

УДК 316.77:159.9.019.4-057.87
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2026.3.2/10>

Семенюк О. А.

<https://orcid.org/0000-0002-1496-464X>
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Семенюк Д. Ю.

<https://orcid.org/0009-0000-0644-0187>
Центральноукраїнський державний університет
імені Володимира Винниченка

СУГЕСТИВНИЙ ВПЛИВ МАСМЕДІА НА СТУДЕНТСТВО: СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ТА МЕДІАКРИТИЧНА КОРЕКЦІЯ

У статті розглянуто явище медіасугестії, яке у соціально-психологічному контексті набуває особливої значущості, оскільки поєднує когнітивні, емоційні та комунікативні складові впливу. Сучасні засоби масової комунікації створюють сприятливе середовище для реалізації сугестивних механізмів, забезпечують широке охоплення аудиторії та апелюють до емоційної ідентифікації реципієнтів. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю наукового осмислення особливостей такого впливу на молодь та пошуку ефективних шляхів його нейтралізації або мінімізації.

Студентська молодь, свідомість якої перебуває у процесі становлення, а рівень критичного мислення ще не досягає стабільної зрілості, є особливо чутливою до сугестивного впливу. У цьому аспекті сугестія постає не лише як індивідуальний психологічний феномен, але і як соціальний процес, що підтримується динамікою сучасного медіасередовища. Метою статті є аналіз соціально-психологічних чинників сугестивного впливу засобів масової комунікації на студентство, зокрема на процес формування її політичних переконань, а також обґрунтування можливостей медіакритичної корекції такого впливу. У дослідженні використано теоретичні (аналіз, синтез, узагальнення наукових джерел), емпіричні та описові методи.

У статті доведено, що сугестивний вплив сучасних медіа реалізується через взаємопов'язану систему соціально-психологічних механізмів, серед яких провідну роль відіграють мотивація, конформність, довіра до медіа, схильність до парасоціальних відносин, а також рівень толерантності до невизначеності та сформованість стійкості до інформаційного впливу. Проілюстровано, що саме баланс між цими механізмами визначає здатність молоді зберігати критичність і когнітивну автономію в умовах цифрового медіапростору та кризових інформаційних впливів. Наукова новизна дослідження полягає в обґрунтуванні змісту авторської програми медіакритичної корекції, спрямованої на формування критичного ставлення молоді до медіаконтенту. Програма поєднує елементи медіаграмотності та корекційної роботи й орієнтована на зниження сугестивного тиску медіа на поведінкові та політичні уподобання студентства. Отримано результати, що можуть слугувати емпіричною основою для подальших наукових досліджень, а також для практичної діяльності фахівців із медіаграмотності, медійників, педагогів і психологів, що працюють із молоддю.

Ключові слова: медіасугестія, медіакритика, політичні погляди, масмедіа, психологічна корекція.

Постановка проблеми. Сучасні медіа часто звинувачують у певних проявах негативного тиску на споживачів інформації. Мова йде про маніпуляції, створення й розповсюдження фейків, поширення різноманітних патогенних текстів, вплив із

метою зміни політичних переконань тощо. Серед негативних факторів сучасного медійного середовища часто і цілком обґрунтовано фахівці називають сугестію. Термін *сугестія* (від лат. *suggestio* – навіювання, підказування) використовується

для позначення процесу цілеспрямованого або ненавмисного впливу на людину, який знижує її критичність і підвищує сприйнятливості до інформації.

У науковій традиції сугестія розглядається в кількох вимірах – як форма впливу, як стан психіки та як соціально-психологічний механізм. Ще в класичних працях французьких учених Г. Тарда та Г. Лебона сугестія описувалася як основа масових психічних процесів, здатна визначати поведінку натовпу через емоційне зараження. У ХХ столітті поняття сугестії набуло більш системного трактування: зокрема, в рамках психоаналітичних і соціально-когнітивних підходів вона розглядається як процес впровадження зовнішніх установок у внутрішню структуру особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки в Україні помітно зросла цікавість до вивчення різних аспектів сугестивного впливу медіа на аудиторію. У сучасних дослідженнях сугестивний вплив медіа на споживачів інформації розглядається в декількох аспектах: комунікаційному (О. Березовська-Чміль, с. Богатчук, І. Гайдай, Н. Глинський, В. Донець, Т. Літвінова-Михальюнок, І. Мазило, Р. Ставичний та ін.), мовному (В. Екшмідт, О. Кирилюк, К. Кіреєнко, Т. Мудраченко, О. Семенюк та ін.) соціально-психологічному (І. Аветісова, Є. Кара, О. Немеш, Н. Потапчук, О. Поцулко, О. Роговська та ін.). Українські та іноземні дослідники проблеми наголошують на тому, що сугестія у соціально-психологічному контексті має особливу значущість, оскільки поєднує когнітивні, емоційні та комунікативні складові. Зазначається, що її ефективність зумовлена зниженням критичного контролю свідомості – станом, який може бути досягнутий через авторитет джерела, повторюваність повідомлень, емоційне підсилення або групову підтримку (Є. Кияниця, А. Ланг та ін.). У цьому сенсі засоби масової комунікації виступають ідеальним середовищем для реалізації сугестивних впливів, оскільки забезпечують широке охоплення аудиторії та одночасно апелюють до емоційних ідентифікацій. Особливо чутливою до таких впливів є молодь віком 18-25 років, чия свідомість перебуває у стадії становлення, а рівень критичного мислення ще не досягає стабільної зрілості. Таким чином, сугестія виступає не лише як індивідуальний психологічний акт, а і як соціальний процес, який підтримується динамікою медійного середовища.

Постановка завдання. Метою нашого дослідження є аналіз факторів сугестивного впливу

на студентську молодь, зокрема на процес формування політичних переконань, та пропозиція медіакритичної програми, яка дозволить цей тиск нейтралізувати або мінімізувати. У дослідженні використано теоретичні (аналіз, синтез, узагальнення наукових джерел), емпіричні та описові методи.

Виклад основного матеріалу. Ключовими факторами, які визначають вразливість студентства до сугестивного впливу медіа, вважаємо: мотивацію, конформність, рівень довіри до медіа, стійкість до інформаційного впливу, схильність до парасоціальних відносин. На основі аналізу сучасних наукових розвідок розглянемо ці складові докладніше.

Мотивація виступає одним із ключових соціально-психологічних механізмів медіавпливу на політичні погляди студентської молоді. Вона визначає зацікавленість у сприйнятті інформації, вибір джерел, рівень уваги та критичність оцінки повідомлень, поєднуючи когнітивні, емоційні й поведінкові компоненти. Мотивація може бути внутрішньою (особистий інтерес до політики) або зовнішньою (соціальний тиск чи прагнення уникнути осуду). Внутрішня мотивація, зокрема мотивація до успіху, сприяє глибокому опрацюванню політичного контенту, низька – підвищує вразливість до маніпуляцій [6, с. 144]. Вважається, що мотивація взаємодіє з цифровими навичками та соціальним контекстом. Високомотивовані студенти з розвинутою медіаграмотністю краще розпізнають медійні пастки, тоді як низькомотивовані частіше потрапляють у «фільтр-бульбашки», де алгоритми підсилюють контент, що відповідає існуючим уподобанням [6, с. 38]. Тобто мотивація є фільтром, який визначає глибину й напрям трансформації медіаінформації у політичні погляди. Розвиток внутрішньої мотивації через програми медіаграмотності та дискусійні практики посилює критичне мислення й знижує вплив маніпулятивних медіа в умовах гібридних загроз.

Конформність (здатність до конформізму, піддатливість людини до реального чи уявного тиску іншої людини або групи) є важливим механізмом медіавпливу на політичні погляди студентської молоді. Вона виявляється у прагненні індивіда відповідати очікуванням соціального оточення та приймати норми групи, навіть коли вони суперечать власним переконанням. У цифровому середовищі медіа створюють ілюзію консенсусу через кількість лайків, репостів, коментарі інфлюенсерів та вірусні тренди. Алгоритми платформ (Instagram, TikTok) підсилюють контент із висо-

кою залученістю, що посилює сприйняття певної політичної позиції як «домінантної». Конформність посилюється прагненням уникнути відторгнення та бажанням відповідати очікуванням значущої групи (друзі, однокурсники, онлайн-спільнота). Медіа використовують техніки соціального доказу (показники переглядів, топові коментарі, хештеги), що стимулює швидке прийняття «правильної» позиції без критичного аналізу. Це призводить до гомогенізації політичного дискурсу, зниження плюралізму та зростання вразливості до популістських і маніпулятивних наративів [1, с. 42].

У «фільтр-бульбашках» студенти не часто стикаються з альтернативними поглядами, і це стимулює поляризацію та конформну поведінку. Для протидії необхідний розвиток асертивності та критичного мислення через дебати, рольові ігри та програми медіаграмотності. Таким чином, конформність перетворює індивідуальні політичні судження студентів на колективні норми, роблячи медіа потужним інструментом синхронізації поглядів. Розуміння цього механізму є ключовим для розробки стратегій захисту від маніпуляцій, особливо в умовах гібридної інформаційної війни.

Довіра до медіа є центральним сугестивним механізмом формування політичних поглядів студентської молоді. Під довірою розуміють стійке переконання в надійності, об'єктивності та компетентності джерела, що знижує критичність сприйняття й полегшує інтеграцію медійних меседжів у власну систему переконань. У цифрову епоху вона формується через повторювані взаємодії, емоційний резонанс, візуальну естетику та соціальні сигнали (рекомендації однолітків, кількість поширень тощо) [4].

Іноземні дослідники (С. Оздемір, с. Піртіні, З. Лім, Р. Лінг, В. Перес-Торрес, Е. Тандок та ін.) вважають, що механізм дії довіри ґрунтується на: 1) ефекті ореолу, при якому позитивне враження від дизайну чи голосу ведучого поширюється на весь контент; 2) анкоруванні, коли перше почуте твердження стає еталоном для наступних фактів; 3) емоційному зараженні, при якому сильні емоції підвищують довіру, минаючи раціональний контроль; 4) ідентифікації з медійними персонами що переводить довіру з інституції на особу й робить вплив персоналізованим. У соціальних мережах довіра формується мікросигналами: верифікація, кількість підписників тощо. Алгоритми просувають контент від «довіренних» акаунтів, створюючи замкнені цикли підтвердження [12].

Медіаграмотність постає важливим чинником, що зменшує схильність студентів до беззастережної довіри до медіаконтенту, особливо емоційно насичених матеріалів. Освітні програми з медіаграмотності сприяють розвитку критичного мислення та навичок аналізу інформації, що дозволяє студентам розпізнавати потенційно маніпулятивні меседжі та знижує їхній вплив на політичні погляди аудиторії [2].

Довіра до медіа діє як «ключ доступу» до свідомості студента: здобувши її, медіа отримують можливість формувати політичні установки практично без опору. У контексті гібридної інформаційної війни довіра є головним полем битви за політичне майбутнє молодого покоління. В умовах сучасного медіапростору суб'єктами довіри студентів залишаються медіаперсони та інфлюенсери. Завдяки створенню унікального та персоналізованого контенту, який привертає увагу та запам'ятовується, відомі особи здобувають широкі аудиторії прихильників і часто отримують статус «лідерів думки». Наявність у індивіда особи, з якою він відчуває спорідненість, допомагає пояснити, наскільки сильно він піддається впливу інформації, що надходить від неї.

Особливе значення у цьому контексті мають *парасоціальні відносини* – односторонній емоційний зв'язок, за якого реципієнт сприймає медійну особу як близького друга або наставника, хоча та особа не знає про його існування. Незважаючи на ілюзорність такого зв'язку, він психологічно реальний: у мозку активуються ті самі нейронні шляхи, що й у справжніх стосунках, що викликає довіру, емпатію та готовність наслідувати модель поведінки чи думку медіаперсони [8, с. 66].

Студенти формують парасоціальні зв'язки швидше за інші вікові групи через фазу пошуку рольових моделей, високий рівень цифрової інтеграції та дефіцит автентичних офлайн-стосунків. Медіа-персона стає «віртуальним однокурсником»: говорить прямо в камеру, використовує «ти», ділиться «особистим», відповідає в сторис, що створює ефект інтимності.

Парасоціальні відносини переводять медіавплив із абстрактного рівня повідомлення на особистісний. Вони пояснюють швидку зміну позицій після однієї сторис, некритичні репости та агресивний захист «свого» блогера. У перспективі створюють мережу віртуальних послідовників, чий політичні погляди тримаються на емоційній лояльності, а не на аргументах [11].

Стійкість (резистентність до сугестивного впливу) є динамічним протилежним процесом, що

виникає як результат взаємодії когнітивних, емоційних та соціальних факторів [3]. Вона проявляється в здатності студента затримувати автоматичну реакцію, розщеплювати емоцію від факту та активувати альтернативні джерела чи внутрішній діалог.

Толерантність до невизначеності є важливим індивідуальним предиктором стійкості (за С. Буднером). Люди з високою толерантністю комфортно отримують суперечливу, неповну чи неоднозначну інформацію, не відчуваючи сильної потреби негайно «закрити» її простим поясненням. Низька ж толерантність до невизначеності створює внутрішнє напруження в умовах інформаційного хаосу, що різко знижує стійкість і підвищує готовність прийняти перше-ліпше «готове рішення», яке пропонує медіа [10, с. 123].

Стійкість формують три взаємопов'язані шари: 1) когнітивний; 2) емоційний; 3) соціальний [5]. Стійкість і сугестивність є не протилежностями, а кінцями одного континууму. У момент втоми, стресу чи інформаційного перевантаження стійкість (і толерантність до невизначеності) падає, сугестивність зростає; після відпочинку, дискусії чи паузи – навпаки. Медіа, що усвідомлюють цю динаміку, чергують «сугестивні удари» (емоційні відео) з «паузами довіри» (спокійні аналітичні вставки), щоб утримувати аудиторію в зоні максимального впливу [11, с. 170].

Сугестивність і стійкість утворюють діалектичну пару: перша забезпечує швидке поширення політичних установок, друга – їхню ревізію та еволюцію. У студентському середовищі баланс між ними (зокрема за рахунок рівня толерантності до невизначеності) визначає, чи стане медіа-вплив інструментом свідомого вибору, чи автоматичного програмування.

Отже, сугестивний вплив сучасних медіа на політичні погляди студентської молоді реалізується через взаємопов'язану систему соціально-психологічних механізмів: мотивація визначає глибину та напрям обробки інформації, конформність синхронізує індивідуальні судження з груповими нормами, довіра відкриває «ключ доступу» до некритичного сприйняття, парасоціальні відносини переводять вплив на глибоко особистий рівень емоційної лояльності, тоді як толерантність до невизначеності та сформована стійкість (когнітивна, емоційна й соціальна) виступають протиположною, дозволяючи зберігати критичність і когнітивну автономію. У цифрову епоху, коли алгоритми, емоційні тригери та ілюзія інтимності посилюють сугестивність, саме баланс між цими

механізмами визначає, чи стане студентство свідомим суб'єктом політичного процесу, чи залишиться об'єктом маніпулятивного програмування в умовах різноманітних криз.

Зважаючи на викладене вище, вважаємо за доцільне запропонувати програму, змістове наповнення якої сприятиме формуванню критичного ставлення до медіаконтенту. Вона поєднає в собі характеристики медіакритичної та корекційної і ґрунтується на результатах аналізу розглянутих вище досліджень учених та власних розвідках. Відповідно до визначених нами ключових параметрів сугестивного впливу медіа (мотивація, конформність, рівень довіри до медіа, стійкість до інформаційного впливу, схильність до парасоціальних відносин) запропоновано конкретні завдання, які дозволять певним чином корегувати їх тиск на уподобання молоді.

Основний акцент зроблено на формування критичного ставлення до повідомлень, розвиток уміння розпізнавати маніпулятивні техніки, зменшення рівня парасоціальної залученості та стабілізацію власних установок у контексті інформаційного середовища. Такий підхід дозволяє підсилити внутрішню автономію молодої людини і знизити чутливість до нав'язаних інтерпретацій, що є ключовим у протидії сугестивному впливу медіа.

Програма складається з 5 модулів і побудована за принципом «від усвідомлення – до навички – до автоматизму».

Модуль 1. Діагностика та Внутрішній Критик.

Мета: провести вхідну оцінку рівня схильності до впливу та конформності; сформувати чітке розуміння автоматичних механізмів підкорення групі; дати відчути на практиці емоційний та фізичний тиск більшості та ідентифікувати особисті тригери конформності.

Модуль 2. Відстоювання Позиції та Я-Мислення.

Мета: виробити навичку асертивності та здатності стояти окремо від групи; навчити формулювати власні переконання за допомогою «Я-позиції»; ознайомити з основними моделями медіаманіпуляцій (фреймінг, емоційні тригери); навчити ідентифікувати та розділяти факт, оціночне судження та маніпулятивний елемент у тексті.

Модуль 3. Механіка Впливу та Парасоціальність.

Мета: навчитися розкодувати вплив через досвід створення маніпуляції; зрозуміти, на які людські слабкості спрямована медіаманіпуляція; усвідомити природу парасоціальних зв'язків та

їхню односторонність; ідентифікувати, яку внутрішню потребу ці ілюзорні стосунки закривають.

Модуль 4. Розрив Ілюзій та Внутрішня Стійкість.

Мета: активно розділити образ медіа-персони і реальний факт (руйнування парасоціальності); освоїти техніку «Переатрибуції» для повернення емоційної енергії, «інвестованої» в ілюзії; підвищити толерантність до невизначеності та навчитися Паузі між стимулом і реакцією; навчитися техніці «Рефреймінг» для когнітивної переоцінки тривожних думок.

Модуль 5. Інтеграція та Фіналізація.

Мета: зв'язати всі набуті навички (конформність, Я-позиція, медіакритика, саморегуляція) в єдину систему захисту; створити фінальний, персональний «Антисугестивний Протокол» для довготривалого використання; провести повторну діагностику та наочно зафіксувати динаміку змін; забезпечити глибоку саморефлексію та стійкий, впевнений вихід із програми.

Програма охоплює п'ять блоків, але головний акцент зроблено на трьох ключових «точках входу» сугестивного впливу на сучасну молодь: 1) низька толерантність до невизначеності (прагнення швидкого когнітивного закриття); 2) висока парасоціальна залученість до медіа-персон; 3) залишкова нормативна конформність у мікрогрупах та онлайн-спільнотах.

Реалізація програми: знижує емоційну залежність від медіа-образів; підвищує готовність витримувати неоднозначність і складність; формує внутрішню автономію та навички асертивного відстоювання власної позиції (асертивність – це здатність людини відстоювати свою точку зору, захищати свої права та висловлювати власні почуття, не порушуючи прав інших людей).

Програма має активізувати і трансформувати механізми впливу, зокрема:

1. Конформність. Модуль 1 (модифікований експеримент Аша) та Модуль 2 (вправа «Адвокат позиції проти всіх») мають дати учасникам безпосередній тілесний і емоційний досвід опору груповому тиску. В результаті навіть залишкова нормативна конформність трансформується в асертивність і внутрішнє право на незгоду. Техніка «Я-позиції» стає автоматичним інструментом захисту від «спіралі мовчання» в онлайн-дискусіях.

2. Парасоціальні відносини. Модулі 3–4 цілеспрямовано руйнують ілюзію особистої близькості: вправа «Студія Маніпуляцій» показує, як легко створюється привабливий образ; техніка

«Образ vs Факт» та «Переатрибуція» повертає учаснику його власні проєкції («він мудрий – бо це я шукаю мудрості»). У результаті емоційна енергія, яка раніше «зливалася» в односторонні стосунки, перенаправляється на реальні двосторонні контакти (Модуль 4, планування реальних зв'язків).

3. Толерантність до невизначеності. Модуль 4 вводить обов'язкову «Паузу» між стимулом і реакцією та техніку рефреймінгу. Учасники вчаться фізично і когнітивно витримувати стан «я ще не знаю остаточної відповіді» і не бігти за першим спрощеним поясненням, яке пропонує лідер думок. Це безпосередньо спрямовано на зменшення потреби в когнітивному закритті і послаблює привабливість популістських меседжів.

4. Довіра до медіа. Модуль 2 (розбір тексту на факт / судження / маніпуляцію) та Модуль 3 (створення власних маніпулятивних заголовків) формують імунітет до технік фреймінгу, клікбейту та емоційних тригерів. Часом руйнування парасоціальної ілюзії автоматично знижує беззастережну довіру до персоналізованих джерел.

5. Мотивація до успіху. Важливо відзначити, що програма не намагається зробити критичне мислення внутрішньо мотивованим і привабливим: кожна вправа завершується питанням «Яку вигоду я отримав, коли не піддався впливу?». У Модулі 5 учасники самі фіксують особисту динаміку «До-Після», що створює сильне внутрішнє підкріплення («я став сильнішим і розумнішим»). Таким чином мотивація до успіху перестає бути вибірковою і починає працювати саме в зоні політичної та медійної інформації.

Ключові елементи програми, що забезпечують стійкий ефект: 1) тілесний досвід (експеримент Аша, відчуття напруги при незгоді з групою); 2) техніка «Пауза + Рефреймінг» є універсальним фільтром між емоційним тригером і реакцією; 3) техніка «Образ vs Факт» та «Переатрибуція» – розрив парасоціальної ілюзії.

Особиста «Я-позиція» та Фінальний Антисугестивний Протокол є портативним інструментарієм, який учасник забирає з собою назавжди. Повторна діагностика в Модулі 5 є об'єктивним підтвердженням прогресу, що значно підвищує внутрішню мотивацію підтримувати нові навички.

Пропонована програма не просто інформує, а створює новий набір автоматичних навичок, які безпосередньо нейтралізують ті психологічні механізми, що робили студентів вразливими до сучасного персоналізованого сугестивного впливу.

Висновки. Особливості впливу сучасних медіа на студентську молодь виявлені через аналіз емоційного наповнення контенту, алгоритмічної персоналізації та соціальних механізмів взаємодії. Засоби масової комунікації створюють середовище підвищеної сугестивності, у якому емоції часто переважають над раціональністю, а інформація подається у формах, що стимулюють ідентифікацію та політичну мобілізацію. Водночас ефекти echo chamber, поляризації, ефект присутності та візуальне підсилення сприяють тому, що студентська аудиторія виявляється вразливою до некритичного засвоєння політичних меседжів.

Сугестивність студентської молоді формується через поєднання індивідуально-психологічних характеристик та структур медіасередовища. Саме ця система механізмів – мотивація, конформність, довіра, парасоціальні зв'язки та толерантність до невизначеності – визначає ступінь вразливості чи, навпаки, стійкості молоді до маніпулятивного

політичного впливу. На цій основі розроблено корекційно-розвивальну програму, яка цілеспрямовано нейтралізує ті механізми, які роблять студентів вразливими до сучасного політичного медіавпливу. Програма зорієнтована на одночасну роботу з різними каналами сугестії. Передбачається, що після проходження завдань програми молоді люди будуть менш схильними підлаштуватися під думку більшості, легше сприйматимуть складність і невизначеність політичної та медійної інформації, набудуть більшої мотивації до критичного аналізу.

Запропоновані інструменти (усвідомлення групового тиску, техніка паузи, розрізнення факту й образу, переатрибуція, індивідуальний «антисугестивний протокол») мають легко засвоюються студентами і переноситися в життя. Короткострокова програма має суттєво підвищити медіаімунітет молоді, зміцнити внутрішню автономію та знизити вразливість до персоналізованих маніпулятивних впливів у цифровому середовищі.

Список літератури:

1. Глинський Н. Ю., Донець В. Р. Вплив лідерів думок на громадську думку і поведінку молоді: комунікаційний аспект. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*, 1(13). 2025. С. 142–151.
2. Горбань Ю., Олійник О. Медіаграмотність як чинник захисту інформаційного простору від ворожої дезінформації в час війни. *Український інформаційний простір*, 1(13). 2024. С. 194–205.
3. Готич В.О. *Resiliens, hardiness*, психологічна стійкість, життєстійкість: порівняльний аналіз понять у соціально-психологічних дослідженнях. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Психологія*, 34(3). 2023. С. 7–12.
4. Каверіна А. С. Довіра до конвергентних медіа в Україні : дис. канд. соц. наук (доктора філософії) : 22.00.04 «Спеціальні та галузеві соціології» (054 – Соціологія). Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. Харків, 2017. 187 с.
5. Ковальчук З. Я., Заверуха О. Я. (2024). Психологічні особливості розвитку емоційної стійкості та резильєнтності: вікові аспекти феномену. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія: психологічна*. № 2. 2024. С. 37–44.
6. Поцулко О., Аветісова І. Роль психологічного фактчекінгу в підвищенні медіаграмотності студентської молоді. *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія Психологічні науки*. 2023. С. 38–45. URL: DOI: [https://doi.org/10.31558/2786-8745.2022.1\(1\).5](https://doi.org/10.31558/2786-8745.2022.1(1).5) (дата звернення: 15.01.2026).
7. Сергієнко Т.І., Курта О.О., Сластін О.В. Політична комунікація в умовах постправди: зміни у політичній культурі та вплив на громадську думку. *Ukrainian science and education in the conditions of European integration: collective monograph* / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California: GS Publishing Services, 2024. С. 144–154.
8. Чаплінська Ю. С.. Функціональна модель парасоціальних відносин. *Psychological Journal*. Вип. 6(5), 2020. С. 66–79.
9. Ющенко І. М. Толерантність до невизначеності як чинник психологічного благополуччя студентів-випускників вищих навчальних закладів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*. Вип. 4(1). 2017. С. 123–128.
10. Gomez Rodriguez M., Gummadi K., & Schoelkopf B. (2014). Quantifying information overload in social media and its impact on social contagions. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*. Vol. 8(1). 2014. P. 170–179.
11. Hoffner C. A., Bond B. J. Parasocial relationships, social media, and well-being. *Current Opinion in Psychology*. Vol.45. 2022. URL: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101306> (дата звернення: 19.01.2026).
12. Sun M., Ma X., Huo Y. Does social media users' interaction influence the formation of echo chambers? Social network analysis based on vaccine video comments on YouTube. *International Journal of Environmental*

Research and Public Health. Vol. 19(23). 2022. URL: <https://doi.org/10.3390/ijerph192315869> (дата звернення: 22.01.2026).

Semeniuk O. A., Semeniuk D. Yu. SUGGESTIVE INFLUENCE OF MASS MEDIA ON STUDENTS: SOCIO-PSYCHOLOGICAL FACTORS AND MEDIA-CRITICAL CORRECTION

The article examines the phenomenon of media suggestion, which, within a socio-psychological context, acquires particular significance as it integrates cognitive, emotional, and communicative components of influence. Contemporary mass communication media create a favorable environment for the implementation of suggestive mechanisms, ensure broad audience reach, and appeal to recipients' emotional identification. The relevance of the study is determined by the need for a scientific understanding of the specific features of such influence on youth, as well as by the search for effective ways to neutralize or minimize it.

Student youth, whose consciousness is in the process of formation and whose level of critical thinking has not yet reached stable maturity, are especially susceptible to suggestive influence. In this regard, suggestion emerges not only as an individual psychological phenomenon but also as a social process supported by the dynamics of the modern media environment. The aim of the article is to analyze the socio-psychological factors of suggestive influence exerted by mass communication media on students, particularly in the process of shaping their political beliefs, as well as to substantiate the possibilities of media-critical correction of such influence. The study employs theoretical methods (analysis, synthesis, and generalization of scientific sources), as well as empirical and descriptive methods.

The article demonstrates that the suggestive influence of modern media is implemented through an interconnected system of socio-psychological mechanisms, among which motivation, conformity, trust in media, a tendency toward parasocial relationships, as well as tolerance for uncertainty and the level of resistance to informational influence play a leading role. It is illustrated that the balance among these mechanisms determines young people's ability to maintain critical thinking and cognitive autonomy within the digital media space and under conditions of crisis-related informational influences.

The scientific novelty of the study lies in substantiating the content of the author's media-critical correction program aimed at developing a critical attitude toward media content among youth. The proposed program combines elements of media literacy and corrective practices and is oriented toward reducing the suggestive pressure of media on students' behavioral and political preferences. The obtained results may serve as an empirical basis for further research, as well as for the practical activities of media literacy specialists, media professionals, educators, and psychologists working with youth.

Keywords: *media suggestion, media criticism, political views, mass media, psychological correction.*

Дата першого надходження статті до видання: 25.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.04.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026