповіді

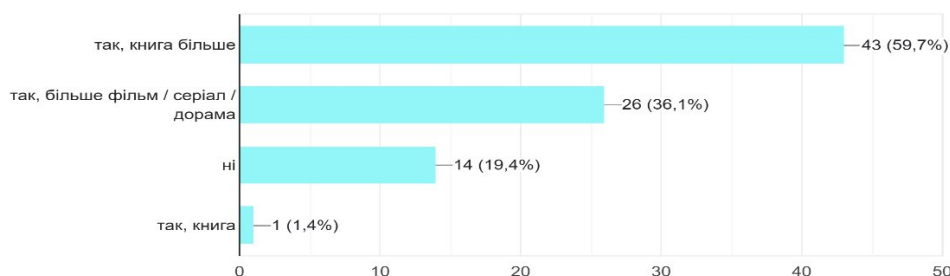


Рисунок 2.26. Емоційне залучення. Зміна настрою

Як видно з рис. 2.26, 59,7% учасників опитування помітили, що прочитана книга більше за все змінювала їхній настрій на довгий час. В свою чергу 36,1% опитаних людей вважають, що більше на їхній настрій впливають саме серіали, фільми та дорами і 19,4% зазначають, що не впливає взагалі.

7.27. Чи відчуваєте ви сильне емоційне співпереживання героям (сум, радість, гнів тощо)?
72 відповіді

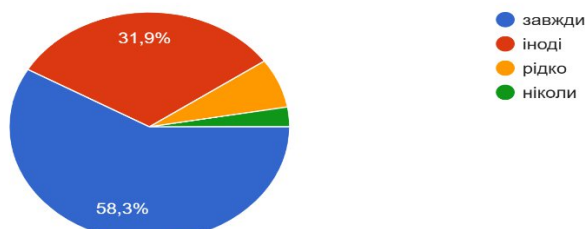


Рисунок 2.27. Емоційне співпереживання героям

Як видно з рис. 2.27, 58,3% помітили, що завжди відчувають сильне емоційне співпереживання до героїв. 31,9% учасників, які пройшли анкетування вважають, що вони іноді, щось відчувають до героїв. Тобіж 6,9% опитаних зауважують, що рідко відчувають такі почуття, як сум, радість чи гнів і лише 2,8% респондентів зазначили, що ніколи не відчували емоційного співпереживання героям.

8. Соціальний вплив 8.28. Чи впливає на ваш вибір книг чи медіа поради друзів / блогерів / соціальних мереж?
72 відповіді

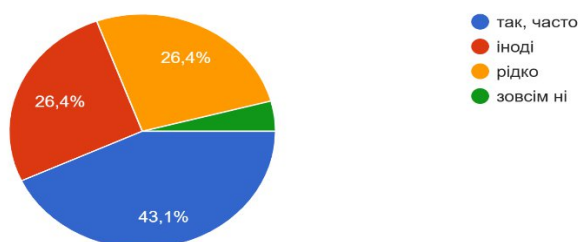


Рисунок 2.28. Соціальний вплив

Як видно з рис. 2.28, 43,1% опитаних людей в анкетуванні вважають, що поради друзів, блогерів та соціальних мереж часто впливає на вибір книг.

Також 26,4% зазначають, що на вибір книг іноді впливають поради, як друзів і блогерів.

А в свою чергу 26,4%, відповіли, що їхній вибір на вподобання, щодо книг рідко залежить від когось іншого і лише 4,2% респонденти зауважують, що на їхній вибір ніщо і ніхто не впливає.

8.29. Чи обговорюєте ви книги або фільми/серіали/дорами з друзями?
72 відповіді

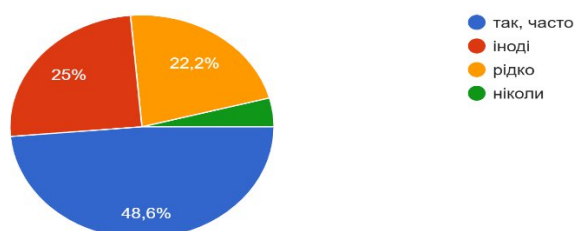


Рисунок 2.29. Обговорення книг або фільмів

На рис. 2.29. ми можемо побачити, що 48,6% часто обговорюють прочитану книгу та переглянутий фільм, дораму і серіал. 25% опитаних зазначають, іноді вони обговорюють і те і інше. 22,2% зауважили, що рідко с кимось розмовляють про переглянутий фільм чи прочитану книгу з друзями. Та лише 4,2% зізналися, що ніколи не обговорювали ні з ким той чи інший розважальний контент.

9. Купівля книг 9.30. Де ви зазвичай купуєте книги? (можна кілька варіантів)
72 відповіді

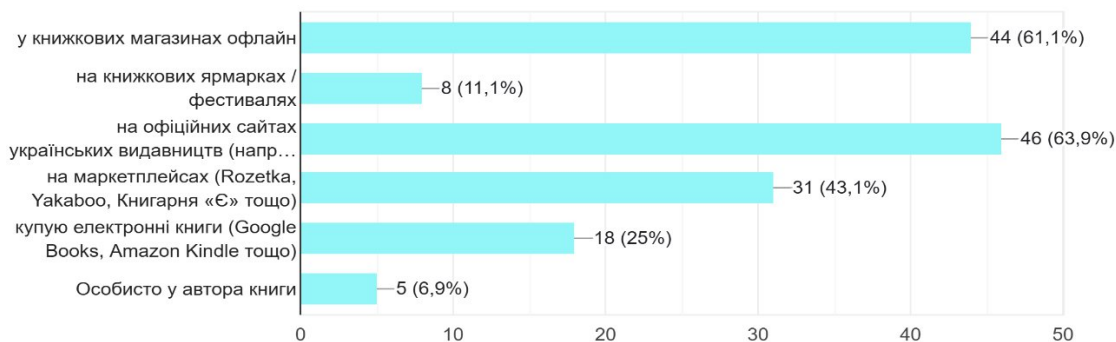


Рисунок 2.30. Купівля книг

На рис. 2.30. респонденти вказують, на те що найбільше купують книги на офіційних сайтах українських видавництв, а саме 63,9%. 61,1% купують книги у книжкових магазинах офлайн.

В свою чергу 43,1% відзначають, що більше обираються, для купівлі книг саме Маркет-плейси. 25% респондентів обирають купувати електронні книги. 11,1% зауважили для себе, що купують книги на книжкових ярмарках. І лише 6,9% купують книги у автора книги.

9.31. Як часто ви купуєте книги для себе?
72 відповіді

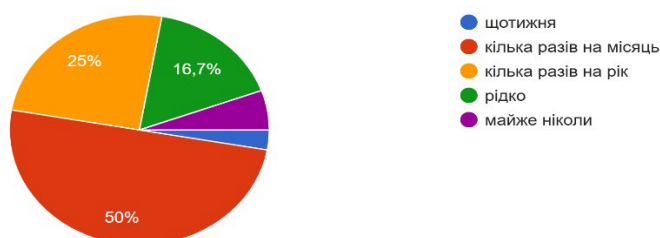


Рисунок 2.31. Частота купівлі книг

Як видно з рис. 2.31, 50% респондентів купляють книги для себе кілька разів на місяць. 25% опитаних в анкеті зазначили, що радують себе покупкою книг кілька разів на рік. 16,7% учасників опросу заявили, що купують книги рідко. 5,6% респондентів майже ніколи не купують книг. І лише 2,8% учасників зазвичай купують книги для себе, щотижня.

9. 32. Коли ви зазвичай читаєте куплену книгу?
72 відповіді

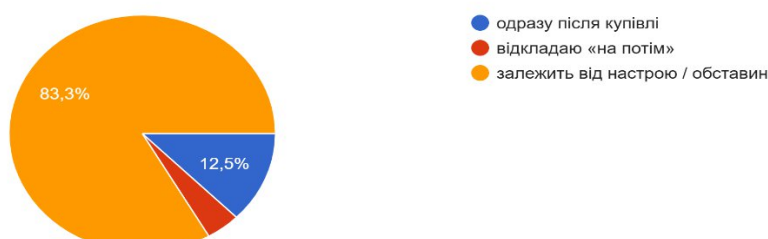


Рисунок 2.32. Читання книг після купівлі

Як видно з рис. 2.32, 83,3% респонденти зізналися, що прочитання книги нової купленої книги, залежить від настрою та обставин. 12,5% людей, що пройшли анкету позначили, що читають одразу після купівлі і лише 4,2% опитаних зізналися, що відкладають книгу на потім.

9.33 Чи сподобалася вам ця анкета?
72 відповіді

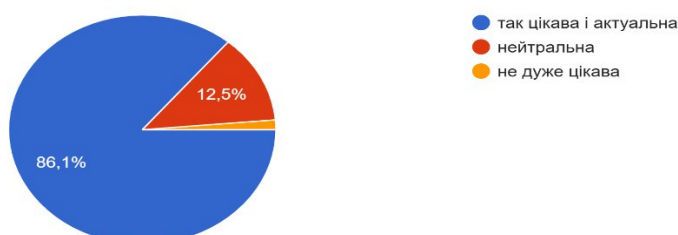


Рисунок 2.33. Оцінка анкети респондентами

Як видно з рис. 2.33, більшість респондентів анкетування сподобалося і вони вважають її цікавою та актуальною, тобто це 86,1% людей. В свою чергу 12,5%

вважають анкету нейтральною і лише 1,4% зауважили, що анкета була не дуже цікавою.

За результатами тестування за методикою К. Янга [38, 39] мінімальний показник у вибірці показав 40 балів, максимальний - 155 балів. В свою чергу середній бал у вибірці виявився 76,4, що вже може відповідати помірному рівню вираженості залежності у респондентів, які пройшли тестування.

І саме тому аналіз рівнів показав, що у 52,8% респондентів виявлено помірний рівень, у 41,6% - високий рівень, що може вказувати на те, що у опитаних за цими результатами є певна залежність від перегляду чи, то фільмів, чи то серіалів, або дорам і всього лише у 5,6% респондентів було виявлено - низький рівень показників за результатами відповідей, які зазначено в таблицях 2.1 та 2.2.

Таблиця 2.1

Описові статистичні показники за методикою К. Янг (n = 72)

Показник	Значення
Кількість респондентів	72
Мінімальний бал	40
Максимальний бал	155
Сума балів	5502
Середній бал	76,4

Таблиця 2.2

Розподіл респондентів за рівнями вираженості залежності

Рівень	Кількість осіб	Відсоток (%)
Низький	4	5,6%
Помірний	38	52,8%
Високий	30	41,6%
Разом	72	100%

Отримані результати нам дають зрозуміти про те, що середній показник за методикою К. Янга [38] вийшов 76,4 бала, що відповідає помірному рівню вираженості залежності. Тобто найбільша частка респондентів, а саме (52,8 %) має помірний рівень як ми можемо побачити в таблицях, тоді як 41,6 % продемонстрували високий рівень, і лише 5,6 % респондентів отримали низький результат у відсотках.

2.2. Кореляційний аналіз впливу різних видів контенту на молодь

У результаті аналізу даних за методикою Н.А. Орела [17, 18, 19] було визначено середні показники за кожною шкалою, які зазначені в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Дані кореляційного аналізу

Шкала	Середній бал	Рівень прояву
Залежність від перегляду	10,6	середній
Емоційна реакція та прив'язаність	10,4	середній
Ідеалізація та наслідування персонажів	7,6	середній
Маніпулятивні та соціальні прояви	3,9	низький
Соціальний контекст і норми	5,6	середній
Моральні дилеми та етичні судження	6,8	середній
Шкала брехні	3,4	низький

Отримані результати свідчать про переважання середнього рівня прояву більшості досліджуваних характеристик.

Зокрема, середній рівень виявлено за шкалами «залежність від перегляду» (10,6 балів) та «емоційна реакція та прив'язаність» (10,4 балів), що вказує на помірний вплив медіа-контенту на поведінкову та емоційну сферу молоді [5, 30]. Також середній рівень зафіксовано за шкалами «ідеалізація та наслідування персонажів» (7,6 балів), «соціальний контекст і норми» (5,6 балів) та «моральні дилеми» (6,8 балів), що свідчить про наявність впливу медіа на формування ціннісних орієнтацій [1, 7, 35]. Водночас низькі показники за шкалами «маніпулятивні та соціальні прояви» (3,9 балів) та «шкала брехні» (3,4 балів) свідчать про відсутність виражених девіантних тенденцій та достатню щирість відповідей респондентів.

Таблиця 2.4

Кореляційні зв'язки

Показники	r_s	Сила зв'язку
Янг – Залежність	0,71	сильний
Янг - Емоції	0,64	сильний
Янг - Ідеалізація	0,58	середній

Янг - Мораль	0,41	помірний
--------------	------	----------

У ході дослідження було проведено кореляційний аналіз між показниками рівня залежності від медіа-контенту за методикою Кімберлі Янг [38, 39] та шкалами адаптованої методики Н.А. Орела [17, 18, 19]. Для визначення зв'язків було використано коефіцієнт рангової кореляції Спірмена, що наведено у таблиці 2.4. [21].

Отримані результати свідчать про наявність статистично значущих зв'язків між досліджуваними показниками. Зокрема, встановлено сильний прямий зв'язок між загальним рівнем залежності та шкалою «залежність від перегляду» ($r_s \approx 0,71$), що підтверджує узгодженість результатів обох методик [38, 39].

Також виявлено достатньо тісний зв'язок між рівнем залежності та емоційною реакцією на медіа-контент ($r_s \approx 0,64$), що свідчить про те, що більш залежні респонденти характеризуються підвищеною емоційною залученістю [5, 30]. Середній рівень зв'язку зафіксовано між залежністю та ідеалізацією персонажів ($r_s \approx 0,58$), що вказує на тенденцію до наслідування поведінкових моделей героїв [1, 29] див. додаток Е.

Найменш виражений, але статистично значущий зв'язок спостерігається між залежністю та морально-етичними роздумами ($r_s \approx 0,41$), що свідчить про опосередкований вплив медіа-контенту на формування ціннісних орієнтацій молоді [10, 35] див. додаток Е. Таким чином, отримані результати підтверджують, що зростання рівня залежності від медіа-контенту супроводжується посиленням емоційного, поведінкового та частково ціннісного впливу [9, 27].

2.3. Практичні рекомендації щодо оптимізації впливу медіа-контенту та читання для молоді

На основі результатів проведеного емпіричного дослідження, які засвідчили помірний та високий рівень залежності від медіа-контенту у понад 90% респондентів, а також підтвердили значущість читання художньої літератури як чинника формування ціннісних орієнтацій молоді, було розроблено комплекс

практичних рекомендацій. Ці рекомендації адресовані трьома цільовим групам: безпосередньо молоді, практичним психологам та педагогам, а також батькам і близькому соціальному оточенню молодої людини.

Рекомендації для молоді щодо усвідомленого споживання медіа-контенту та читання:

- здійснювати свідомий вибір медіа-контенту: перед переглядом фільму, серіалу чи дорами ставити собі питання про мету перегляду (відпочинок, навчання, емоційна підтримка) та орієнтовний обсяг часу;
- обмежувати тривалість безперервного перегляду серіалів (явище «бінджвотчінгу»), оскільки воно сприяє формуванню емоційної залежності та порушує добові біоритми;
- щодня виділяти час на читання художньої літератури (мінімум 20–30 хвилин), оскільки саме читання, за результатами нашого дослідження, чинить найглибший вплив на формування ціннісних орієнтацій;
- обирати літературу різних жанрів та епох, поєднуючи розважальне читання з класикою, психологічною та філософською літературою для розвитку рефлексії, емпатії й моральних суджень;
- після перегляду медіа-контенту або прочитання книги практикувати рефлексивний аналіз: фіксувати у щоденнику головні емоції, цінності героїв, а також власні висновки;
- чергувати «екранний» час із часом без гаджетів — прогулянками, заняттями спортом, спілкуванням з близькими, що допомагає відновити внутрішній ресурс.

Рекомендації для практичних психологів та педагогів:

- впроваджувати в роботу із студентською молоддю програми розвитку медіа-грамотності, спрямовані на формування навичок критичного аналізу медіа-повідомлень;
- використовувати художню літературу як інструмент бібліотерапії — для роботи з тривожністю, кризовими переживаннями та для розвитку ціннісно-сміслової сфери особистості;

- проводити з молоддю тренінги, спрямовані на формування здорових медіа-звичок та усвідомленого вибору контенту (приклад програми такого тренінгу наведено у Додатку Б);
- під час психологічного консультування звертати увагу на ознаки медіа-залежності (емоційна прив'язаність до героїв, ідеалізація персонажів, надмірний час перегляду) як на чинники, що можуть впливати на ціннісну сферу клієнта;
 - створювати у закладах освіти простори для дискусій про книги та фільми - читацькі клуби, кінолекторії, що сприятимуть рефлексивному осмисленню медіа-контенту.

Рекомендації для батьків та близького оточення:

- формувати в сім'ї культуру читання - створювати домашню бібліотеку, обговорювати прочитані книги та переглянуті фільми;
- уникати категоричних заборон щодо медіа-контенту, натомість пропонувати альтернативи та обговорювати побачене разом з молодою людиною;
- звертати увагу на емоційний стан після тривалого перегляду серіалів - пригніченість, дратівливість, порушення сну можуть бути ознаками медіа-залежності;
- підтримувати інтерес молоді до читання шляхом подарунків (книги, абонементи у бібліотеки, квитки на літературні заходи).

Окрім зазначених рекомендацій, у межах практичної частини дослідження було розроблено та проведено авторський психологічний тренінг «Медіа та книги: як знайти баланс і не загубити себе», спрямований на формування культури усвідомленого споживання інформації серед студентської молоді. Детальна програма тренінгу, опис вправ та методичних прийомів представлена у Додатку Г.

Реалізація запропонованих рекомендацій на індивідуальному, освітньому та сімейному рівнях сприятиме формуванню більш усвідомленого ставлення молоді до споживання медіа-контенту та читання, а також забезпечить умови для збалансованого розвитку ціннісно-сміслової сфери особистості в сучасному інформаційному просторі.

ВИСНОВКИ

Проведене емпіричне дослідження було присвячене психологічному аналізу схильності сучасної молоді до перегляду фільмів, серіалів та читання книг як чинника формування особистості. За результатами дослідження можна стверджувати, що поставлена мета була досягнута, а висунута гіпотеза знайшла своє часткове підтвердження.

У першому розділі було розроблено програму емпіричного дослідження, визначено методичний інструментарій та організаційні засади його проведення. Для досягнення мети дослідження було застосовано комплекс психо-діагностичних методик, а саме адаптовану методику Кімберлі Янг [38, 39], адаптовану методику Н.А. Орела [17, 18, 19] та авторську анкету «Вплив жанрового різноманіття книг та медіа на формування ціннісних орієнтацій у молоді». Дослідження проводилось в онлайн-форматі з дотриманням принципів добровільності та анонімності, що забезпечило достовірність та відвертість отриманих даних. Вибірку склали 72 респонденти, рівномірно розподілені за чотирма віковими групами, серед яких переважали жінки - 91,7%.

У другому розділі здійснено аналіз та інтерпретацію результатів емпіричного дослідження. За результатами авторської анкети встановлено, що більшість респондентів є активними читачами: 45,8% читають кілька разів на тиждень, а 26,4% - щодня. Серед найбільш популярних жанрів художньої літератури виявились любовні романи (59,7%), фентезі (58,3%) та детективи й трилери (50%). Водночас у сфері медіа-контенту перевага надається жанрам фентезі (50%), комедіям (47,2%) та кримінальним детективам і трилерам (44,4%). Ці дані свідчать про певну узгодженість жанрових уподобань молоді у обох видах контенту.

Результати дослідження за методикою Кімберлі Янг [38, 39] продемонстрували, що середній бал у вибірці становив 76,4, що відповідає помірному рівню вираженості залежності від медіа-контенту. Зокрема, помірний рівень залежності виявлено у 52,8% респондентів, високий - у 41,6%, і лише 5,6% отримали низький результат. Ці дані підтверджують, що значна частина сучасної

молоді перебуває під відчутним впливом медіа-середовища, що потребує уваги з боку психологів та педагогів.

Аналіз за адаптованою методикою Н.А. Орела [17, 18, 19] виявив переважання середнього рівня прояву більшості досліджуваних характеристик. Середні показники зафіксовано за шкалами залежності від перегляду (10,6 балів), емоційної реакції та прив'язаності (10,4 балів), ідеалізації та наслідування персонажів (7,6 балів), соціального контексту і норм (5,6 балів) та моральних дилем (6,8 балів). Низькі показники за шкалами маніпулятивних проявів та шкалою брехні свідчать про відсутність виражених девіантних тенденцій і достатню щирість відповідей.

Кореляційний аналіз із застосуванням коефіцієнта рангової кореляції Спірмена підтвердив наявність статистично значущих зв'язків між рівнем залежності від медіа-контенту та іншими досліджуваними показниками. Встановлено сильний прямий зв'язок між загальним рівнем залежності та шкалою залежності від перегляду ($r_s \approx 0,71$), достатньо тісний зв'язок із емоційною реакцією на медіа-контент ($r_s \approx 0,64$), середній - з ідеалізацією персонажів ($r_s \approx 0,58$) та помірний - з морально-етичними роздумами ($r_s \approx 0,41$). Отримані результати свідчать про те, що зростання рівня залежності від медіа-контенту супроводжується посиленням емоційного, поведінкового та частково ціннісного впливу на особистість.

Щодо ціннісної сфери, дослідження показало, що серед цінностей, які молодь помічає як у книгах, так і в медіа-контенті, найвищі позиції посідають кохання (66,7% у книгах та 63,9% у медіа), дружба (56,9% та 54,2% відповідно) та сміливість і подолання страхів (50%). Ці результати підтверджують, що обидва види контенту формують схожий ціннісний простір, хоча 61,1% респондентів вважають, що саме книги більшою мірою змінювали їхні погляди та ставлення до життя порівняно з медіа-контентом.

На основі отриманих результатів було розроблено практичні рекомендації та проведено психологічний тренінг «Медіа та книги: як знайти баланс і не загубити

себе» для студентів групи ПД 12Б. Тренінг був спрямований на формування культури усвідомленого споживання інформації та сприяв усвідомленню учасниками механізмів впливу медіа на психоемоційний стан. За результатами тренінгу кожен учасник сформував індивідуальний план свідомого планування дозвілля з урахуванням балансу між медіа-контентом та читанням.

Таким чином, результати проведеного дослідження підтверджують, що медіа-контент і художня література є потужними психологічними чинниками формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді як важливої складової структури особистості. Обидва види культурного продукту впливають на емоційну, поведінкову та ціннісну сфери особистості, хоча характер і глибина цього впливу відрізняються.

Перспективи подальшого наукового осмислення чинників процесу формування особистості в контексті даного емпіричного дослідження вбачаються у більш детальному вивченні гендерних та вікових відмінностей у сприйнятті медіа-контенту та читання, а також у розробці комплексних програм медіа-грамотності для різних вікових груп молоді.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бандура А. Соціально-когнітивна теорія Бандури. *Моя освіта*. URL: <https://moyaosvita.com.ua/psihologija/socialno-kognitivna-teoriya-banduri/> (дата звернення: 02.03.2026).
2. Баришполец О. Т. Українська медіапсихологія: на шляху становлення : монографія. Київ : Видавництво закладу освіти, 2021. 320 с. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/10660/7/tmp647.pdf> (дата звернення: 09.05.2026).
3. Бех І. Д. Особистість у просторі духовного виховання : навч. посіб. Київ : Либідь, 2022. 256 с. URL: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/717891/1/Особистість_на_шляху_до_духовних_цінностей.pdf (дата звернення: 20.02.2026).
4. Бойко В. В. Методика. Діагностика рівня емпатійних здібностей. URL: <https://studfile.net/preview/5287907/> (дата звернення: 15.03.2026).
5. Вплив засобів масової комунікації на особистість студента. *Інформаційний портал INFORUM.IN.UA*. URL: <https://www.inforum.in.ua/conferences/18/41/285> (дата звернення: 20.04.2026).
6. Вплив соціальних мереж на ціннісні орієнтації та ідентичність молоді. *Репозитарій НУБІП*. URL: <https://dglib.nubip.edu.ua/server/api/core/bitstreams/66d0a178-e03d-4454-a22d-c31f6c11de5a/content> (дата звернення: 26.04.2026).
7. Вплив сучасних медіа-ресурсів на формування соціальної ідентичності підлітків. *Репозитарій ЗНУ*. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/25183> (дата звернення: 18.04.2026).
8. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2012. 352 с. URL: https://www.researchgate.net/publication/278537628_Mediaosvita_ta_mediagramotnist_pidrucnik (дата звернення: 23.04.2026).
9. Каретна О. О., Габрук Я. О., Ляшенко К. М. У пастках вигаданого світу: як серіали та книги формують залежність людини. *Габітус*. 2025. № 73. С. 287–290. URL: <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2025.73.49> (дата звернення: 14.03.2026).

10. Масове кіно як чинник ціннісних орієнтацій студентів (за результатами соціологічного дослідження). *ResearchGate*. URL: <https://www.researchgate.net/publication/329953431> (дата звернення: 17.04.2026).
11. Мас-медіа й ідентичність (за результатами дослідження студентської молоді). *Baltic Publishing*. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/47/908/2045-1> (дата звернення: 17.04.2026).
12. Меграбян А., Епштейн Н. Методика «Шкала емоційного відгуку». URL: <https://online-test.club/psychology/students/24-emotional-reaction-scale.html> (дата звернення: 03.05.2026).
13. Медіа-грамотність. З чого почати. *Нова українська школа*. URL: <https://nus.org.ua/2020/01/15/mediagramotnist-z-chogo-pochaty/> (дата звернення: 18.04.2026).
14. Медіа-грамотність: корисні матеріали. *Наукова бібліотека МДУ*. URL: <https://msu.edu.ua/library/mediagramotnist-korysni-materialy/> (дата звернення: 20.04.2026).
15. Оатлі К. Когнітивна психологія художнього читання : пер. з англ. Київ : Наукова думка, 2019. 344 с. URL: <https://journals.chnu.edu.ua/gp/article/view/58/48> (дата звернення: 02.05.2026).
16. Онкович Г. В. Медіаосвіта. Загальний курс. Київ : ІВО НАПН України, 2010. 40 с. URL: <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/190094> (дата звернення: 20.04.2026).
17. Орел Н. А. Методика на Схильність до девіантної поведінки (жіноча версія). URL: <https://www.scribd.com/document/861638990/> (дата звернення: 13.01.2026).
18. Орел Н. А. Методика на Схильність до девіантної поведінки (чоловічий варіант). URL: https://spkaltan.ucoz.net/praktikum/sklonnost_k_otklonjajushhemusja_povedeniju-orel.pdf (дата звернення: 14.01.2026).
19. Орел Н. А. Методика на Схильність до девіантної поведінки (чоловічий варіант). URL: <https://studfile.net/preview/5675527/page:14/> (дата звернення: 16.01.2026).

20. Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи / ред. В. Іванов, О. Волошенюк. Київ : Академія української преси, 2018. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk_statey_AUP2018.pdf (дата звернення: 19.04.2026).
21. Рожков М. І. Методика вивчення соціалізованості особистості (модифікація). URL: <https://studfile.net/preview/15269870/page:16/> (дата звернення: 16.02.2026).
22. Рокич М. Природа людських цінностей. Нью-Йорк : Вільна преса, 1973. 438 с. URL: <https://archive.org/details/natureofhumanval0000milt/page/n453/mode/2up> (дата звернення: 15.02.2026).
23. Роль літератури у формуванні психології дитини: вплив творчості на розвиток особистості. *Psychologist.com.ua*. URL: <https://psychologist.com.ua/rol-literaturi-u-formuvanni-psixologii-ditini-vpliv-tvorchosti-na-rozvitok-osobistosti/> (дата звернення: 12.03.2026).
24. Сенін І. Г. Методика ОТеЦ (опитувальник термінальних цінностей). URL: <https://studfile.net/preview/8860743/page:6/> (дата звернення: 22.02.2026).
25. Тематичний аперцептивний тест (TAT). URL: <https://academy.iar.org.ua/phone/%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82.html> (дата звернення: 09.03.2026).
26. Титаренко Т. М. Психологічна життєстійкість особистості: адаптація до кризових умов. Київ: Кафедра, 2023. 210 с. URL: <https://elar.navs.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ff355097-a0c7-4733-b7ec-c6cc6eeb7692/content> (дата звернення: 10.04.2026).
27. Хорошун К. Ю. Вплив корейських дорам на самосвідомість української молоді // Психологія свідомості: теорія і практика : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. С. 227–230. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi81/0061149.pdf> (дата звернення: 18.04.2026).
28. Художня література як мистецтво виховання і формування людини. *Укрліт*. URL: <https://ukrlit.net/item/306.html> (дата звернення: 21.04.2026).

29. Bandura A. Social cognitive theory of mass communication. URL: <file:///C:/Users/lyash/Downloads/Dialnet-LaFamiliaEnElContextoSocial-750343.pdf> (дата звернення: 16.03.2026).
30. Chen M. The effect of social media on the development of students' affective traits: A systematic review. *Frontiers in Psychology*. 2022. Vol. 13. Article 1010766. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1010766> (дата звернення: 01.04.2026).
31. Cultivation Theory. *Communication Theory*. URL: <https://masscommtheory.com/theory-overviews/cultivation-theory/> (дата звернення: 17.04.2026).
32. Cultivation Theory. *EBSCO Research Starters*. URL: <https://www.ebsco.com/research-starters/communication-and-mass-media/cultivation-theory> (дата звернення: 01.04.2026).
33. Currie N., Webber C., Wilkinson K., Clark C., Moss G., McGeown S. How does reading fiction support adolescents' wellbeing? A qualitative study examining positive affect, connection and personal growth. *Reading Psychology*. 2025. Vol. 46, No. 4. P. 654–679. URL: <https://doi.org/10.1080/02702711.2025.2504974> (дата звернення: 02.04.2026).
34. Gerbner G. Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*. 1998. Vol. 1 (3–4). P. 175–194. URL: <https://www.simplypsychology.org/cultivation-theory.html> (дата звернення: 17.04.2026).
35. Hodoroh A. M. Вплив медіа на ціннісні орієнтації студентської молоді. Кам'янець-Подільський, 2019. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/7600/Hodoroh-A.M.-Ps1-B19z-free.pdf> (дата звернення: 14.04.2026).
36. Mar R. A., Oatley K. The Function of Fiction is the Abstraction and Simulation of Social Experience. *Perspectives on Psychological Science*. 2008. Vol. 3. P. 173–192. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1745-6924.2008.00073.x> (дата звернення: 12.04.2026).
37. Mar R. A., Oatley K., Peterson J. B. Exploring the link between reading fiction and empathy: Ruling out individual differences and examining outcomes.

- Communications*. 2009. Vol. 34 (4). P. 407–428. URL: https://www.yorku.ca/mar/Mar%20et%20al%202009_reading%20fiction%20and%20empathy.pdf (дата звернення: 20.01.2026).
38. Young K. S. Internet Addiction Test (IAT). *Center for Internet Addiction*. URL: <https://netaddiction.com/internet-addiction-test/> (дата звернення: 08.12.2025).
39. Young K. S. Internet Addiction Test (IAT). *Stoelting Co.* URL: https://stoeltingco.com/Psychological/media/IAT_web_sample.pdf (дата звернення: 09.12.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Авторська анкета «Вплив жанрового різноманіття книг та медіа на формування ціннісних орієнтацій у молоді»

Авторська анкета «Вплив жанрового різноманіття книг та медіа на формування ціннісних орієнтацій у молоді» була розроблена з метою виявлення особливостей впливу сучасного медіаконтенту (кінофільмів, серіалів, дорам) та художньої літератури різних жанрів на формування ціннісних орієнтацій молоді віком від 14 до 30 років.

Анкетування спрямоване на вивчення читацьких і глядацьких уподобань молоді, визначення частоти звернення до певних жанрів та з'ясування, які саме цінності молодь засвоює під впливом художніх образів і сюжетів.

Додатково анкета дозволяє порівняти вплив читання книг та перегляду медіаконтенту на емоційний стан, життєві погляди, мотивацію до саморозвитку та формування моральних орієнтирів.

Приємного проходження анкетування ☺

Розділ 1. Соціально-демографічні дані

1.1. Який ваш вік?

- ☐ 14–18
- ☐ 19–22
- ☐ 23–27
- ☐ 28–30

1.2. Ваша стать?

- ☐ Чоловіча
- ☐ Жіноча
- ☐ Інше

Розділ 2. Читання книг

2.3. Як часто ви читаєте книги?

- ☐ щодня
- ☐ кілька разів на тиждень
- ☐ кілька разів на місяць
- ☐ рідко
- ☐ майже ніколи

2.4. Які жанри книг ви найбільше читаєте? (можна вибрати кілька)

- ☐ фентезі
- ☐ наукова фантастика
- ☐ любовні романи
- ☐ дарк романи
- ☐ психологія / саморозвиток
- ☐ класична література
- ☐ детектив / трилер
- ☐ історичні романи
- ☐ сучасна проза
- ☐ жахи / містика
- ☐ пригоди / антиутопія
- ☐ дитяча та підліткова література
- ☐ біографії / мемуари
- ☐ суспільно-політична література
- ☐ змішані жанри

☐ манга та графічні романи

☐ поезія

2.5. Що саме приваблює вас у книгах?

☐ цікаві сюжети та пригоди

☐ глибокі емоції та переживання героїв

☐ можливість навчитися новому, отримати знання

☐ занурення у світ фантазії / магії

☐ розслаблення та відпочинок

Розділ 3. Вибір між читанням книг та переглядом медіаконтенту

3.6. Чи часто ви обираєте читати книги замість перегляду кінофільму, серіалу чи дорами?

☐ щодня

☐ кілька разів на тиждень

☐ кілька разів на місяць

☐ рідко

☐ майже ніколи

3.7. Які жанри ви переглядаєте найчастіше? (можна кілька)

☐ фентезі

☐ екшн-фентезі

☐ наукова фантастика

☐ фантастика / антиутопія

☐ кримінал / детективи / трилери (психологічні трилери, кримінальні драми)

☐ мелодрами

☐ історичні драми

☐ соціальні драми

☐ психологічні драми

☐ комедії

☐ історичні

☐ романтичне фентезі та фантастика

☐ трилери та жахи

☐ шкільні та підліткові драми

☐ історичні (Сагеук) та юридичні дорами

3.8. Що найбільше вам подобається в фільмах і серіалах (дорамах)?

☐ видовищність, спецефекти

☐ акторська гра

☐ можливість співпереживати героям

☐ нові знання та ідеї

☐ саморозвиток та самопізнання

☐ естетика (картинка, музика, атмосфера)

3.9. Що найбільше приваблює вас у книгах?

☐ захопливий сюжет і непередбачувані події

☐ глибина образів і можливість співпереживати героям

☐ нові знання, ідеї та розвиток мислення

☐ можливість уявляти й занурюватися у власний світ фантазії

☐ стиль і мова автора

Розділ 4. Порівняння книг і медіа

4.10. Що вам більше подобається у вільний час?

☐ читати книги

☐ дивитися фільми / серіали / дорами

☐ поєдную обидва варіанти

4.11. Що, на вашу думку, більше впливає на формування ваших життєвих цінностей?

- ☐ книги
- ☐ кіно / серіали / дорами
- ☐ однаковою мірою
- ☐ важко відповісти

4.12. Які цінності ви найчастіше помічаєте у книгах, що вам подобаються? (можна кілька варіантів)

- ☐ дружба
- ☐ кохання
- ☐ сім'я
- ☐ свобода
- ☐ успіх, кар'єра
- ☐ справедливість
- ☐ духовність
- ☐ саморозвиток
- ☐ рівність (гендерна, соціальна, расова тощо)
- ☐ толерантність і повага до різних культур
- ☐ сміливість і подолання страхів
- ☐ боротьба добра і зла
- ☐ збереження природи та екологія
- ☐ патріотизм і любов до Батьківщини
- ☐ особистісна незалежність
- ☐ відповідальність за свої вчинки
- ☐ пошук сенсу життя

4.13. Які цінності ви найчастіше помічаєте при перегляді медіа (фільмів, серіалів, дорам), які подобаються саме вам? (можна кілька)

- ☐ сім'я
- ☐ свобода
- ☐ успіх, кар'єра
- ☐ справедливість
- ☐ духовність
- ☐ саморозвиток
- ☐ кохання
- ☐ пошук сенсу життя
- ☐ дружба
- ☐ боротьба добра і зла
- ☐ інше: _____

Розділ 5. Рефлексія

5.14. Чи надихає вас сюжет книги на власні вчинки, мрії, плани, можливо написання власної книги?

- ☐ так, часто
- ☐ іноді
- ☐ рідко
- ☐ ніколи

5.15. Чи надихає вас сюжет кіно, серіалу (дорами) на власні вчинки, мрії, плани чи створення власної історії?

- ☐ так, часто
- ☐ іноді
- ☐ рідко
- ☐ ніколи

5.16. Чи змінювалися ваші погляди або ставлення до життя під впливом прочитаної книги чи переглянутого медіаконтенту (кінофільмів, серіалів, дорам)? (можна вибрати декілька)

- ☐ так, більше від книги
- ☐ так, більше від кіно
- ☐ так, більше від серіалу
- ☐ так, більше від (дорами)
- ☐ ні
- ☐ важко відповісти

Розділ 6. Залежність від читання книг

6.17. Чи були ситуації, що ви читали книгу замість того, щоб робити інші важливіші справи?

- ☐ так, часто
- ☐ іноді
- ☐ рідко
- ☐ ніколи

6.18. Чи траплялося вам відкладати навчання або роботу, щоб дочитати книгу?

- ☐ так, часто
- ☐ іноді
- ☐ рідко
- ☐ ніколи

6.19. Чи буває, що ви читаєте настільки довго, що забуваєте про час (сон, їжу, зустрічі)?

- ☐ так, часто
- ☐ іноді
- ☐ рідко
- ☐ ніколи

6.20. Чи виникає у вас відчуття дискомфорту, якщо довго не читаєте?

- ☐ іноді
- ☐ рідко
- ☐ ніколи

6.21. Чи відчуваєте ви провину за те, що занадто багато часу проводите за читанням книг?

- ☐ так, часто
- ☐ іноді
- ☐ рідко
- ☐ ніколи

6.22. Чи бувало, що ви приховували від інших, скільки часу проводите за читанням?

- ☐ так
- ☐ ні

6.23. Чи бувало, що ви відчували емоційний «спад» (сум, дратівливість), якщо не було можливості продовжити читати?

- ☐ так, часто
- ☐ іноді
- ☐ рідко
- ☐ ніколи

6.24. Чи впливало ваше захоплення книгами на стосунки з близькими чи друзями (менше часу на спілкування)?

- ☐ так
- ☐ частково
- ☐ ні

6.25. Чи відчуваєте ви, що читання книг для вас — не просто хобі, а необхідність?

- ☐ так
- ☐ скоріше так
- ☐ скоріше ні
- ☐ ні

Розділ 7. Емоційне залучення

7.26. Чи були у вас ситуації, коли книга або медіа (фільм / серіал / дорама) змінювали ваш настрій на довгий час? (можна вибрати кілька)

- ☐ так, книга більше
- ☐ так, більше фільм / серіал / дорама
- ☐ ні

7.27. Чи відчуваєте ви сильне емоційне співпереживання героям (сум, радість, гнів тощо)?

- ☐ завжди
- ☐ іноді
- ☐ рідко
- ☐ ніколи

Розділ 8. Соціальний вплив

8.28. Чи впливає на ваш вибір книг чи медіа поради друзів / блогерів / соціальних мереж?

- ☐ так, часто
- ☐ іноді
- ☐ рідко
- ☐ зовсім ні

8.29. Чи обговорюєте ви книги або фільми / серіали / дорами з друзями?

- ☐ так, часто
- ☐ іноді
- ☐ рідко
- ☐ ніколи

Розділ 9. Купівля книг

9.30. Де ви зазвичай купуєте книги? (можна кілька варіантів)

- ☐ у книжкових магазинах офлайн
- ☐ на книжкових ярмарках / фестивалях
- ☐ на офіційних сайтах українських видавництв («Клуб Сімейного Дозвілля», «Наш Формат», «РМ видавництво», «Видавництво Небо», «Видавництво Старого Лева», «А-ба-ба-га-ла-ма-га» тощо)

- ☐ на маркетплейсах (Rozetka, Yakaboo, Книгарня «Є» тощо)
- ☐ купую електронні книги (Google Books, Amazon Kindle тощо)
- ☐ особисто у автора книги

9.31. Як часто ви купуєте книги для себе?

- ☐ щотижня
- ☐ кілька разів на місяць
- ☐ кілька разів на рік
- ☐ рідко
- ☐ майже ніколи

9.32. Коли ви зазвичай читаєте куплену книгу?

- ☐ одразу після купівлі
- ☐ відкладаю «на потім»
- ☐ залежить від настрою / обставин

9.33. Чи сподобалася вам ця анкета?

- ☐ так, цікава і актуальна
- ☐ нейтральна
- ☐ не дуже цікава

Дякуємо за участь у дослідженні!

Адаптована методика Кімберлі Янг «Схильність сучасної молоді до перегляду кінофільмів, серіалів (дорам)»

Адаптована методика Кімберлі Янг за темою: «Схильність сучасної молоді до перегляду кінофільмів, серіалів (дорам)». Це опитування розроблене з метою вивчення особливостей ставлення молоді до перегляду фільмів та серіалів. Методика дозволяє виявити рівень захопленості аудіовізуальним контентом, визначити можливі прояви надмірного перегляду та оцінити його вплив на емоційний стан, соціальні відносини й повсякденну діяльність респондентів.

Приємного проходження.

Інструкція. До запитань 1–37 використовується 5-бальна шкала: а) ніколи; б) рідко; с) регулярно; d) часто; е) постійно. Запитання 38–40 мають окремі варіанти відповідей.

1. Чи помічаєте ви, що проводите більше часу за переглядом фільмів або серіалів, ніж планували?

2. Чи часто нехтуєте ви домашніми справами, щоб подивитися ще одну серію серіалу (дорами) чи кінофільм?

3. Чи віддаєте ви перевагу перегляду фільмів, дорам або серіалів замість особистого спілкування з партнером (другом, людиною, що вам дорога)?

4. Чи шукаєте ви нові знайомства, щоб мати з ким обговорювати переглянуті фільми чи серіали?

5. Як часто вас дратує, коли інші цікавляться, скільки часу ви витрачаєте на перегляд фільмів чи серіалів?

6. Чи бувало, що ви помічали, що ваша успішність у навчанні або роботі знижується через захоплення фільмами, серіалами чи дорамами?

7. Як часто ви перевіряєте оновлення серіалів (дорам) або новинки фільмів раніше, ніж робите інші важливі завдання?

8. Чи бувало, що ви помічали, як знижується ваша продуктивність через захоплення кінофільмами або серіалами (дорамами)?

9. Чи траплялося з вами таке, що ви намагалися виправдовуватися або приховувати правду, скільки годин ви проводите за переглядом?

10. Чи відчуваєте ви, що перегляд серіалів (дорам) або кінофільмів допомагає вам втекти від проблем чи неприємних думок?

11. Чи чекаєте ви з нетерпінням моменту, коли зможете знову дивитися фільм чи серіал (дораму)?

12. Чи відчуваєте ви, що життя без перегляду фільмів або серіалів (дорам) нудне, порожнє і безрадісне?

13. Чи дратуєтесь ви, коли хтось заважає вам під час перегляду?

14. Чи нехтуєте ви сном, щоб продовжити дивитися фільми або серіали (дорами)?

15. Чи замислюєтесь ви про те, що будете дивитися наступним, навіть коли ще не завершили поточний серіал, фільм (дораму)?

16. Чи кажете собі: «Ще один епізод», коли вже збиралися йти спати чи робити справи поважніше?

17. Чи були у вас невдалі спроби скоротити час, витрачений на перегляд фільмів, серіалів (дорам)?

18. Чи намагаєтесь ви приховати від близьких кількість часу, який ви проводите за переглядом?

19. Як часто ви замість того, щоб зустрітися з друзями, обираєте перегляд фільму, серіалу (дорами)?

20. Як часто ви відчуваєте пригніченість або дратівливість, коли не маєте змоги дивитися фільми чи серіали (дорами), і ці відчуття зникають після того, як ви знову починаєте перегляд?

21. Як часто ви відчуваєте ейфорію або піднесений настрій під час перегляду фільмів чи серіалів?
22. Чи трапляється так, що ви відчуваєте потребу проводити все більше часу за переглядом фільмів чи серіалів, щоб отримати ті емоції або відчуття, яких бракує у повсякденному житті?
23. Чи буває так, що ви почуваєтесь самотньо або пригнічено, коли не маєте можливості дивитися фільми чи серіали?
24. Чи відчуваєте ви нервозність або неспокій, коли не можете подивитися наступну серію, і цей стан зникає, щойно ви продовжуєте перегляд?
25. Як часто ви дивитесь фільм, серіал (дораму) наодинці замість того, щоб подивитися разом з сім'єю або друзями?
26. Як часто ви шукаєте відомості, цікаві факти про акторів і легенди, міфи про серіал, фільм (дораму) після перегляду?
27. Чи вступаєте ви в спільноти під назвою «Ролка»? (Ролка — це спільнота, група або чат людей, де вони спілкуються про серіали (дорами), фільми, а також ролять, тобто грають певного героя, персонажа, вживаючись у роль).
28. Чи відчуваєте ви, що спілкування в онлайн-спільнотах, присвячених фільмам, серіалам (дорамам), замінює вам реальне спілкування з друзями?
29. Чи бувало, що ви використовуєте перегляд фільмів чи серіалів як спосіб уникнути неприємних або тривожних ситуацій у реальному житті (наприклад, конфлікти з однолітками, булінг, стрес чи сумний настрій)?
30. Як часто ви помічаєте, що ваше захоплення серіалами (дорамами), фільмами впливає на якість ваших стосунків з оточуючими вас людьми?
31. Як часто під час перегляду фільмів чи серіалів ви відчуваєте більше полегшення або зменшення тривоги, ніж від інших видів відпочинку чи дозвілля?
32. Як часто ви тікаєте у світ кіно чи серіалів, коли у реальному житті з'являються труднощі або неприємні ситуації?
33. Чи трапляється, що довгий перегляд фільмів чи серіалів негативно впливає на ваше самопочуття (наприклад, втома, біль у спині, головний біль)?
34. Як часто ви помічаєте, що на підписки, спеціальні платформи (Netflix, Megogo, SWEET.TV, Takflix, Apple TV+, Amazon Prime Video, Київстар ТБ, Vodafone TV) чи походи в кіно витрачаєте більше коштів, ніж планували?
35. Чи буває, що ви відчуваєте провину або сором через витрати, пов'язані з переглядом фільмів, серіалів (дорам)?
36. Чи буває, що ви кожен свій день плануєте так, щоб знайти час для перегляду кінофільмів, серіалів (дорам)?
37. Чи траплялося вам наслідувати улюбленого персонажа з фільму, серіалу чи дорами — у поведінці, стилі одягу або роблячи косплей?
38. Чи обговорювали ви з кимось (друзями, родичами, психологом) про свій час, який ви витрачаєте на перегляд кінофільмів, серіалів (дорам)? а) ніколи б) рідко в) один раз г) кілька разів д) регулярно
39. Чи хочете ви щось змінити у своїх звичках, пов'язаних з переглядом кінофільмів, серіалів (дорам)? а) ні б) так, але не знаю як в) так, і я готовий до змін
40. Чи розглядали б ви можливість консультації у психолога, щоб покращити свій режим перегляду фільмів, серіалів (дорам)? а) ні б) можливо в) так

Додаток В

Адаптована методика а. Н. Орела. «Схильність сучасної молоді до перегляду кінофільмів, серіалів та дорам»

Опитувальник містить питання, які допомагають дослідити, як жанрове різноманіття медіа впливає на життя та поведінку молоді. Зокрема, він дозволяє простежити, чи може перегляд кіно, серіалів і дорам сприяти формуванню певних залежностей, впливати на емоційні реакції, соціальні відносини та визначати особливості ціннісних орієнтацій сучасної молоді людини.

Приємного проходження.

Інструкція. На кожне запитання оберіть один із двох варіантів відповіді: «Так» або «Ні».

1. Чи прагнете ви стежити за найсучаснішими серіалами, дорамами та фільмами або навіть випереджати інших у їх перегляді, навіть якщо доведеться нехтувати своїм вільним часом / сном?

☐ Так

☐ Ні

2. Чи буває так, що ви не можете відкласти перегляд серії серіалу (дорами) чи фільму і обираєте дивитися одразу?

☐ Так

☐ Ні

3. Чи мріяли ви коли-небудь взяти участь у зйомках фільму чи серіалу (дорами), навіть якщо для цього довелося б поїхати в інше місто і залишити свої справи?

☐ Так

☐ Ні

4. Чи бувають у вас конфлікти в родині через те, скільки часу проводите перед телевізором чи комп'ютером за переглядом медіаконтенту (фільмів, серіалів, дорам)?

☐ Так

☐ Ні

5. Чи траплялося вам використовувати сюжети або знання з популярних фільмів чи серіалів (дорам), щоб справити враження, отримати вигоду чи вплинути на інших?

☐ Так

☐ Ні

6. Чи взялися ви б за роботу, пов'язану з кіноіндустрією, навіть якщо вона була б небезпечною, якби добре платили?

☐ Так

☐ Ні

7. Чи траплялося вам відчувати тривогу або смуток через відсутність нової серії улюбленого серіалу (дорами)?

☐ Так

☐ Ні

8. Чи подобається вам обговорювати сюжетні лінії серіалів / дорам зі знайомими, друзями, навіть якщо це їм не цікаво, але вони повинні вислухати вашу думку?

☐ Так

☐ Ні

9. Вам подобається переглядати фільми чи серіали (дорами), у яких герої ризикують життям і стикаються з небезпечними ситуаціями?

☐ Так

☐ Ні

10. Чи використовуєте ви популярні сцени чи цитати з фільмів / серіалів (дорам), щоб справити враження на друзів або викликати їхню симпатію?

☐ Так

☐ Ні

11. Чи завжди ви переглядаєте серіали тільки тоді, коли виконані всі навчальні чи робочі справи?

- ☐ Так
- ☐ Ні

12. Чи буває, що ви наполягаєте дивитися фільм / серіал / дораму разом з близькими, якщо вам цікаво, то і їм теж буде цікаво, а вони цього не дуже хочуть?

- ☐ Так
- ☐ Ні

13. Якби вам запропонували поїхати в іншу країну за кошти компанії та знятися у серіалі з вашим улюбленим актором і при цьому покинути усі буденні справи, ви би погодились?

- ☐ Так
- ☐ Ні

14. Якщо б у вас була б можливість одружитись / вийти заміж за вашого улюбленого актора або кумира і переїхати до іншої країни, але вам би прийшлося залишити усе своє теперішнє життя, близьких, рідних — взагалі усе, ви б погодились?

- ☐ Так
- ☐ Ні

15. Чи буває так, що ви відкладаєте важливі справи заради перегляду фільму, серіалу (дораму)?

- ☐ Так
- ☐ Ні

16. Чи ніколи ви не витрачали гроші на перегляд фільмів чи серіалів, навіть якщо дуже хотілося?

- ☐ Так
- ☐ Ні

17. Чи часто ваш вечірній настрій залежить від того, чи вдасться вам знайти цікавий фільм, серіал (дораму)?

- ☐ Так
- ☐ Ні

18. Як часто ви переглядаєте один і той самий серіал, фільм чи дораму, щоб поринути у ті самі відчуття та відчути повний спектр емоцій, які вже відчували?

- ☐ Так
- ☐ Ні

19. Чи вважаєте ви, що за допомогою популярних фільмів і серіалів можна легше завоювати прихильність у компанії чи колективі?

- ☐ Так
- ☐ Ні

20. Чи вважаєте ви прийнятним, коли у фільмах, серіалах чи дорамах піднімаються теми, які в суспільстві вважають забороненими або небажаними, якщо вони не подаються як пропаганда?

- ☐ Так
- ☐ Ні

21. Чи відчуваєте ви сильні емоції (радість, сум, злість), коли улюблений персонаж із фільму чи серіалу (дораму) потрапляє у складну ситуацію?

- ☐ Так
- ☐ Ні

22. Чи тягне вас прослуховувати музичний контент по кінофільмах, серіалах (дорамах) після завершення перегляду?

- ☐ Так
- ☐ Ні

23. Чи вам подобається дивитися фільми / серіали / дорами в жанрі фентезі і часто уявляти, що самі потрапили у фантастичну історію (напр. як Аліса в країні див, Хроніки Нарнії, Людина Павук, Перевертень тощо)?

☐ Так

☐ Ні

24. Чи обираєте ви для перегляду лише той контент, який справді цікавий вам, навіть якщо він не популярний серед друзів чи родини?

☐ Так

☐ Ні

25. Чи можете ви з упевненістю сказати, що жодного разу не переглядали повторно один і той самий серіал чи фільм?

☐ Так

☐ Ні

26. Вам важко завершити серіал, коли до нього втрачається інтерес, і ви його закидуєте, так і не додивившись?

☐ Так

☐ Ні

27. Іноді ви дивитесь фільми або серіали (дорами) не з того місця, де слід (не з початку, не з першого сезону)?

☐ Так

☐ Ні

28. Чи траплялося вам підлаштовувати свої вподобання у фільмах, серіалах чи дорамах, щоб не відрізнятись від компанії?

☐ Так

☐ Ні

29. Чи бувало, що ви переглядали фільми / серіали чи дорами, заборонені віком?

☐ Так

☐ Ні

30. У фільмі ви більше цінуєте сюжет, ніж спецефекти?

☐ Так

☐ Ні

31. Ви завжди ставитеся до героїв фільмів і серіалів абсолютно спокійно, без емоцій?

☐ Так

☐ Ні

32. Чи можете ви сказати, що вам завжди байдуже, які серіали дивляться ваші друзі чи однолітки?

☐ Так

☐ Ні

33. Чи часто ви відчуваєте потребу у перегляді фільмів, серіалів (дорам) з несподіваним фіналом, бо відчуваєте прилив сил і хороший настрій?

☐ Так

☐ Ні

34. Чи буває, що ви починаєте дивитися серіали, дорами чи фільми навіть під час навчання чи роботи, бо дуже тягне до перегляду?

☐ Так

☐ Ні

35. Ви завжди дивитесь тільки нові фільми та серіали і ніколи не повертаєтесь до старих?

☐ Так

☐ Ні

36. Ваше ставлення до перегляду серіалів добре відображає принцип: «Всі серії — в один вечір».

☐ Так

☐ Ні

37. Чи намагаєтесь ви віддавати перевагу легальному перегляду фільмів та серіалів?

☐ Так

☐ Ні

38. Чи є серед ваших знайомих люди, які переглядають фільми / серіали (дорами) на піратських сайтах?

☐ Так

☐ Ні

39. Навіть якщо серіал чи фільм мені не подобається, я все одно дивлюся його до кінця, щоб дізнатися долю героїв?

☐ Так

☐ Ні

40. Чи буває, що ви обираєте фільми чи серіали (дорами) для спільного перегляду не за власним інтересом, а щоб справити враження на інших?

☐ Так

☐ Ні

41. Чи мають рацію ті, хто каже: «Якщо серіал цікавий, то немає причин зупинятися»?

☐ Так

☐ Ні

42. Чи бувало, що ви випадково потрапляли в неприємну ситуацію через серіали / фільми чи дорами?

☐ Так

☐ Ні

43. Чи набили би ви татуювання в честь улюбленого серіалу / фільму / дорами (назву, символ, логотип, героя)?

☐ Так

☐ Ні

44. Часто ви не можете змусити себе продовжувати дивитися серіал, фільм (дораму) після невдалої серії (бо здогадуюсь або знаю, що там може бути)?

☐ Так

☐ Ні

45. Чи є у вас татуювання персонажа з серіалу / фільму, можливо дорами?

☐ Так

☐ Ні

46. Чи буває, що ви відкладаєте перегляд серіалу на вихідні, щоб подивитися більше серій підряд?

☐ Так

☐ Ні

47. Іноді перегляд емоційних сцен у кінофільмах, серіалах (дорамах) приносить вам задоволення більше, ніж інші види дозвілля (відпочинку)?

☐ Так

☐ Ні

48. Чи буває, що ви приховуєте справжнє ставлення до певного фільму чи серіалу (дорами), аби залишити про себе кращу думку?

☐ Так

☐ Ні

49. Чи буває, що ви швидше підтримуєте думку інших про серіал чи фільм, ніж будете сперечатися?

☐ Так

☐ Ні

50. Ви часто мрієте опинитися в інший час в іншому місці, наприклад у 18–20 столітті, та жити так, як ваш улюблений персонаж в серіалі, фільмі чи дорамі?

☐ Так

☐ Ні

51. Якби у вас була б можливість потрапити в улюблений серіал / фільм (дораму), ви би пішли рятувати всіх своїх улюблених героїв, навіть якщо доведеться пожертвувати собою заради них?

☐ Так

☐ Ні

52. Як ви вважаєте, перемога в дискусії про фільми / серіали (дорами) має бути досягнута будь-якою ціною?

☐ Так

☐ Ні

53. Чи казали вам друзі або рідні, що ви занадто багато часу витрачаєте на перегляд кіно, серіалів (дорам)?

☐ Так

☐ Ні

54. Чи бувало, що ви починаєте співчувати персонажу, який чинить неправильно, але має на це свої причини?

☐ Так

☐ Ні

55. Чи пішли би ви в кіно за ради проведення вільного часу з друзями, навіть якщо вам не подобається жанр фільму?

☐ Так

☐ Ні

56. Чи вважаєте ви, що злочинці у фільмах чи серіалах обов'язково повинні отримати покарання, і вам неприємно, якщо цього не відбувається?

☐ Так

☐ Ні

57. Часом ви не можете впоратися з бажанням переглянути щось емоційно важке або насичене конфліктами, навіть якщо знаєте, що потім вам буде емоційно чи ментально погано?

☐ Так

☐ Ні

58. Іноді ви настільки захоплюєтесь фільмом, серіалом чи дорамою, що можете нервово реагувати на його сюжетні повороти, на смерть улюбленого героя (актора), на певні протиріччя в діях персонажів або не зрозумілий кінець фільму?

☐ Так

☐ Ні

59. Навіть якщо перегляд фільму / серіалу (дорами) може вам зашкодити (наприклад, зіпсувати сон або налякати), ви все одно готові його дивитися?

☐ Так

☐ Ні

60. Коли у фільмі з'являються сцени на висоті, у вас іноді виникає бажання зробити щось подібне в реальному житті (напр. фільм «Вишка» 2022 р. — чи є у вас бажання повторити таке, як зробили ці дівчата)?

☐ Так

☐ Ні

61. Чи відчували ви колись, що ваша поведінка подібна до тієї, яку ілюструє ваш улюблений персонаж?

☐ Так

☐ Ні

62. Чи подобається вам відчувати сильні емоції, справжнє хвилювання від перегляду фільму / серіалу чи дорами, навіть якщо знаєте, що у вас підвищений тиск і вам не рекомендовано хвилюватися?

☐ Так

☐ Ні

63. Чи стало для вас обов'язковим після важкого дня вмикати кінофільм, серіал (дораму), навіть якщо є інші способи відпочити?

☐ Так

☐ Ні

64. Чи продовжуєте ви дивитися серіал (дораму) або фільм, навіть коли відчуваєте втому чи нестачу часу?

☐ Так

☐ Ні

65. Чи важко вам зосередитися на своїх справах, якщо поруч дивляться серіал (дораму) чи фільм, який вам цікавий?

☐ Так

☐ Ні

66. Чи буває так, що після перегляду серіалу / фільму (дорами) ви ставите на заставку телефона зображення улюбленого героя чи сцени?

☐ Так

☐ Ні

67. Коли у фільмі з'являються страшні або важкі сцени, чи виникає у вас іноді бажання зробити щось подібне в реальному житті (напр. провести сеанс виклику духів заради цікавості, порушити закон тощо)?

☐ Так

☐ Ні

68. Чи звертаєте ви увагу на тривалість фільмів або серіалів перед переглядом?

☐ Так

☐ Ні

69. Чи буває, що після перегляду фільму чи серіалу ви замислюєтесь, як би ви вчинили у подібній ситуації?

☐ Так

☐ Ні

70. Чи подобається вам обговорювати улюблені моменти з фільмів чи серіалів (дорам), щоб ще раз пережити емоції від перегляду?

☐ Так

☐ Ні

71. Чи завжди ви дивитесь лише ті фільми та серіали, які корисні для розвитку?

☐ Так

☐ Ні

72. Деякі правила перегляду можна порушити, якщо дуже хочеться подивитися новий фільм?

☐ Так

☐ Ні

73. Чи помічаєте ви, що у фільмах і серіалах багато романтичних або інтимних сцен, які привертають увагу глядачів?

☐ Так

☐ Ні

74. Чи часто ви не можете утриматися від дискусії, якщо хтось не згоден з вашою думкою щодо фільму / серіалу чи дорами?

☐ Так

☐ Ні

75. Чи буває, що ви погоджуєтесь із поширеним у суспільстві ставленням до кінофільму, серіалу (дорам) чи персонажа, навіть якщо маєте власну думку?

☐ Так

☐ Ні

76. Чи буває, що вам хочеться сперечатися з героєм через його дії, навіть якщо ви розумієте, що це лише персонаж і це лише видуманий сценарій?

☐ Так

☐ Ні

77. Чи буває, що ви переглядаєте серіал чи дораму з друзями за компанію, навіть якщо вам це не цікаво, але хочете провести час разом?

☐ Так

☐ Ні

78. Чи часто ви віддаєте перевагу фільму / серіалу, нехтуючи своїми близькими чи друзями?

☐ Так

☐ Ні

79. Буває таке, що ви приховуєте від близьких, скільки часу витрачаєте на перегляд дорам / фільмів / серіалів?

☐ Так

☐ Ні

80. Чи ніколи у вас не виникало бажання переглянути ще одну серію, навіть якщо вже пізня година?

☐ Так

☐ Ні

81. Чи буває, що ви переглядаєте Тік-Ток під час або відразу після перегляду фільмів, серіалів чи дорам, щоб заглушити емоційні переживання?

☐ Так

☐ Ні

82. Ви ніколи не пропускали серію улюбленого серіалу, навіть якщо мали важливі справи?

☐ Так

☐ Ні

83. Коли ви дивитесь сцени небезпеки на мостах, висотах, на залізничних коліях, чи тягне вас уявити себе на місці героя?

☐ Так

☐ Ні

84. Чи буває, що ви настільки захоплюєтесь героєм фільму чи серіалу, що розчарування в його вчинках викликає у вас сильні емоції?

☐ Так

☐ Ні

85. Чи вважаєте ви, що люди повинні переглядати лише позитивний медіаконтент, щоб уникати негативних емоцій?

☐ Так

☐ Ні

86. Чи важлива для вас думка блогерів або критиків під час вибору, що подивитися?

☐ Так

☐ Ні

87. Чи любите ви повертатися до саундтреків з улюблених фільмів чи серіалів, щоб відновити емоції та атмосферу перегляду?

☐ Так

☐ Ні

88. Чи трапляється, що після перегляду фільму чи серіалу (дорами) ваш настрій ще довго залежить від побачених подій?

- ☐ Так
- ☐ Ні

89. Чи відчуваєте ви пригнічення, відчуття втрати, пустоти, коли завершуєте дивитися кіно контент і тоді швидко переключаєтесь на інший серіал / фільм (дорами), щоб заглушити ці відчуття?

- ☐ Так
- ☐ Ні

90. Чи важливо для вас дивитися нові фільми / серіали одними з перших серед знайомих?

- ☐ Так
- ☐ Ні

91. Після завершення перегляду серіалу чи фільму я часто шукаю сторінки акторів в соціальних мережах, а також інформацію про можливе продовження сюжету?

- ☐ Так
- ☐ Ні

92. Чи буває так, що ви уважно вдивляєтеся у деталі під час перегляду серіалу чи фільму та аналізуєте їх, навіть якщо інші вважають, що це лише розвага без особливого змісту?

- ☐ Так
- ☐ Ні

93. Чи часто ви дивитеся трейлери, перш ніж вирішити, чи варто дивитися фільм або серіал?

- ☐ Так
- ☐ Ні

94. Якщо вам запропонують піти зробити те, що зробив ваш улюблений персонаж з серіалу / фільму чи дорами, ви би зробили те саме, навіть якщо це може нести за собою негативні наслідки?

- ☐ Так
- ☐ Ні

95. Чи змінили б ви свій стиль (одягу, зачіски, зовнішнього вигляду) заради того, щоб виглядати як ваш улюблений герой, навіть якщо це буде не зовсім доречно?

- ☐ Так
- ☐ Ні

96. Ви могли б дивитися фільми / серіали (дорами) до пізньої ночі, навіть якщо це може зашкодити вашому сну?

- ☐ Так
- ☐ Ні

97. Чи впливає на ваш вибір серіалів або дорам рейтинг на онлайн-платформах?

- ☐ Так
- ☐ Ні

98. Якщо у вас була б можливість відкласти гроші на квартиру, машину чи поїздку у відпустку, замість того, щоб купляти мерч (річ) по темі серіалу / фільму, ви би обрали відкласти гроші чи ні?

- ☐ Так
- ☐ Ні

Програма авторського психологічного тренінгу «Медіа та книги: як знайти баланс і не загубити себе»

Цільова аудиторія: студенти факультету ПД 12Б (20 осіб).

Тривалість: 80 хвилин.

Дата проведення: 29 квітня 2026 року.

Модератори: Катерина та Юлія, студентки 4 курсу ФППС.

Мета тренінгу: формування культури усвідомленого споживання інформації та пошук балансу між цифровими розвагами і саморозвитком через художнє читання.

Завдання тренінгу:

1. сприяти усвідомленню учасниками механізмів впливу медіа-контенту на психоемоційний стан;
2. розвинути навички критичного аналізу медіа-повідомлень;
3. сформувати уявлення про художнє читання як інструмент емоційної саморегуляції;
4. навчити учасників складати індивідуальний план свідомого планування дозвілля.

Структура тренінгу

Етап 1. Вступ та актуалізація проблеми (15 хв)

У сучасному інформаційному просторі студенти щодня стикаються з проблемою перенасичення медіа-контентом. Легкість доступу до серіалів та соціальних мереж створює ризик витіснення глибокого інтелектуального дозвілля, зокрема читання книг. Тренінг розпочався з висвітлення концепції «корисного споживання». Модератори наголосили, що медіа-контент (фільми, дорами) не обов'язково є деструктивним фактором, якщо глядач займає активну позицію.

Етап 2. Саморефлексія через архетипи: вправа «Асоціації» (15 хв)

Під час вправи «Асоціації» студенти аналізували своїх улюблених кіногероїв. Цей етап дозволив учасникам виявити власні ціннісні орієнтації. Обираючи персонажів за ознаками стійкості або емпатії, студенти усвідомлювали ті якості, які вони хочуть розвивати в собі. Обговорення показало, що через медіа-образи молодь часто проєктує свої ідеальні «Я», що є важливим елементом психологічної саморегуляції.

Етап 3. Конфлікт та інтеграція: дискусія « VS » (20 хв)

Найбільш динамічною частиною заходу стала дискусія «Дві історії». Група розділилася на умовних «оптимістів» та «скептиків» щодо медіа і книг.

Перша група аргументувала за користь візуального контенту розвитком емпатії та візуальної культури, а книг — глибиною опрацювання смислів.

Друга група акцентувала увагу на ризиках формування кліпового мислення, емоційного вигорання від «бінджвотчінгу» (безперервного перегляду серіалів) та можливого надмірного читання книжок.

Результатом дискусії став важливий психологічний висновок, що баланс полягає не у відмові від одного на користь іншого, а в їхній функціональній інтеграції. Учасники погодилися, що книга розвиває внутрішню уяву («власний режисер»), тоді як якісне кіно дає емоційне розвантаження та культурний контекст.

Етап 4. Тайм-менеджмент та формування нових звичок: вправа «Розумний медіа-день» (20 хв)

Практичний блок був присвячений технікам самоорганізації. У вправі «Розумний медіа-день» студенти провели інвентаризацію свого часу. Більшість учасників відверто визнали, що пасивне прокручування стрічки соцмереж часто замінює справжнє відновлення.

На основі запропонованого тренерами «Правила обміну часу» (пріоритет когнітивно складних завдань перед розважальними), кожен з 20 присутніх розробив індивідуальний план на день.

Ключові принципи, які студенти заклали у свої плани:

5. Конкретика - не просто «почитати», а «20 хвилин або 10 сторінок книги до початку перегляду серії»; дехто зазначив, що спочатку навчання, а потім перегляд медіа-контенту;

6. Реалістичність - відмова від ідеалізованих планів на користь здійснених завдань, що враховують навчальне навантаження та особисте життя;

7. Екологічність - виділення окремого часу на «спілкування з собою» без гаджетів (прогулянка на свіжому повітрі, заняття йогою чи просто 10 хв посидіти в тиші).

Етап 5. Підсумок та рефлексія (10 хв)

Завершальним акордом тренінгу стала рекомендація до перегляду мультфільму «Хлопчик, кіт, лис та кінь» як прикладу контенту, що спонукає до глибокої рефлексії про дім, доброту та підтримку. Мультфільм несе за собою не лише розважальну частину, а й глибокий психологічний підтекст, тому учасники охоче погодилися подивитися його після тренінгу для саморефлексії.

Результати тренінгу:

8. Студенти усвідомили механізми впливу медіа на їхній психоемоційний стан.

9. Було подолано почуття провини за «марнування часу», замість якого з'явився інструмент свідомого планування дозвілля.

10. Кожен учасник пішов із готовим алгоритмом дій для впровадження корисних звичок.

11. Учасники відзначили високий рівень задоволеності формою проведення тренінгу, підкресливши, що діалогічний стиль тренерів сприяв відкритості та щирості в обговоренні.

Мета тренінгу - пошук гармонії між цифровим світом та особистісним розвитком — була повністю досягнута.

Зведені таблиці результатів емпіричного дослідження

Таблиця В.1

Соціально-демографічна характеристика вибірки (n = 72)

Показник	Категорія	Відсоток (%)
Стать	жіноча	91,7
	чоловіча	8,3
Вікові групи	14–17 років	25,0
	18–21 рік	25,0
	22–25 років	25,0
	26–35 років	25,0

Таблиця В.2

Жанрові уподобання респондентів у літературі та медіа-контенті

Жанр	Книги (%)	Медіа (%)
Фентезі	58,3	50,0
Любовні романи / мелодрами	59,7	27,8
Детективи та трилери	50,0	44,4
Психологія / психологічні трилери	37,5	40,3
Dark Romance	38,9	—
Комедії	—	47,2
Романтичне фентезі / фантастика	11,1	36,1
Класична література	26,4	—

Таблиця В.3

Ціннісні орієнтації, які молодь помічає у книгах та медіа-контенті (%)

Цінність	Книги (%)	Медіа (%)
Кохання	66,7	63,9
Дружба	56,9	54,2
Сміливість і подолання страхів	50,0	—

Успіх та кар'єра	47,2	50,0
Свобода	45,8	47,2
Сім'я / сімейні цінності	43,1	45,8
Справедливість	45,8	45,8
Особистісна незалежність	45,8	—
Відповідальність за свої вчинки	41,7	—
Боротьба добра та зла	40,3	41,7
Саморозвиток	40,3	30,6
Пошук сенсу життя	34,7	41,7
Толерантність і повага до культур	31,9	—
Духовність	15,3	16,7
Збереження природи та екологія	6,9	—
Патріотизм та любов до Батьківщини	6,9	—

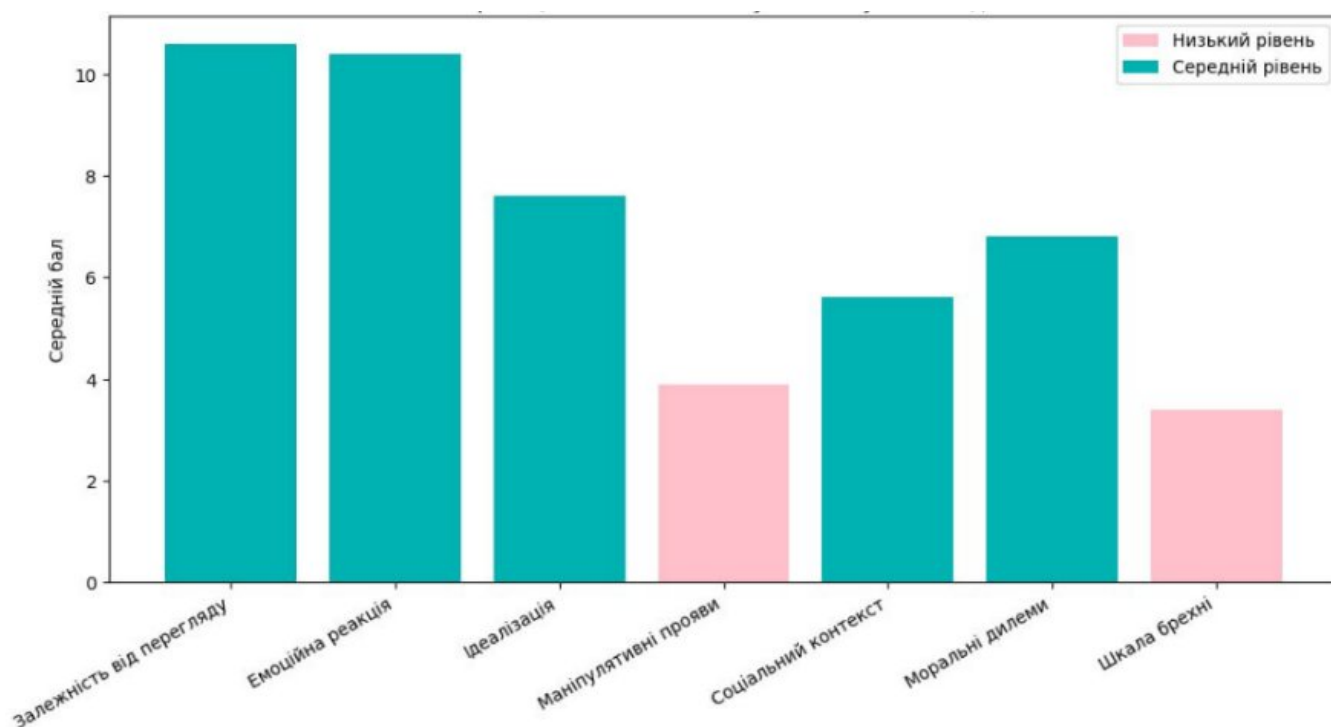
Таблиця В.4

Зведені результати за методиками К. Янг та Н. А. Орела (n = 72)

Шкала / показник	Середній бал	Рівень прояву
Методика К. Янг — загальний рівень залежності	76,4	помірний
ЗП — залежність від перегляду	10,6	середній
ЕРП — емоційна реакція та прив'язаність	10,4	середній
ІНП — ідеалізація та наслідування персонажів	7,6	середній
МДЕС — моральні дилеми та етичні судження	6,8	середній
СКН — соціальний контекст і норми	5,6	середній
МСП — маніпулятивні та соціальні прояви	3,9	низький
ШБ — шкала брехні	3,4	низький

Додаток Е
Діаграма Е.1

Кореляційний аналіз впливу різних видів контенту на молодь



Діаграма Е.2

Кореляційні зв'язки

