

УДК 007 : 304 : 004.9

Холод Олександр

*доктор філологічних наук, професор,
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
(м. Івано-Франківськ, Україна)*

МАСИФІКАЦІЯ МОЛОДІ 16–20 РОКІВ ЯК ІНМУТАЦІЙНА КОМУНІКАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ (у період від 1 до 30 листопада 2017 року)

Метою дослідження було обрано з'ясування рівня масифікації молоді 16–20 років як інмутаційну комунікаційну технологію. Предметом дослідження стало з'ясування рівня масифікації молоді від 16 до 20 років як комунікаційної технології.

Методика дослідження. За допомогою стандартизованого анкетування 58 респондентів віком від 16 до 20 років, які навчаються в трьох навчальних закладах України: учні 11-го класу одного з ліцеїв м. Києва, студенти 1–4 курсів одного з приватних вишів м. Києва й студенти 2-4 курсів, які навчаються в одному з державних вишів м. Івано-Франківськ.

Висновки. Опитувані все ж більше схильні до публічної декларації своїх думок і позицій, не звертаючи уваги на ставлення до такої думки і позиції з боку їхнього оточення, що підтверджує наше припущення про вплив масифікації, яка формує стійку впевненість молоді в своїй правоті й оригінальності власної позиції.

Ключові слова: масифікація, комунікаційна технологія, респонденти, молодь, інмутація.

Вступ

Проблема дослідження полягає в тому, що масифікацію дотепер не розглядали в науковій літературі як комунікаційну технологію. Оскільки комунікаційною технологією називають комплекси-дії, спрямовані на зміну моделей поведінки суспільства завдяки обміну інформацією [15], нам невідомо те, які саме комплекси-дії застосовуються під час масифікації. Нам невідомо як масифікація, виконуючи функцію комунікаційної технології, впливає на молодь віком від 16 до 20 років. Нам також невідомо те, як масифікація як комунікаційна технологія ідентифікується в період від 1 до 30 листопада 2017 року. Мотивацією вибору періоду дослідження стали події, що передували тридцяти визначеним дням року. До таких подій ми віднесли:

- 4 листопада 2017 року у Львові військові влаштували облаву на призовників у нічному клубі [12];
- 6 листопада 2017 року – розсекречені офшори політиків та зірок стали причиною гучних скандалів [9];
- 7 листопада 2017 року – у Кривому Розі вчителька заклеїла скотчем роти школярам [13];
- 11 листопада 2017 року – Бойовики випустили по Пісках 12 танкових снарядів [1];
- 12 листопада 2017 року – Бойовики використовують весь спектр озброєння на Сході, є поранений серед українців.

Штаб АТО [2];

- 15 листопада 2017 року – Жителі Зайцевого оговтуються після ворожих "Градів" з окупованої Горлівки [6];
- 18 листопада 2017 року – нанесення травм 23-м поліцейським унаслідок сутичок біля Літнього театру в Одесі [19];
- 20 листопада 2017 року – Штаб: на Донбасі бойовики 11 разів порушили режим тиші, втрат серед військових немає [18].

Вивчаючи історію проблеми, ми звернулися до декількох публікацій, результати яких є найбільш дотичні до декларованих нами проблем.

У своїй праці «Парадигми масифікації і демасифікації в медіакulturі» Н. І. Зражевська стверджує, що «масова культура вписується в теорію глобалізму, де стандартизація й уніфікація відіграють першочергову роль» [7]. Отже, масифікація як результат омасовлення аудиторії відбиває ознаки глобалізації.

С. Б. Гайдадимов, аналізуючи процеси масифікації, констатує, що масифікацією слід вважати «не лише масу людей, а й масу товарів, послуг, відомостей-повідомлень», а також «макрофілію (гарячу любов до циклопічних масштабів, чисел, потоків, до великих величин і потужностей)» [4]. Відомо, що Е. Тоффлер свого часу писав про масифікацію, яка «розкриває себе через... шість основних параметрів»: «концентрацію, централізацію, синхронізацію, стандартизацію, спеціалізацію та максималізацію» [11]. Таким чином, ознак масифікації вже налічується не дві (стандартизація, уніфікація), як пропонує Н. І. Зражевська, а шість перелічених, за пропозицією С. Б. Гайдадимова.

Аналізуючи медіакulturі та її місце в масовій культурі, Н. І. Зражевська констатує ситуацію, коли «у масовій культурі замість культурного явища існує культурний товар, що є легкозасвоєваним, бо він впливає насамперед на емоції» [7]. Слід зауважити, що саме на емоційному рівні, перш за все, відбувається масифікація. «Саме тому, – продовжує Н. І. Зражевська, – сучасні медіа, оперуючи штампами й прийомами, всілякими кодами й символами, повторюють, у кращому випадку з невеликими варіаціями, давно відоме, тривіальне» [7].

Для з'ясування ступеня впливу масифікації на молодь 16–20 років необхідно, на наш погляд, звернути увагу на причини появи масифікації. Г. Ласвелл ще в 1948 році в праці «Структура і функції комунікації в суспільстві» зазначив, що

«розважальність і доступність інформаційних потоків стали однією з причин масифікації» [23]. Ще однією причиною появи масифікації Г. Ласвел називав масову освіту: «Із підйомом масової освіти відбувається падіння рівня масових смаків» [23].

Наслідки масифікації також є тим фактором, який впливає на молодь 16–20 років. Як зауважує Н. І. Зражевська, свого часу ще Г. Ласвел декларував: «Масифікація, з одного боку, підвищила загальний інтелектуальний рівень людей, з іншого – знизилася масові смаки, які задовольняють культурними продуктами й масовою культурою» (цит. за: [7]). Варто, на наш погляд, погодитися з Н. І. Зражевською в тому, що масифікація має такий атрибут, як мультимедійні технології, які «активно вводять у масову культуру свою естетику й аксіологічні пріоритети» [7]. Звідси випливає висновок про те, що масифікації притаманна інмутаційна естетика й аксіологія.

Важливим у масифікації, на наш погляд, слід вважати й такий фактор, як формування ідеології під впливом реклами, стереотипів американського стилю життя, макдональдизації суспільства, нав'язування європейських стандартів тощо. Не менш важливим, на думку Н. І. Зражевської, фактором масифікації слід вважати зворотний її бік – демасифікацію, або пошук індивідуальних зумовлених форм вираження особистості, спільноти, нації, культури тощо.

У своїй праці про концепт демасифікації Д. В. Смолкіна повідомляє про те, що нині фахівці (наприклад, К. Ховланд, М. Грачов) вважають, що вплив ЗМІ не може оцінюватися як всепоглинаючий. Такий вплив вже не може стимулювати процеси масифікації: «Вивчення ефектів масової комунікації другої половини ХХ століття, – повідомляє Д. В. Смолкіна, – показало, що психологічна матриця індивіда в значній мірі впливає на ефективність передачі повідомлення (дослідження К. Ховланд)» [10, с. 223–226]. Цікавим є зауваження М. Грачова про те, що «у сучасній політологічній науці виявлена «некерваність» персонального сприйняття медійної інформації». Такий процес характеризується активністю й творчістю «індивідуального вибору, у якому люди використовують доступні їм ресурси для того, щоб зрозуміти сенс символічного матеріалу, переданого ЗМК». М. Грачов вважає, що «завдяки цьому процесу інформаційні продукти відокремлюються від контекстів їх створення, впроваджуються в інші контексти й області дії, адаптуючись до матеріальних і культурних умов сприйняття символічних форм або, навпаки, відштовхуючи їх» [5]. Думка М. Грачова й Д. Смолкіної дозволяє констатувати інший погляд на процеси масифікації: останні стимулюють протилежні процеси – демасифікації.

Результати аналізу впливу ЗМІ на суїцидальну поведінку підлітків, здійснений О. В. Вихристюк, дає нам підстави стверджувати, що саме масифікація стимулює формування в підлітків комплексів, спрямованих на скоєння злочину проти свого життя [3, с. 1001–108]. На думку Т. Д. Рудера (Т. D. Ruder), «синдром Вертера» або «ефект зараження» розповсюджується серед молоді в Європі ще з моменту виходу в 1774 році у світ роману Й. Гете «Страждання юного Вертера» [24, р. 280–282]. Отже, за відсутності технічних засобів розповсюдження інформації роман виконав функцію засобу масової інформації. Читання роману стало захопленням молоді не лише наприкінці ХVIII ст., а й пізніше – у ХІХ–ХХ століттях. Книга зіграла роль масифікатора, розповсюджуючи думки про самогубство як реалізацію нероздільного кохання. Пропонуємо розглядати розповсюдження ідей про самогубство на підґрунті нерозділеного кохання (синдром Вертера) як комплекс-дію, спрямовану на зміну моделей поведінки молоді завдяки обміну інформацією, тобто як комунікаційну технологію інмутації (про інмутаційні технології детально див.: [14]).

Процеси масифікації торкнулися молоді не лише завдяки книзі як мас-медіа, але й завдяки газетам і телебаченню, а в останні 20 років – завдяки соціальним мережам. Дослідники (наприклад, [20–22; 25]) вважають, що телерепортажі про самогубство стимулюють хвилі злочинів проти себе в середовищі підлітків. Так само відбувається, коли на телебаченні демонструється художній фільм, серіал про самогубства (наприклад, за даними D. P. Phillips і L. L. Carstensen [22] показ акту самогубства під колесами потягу в серіалі «Смерть студента», що демонструвався в Німеччині в першій половині вісімдесятих років ХХ століття, став причиною збільшення кількості самогубств серед молоді 15–19 років на 175 %).

Аналіз наведених раніше визначень процесу масифікації та його атрибутів дозволяє нам у робочому порядку сформулювати таку дефініцію щодо мас-медіа: масифікація – це суспільний процес усереднення й примітивізації суспільно важливої інформації завдяки її спрощенню, уніфікації, орієнтації на представників пересічної аудиторії, що має наслідками формування глобально уніфікованої картини світу реципієнтів. Маємо наголосити, що масифікація має всі ознаки притаманні комунікаційні технології. Оскільки, як ми раніше встановили (див. нашу працю, а саме: [14; 17]), комунікаційних технологій існує три групи: *мутаційні* (ті, що тягнуть позитивні зміни суспільства), *абмутаційні* (ті, що не мають наслідками зміни в суспільстві) та *інмутаційні* (ті, що тягнуть негативні зміни в суспільстві), остільки ми можемо віднести масифікацію до інмутаційних комунікаційних технологій.

Викладені результати дотичних до аналізованої нами проблеми дозволили сформулювати *мету дослідження*: з'ясувати рівень масифікації молоді 16–20 років як інмутаційну комунікаційну технологію.

Об'єктом дослідження ми обрали масифікацію як комунікаційну технологію, *предметом* – рівень масифікації молоді від 16 до 20 років як комунікаційної технології.

Методологія дослідження.

Для реалізації мети дослідження ми звернулися до таких груп методів (за класифікацією, запропонованою О. Холодом [16]):

- 1) загальнонаукові методи;
- 2) теоретичні методи;
- 3) емпіричні методи.

Із групи *загальнонаукових методів* ми користувалися потенціалом методів аналізу й синтезу для того, щоб відповідно розчленувати ціле (у нашому випадку цілим є масифікація як комунікаційна технологія) і з'єднати раніше виділені частини предмета дослідження в єдине ціле (рівень масифікації молоді від 16 до 20 років як комунікаційної технології).

Крім згаданих ми послуговувалися методами індукції й дедукції, які дозволили нам відповідно спочатку вивести загальні положення зі спостереження низки часткових одиничних фактів у процесах пошуку ознак масифікації молоді від 16 до 20 років як комунікаційної технології (індукція), а пізніше вивести від загальних засновків про ознаки масифікації молоді згаданого віку висновок часткового характеру про те, що у масифікації є властивий їй рівень.

Серед *теоретичних методів* ми обрали гіпотетико-дедуктивний метод, який дозволив нам висунути *гіпотезу* про те, що масифікація молоді від 16 до 20 років може розглядатися як комунікаційна технологія, що має властивий їй рівень і дедуктивним методом довести істинність висунутої гіпотези.

Разом із гіпотетико-дедуктивним методом ми застосовували положення аксіологічного методу, за допомогою якого висунули положення, що не вимагали доведення, та вивели на їх основі тези, що утворюють аксіоматичну теорію. До аксіоматичних положень ми віднесли, наприклад, положення про те, що масифікація передусім спрямована на молодь від 16 до 20 років.

Емпіричні методи в нашому дослідженні були представлені спостереженням й опитуванням. Спостереження дозволило нам здійснити цілеспрямовану, заздалегідь сплановану фіксацію особливостей масифікації як комунікаційної технології.

Методика дослідження

За допомогою опитування 58 респондентів ми зібрали фактичні дані про рівень масифікації молоді віком від 16 до 20 років, представники якої навчаються в трьох навчальних закладах України: учні 11-го класу одного з ліцеїв м. Києва, студенти 1–4 курсів одного з приватних вишів м. Києва й студенти 2–4 курсів, які навчаються в одному з державних вишів м. Івано-Франківськ. Опитування здійснювалося за стандартизованою анкетною (див. Додаток 1). Інтерпретація отриманих даних подана нами в Додатках (див. табл. 1–8).

Результати й обговорення

Аналіз показників табл. 1, 3 й 5, 7, у яких відбиті соціометричні дані, дозволив нам констатувати такі особливості:

- 1) у трьох групах респондентів були різні середні показники вікового цензу: у групі ліцеїстів середній показник дорівнював 16,3 років, у групі студентів 2-го курсу такий показник був 18,3 роки, у групі студентів 4-го курсу – 21 рік;
- 2) середній вік опитуваних склав 18,9 років;
- 3) гендерна співвіднесеність мала таку кореляцію: чоловіків серед опитуваних було 17%, жінок – 78%, 3,75 опитуваних не позначили свою стать;
- 4) 69,6% респондентів цікавляться новинами, 17% – не цікавляться, 13,3% не позначили своє ставлення до новин;
- 5) більшість (57,2%) респондентів не позначили свої переваги щодо популярного для себе каналу отримання новин, але, разом із тим, 30,3% респондентів зазначили, що отримують інформацію про новини з мережі, лише 4,6% з них мають інформацію про новини з телебачення; 6,9% респондентів сприймають новини з мережі й по телебаченню і лише 1,23% користуються такими каналами інформування, як мережа, телебачення й газети, ще 1,23% читають, бачать, слухають новини в мережі, по радіо і в газетах.

У табл. 1–7 ми відбили показники кількості відповідей респондентів на 7 питань запропонованої анкети. Аналіз підсумкової порівняльної табл. 8 дозволив нам зафіксувати такі особливості й інтерпретувати їх:

1) 78,13% респондентам цікаво прислуховуватися до думки інших людей, тоді як 6,28% опитуваних не цікавляться такою думкою; 15,56% взагалі не знайшли відповіді на поставлене запитання; отже, процес масифікації опитаної молоді вказаного віку, що проживає в м. Київ та м. Івано-Франківськ, есплікується суттєво, оскільки 78,13% дослуховуються до інших (не власних) точок зору;

2) встановлено, що 93,26% респондентів хочуть висловити власну позицію щодо того, що обговорюють оточуючі їх індивіди, але 6,73% опитуваних байдуже, що говорять інші люди; отже, домінуючою тенденцією серед наших респондентів є відсутність фіксації усередненої думки для збереження власної безпеки;

3) нами зафіксовано 96,66% відповідей респондентів на твердження щодо публічного висловлення ними своєї думки; отже, такий показник ми відносимо до загальної домінуючої тенденції розуміння серед респондентів того, що від публічно висловленої їхньої думки можливі як позитивні, так і негативні зміни в суспільстві;

4) показники респондентів у виборі продовження варіанту твердження у висловленні правдивої позиції про оточення розподілилися таким чином: 55,1% опитуваних внаслідок загаданих дій зможуть чесно дивитися людям в очі, 36,13% опитуваних вважають, що внаслідок такого висловлення власної думки, на їхню позицію звернуть увагу, 5,56% респондентів вважають, що їхнє оточення «відвернеться» від них, а 1,2% відмовилися відповідати; отже, домінуючою тенденцією в аналізованих відповідях наших респондентів є фіксація відсутності впливу масифікації мас-медіа на респондентів нашої вибірки й прагнення опитуваних до публічного вираження власної позиції;

5) зазначену в п. 4) тенденцію підтверджує аналіз особливостей вибору варіанту продовження твердження щодо важливості для опитуваних висловлення своєї принципової позиції: 47,86% опитуваних готові висловити свою принципову точку зору, навіть тоді, коли це не вигідно їм; 27,03% респондентів готові підтримати оточуючих, не звертаючи увагу на те, чи вони виграють від такої підтримки, чи програють; разом із тим, 21,56% респондентів готові висловлювати свою принципову точку зору тоді, коли це їм буде вигідно; лише 3,2% опитуваних бажають бути непомітними серед інших людей і не висловлювати свою позицію публічно; отже, майже половина опитуваних залишають за собою право не бути залежним від масифікації, але кожний четвертий з опитуваних має вплив із боку масифікації, оскільки готовий підтримати оточуючих, не звертаючи увагу на те, чи виграє він від такої підтримки, чи програє; ще чверть опитуваних зафіксували себе як егоїсти, для яких є важливим висловити власну позицію лише в тому випадку, коли їм така дія буде вигідною;

6) 40,7% респондентів розуміють, що для нормального співіснування в суспільстві їм «потрібно висловлювати свою думку публічно»; разом із тим кожний третій (27,76%) з опитуваних вважає, що «потрібно не зважати на думку оточення»; досить тривожним є показник (21,4%) тих учасників опитування, які дотепер не вирішили, що треба робити: висловлювати чи не висловлювати свою думку публічно; твердо знають, що «потрібно висловлювати свою думку публічно» лише 11,3% респондентів; зазначене співвідношення показників свідчить, на нашу думку, про те, що публічне висловлення думки молоддю, яка брала участь в опитуванні, вважається нормою (68,46%), що у свою чергу свідчить про відсутність впливу процесів масифікації на молодь досліджуваного віку; варто тут зазначити, що масифікація як усереднення й примітивізація інформації для загального сприйняття пересічною (масовою) аудиторією не впливає на рішення висловлювати чи не висловлювати власну позицію публічно: адже, можна висловлювати як власну позицію, яка відрізняється від масової, так і не висловлювати власну позицію, яка не співпадає з масовою думкою;

7) 45,6% респондентів вважають, що ЗМІ змушують людей думати однаково, але 36,23% опитуваних висловили протилежну думку («ЗМІ змушують думати людей по-різному»); серед тих, хто не може визначитися з відповіддю, ми нарахували 14,63% і 2,56% тих, хто знехтував відповіддю й не зафіксував її в бланку анкети; отже, отриману

співвіднесеність ми тлумачимо як, з однієї сторони, досить потужну тенденцію (кожний другий) у відповідях опитуваних до впливу з боку масифікації, з іншої сторони, є тенденція й до спротиву (кожний третій) респондентів до впливу процесів масифікації; слід зазначити також, що 18,19% (кожний шостий респондент) або не дав відповіді, або не зміг визначитися з варіантом відповіді, що означає, на наш погляд, коливання учасників опитування в оцінці впливу масифікації на них.

Особливості отриманих результатів.

Здійснене нами пілотне дослідження дозволяє зробити декілька висновків щодо поставленої мети (з'ясувати рівень масифікації молоді 16–20 років як інмутаційну комунікаційної технології).

1. Поставлена мета була досягнута.
2. Було встановлено, що молодь віком від 16 до 20 років, яка мешкає в м. Київ (учні одного з ліцеїв і студенти одного з приватних інститутів) та м. Івано-Франківськ (студенти одного з національних університетів) по-різному відчувають на собі вплив масифікації з боку ЗМІ.

3. Найменше до думки інших здатні прислуховуватися студенти м. Івано-Франківська, найбільше – студенти столичного приватного інституту.

4. Не зважаючи на протилежність власну позицію хочуть висловити всі опитувані (від 85% до 100%), що свідчить про низький або, навпаки, досить високий вплив процесів масифікації. Такий неточний висновок ми формуємо, оскільки висловлення власної думки може бути як сформовано саме масифікацією, так і відсутністю її впливу. Для більш конкретного висновку потребуються додаткове дослідження.

5. Майже всі (96,66%) опитувані розуміють, що від їхньої публічно висловленої думки можливі як позитивні, так і негативні зміни в суспільстві. Причому, слід зазначити, не важливим для респондентів є те, чи їхні думки будуть сформовані під впливом масифікації, чи при відсутності такого впливу.

6. Знову така сама тенденція фіксується нами коли респонденти стверджують, що при умові, якщо вони скажуть оточенню те, що вони насправді думають про нього, то зможуть чесно дивитися людям в очі. Тенденція до домінування зазначеного результату зберігається, але вона є меншою майже вдвічі (у порівнянні з тенденцією, про яку йшла мова в п. 5). Також тривожною, на наш погляд, є тенденція в прагненні говорити правду про оточення заради того, щоб хтось звернув увагу на позицію респондента. Останнє зауваження означає, що, не перевіряючи відповідність своєї точки зору з реальним станом речей, опитувана готова звертати на себе увагу завдяки повторенню тих позицій, які були нав'язані завдяки масифікації суспільства.

7. Кожний другий із числа опитуваних вважає для себе важливим висловити свою принципову точку зору, навіть тоді, коли це не вигідно йому, що свідчить про впевненість у власній правоті, не звертаючи увагу на те, що така «пработа» прищеплена в процесі масифікації суспільства. Не всі респонденти так вважають: кожний третій готовий підтримати оточуючих, при цьому не звертаючи уваги на те, чи виграє він від такої підтримки, чи програє. Вважаємо, що для згаданої третини опитуваних сформована масифікацією позиція не складає підґрунтя в їхній картині світу й саме тому вони готові підтримати іншу позицію. Причому тут слід зазначити, що найбільший показник (80%) зафіксований нами в респондентів приватного вишу м. Києва, що може означати відсутність у них стійкої власної (або масифікованої) точки зору й високий рівень прагнення до взаємопідтримки товаришів. Є серед опитуваних і частина (кожний п'ятий респондент) тих, хто є досить егоїстичним і попри всього має висловити власну позицію, хоча вона частіше сформована більше не батьками, а процесами масифікації.

8. Свою власну думку готовий висловлювати публічно кожний другий ліцеїст, що навчається в одному з ліцеїв м. Києва, але лише кожний третій із числа студентів вишів м. Києва й м. Івано-Франківськ готовий робити те саме. Ми тлумачимо зазначену особливість реакції опитуваних як декларацію визнання маніфестації наслідків масифікації. Необхідно зазначити, що третина опитуваних не вважає доцільним зважати на думку оточення, що також є, на нашу думку, свідченням певного юнацького максималізму у декларації впливу масифікації.

Висновки.

Враховуючи результати, що були обговорені нами раніше в п.п. 1–8, можемо стверджувати, що відповіді респондентів демонструють певну контрарність (логічне відношення між двома простими порівняними судженнями, які не можуть бути одночасно істинними, але можуть бути одночасно помилковими, тому що між ними завжди є третій, проміжний варіант [8]). Опитувані декларують в одному судженні свою готовність висловлювати власну думку попри можливі негативні наслідки для себе, а в іншому судженні стверджують, що слід підтримувати думку оточуючих, щоб не мати негативних наслідків.

З іншого боку, ми помітили, що опитувані все ж більше схильні до публічної декларації своїх думок і позицій, не звертаючи уваги на ставлення до такої думки і позиції з боку їхнього оточення, що підтверджує наше припущення про вплив масифікації, яка формує стійку впевненість молоді в своїй правоті й оригінальності власної позиції.

Подяки

Висловлюємо подяку за участь в опитуванні студентам київського університету й лицею (повна назва яких не вказана з міркувань етики) та одного з іванофранківських вишів. Також дякуємо кандидату філологічних наук, професору Ганні Ярославівні Холод за допомогу в здійсненні опитування.

Список літератури

1. Бойовики випустили по Пісках 12 танкових снарядів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tsn.ua/vypusky/tsn/vipusk-tsn-19-30-za-11-listopada-2017-roku-1036470.html> (дата звернення – 16.11.17). – Назва з екрана.
2. Бойовики використовують весь спектр озброєння на Сході, є поранений серед українців. Штаб АТО [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://24tv.ua/boyoviki_vikoristovuyut_ves_spektr_ozbroyennya_na_shodi_je_poraneniy_sered_ukrayintiv_shtab_ato_n888501 (дата звернення – 01.02.19). – Назва з екрана.

3. Вихристюк О. В. Влияние средств массовой информации на суицидальное поведение подростков и молодежи (обзор зарубежных источников) // *Соврем. зарубеж. психология*. – 2013. – № 1. – С. 100–108 ; також див.: [Електронний ресурс]. – URL:<http://psychlib.ru/mgppu/periodica/SZP012013/SZP-1001.htm#%24100> (10.12.2017).
4. Гайдадымов Е. Б. *Философия (Конспект лекций)* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ulera.net/textbooks_author/12398/textbook/62/gaydadyimov_evgeniy_filosofiya_konspekt_lectsiy/read/40 (дата звернення – 16.11.17). – Назва з екрана. 492
5. Грачев М. Н. *Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития* [Текст: монография] / М. Н. Грачев. — М.: Прометей, 2004. — 328 с.
6. Жителі Зайцевого оговтуються після ворожих "Градів" з окупованої Горлівки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tsn.ua/vypusky/tsn_nich/vipusk-tsn-nich-za-15-listopada-2017-roku-1039705.html (дата звернення – 01.02.19). – Назва з екрана.
7. Зражевська Н. І. Парадигми масифікації і демасифікації в медіакulturі [Електронний ресурс] / Н. І. Зражевська. – Режим доступу: <http://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/1021/масифікація%20і%20демас.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 25.11.17) – Назва з екрана.
8. Контрарність (2019) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Контрарність> (дата звернення – 29.01.2019).
9. Розсекречені офшори політиків та зірок стали причиною гучних скандалів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tsn.ua/video/video-novini/rozsekrecheni-ofshori-politikiv-ta-zirok-stali-prichinoyu-guchnih-skandaliv.html> (дата звернення – 29.01.2019).
10. Смолкина Д. В. Концепт демасификации в современном культурологическом знании: медиа-дискурс // *Омский научный вестник*. — Омск: ОмГТУ, 2010. — № 4(89). — С. 223–226.
11. Тоффлер Э. *Третья волна* / Э. Тоффлер. — М.: АСТ, 2009. — 800 с.
12. У Львові військові влаштували облаву на студентів: шукали призовників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tsn.ua/vypusky/tsn/vipusk-tsn-19-30-za-4-listopada-2017-roku-1030910.html> (дата звернення: 01.02.19) – Назва з екрана.
13. У Кривому Розі вчителька хореографії заклеїла роти другокласників скотчем. Відео: <https://gordonua.com/ukr/news/localnews/-u-krivomu-rozi-vchitelka-horeografiji-zaklejila-roti-drugoklasnikov-skotchem-video-216231.html> (дата звернення: 01.02.19) – Назва з екрана.
14. Холод О. М. *Теорія інмутації суспільства: монографія* / О. М. Холод. – К.: КиМУ, 2011. – 305 с.
15. Холод О. М. *Комунікаційні технології: підручник* / О. М. Холод. – К.: ЦУЛ, 2013. – 213 с.
16. Холод О. М. *Методологія досліджень соціальних комунікацій: підручник* / О. М. Холод. – Львів: ПАІС, 2014. – 280 с.
17. Холод О. М. *Соціальні комунікації: тенденції розвитку: навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. й доп.* / О. М. Холод. – К.: Видавництво «Білий Тигр», 2018. – 370 с.
18. Штаб: на Донбасі бойовики 11 разів порушили режим тиші, втрат серед військових немає [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/news/28865002.html> (дата звернення: 01.02.19) – Назва з екрана.
19. Штурм Літнього театру в Одесі: сутички, фасери та розбита голова очільника поліції (ХРОНІКА) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://odesa.depo.ua/ukr/odesa/shturm-litnogo-v-odesi-sutichki-fayeri-ta-rozbita-golova-ochilnika-policiyi-hronika-20171118678447> (дата звернення: 01.11.17) – Назва з екрана.
20. Эффект Вертера; синдром Вертера. (2017). URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Эффект_Вертера
21. Юр'єва А. Вплив соціальних мереж на суспільство / Юр'єва А. // *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*. 2015. № 7–8; також див.: URL: <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/10267/1/Yurieva.pdf>
22. Phillips, D. P., & Carstensen, L. L. (1986). Clustering of teenage suicides after television news stories about suicide. *New England Journal of Medicine*, 315(11), 685–689.
23. Lasswell H. D. *The Structure and Function of Communication in Society* // *The Communication of Ideas* : ed. L. Bryson. — New York, 1948. — P. 37–51.
24. Ruder T. D. Suicide Announcement on Facebook / T. D. Ruder, M. Hatch, G. Ampa-nozi, M. J. Thali, N. Fischer // *Crisis: The Journal of Crisis Intervention and Suicide Prevention*. 2011. Vol. 32, № 5. P. 280–282.
25. Media guidelines for the reporting of suicide. (2017). URL: <https://www.samaritans.org/media-centre/media-guidelines-reporting-suicide> (10.12.17).

References

1. Bojoviki vipustili po Piskah 12 tankovih snaryadiv [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <https://tsn.ua/vypusky/tsn/vipusk-tsn-19-30-za-11-listopada-2017-roku-1036470.html> (data zvernennya – 16.11.17). – Nazva z ekrana.
2. Bojoviki vikoristovuyut' ves' spektr ozbroennya na Skhodi, є poraneniј sered Ukraїnciv. Shtab ATO [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu:

- https://24tv.ua/boyoviki_vikoristovuyut_ves_spektr_ozbroyennya_na_shodi_je_poranenyi_sered_ukrayintiv__shtab_ato_n888501 (data zvernennya – 01.02.19). – Nazva z ekrana.
3. Vihristyuk O. V. Vliyanie sredstv massovoy informacii na suicidal'noe povedenie podrostkov i molodezhi (obzor zarubezhnyh istochnikov) // *Sovrem. zarubezh. psihologiya*. – 2013. – № 1. – S. 100–108 ; takozh div.: [Elektronnij resurs]. – URL:<http://psychlib.ru/mgppu/periodica/SZP012013/SZP-1001.htm#p100> (10.12.2017).
 4. Gajdadymov E. B. *Filosofiya (Konspekt lekcij)* [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: http://www.ulera.net/textbooks_author/12398/textbook/49262/gaydadyimov_evgeniy/filosofiya_konspekt_lektsiy/read/40 (data zvernennya – 16.11.17). – Nazva z ekrana.
 5. Grachev M. N. *Politicheskaya kommunikaciya: teoreticheskie koncepcii, modeli, vektory razvitiya* [Tekst: monografiya / M. N. Grachev. — M.: Prometej, 2004. — 328 s.
 6. Zhiteli Zajcevogo ogovtuyut'sya pisly vorozhiv "Gradiv" z okupovanoi Gorlivki [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: https://tsn.ua/vypusky/tsn_nich/vipusk-tsn-nich-za-15-listopada-2017-roku-1039705.html (data zvernennya – 01.02.19). – Nazva z ekrana.
 7. Zrazhevs'ka N. I. Paradigmi masifikacii i demasifikacii v mediakul'turi [Elektronnij resurs] / N. I. Zrazhevs'ka. – Rezhim dostupu: <http://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/1021/masifikaciya%20i%20demas.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (data zvernennya: 25.11.17) – Nazva z ekrana.
 8. Kontrarnist' (2019) [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Kontrarnist'> (data zvernennya – 29.01.2019).
 9. Rozsekrecheni ofshori politikiv ta zirok stali prichinoyu guchnih skandaliv [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <https://tsn.ua/video/video-novini/rozsekrecheni-ofshori-politikiv-ta-zirok-stali-prichinoyu-guchnih-skandaliv.html> (data zvernennya – 29.01.2019).
 10. Smolkina D. V. *Koncept demasifikacii v sovremennom kul'turologicheskom znanii: media-diskurs* // *Omskij nauchnyj vestnik*. — Omsk: OmGTU, 2010. — № 4(89). — S. 223–226.
 11. Toffler E.H. *Tret'ya volna* / E.H. Toffler. — M.: ACT, 2009. — 800 s.
 12. U L'vovi vijs'kovi vlashtuvali oblavu na studentiv: shukali prizovnikov [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <https://tsn.ua/vypusky/tsn/vipusk-tsn-19-30-za-4-listopada-2017-roku-1030910.html> (data zvernennya: 01.02.19) – Nazva z ekrana.
 13. U Krivomu Rozi vchitel'ka horeografii zakleila roti drugoklasnikov skotchtem. Video: <https://gordonua.com/ukr/news/localnews/-u-krivomu-rozi-vchitelka-horeografiji-zaklejila-roti-drugoklasnikov-skotchem-video-216231.html> (data zvernennya: 01.02.19) – Nazva z ekrana.
 14. Kholod O. M. *Teoriya inmutacii suspil'stva: monografiya* / O. M. Kholod. – K.: KiMU, 2011. – 305 s.
 15. Kholod O. M. *Komunikacijni tekhnologii: pidruchnik* / O. M. Kholod. – K.: CUL, 2013. – 213 s.
 16. Kholod O. M. *Metodologiya doslidzhen' social'nih komunikacij: pidruchnik* / O. M. Kholod. – L'viv: PAIS, 2014. – 280 s.
 17. Kholod O. M. *Social'ni komunikacii: tendencii rozvitku: navch. posib. – 2-ge vid., pererob. j dop.* / O. M. Kholod. – K.: Vidavnicтво «Bilij Tigr», 2018. – 370 s.
 18. Shtab: na Donbasi bojoviki 11 raziv porushili rezhim tishi, vtrat sered vijs'kovih neme [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <https://www.radiosvoboda.org/a/news/28865002.html> (data zvernennya: 01.02.19) – Nazva z ekrana.
 19. Shturm Litn'ogo teatru v Odesi: sutichki, faeri ta rozbita golova ochil'nika policii (HRONIKA) [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <https://odesa.depo.ua/ukr/odesa/shturm-litnogo-v-odesi-sutichki-fayeri-ta-rozbita-golova-ochil'nika-policiyi-hronika-20171118678447> (data zvernennya: 01.11.17) – Nazva z ekrana.
 20. Ehffekt Vertera; sindrom Vertera. (2017). URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Ehffekt_Vertera
 21. Yur'eva A. Vpliv social'nih merezh na suspil'stvo / Yur'eva A. // *Masova komunikaciya: istoriya, s'ogodennya, perspektivi*. 2015. № 7–8; takozh div.: URL: <http://esnir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/10267/1/Yurieva.pdf>
 22. Phillips, D. P., & Carstensen, L. L. (1986). Clustering of teenage suicides after television news stories about suicide. *New England Journal of Medicine*, 315(11), 685–689.
 23. Lasswell H. D. *The Structure and Function of Communication in Society* // *The Communication of Ideas* : ed. L. Bryson. — New York, 1948. — P. 37–51.
 24. Ruder T. D. *Suicide Announcement on Facebook* / T. D. Ruder, M. Hatch, G. Ampa-nozi, M. J. Thali, N. Fischer // *Crisis: The Journal of Crisis Intervention and Suicide Prevention*. 2011. Vol. 32, № 5. P. 280–282.
 25. *Media guidelines for the reporting of suicide*. (2017). URL: <https://www.samaritans.org/media-centre/media-guidelines-reporting-suicide> (10.12.17).

Додаток 1
Стандартизована анкета
(бланк)

Мій вік /повних років/ _____

Моя стать – чоловік, жінка /*підкресліть потрібне*/.

Я цікавлюся / не цікавлюся новинами в мережі, по телебаченню, на радіо, у газетах /*підкресліть потрібне*/.

- 1. Мені цікаво прислуховуватися до думки інших людей.**
 1. Так.
 2. Ні.
 3. Важко відповісти.
- 2. Якщо ті, хто оточує мене, висловлюють не таку думку, як я, мені:**
 - 1/ хочеться висловити власну позицію;
 - 2/ краще думати, як всі, щоб не виділятися;
 - 3/ байдуже.
- 3. Я розумію, що від публічно висловленої моєї думки:**
 - 1/ можливі негативні зміни;
 - 2/ можливі позитивні зміни
 - 3/ нічого не зміниться;
- 4. Якщо я скажу оточенню те, що я насправді думаю про нього:**
 - 1/ я зможу чесно дивитися людям в очі;
 - 2/ можливо, хтось зверне увагу на мою позицію;
 - 3/ моє оточення «відвернеться» від мене.
- 5. Для мене є важливим:**
 - 1/ висловити свою принципову точку зору, коли це вигідно мені;
 - 2/ висловити свою принципову точку зору, навіть тоді, коли це не вигідно мені;
 - 3/ підтримати оточуючих, не звертаючи увагу на те, чи я виграю від такої підтримки, чи програю;
 - 4/ бути непомітним серед інших і не висловлюватися.
- 6. Я розумію, що для нормального співіснування в суспільстві мені потрібно:**
 - 1/ не висловлювати свою думку публічно;
 - 2/ висловлювати свою думку публічно;
 - 3/ я дотепер не вирішив, що мені роботи: висловлювати чи не висловлювати публічно свою думку.
- 7. Вважаю, що засоби масової інформації змушують людей:**
 - 1/ думати однаково;
 - 2/ думати по-різному;
 - 3/ не могу визначити.

Дякуємо!

Додаток 2

Таблиця 1

Результати
аналізу соціометричних показників респондентів
*/студенти-журналісти,
м. Київ, ВНЗ «Інститут реклами»/
Вибірка – 10 осіб/100%*

№ п/п	Вік	Стать: Чол. – Ч Жін. – Ж	Новинами	
			Цікавлюся – «+» Не цікавлюся – «-» Не зазначено – «0»	у мережа – М по телебачення – ТБ по радіо – Р у газетах – Г ВІДМОВА – «-»
1.	19	Ж	+	М
2.	18	Ч	+	-
3.	19	Ж	+	М, ТБ
4.	18	Ж	+	-
5.	18	Ж	+	-
6.	18	Ж	0	М
7.	20	Ж	-	-
8.	18	Ч	0	М
9.	18	Ж	+	-
10.	17	Ж	-	-
РАЗОМ:	17 – 1/10% 18 – 6/60% 19 – 2/20% 20 – 1/10% САЧ – 18.3	Ж – 8/80% Ч – 2/20%	«+» – 6/60% «-» – 2/20% «0» – 2/20%	М – 3,5/35% ТБ – 0,5/ 5% «-» – 6/60%

Додаток 3

Таблиця 2

Результати
аналізу відповідей респондентів
/студенти-журналісти,
м. Київ, ВНЗ «Інститут реклами»/
Вибірка – 10 осіб/100%

Номер запитання або твердження	Запитання/твердження	Варіант відповіді	КОД РЕСПОНДЕНТА										РАЗОМ
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1.	1. Мені цікаво прислуховуватися до думки інших людей. 1. Так. 2. Ні. 3. Важко відповісти.	1	*		*	*	*	*	*	*	*	*	9/90
		2											0
		3		*									1/10
2.	2. Якщо ті, хто оточує мене, висловлюють не таку думку, як я, мені: 1/ хочеться висловити власну позицію; 2/ краще думати, як всі, щоб не виділятися; 3/ байдуже.	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	10/100
		2											0
		3											0
3.	3. Я розумію, що від публічно висловленої моєї думки: 1/ можливі негативні зміни; 2/ можливі позитивні зміни; 3/ можливі як позитивні, так і негативні зміни.	1								*			0,5/5
		2								*			0,5/5
		3	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	9/90
4.	4. Якщо я скажу оточенню те, що я насправді думаю про нього: 1/ я зможу чесно дивитися людям в очі; 2/ можливо, хтось зверне увагу на мою позицію; 3/ моє оточення «відвернеться» від мене.	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	8,5/85
		2	*							*			1,5/15
		3											0
5.	5. Для мене є важливим: 1/ висловити свою принципову точку зору, коли це вигідно мені; 2/ висловити свою принципову точку зору, навіть тоді, коли це невигідно мені; 3/ підтримати оточуючих, не звертаючи увагу на те, чи я виграю від такої підтримки, чи програю; 4/ бути непомітним серед інших і не висловлюватися.	1											0
		2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	8/80
		3						*		*			2/20
		4											0
6.	6. Я розумію, що для нормального співіснування в суспільстві мені: 1/ потрібно не висловлювати свою думку публічно; 2/ потрібно висловлювати свою думку публічно; 3/ я дотепер не вирішив, що мені робити: висловлювати чи не висловлювати публічно свою думку; 4/ потрібно не зважати на думку оточення.	1								*			1/10
		2			*	*				*			3/30
		3		*			*	*					3/30
		4	*								*	*	3/30
7.	7. Вважаю, що засоби масової інформації змушують людей: 1/ думати однаково; 2/ думати по-різному; 3/ не можна визначити.	1				*	*	*	*				4/40
		2	*		*					*	*		4/40
		3		*				*					2/20

Додаток 4

Таблиця 3

Результати
аналізу відповідей респондентів
/ліцейсти-медики,
м. Київ, Український медичний ліцей імені О. О. Богомольця /

№ п/п	Вік %	Стать: Чол. – Ч Жін. – Ж	Новинами	
			Цікавлюся – «+» Не цікавлюся – «-» » Не зазначено – «0»	у мережа – М по телебачення – ТБ по радіо – Р у газетах – Г ВІДМОВА – «-»
11	16	Ж	+	М
12	16	Ч	+	-
13	16	Ж	+	ТБ
14	16	Ж	-	-
15	16	Ж	+	-
16	16	Ж	+	-
17	16	не вказано	-	-
18	16	Ж	+	-
19	17	не вказано	-	-
20	15	Ж	-	-
21	16	Ж	+	-
22	16	не вказано	-	-
23	17	Ж	+	М
24	16	Ж	+	М, ТБ
25	17	Ж	+	-
26	16	Ж	-	-
27	16	не вказано	-	-
РАЗОМ:	15 – 1/5,9 16 – 13/76,4 17 – 3/17,6 САЧ – 16,29	Ж – 8/80% Ч – 2/20%	«+» – 6/60% «-» – 2/20% «0» – 2/20%	М – 3,5/35% ТБ – 0,5/ 5% «-» – 6/60%

Додаток 5

Таблиця 4

Результати
аналізу відповідей респондентів
/ліцеїсти-медики,
м. Київ, Український медичний ліцей імені О. О. Богомольця /
Вибірка – 17 осіб/100%

Номер запитання або твердження	Запитання/ твердження	Варіант відповіді	КОД РЕСПОНДЕНТА																										
			11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	РАЗОМ									
1.	1. Мені цікаво прислуховуватися до думки інших людей. 1. Так. 2. Ні. 3. Важко відповісти.	1		*	*			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	13/76,5%	
		2				*	*																					2/11,7%	
		3	*						*																			2/11,7%	
2.	2. Якщо ті, хто оточує мене, висловлюють не таку думку, як я, мені: 1/ хочеться висловити власну позицію; 2/ краще думати, як всі, щоб не виділятися; 3/ байдуже.	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	16/94,1%	
		2																										0	
		3											*															1/5,9%	
3.	3. Я розумію, що від публічно висловленої моєї думки: 1/ можливі негативні зміни; 2/ можливі позитивні зміни; 3/ можливі як позитивні, так і негативні зміни.	1																											
		2																											
		3	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	17/100%
4.	4. Якщо я скажу оточенню те, що я насправді думаю про нього: 1/ я зможу чесно дивитися людям в очі; 2/ можливо, хтось зверне увагу на мою позицію; 3/ моє оточення «відвернеться» від мене.	1	*	*			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	7/41%	
		2			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	8/47%
		3										*																1/6%	
5.	5. Для мене є важливим: 1/ висловити свою принципову точку зору, коли це вигідно мені; 2/ висловити свою принципову точку зору, навіть тоді, коли це невигідно мені; 3/ підтримати оточуючих, не звертаючи увагу на те, чи я виграю від такої підтримки, чи програю; 4/ бути непомітним серед інших і не висловлюватися.	1							*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	5/29%	
		2		*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	6/35%
		3			*			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	5/29%
		4	*																									1/6%	
6.	6. Я розумію, що для нормального співіснування в суспільстві мені: 1/ потрібно не висловлювати свою думку публічно; 2/ потрібно висловлювати свою думку публічно; 3/ я дотепер не вирішив, що мені роботи: висловлювати чи не висловлювати публічно свою думку; 4/ потрібно не зважати на думку оточення.	1							*																		1/6%		
		2		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	9/53%
		3	*												*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	4/23,5%	
		4											*	*											*	*	*	3/17,6%	
7.	7. Вважаю, що засоби масової інформації змушують людей: 1/ думати однаково; 2/ думати по-різному; 3/ не могу визначити.	1			*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	11/64,7%	
		2	*			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	5/29,4%
		3		*																								1/6%	

Додаток 6

Таблиця 5

Результати
аналізу відповідей респондентів
/студенти-журналісти,
м. Івано-Франківськ, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника /
Вибірка – 28 осіб/100%

Код	Вік	Стать: Чол. – Ч Жін. – Ж	Новинами	
			Цікавлюся – «+» Не цікавлюся – «-» Не зазначено – «0»	у мережа – М по телебачення – ТБ по радіо – Р у газетах – Г ВІДМОВА – «-»
31.	20	Ж	+	М, Р, Г
32.	20	Ж	+	М
33.	21	Ж	+	-
34.	21	-	+	М
35.	20	Ж	+	М, ТБ
	20	Ж	+	-
	20	Ж	+	-
	20	-	-	-
	20	Ж	+	М
	23	Ч	+	М
	20	Ж	+	-
	20	Ж	-	М, ТБ
	21	Ч	+	М
	20	Ж	+	-
	20	Ж	+	-
	20	Ж	+	-
	20	Ж	-	М, ТБ
	20	Ж	+	-
	20	Ж	+	-
	20	Ж	+	-
	21	Ж	+	ТБ
	21	Ж	+	М, ТБ
	20	Ч	+	М, ТБ, Г
	20	-	+	М, ТБ
	20	Ж	+	-
	21	Ж	+	-
	20	Ж	+	-
	20	Ч	+	-
РАЗОМ:	20 – 20/74 21 – 6/22,2 23 – 1/3,7 С АЧ – 21,07	Ж – 20/74% Ч – 4/14,8% «-» – 3/11,1%	«+» – 24/88,8% «-» – 3/11,2% «0» – 0%	М – 5/20,8% М, ТБ – 5/20,8% М, ТБ, Г – 1/3,7% М, Р, Г – 1/3,7% ТБ – 1/ 3,7% «-» – 14/51,8%

Додаток 8

Таблиця 7

Результати порівняльного
аналізу соціометричних показників респондентів
Вибірка – 58 осіб/100%

Навч. заклад	Вік	Стать: Чол. – Ч Жін. – Ж	Новинами	
			Цікавлюся – «+» Не цікавлюся – «-» Не зазначено – «0»	у мережа – М по телебачення – ТБ по радіо – Р у газетах – Г ВІДМОВА – «-»
ІР	17 – 10% 18 – 60% 19 – 20% 20 – 10% С АЧ – 18,3	Ж – 80% Ч – 20%	«+» – 60% «-» – 20% «0» – 20%	М – 35% ТБ – 5% «-» – 60%
Ліцей	15 – 1/5,9 16 – 13/76,4 17 – 3/17,6 С АЧ – 16,29	Ж – 8/80% Ч – 2/20%	«+» – 6/60% «-» – 2/20% «0» – 2/20%	М – 3,5/35% ТБ – 0,5/ 5% «-» – 6/60%
ПНУ	20 – 20/74 21 – 6/22,2 23 – 1/3,7 С АЧ – 21,07	Ж – 20/74% Ч – 4/14,8% «-» – 3/11,1%	«+» – 24/88,8% «-» – 3/11,2% «0» – 0%	М – 5/20,8% М, ТБ – 5/20,8% М, ТБ, Г – 1/3,7% М, Р, Г – 1/3,7% ТБ – 1/ 3,7% «-» – 14/51,8%

Додаток 9

Таблиця 8

Порівняльні результати
аналізу відповідей респондентів
Вибірка – 58 осіб/100%

Номер запитання або твердження	Запитання/ твердження	Варіант відповіді	Ліцей %	ІР %	ПНУ %	РАЗОМ %	САЧ %
1	1. Мені цікаво прислухуватися до думки інших людей. 1. Так. 2. Ні. 3. Важко відповісти.	1	13/76,5%	9/90	19/67,9	234,4	78,13
		2	2/11,7%	0	2/7,14	18,84	6,28
		3	2/11,7%	1/10	7/25	46,7	15,56
2	2. Якщо ті, хто оточує мене, висловлюють не таку думку, як я, мені: 1/ хочеться висловити власну позицію; 2/ краще думати, як всі, щоб не виділитися; 3/ байдуже.	1	16/94,1%	10/100	24/85,7	279,8	93,26
		2	0	0	0	0	0
		3	1/5,9%	0	4/14,3	20,2	6,73
3	3. Я розумію, що від публічно висловленої моєї думки: 1/ можливі негативні зміни; 2/ можливі позитивні зміни; 3/ можливі як позитивні, так і негативні зміни.	1	–	0,5/5	0	5	1,66
		2	–	0,5/5	0	5	1,66
		3	17/100%	9/90	28/100	290	96,66
4	4. Якщо я скажу оточенню те, що я насправді думаю про нього: 1/ я зможу чесно дивитися людям в очі; 2/ можливо, хтось зверне увагу на мою позицію; 3/ моє оточення «відвернеться» від мене; 4/ немає відповіді.	1	7/41%	8,5/85	11/39,3	165,3	55,1
		2	8/47%	1,5/15	13/46,4	108,4	36,13
		3	1/6%	0	3/10,7	16,7	5,56
		4	-	-	1/3,6	3,6	1,2
5	5. Для мене є важливим: 1/ висловити свою принципову точку зору, коли це вигідно мені; 2/ висловити свою принципову точку зору, навіть тоді, коли це невигідно мені; 3/ підтримати оточуючих, не звертаючи увагу на те, чи я виграю від такої підтримки, чи програю; 4/ бути непомітним серед інших і не висловлюватися.	1	5/29%	0	10/35,7	64,7	21,56
		2	6/35%	8/80	8/28,6	143,6	47,86
		3	5/29%	2/20	9/32,1	81,1	27,03
		4	1/6%	0	1/3,6	9,6	3,2
6	6. Я розумію, що для нормального співіснування в суспільстві мені: 1/ потрібно не висловлювати свою думку публічно; 2/ потрібно висловлювати свою думку публічно; 3/ я дотепер не вирішив, що мені робити: висловлювати чи не висловлювати публічно свою думку; 4/ потрібно не зважати на думку оточення.	1	1/6%	1/10	5/17,9	33,9	11,3
		2	9/53%	3/30	11/39,3	122,3	40,7
		3	4/23,5%	3/30	3/10,7	64,2	21,4
		4	3/17,6%	3/30	10/35,7	83,3	27,76
7	7. Вважаю, що засоби масової інформації змушують людей: 1/ думати однаково; 2/ думати по-різному; 3/ не можу визначити; 4/ немає відповіді.	1	11/64,7%	4/40	9/32,1	136,8	45,6
		2	5/29,4%	4/40	11/39,3	108,7	36,23
		3	1/6%	2/20	5/17,9	43,9	14,63
		4	0	0	3/10,7	10,7	3,56

Холод Александр Михайлович

доктор филологических наук, профессор

Прикарпатского национального университета имени Василия Стефаника

(г. Ивано-Франковск, Украина)

**МАССИФИКАЦИЯ МОЛОДЕЖИ 16-20 лет
КАК ИНМУТАЦИОННАЯ КОММУНИКАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ
(в период от 1 до 30 ноября 2017 года)**

Целью исследования стало выяснение уровня массификации молодежи 16-20 лет как инмутационной коммуникационной технологии. Предметом исследования стало выяснение уровня массификации молодежи от 16 до 20 лет в качестве коммуникационной технологии.

Методика исследования. С помощью стандартизированного анкетирования 58 респондентов в возрасте от 16 до 20 лет, обучающихся в трех учебных заведениях Украины: ученики 11-го класса одного из лицеев г. Киева, студенты 1-4 курсов одного из частных вузов г. Киева и студенты 2-4 курсов, которые учатся в одном из государственных вузов г. Ивано-Франковск.

Выводы. Опрашиваемые все же больше склонны к публичной декларации своих мнений и позиций, не обращая внимания на отношение к такому мнению и позиции со стороны их окружения, подтверждает наше предположение о влиянии массификации, которая формирует стойкую уверенность молодежи в своей правоте и оригинальности собственной позиции.

Ключевые слова: *массификация, коммуникационная технология, респонденты, молодежь, инмутация.*

Kholod Olexander Mykhailovych

Doctor of Philology, Professor

**MASSIFICATION OF YOUTH OF 16-20 YEARS
HOW INMUTATION COMMUNICATION TECHNOLOGY
(in the period from 1 to 30 November 2017)**

The article is devoted to the analysis of the problem of identification of processes of massification as a communication technology. The aim of the study was to find out the level of massification of young people aged 16-20 years as an intangible communication technology. The object of the study was massification as a communication technology, the subject - the level of massification of youth from 16 to 20 years as a communication technology.

The methodology of the study envisaged the use of three groups of methods, namely, general scientific methods (analysis, synthesis, induction and deduction); theoretical methods (hypothetical-deductive, axiological method) and empirical methods (observation, survey).

Research methodology. Through a survey of 58 respondents, we collected actual data on the level of massification of young people aged 16 to 20, whose representatives study in three educational institutions in Ukraine: students of the 11th form of one of the lyciums of Kyiv, students of 1-4 years of one of the private higher educational institutions Kyiv and students of 2-4 years studying in one of the state universities of Ivano-Frankivsk. The survey was carried out according to a standardized questionnaire.

Conclusions. The survey conducted gave us the right to formulate the conclusions that respondents' responses show some contrasts. The respondents declare in one judgment their willingness to express their own thoughts in spite of possible negative consequences for themselves, and in another judgment they argue that they should support the opinion of others in order not to have negative consequences.

On the other hand, we noticed that the respondents are still more inclined to publicly declare their opinions and positions, not paying attention to the attitude to such an opinion and the position of their environment, which confirms our assumption of the influence of massification, which forms the stable youth confidence in their rightness and originality of their own position.

Key words: *massification, communication technology, respondents, youth, inmutation.*

Подано до редакції – 12.01.2019

Рецензовано – 04.03.2019

Прийнято до друку – 10.03.2019

