

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет соціальних наук та соціальних технологій
Кафедра соціології

Кваліфікаційна робота

освітній ступінь – бакалавр

на тему: **«СТАВЛЕННЯ СТУДЕНТІВ НАУКМА ДО РОСІЙСЬКОЇ
МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ (НА ПРИКЛАДІ 1-4 КУРСІВ ФСНСТ)»**

Виконав: студент 4-го року навчання

Спеціальності 054 Соціологія

Рубан Артем Олегович

Наукова керівниця: Пугачова О.Г., к. екон. н.,

доцентка кафедри соціології НаУКМА.

Рецензентка: Мальцева К.С.

к.філос. н., доктор філософії,

доцентка кафедри соціології НаУКМА.

Кваліфікаційна робота захищена

з оцінкою _____

Секретар ЕК: _____

«___» _____ 2024 р.

Київ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. МАСОВА КУЛЬТУРА У КОНТЕКСТІ ПОЛІТИЧНОЇ ВОРОЖНЕЧІ	5
1.1. Окреслення зв'язку між політикою та масовою культурою	5
1.2 Політична поведінка студентів та усвідомлення культурного впливу	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ ЗАЛУЧЕНІСТЮ ТА СТАВЛЕННЯМ ..	32
2.1 Підхід до визначення ставлення за обраними змінними впливу	32
2.2 Репрезентація меншин у вибірці	36
2.3 Зв'язок між політично-громадською залученістю, університетською залученістю та ставленням до російської масової культури.	43
ВИСНОВКИ	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50
ДОДАТОК А	53
ДОДАТОК Б	53
ДОДАТОК Б	54

ВСТУП

З липня 2021 року до січня 2023 року, війна помітно змінила ставлення українських громадян до влади Російської федерації, її громадян та культури. Війна також вплинула на зміну ставлення до російських культурних продуктів. Якщо дивитися та слухати розважальні програми російських ЗМІ раніше не прийнятним вважало приблизно 40% опитаних українців, то на момент 2023 року цей рівень досягнув приблизно 71% (Школа політичної аналітики НаУКМА, 2023, ст 28). Погодження з використанням російських ЗМІ для отримання інформації також спало на приблизно на 8% (ШПА НаУКМА, 2023, ст 29). Внаслідок війни, сучасна українська ідентичність тільки укоренила своє місце коштом відокремлення та протиставлення себе російській. Громадяни, що переживають військові події на власному досвіді продовжують піддаватися впливу ідентичності, головним рушієм якої є антагонізм Росії щодо української культури. “Путін назавжди розлучив українців і росіян. Унікальність української ідентичності випливає з її історії, культури та пролітої за свободу крові українських воїнів і мирного населення” (Кико , 2023, ст 175).

Негативне ставлення українських громадян щодо російського культурного продукту можна прослідкувати, як переважно негативне. Як і в дослідженнях поглядів громадян, так і в торішньому дослідженні ставлення. Однак, важливо виокремлювати, що існує різниця між ставленням до продукту, ставленням до громадян Російської Федерації та самим рівнем звинувачення останніх у подіях війни. З моменту початку війни майже вдвічі збільшилася частка людей, що відмовляється від вживання російського контенту, коли як холодне ставлення до громадян Росії підвищилося приблизно у 3 рази (*Сімнадцяте загальнонаціональне опитування: Ідентичність. Патріотизм. Цінності*, 2023). З іншого боку, в дослідженні ціннісних аспектів українського сприйняття, негативне ставлення щодо громадян Росії, порівняно, відчувається не настільки помітно. Серед людей, що вважають Росію винною у війні, Путіна та російську владу звинуватили 50.7% респондентів, коли як роль громадян виділило лише 4.8%; Відповідно, разом і владу, і громадян - 16.6%, а частках тих, хто не погодився зі звинуваченням - 27.9%. (Vasiutynskyi, 2022, ст 44). Отже, хоч

ставлення до російських громадян та російського культурного продукту, прийняло помітно негативного характеру, саме ставлення є переважно залежним від інших факторів, що стосуються не лише реакції українців на агресію Росії. А скоріше, ставлення варто розглядати, як результат політичного переосмислення ситуації та ціннісного антагонізму культур.

Загалом, антагонізм культур в рамках війни можна вважати природним явищем не тільки з погляду ціннісних відмінностей, але й з поглядом на особливості історичного спадку. “Навпаки, всяке піднесення національно-державницької енергії українців, предметові прояви державотворчої та культурно творчої спроможності призводять в російському суспільстві до панівних настроїв ворожнечі, антипатії та роздратування, до елітарної та масової українофобії” (Лосєв. ст 79). Відповідно, характерним для сучасного ставлення скоріше можна визначити вплив довгої історії колоніалізму та ворожнечі між культурними середовищами.

Російська культура, як спосіб налаштування соціальної поведінки, може бути помітною навіть у контексті українського суспільства. Однак, через відносну схожість історичної спадщини, визначити рівень наявності характерних особливостей однієї культури на території іншої країни є комплексним завданням. Тому, дослідження масової культури, як продукту впливу економічної діяльності на соціальну середу, є більш актуальним для у контексті переважно антагоністичного ставлення українського суспільства до російських культурних продуктів та воєнного стану. Відповідно до попередніх тез, ставлення українців до російської масової культури можна розглядати через призму політичної оцінки економічного середовища країни-агресора. Підтримка якого є не вигідною у контексті протистояння економік. Тому вживання масового продукту російської культури, можна вважати відображення факту наявності впливу останньої на українське середовище.

Таким чином, ставлення може набувати вигляду політичної реакції на повномасштабну війну, метою якої є зменшення впливу країни-агресора на цінності та ідентичність українського середовища. Розгляд масової культури у контексті політичної поведінки є актуальним через різницю у рівнях негативного

ставлення до громадян Росії, їх культурного продукту та звинуваченні їх у подіях війни. З порівняння попередньо згаданих досліджень, негативне ставлення можна схарактеризувати скоріше, як спрямоване не стільки на покарання громадянина, скільки проти культурної середовища, що знаходиться під упорядкуванням російської влади. Тому **актуальність** дослідження полягає у протистоянні культурних середовищ мас.

Об'єктом дослідження є студенти 1-4 курсів ФСНСТ та курсів ФОЗ, які належали до ФСНС у 2023 році. **Предметом** дослідження є ставлення студентів НаУКМА до російської масової культури. **Метою** дослідження є узагальнити ставлення до російської масової культури, з урахуванням політично-громадянської та університетської залученості студентів. Відповідно до теми та мети дослідження, **завданнями** є:

- Визначити роль масової культури у політичному середовищі.
- Концептуалізувати політично-громадську поведінку студентів щодо культурного впливу Росії.
- Виділити рівень впливу спільноти НаУКМА на політично-громадську діяльність студента.
- Порівняти рівень активної політично-громадянської залученості студентів із фактичним опором російській масової культури.

Теоретична рамка дослідження ґрунтується на визначенні влади Макса Вебера у поєднанні з теоретичними підходами до визначення масової культури, що ґрунтуються на ідеях культурної індустрії Макса Горкгаймера та Теодора Адорно. **Емпірична частина** роботи включає результати інтернет-опитування студентів 1-4 курсів ФСНСТ та ФОЗ НаУКМА, за отриманими списками студентів.

РОЗДІЛ 1. МАСОВА КУЛЬТУРА У КОНТЕКСТІ ПОЛІТИЧНОЇ ВОРОЖНЕЧІ

1.1. Окреслення зв'язку між політикою та масовою культурою

Інститут, як концепція і як навчальний заклад може не тільки виконувати первинну функцію передання знань, але й другорядні на кшталт укорінення певних світоглядних позицій у членів організації. Відповідно, соціалізація юних людей в університетах проходить, а рамках організацій з попередньо визначеними цінностями, візією, місією, політичними та економічними інтересами. “Результатом соціалізації студентської молоді є: вироблення і трансформація власної системи поглядів на життя та ціннісні орієнтації, формування життєвого ідеалу; засвоєння культури людських взаємин і соціально-професійних функцій...” (Язловецька, ст 269).

Будь-який університет, за природою свого визначення, буде виконувати функцію передачі світоглядних позицій за ознайомлення з політичним дискурсом. Незалежно від першочергової позиції студента(-ки) щодо певного питання, учень буде набувати цих знань у процесі соціалізації. А отже, процес залежить від готовності людини піддаватися вихованню з боку соціального середовища.

Києво-Могилянська академія, як інститут, також має певні структурні засади, в рамках яких забезпечується адаптація нових студентів до соціального середовища. Наприклад, вона засновується на поняттях особистості, гуманізму та креативності (НаУКМА). Однак, ці засади є занадто узагальненими, і для дослідження ставлення до масової культури варто зробити акцент на інших, більш конкретних рисах, що можуть ціннісно направляти особистість до дії - національній свідомості та активній громадянській позиції.

Варто зауважити, що старші курси, в такому разі, очікувано мають більшу відповідність засад виховного процесу університету через тривалу залученість. Однак, для подальшого розуміння залежностей у ставленні могилянської спільноти до російської масової культури, потрібно схарактеризувати місце останньої у цій взаємодії.

Як можна зрозуміти з попередньо розглянутих досліджень та теоретичних підходів, українське суспільство переважно негативно ставиться до російського контенту. Війна вплинула на українські культурні практики споживання матеріалу створеного під російську аудиторію. Таким чином, українці переважно відмовилися від російських вебсайтів, блогерів, книг, музики, фільмів та серіалів (Київський міжнародний інститут соціології, 2023). А отже, наявність російського культурного спадку в українському середовищі зменшується, як мінімум на рівні індивідуальної позиції громадян.

Цей процес можна вважати вагомим для політичного контексту, адже відмова від контенту може бути продукована не лише зміною ставлення на негативне, внаслідок реакції на агресивні дії російської сторони, але й позицією, метою якої є захист інтересів певної групи - представників української культури. Хоч ці два поняття складно чітко відокремити, зміна фактичної поведінки громадян, відповідно до переважно негативного ставлення, можна вважати поштовхом розвитку української культури шляхом відокремлення від супротивної - російської.

І хоч цілком не можна сказати наскільки українська культура відокремиться та укоріниться, цей процес відділить український простір від російського. Відповідно, вивчення ставлення українського студентства не тільки демонструє властивість університетів передавати позицію шляхом виховання, але й може характеризувати стимули негативного ставлення, незалежно від того чи є політичний контекст вагомим для індивіда, чи ні. Індустрія культури, як теоретичний підхід що слугував підґрунтям до сучасної критики масової культури, робить акцент не тільки на стороні бізнес-процесу чи економічних відносинах, але й на можливості творців впливати на споживача створюваним контентом (Horkheimer & Adorno, 2002, ст. 96). Однак, цей підхід свідомо передбачає залежність індивіда від системи, його не значущість та конформність.

Таким чином, в теорії франкфуртської школи - корпорації, а в більш сучасних теоріях - заможні люди чи сама узагальнена ринкова система, нав'язують певний контент та ідеї. З іншого боку, критику масової культури, у

вигляді консюмеризму, можна розглядати не лише як системний вплив, але як природній прояв попиту у суспільстві на певний культурний продукт, ідеї чи цінності (Heath & Potter, 2010. ст 130). Таким чином, особливості вживання масової культури студентами можна розглядати, як під впливом системи, так і в рамках належності індивіда до певного прошарку населення. Бо в цьому випадку, визначати який контент буде у просторі масової культури може не тільки заможній та владний творець, але й масове суспільство.

Однак, незалежно від рівня теоретичного надання індивіду автономії у керуванні власним споживанням, виробництво контенту все одно залишається недосяжним для споживача за визначенням. “Вони формують теми, манери поведінки, адженди, події, персонал, образи аудиторії, трактування ситуації від ширшої соціокультурної та політичної системи від якої вони є лише диференційованою частиною. Філіп Елліот коротко висловлювався на цю тему у своєму розгляді того, як аудиторія є одночасно джерелом і приймачем телевізійного повідомлення.” (Hall, 1975, ст 5).

Для політичного контексту, роль масової культури набуває значення інструменту, що відстоює інтереси певних груп шляхом маніпулювання інформацією через доступні ресурси як телебачення, радіо, інтернет та інші різновиди мас медіа. Відповідно, виробництво масової культури може піддаватися політичному впливу як і зі сторони держави чи організацій-творців, так і з боку самих споживачів.

Якщо виробник створює культурний продукт, то споживач масової культури відображає попит. А отже, розглядаючи теорію контркультурного повстання та її засади, можна зазначити, що вживання культурного продукту та узагальнена взаємодія споживача з масовою культурою, продукована суперництвом членів суспільства та, відповідно, визначенням культури загалом (Heath & Potter, 2010, ст 120).

Оскільки культура, так чи інакше, створюється в наслідок взаємодії індивідів, то виділення всеохопного впливу на насадження ідей “системою” - державною владою, “партіями” чи соціальним устроєм, стає можливим лише через якісне управління ресурсами творцями відповідно до попиту та пропозиції.

А отже, маніпулювання інформацією для насадження ідей у масовій культурі, є можливим лише при успішному лобізмі у сфері масової комунікації (Ковалевський, ст 291). “Таким чином, зрозуміло, що Росія (як виявлення справжньої влади) цілеспрямовано працювала над створенням з українців образу ворога” (Ковалевський, ст 294). Тому, подібний підхід до пов’язання масової культури з політичним впливом, характеризує відмову українських громадян від російського контенту, як політично обґрунтоване рішення.

В роботі Макса Вебера, яка частково присвячена опису місця “влади” в соціальному середовищі, виділяється, що існування класів, статусних груп та “партій” продуковане розподілом влади у суспільстві, яка проявляється в можливості індивідів або груп діяти всупереч спротиву інших (Weber. 1946, ст 180). Для дослідження поняття “влади” потрібно враховувати рівень її розподілу в суспільстві, а для дослідження ставлення і спрямування владної поведінки достатньо визначити об’єкт впливу.

Ставлення та поведінка студентів щодо російської масової культури є зв’язком в якому відображається спрямування дії на досягнення бажаного результату. Умовно можна виділити, як владну поведінку. Однак, в цьому випадку, навіть дія яка спрямована на зменшення присутності російської масової культури, не зможе вважатися проявом влади якщо індивід її такою не усвідомлює. Хоч це і буде характеризувати направлення поведінки студента, для дослідження важливою є саме власна інтерпретація індивіда.

Студенти академії, попри відмінності в поглядах, етнічності та способах національної ідентифікації, розглядаються як представники української нації, відповідно до вищезгаданих ідеологічних “засад”, що культивуються проукраїнською політикою університету. Варто усвідомлювати, що студентами університету також можуть бути люди або з проросійською позицією, або ті, хто зовсім не ідентифікує себе відповідно до вищезазначених засад. Однак, враховуючи переважні рівні негативного ставлення як в українському суспільстві, так і в рамках торішнього дослідження серед студентів 1-3 курсів ФСНСТ, можна припустити, що подібні індивіди не будуть бачити актуальним надання справжніх відповідей навіть при повній анонімності.

З визначення Макса Вебера, нація складається зі спільноти спільних ставлень, думок та оцінок, які могла б адекватно перетворити себе у власну державу, - тобто спільнота, яка прагне створити власну державу (Weber. 1946, ст. 176). Визначення нації дозволяє окреслити місце університетської спільноти у вивченні ставлення до “зовнішніх” процесів на кшталт російської масової культури. Російська масова культура, як те що, походить від узагальненої російської фольклорної культури, у своєму визначенні, відділяється від того, що дозволяє індивіду відноситися до іншої - української культури. Однак, дослідження не ставить за мету окреслити характеристики, що зумовлюють приналежність індивіда до тої, чи іншої нації, натомість розглядається лише групова ідентифікація студента.

У статті Марека Соколовського, на прикладі розгляду декількох теоретичних підходів, зазначається, що внаслідок узагальнених тенденції властивих урбанізації, індустріалізації та глобалізації, продукт створений культурою почав спрощуватися на догоду масам (Sokolowski, б. д.). Це розповсюдження на маси і описує зв'язок політичної поведінки індивіда та культурних цінностей з якими фактично взаємодіє нація, незалежно від того, до якої переважної фольклорної культури належить індивід, який це усвідомлює. “Глобальна природа масових продуктів спричинила уніфікацію та підлштування контенту під потреби різноманітних суспільств, часто не маючих нічого спільного” (Sokolowski ст. 312).¹

Тому масова культура дозволяє поєднувати не тільки групи зі спільними цінностями, але й автоматично підлаштовувати контент під потреби відмінних споживачів. Через розвиток технологій, контент, що можна визначити як продукт масової культури, почав розповсюджуватися за кордони країн на міжнародний рівень. “The inclusion of culture into the globalizing economy leads to the creation of a global culture of commodified consumerism, dominated by American multinational media conglomerates” (Лосєв, ст. 15). Таким чином, символи та ідеї одних культур

¹ “The global nature of mass products caused their content to become unified and adjusted to the suit the needs of diverse societies, often with nothing in common” (Sokolowski ст. 312)

почали проникати в міжнародне середовище, де інші культури можуть взаємодіяти з продуктом підробленим під маси.

Щоб окреслити кордони впливу глобалізованої економіки на зміни в культурному середовищі, потрібно відділити поняття масової культури від популярної. А саме те, що масова культура пов'язана з уніфікованим контентом, розробленим для охоплення якомога більшої кількості одержувачів, а популярна культура різноманітна і часто стосується нішевого контенту без шансів досягти ширшої аудиторії. (Sokolowski, ст. 312). Розділяючи два поняття можна виділити пасивну природу споживання контенту створеного масовою культурою. Та переважну відсутність можливості у споживачів масової культури розповсюджувати контент. А отже, масову культуру можна виділити, як ланку культури, сукупність ідей та символів якої, може доступно насаджуватися серед мас шляхом відбору через попит на контент.

Важливо виділити, що деякі автори не погоджуються з впливовістю деяких способів розповсюдження контенту масової культури у суспільстві, переважно рекламою. В статті, що виділяє різницю між масовою та популярною культурою автор підштовхує до того, що внаслідок прогресивних змін у “західних” суспільствах 20-го століття, люди почали втрачати близькі емоційні та соціальні зв'язки, перестали так добре знати один одного як раніше.

Урбанізація та індустріалізація спричинила появу втомленого та вигорілого індивіда, який став легкою мішенню для продавців тривіальних і простих товарів (Sokolowski, ст 309). Це зумовило значно легший вплив реклами на розповсюдження контенту, а для споживачів - спростило мало осмислене споживання. Рекламу можна розглядати, як основний спосіб розповсюдження контенту з певними ідеями та символами, однак не всі автори розглядають її, як інструмент кодування прихованого послання. “What is certainly true is that advertising is not nearly so powerful as its critics claim, and the suspicion that marketers are precision-delivering messages to our subconscious is simply misguided” (Heath & Potter, 2010, ст. 211). Натомість реклама є скоріше саме продуктом масової культури, який підлаштовується під потреби споживачів.

Немає явної різниці у способі впливу на маси в порівнянні з фільмами, радіо, книгами, музикою, та іншим доступним медіаконтентом, що може розповсюджувати спрощені ідеї відповідні до потреби мас. “We are being systematically duped, manipulated, programmed into consumerist cool mindset, tricked into buying products we otherwise would not really want” (Heath & Potter, 2010, ст. 210). Тобто будь-який контент відповідний до ознак масової культури, нав’язує ідеї скоріше не в спосіб штучно сконструйованих інструментів впливу, а шляхом звичайної доступності. Хоч переважна кількість авторів і зазначає, що маси піддаються впливу з боку держави, владних установ, суспільства та інших подібних угруповань з можливістю впроваджувати владу завдяки привілейованому становищу або наданих можливостей суспільством, маніпулятивний вплив масової культури можна визначити як природне споживання доступних ідей, які регулюються попитом.

Це пояснюється автором як перехід еліти від старих буржуазних цінностей до відносно нових - богемно-буржуазних. “Already in 1976, Daniel Bell (...) argued that capitalism had essentially capitulated to the very bohemian values that threatened it: The protagonists of the adversary culture, because of the historic subversive effect on traditional bourgeois values, substantially influence, if not dominate, the cultural establishments today: the publishing houses, museums, and galleries; the theater, the cinema, and the universities” (Heath & Potter, 2010, ст. 201). Під впливом змін цінностей та еліти, у США почала змінюватися масова культура, що в результаті наблизило суспільство до втрати інтелектуально респектабельної культури, прибираючи великих діячів та протиставлення супротивним культурам (Heath & Potter, 2010, ст. 201).

Цей процес і привів до формування масової культури у сучасному трактуванні, а саме відірваного від людей культурного простору, що формується ринком та особливостями буржуазно-богемних цінностей. Відірвання культури від людини та відображення її у масовому, комерційному продукті дозволило творцями задовольняти капіталістичну природу масової культури до у продукції відповідного контенту. А отже, місце штучного маніпулятивного впливу на свідомість споживачів скоріше проявляється лише у можливості творців

контенту задовольняти попит споживачів лише частково, демонструючи бажані, однак незакінчені або часткові послання аудиторії. Політична поведінка в цьому випадку виділяється ж лише у відповідності навмисної діяльності спрямованої на просування та розповсюдження певних цінностей та символів, що обґрунтовуються інтересами сторони, що впливає.

Студент, як людина, що так чи інакше, вимушена вимогами своєї діяльності взаємодіяти та переосмислювати культурні символи та ідеї, що насаджуються навколо, піддається впливу масової культури, як мінімум, на рівні побутового життя при взаємодії з фільмами, музикою, рекламою та іншими автоматизованими засобами розповсюдження контенту. Тому незалежно від того до яких колективів індивід би не належав, він переважно завжди буде піддаватися впливу з боку властивого масовій культурі різноманітного соціального складу у своєму середовищі, анонімності його членів, характерними культурно бідними взаємодії між анонімними учасниками та відсутністю можливості діяти спільно (Sokolowski, ст. 308). В цьому випадку, масова культура проникла достатньо глибоко в побутове життя сучасного суспільства, щоб способи впливу на масу та способи споживання контенту вкорінилися.

Усвідомлюючи вкоріненість масової культури у житті сучасного суспільства у засадах капіталізму, способи впливу та взаємодії з цим явищем також починають стосуватися найбільш примітивної діяльності нашого життя. Соціалізація, формує стиль мислення, індивідуальний набір знань, який зумовлює поведінку, та інтереси з цінностями (Drotianko та ін. 2021, ст. 4). Це робить можливим зміни в поведінці при взаємодії з конкретною, можливо штучно видозміненою, інформацією.

Коріння масової культури лежить у впливі суспільства, як всеосяжного організму, на поведінку індивіда (Drotianko та ін. 2021, ст. 6). Відповідно, велике охоплення суспільства та масовість спричинена різким збільшенням його членів та автоматизації взаємодії з нормами, цінностями та символами, спричиняє культурну деградацію. Масова культура і є проявом цього зникнення попередніх цінностей, натомість надаючи узагальнений та спрощений для управління продукт. Тому прогрес, що спричинив глобалізацію та поступове розчинення

менших культурних угруповань у масових ідеях, спричинив не тільки руйнування старих способів організації культур менших груп, але й наразив індивіда на масовий вплив натовпу незалежно від власної релігії, національності чи класу.

Способи поширення масової культури на кшталт інтернету, радіо, телебачення тільки пришвидшили відірвання людини від попередніх зв'язків. “The use of information and communication technologies in advertising various fashion brands greatly deepens the massification of consciousness, imposing standards of thinking exacerbate the behavior of the individual in a variety of spheres of social life” (Drotianko та ін. 2021, ст. 5). Хоч і не можна надати масовій культурі повноцінної ролі інструмента впливу на соціальну свідомість, вона спрощує можливість впливу на суспільство загалом. Тому, якщо розглядати масову культуру відірвано від комерційної обґрунтованості, можна виділити поведінка індивіда прямо залежить від того, які ідеї, цінності та символи нею розглядаються. Таким чином, розділяючи фольклорну та масову культури можна зазначити, що індивід хоч і діє в рамках переважно неусвідомлюваних засад насаджених ними, може усвідомлювати це та чинити опір впливу будь-якої.

Однак, масова свідомість, яка сформована під впливом принципів масової культури характерна фанатизмом, коли емоції значних мас людей виходять з-під контролю розуму, що дозволяє розглядати масове усвідомлення, як мимовільне, що керується внутрішніми стереотипними асоціаціями (Drotianko та ін. 2021, ст. 5). Це не підпорядкування розуму та впливові окремого індивіда на культуру й полегшує сприйняття контенту через значно меншу потребу споживана у докладанні сили та його приналежності до певних груп.

Відірвання культури від впливу індивіда та всюди присутня доступність контенту масової культури роблять споживача не тільки вразливим до пасивного споживання, але й надають можливість більш впливовим угрупованням просувати власний контент у повсякденне життя інших людей. Усвідомлення усіх позитивних та негативних сторін масової культури на владу відірваної особи дозволяє споживачам реагувати. В контексті дослідження варто зробити акцент на державі та громадянах.

Російська масова культура не просто охоплює певні географічні кордони регіонів країни, але й угруповання та свідомість людей, що можуть подорожувати світом чи знаходитися зовні країни. Враховуючи контекст російсько-української війни можна розглянути поняття інформаційної війни та взяти деякі тези із засад цього теоретичного підходу до взаємодії під час конфлікту. “Вплив на культуру під час інформаційної війни насамперед пов'язаний з розповсюдженням невибагливої масової культури з певним ідеологічним наповненням” (Ісмаїлова, 2021, ст. 83). А отже, масова культура може розглядатися, як інструмент впливу, під час збройних конфліктів.

Хоч попередньо зазначалося, що масова культура не може бути повною мірою інструментом маніпулятивного впливу на свідомість людини, вона може розглядатися як простір для розповсюдження потрібних творцям ідей, завдяки дозволу з боку ринку. Через ринкову та розважальну природу масової культури укорінення нових ідей може контролюватися переважно лише зовнішньою діяльністю на кшталт громадянських рухів чи заборон владних органів країни, а не цінностями чи ідеями прихильників.

Тому для впливу на масову культуру, так чи інакше, потрібна спрямований зовнішній рух подібний до заборони не зручних матеріалів або витрати ресурсів на просування більш вигідного контенту. “Вони вважають загрозливим явищем і засилля західної та російської культури на українському ринку, тому що вони стають основою для формування нової системи цінностей” (Ісмаїлова, 2021, ст. 84). Діяльність спрямована на зменшення присутності російської масової культури у сфері впливу української держави та прибирання контенту, що відповідає інтересам російської масової культури може мати позитивний результат для політики української держави в контексті війни.

Однак, оскільки масову культуру не можна повноцінно поєднувати з державною політикою, ставлення студентів розглядається у вигляді емоційної симпатії та відповідності до попередньо зазначеного припущення про позитивний результат для владних можливостей української держави у сфері культури. НаУКМА в цьому контексті розглядається, як інституція, що спричиняє нав'язування ідей та цінностей, що можуть продукувати негативне ставлення або

негативну психологічну реакцію студента щодо владного впливу російської держави та культури. Ставлення до контенту масової культури ж дозволяє прослідкувати реакцію саме на відчутний продукт характерний до побутових, спрощених ідей російської культури серед мас, а не лише не матеріальні цінності чи витончені роками існування продукти фольклорної культури. Повертаючись до вище зазначених тенденцій до розвитку консюмеризму спричинену розвитком капіталізму, масова культура почала набувати ознак різноманітності та нон конформності.

Якщо без широкого розвитку цього феномену культура могла бути відносно унітарною в рамках країни, то з розвитком часу ідеї почали здійснювати достатньо вагомий вплив на суспільство, аби масова культура могла розділитися на групи за інтересами. Цей процес також можна вважати переходом масової культури до популярної. Однак, на відміну від можливості активно брати участь у попкультурі, масова культура все одно залишається обмеженою рамками нав'язування. “It has been noticed that pop culture enables individuals to choose the contents they deem as interesting, and do not have to uncritically accept imposed products, oriented on profit” (Sokolowski, ст. 313).

В такому випадку, остання є скоріше тим, з чим індивіду доводиться взаємодіяти для полегшення узагальненого розуміння побутових цінностей інших членів суспільства та культури. Також, у статті “Масова культура, популярна культура та культурна ідентичність”, автор зазначає наступне: “Sport, Consumer goods, Pop music, TV, Talk shows, Soap operas, films can be seen in various way of providing a kind of cultural identity to those who are denied one otherwise”, відповідно надаючи певного контролю на творцям контенту у разі становлення індивіда споживачем (Horn, ст. 2).

Однак, для розуміння відмінності у споживанні масової культури від популярної культури, Мареком Соколовським також пропонується модель умовної “крутості”, яку скоріше можна визначити, як рівень вшанування певного контенту масою. “It is best to think of cool as the central status hierarchy in contemporary urban society” (Heath & Potter, 2010, ст. 196). Тому ідеї на які має бути передбачено направленою політична поведінка, як на найбільш вагомій, є

відповідними до засад шанованого контенту в рамках сучасної міської культури. Отже, масова культура є відрізняється від популярної культури переважно своєю закритістю від прямого впливу споживача, а від фольклорної - своєї узагальненості, на направленості на розповсюдження.

Це дозволяє виділяти масову культуру як найбільш доступний підвид культури для штучної маніпулятивної поведінки, направленої на просування певних ідей, символів та цінностей. Комерційна природа масової культури одночасно зупиняє вплив через потребу проходження контенту через попит та одночасно пришвидшує його при вдалому збігові посилок з вимогами споживачів. Що робить легшим відстеження ставлення індивіда до масового культурного контенту, асоційованого з іншою державою.

Розділ 1.2. Політична поведінка студентів та усвідомлення культурного впливу

У курсовій роботі на тему ставлення студентів НаУКМА до прослуховування російськомовної музики було виявлено, що респонденти переважно негативно ставляться до російської мови та пов'язують російську культуру з політикою (Рубан, 2023). Вважають, що НаУКМА вплинуло на підвищення активної громадянської позиції та національної свідомості.

Однак, на питання щодо ставлення до російськомовного контенту ЗМІ, музики та продуктів мистецтва, переважна кількість студентів вже мала менш радикальну думку. Можливо в силу меншої політизації російської масової культури, ніж мови, як інструменту впливу. В будь-якому разі, з урахуванням цієї особливості, стало важливим виділити фактичні характеристики ставлення студентів НаУКМА у певній площині більш активної, чи пасивної громадянської позиції.

Позиція студента щодо російської масової культури не можна пов'язувати лише з притриманням тих чи інших політичних поглядів, адже в кожного індивіда могла по різному формуватися життєва позиція (Мельник, 2018). Тому не можна розглядати кожного респондента, як індивіда, що бере участь у політичній діяльності та може обґрунтувати політичні засади своєї громадянської позиції.

Однак, тією чи іншою мірою, всі студенти НаУКМА беруть участь у соціальній взаємодії з іншими студентами чи викладачами університету. З іншого боку, порівняно менш соціалізовані студенти скоріше матимуть менше підстав до прояву громадської позиції, ніж інші. “Громадянська активність – це внутрішнє прагнення до діяльності заради здійснення певної суспільної мети” (Кучма О, ст. 150).

Тому менш соціалізовані індивіди, через меншу залученість до соціального та культурного простору країни, будуть показувати менші рівні прояву громадянської позиції з приводу культурного впливу іншої держави. Культура сприяла формуванню суспільства шляхом закріплення цінностей, символів та узагальнених світоглядних позицій, тому цінності, ідеали, норми, зразки поведінки стають частиною свідомості активного громадянина цього суспільства (Кучма О, ст. 150). Відповідно, індивід, що притримується не революційно нахиленої позиції буде тяжіти до захисту, підтримки або вдосконалення чинних культурних засад. Таким чином, активна громадська позиція, на відміну від інших типів позиції, що розглядаються в цьому дослідженні, може прямо продукувати діяльність направлену на просування інтересів громади. А частина молоді, яка свідомо обирає активну громадську позицію та участь у суспільно політичному житті стимулює розвиток громадського і культурного процесу в державі (Кучма О, ст. 150). Однак, як зазначалося раніше, не всі студенти будуть передбачено мати активну громадянську позицію через відмінності у світогляді або життєвій позиції.

Поняття життєвої позиції охоплює питання індивідуального світогляду, дійсності та до себе, виступаючи ґрунтом для формування інших позицій на кшталт соціальної чи громадянської. Узагальнено, цей тип характерний своїм направленням на забезпечення цілісності особистості навіть в ситуаціях кризи. Виступає орієнтиром для подальшої діяльності.

Також варто зауважити можливу наявність попередньо сформованих точок зору та ціннісних орієнтацій різних студентів. Університет, як інституція, може не лише нав'язувати студенту певні цінності або точки зору шляхом залучення

індивіда у до процесу соціалізації, але й створювати конфлікт між попередньо сформованими якостями особистості. Для цього було розглянуто дослідження (Субашкевич І. Р.) щодо ціннісного конфлікту особистості серед студентів. Відповідно, незалежно від цінностей студентів, їх можна розділяти на характерні підгрупи за можливістю реалізації цінностей у під сферах життя на кшталт навчання в університеті. Студентам із переважаючим ціннісним конфліктом притаманне відповідати соціальним нормам та притримуватися притримуватися засад щодо моральності, а студентам з переважною відсутністю ціннісного конфлікту – незалежності та власного розвитку. Це може казати про те, що позиція може бути продуктивна не лише нав'язанням цінностей соціальним середовищем або критичним переосмисленням цих цінностей, але й рівнем внутрішнього ціннісного конфлікту.

З іншого боку, виділення ідеологічних та світоглядних засад життєвої позиції студента може бути не потрібним через те, що причини притримання певної громадянської позиції будуть мати соціальне значення, за визначенням. Відповідно, будування зв'язку між рівнем конформності та позицією, очікувано засноване на навмисно не чесних відповідях. Натомість для розгляду відповідності поведінки студента до позиційних засад університету буде достатньо розглянути рівень залученості в громадське життя. “Життєва позиція людини характеризується мірою її активності (активна чи пасивна), спрямованістю на досягнення певних цілей (індивідуальних, групових чи суспільних), утвердження цінностей (духовних чи матеріальних), оціночним забарвленням (оптимістична чи песимістична), відповідністю певним суспільним ідеалам (прогресивна чи реакційна), рівнем сформованості та усвідомленості тощо” (Мельник, 2018, ст. 34).

В рамках загаданого теоретичного підходу, навіть життєву позицію не можна виділяти від соціального та культурного досвіду індивіда, який формує вищеперелічені особливості індивідуального усвідомлення себе, дійсності та середовища навколо. В результаті переосмислення та проживання цього досвіду, індивід набуває ознак особистості. Відповідно, при подальшому укоріненні позицій особистості, починає формування структурний пласт психіки, який

характеризує особистість уже не як об'єкт, а як суб'єкт соціальних відносин (Мельник, 2018, ст. 34).

З погляду на вище перелічені підходи до визначення місця активної поведінки індивіда в соціальній взаємодії, можна виділити, що особистість не обов'язково має дотримуватися насаджених суспільством ролей, статусів та норм, однак для успішної взаємодії вимушена взаємодіяти зі світом у конкретних рамках. Відповідно, будучи як і конформним відтворенням суспільства та культури, так і відносно незалежним актором.

Однак, враховуючи соціальну природу життєвого шляху сучасного індивіда у місті та життя студента, навіть незалежна поведінка приречена на залежність від зразків соціального середовища та культури. Тому можна виділити наступне твердження зі статті про типи позиції особистості: “Маючи позицію при певному статусі, особистість повинна дотримуватися певних обов'язків та виконувати певні права, притаманні групі або суспільству, до яких належить ця особистість” (Мельник, 2018, ст. 34).

Відповідно, рівень прояву громадянської позиції студента буде, так чи інакше, залежить від його рівня соціалізації та усвідомлення засад культури в українському середовищі. Таким чином, розглядаючи НаУКМА як інституцію, що надає певний статус та нав'язує певні внутрішні організаційні обов'язки та права, для студента створюється рівень відповідності, або невідповідності засадам соціального середовища.

Своєю чергою, валідність пов'язання власної активної громадської позиції з нав'язуваними засадами НаУКМА може бути обґрунтована лише особистісним усвідомленням цих засад. В протилежному випадку, відстеження впливу НаУКМА на позицію студентів можливе лише шляхом статистичного порівняння рівнів підвищення студентської громадської активності із заходами до заохочення громадської активності серед студентів, в довгостроковій перспективі. У переважної більшості кількості студентів НаУКМА, що помітили вплив університету на зміни у власному світогляді, також підтверджували великий рівень інтеграції у студентську спільноту ((Рубан, 2023, ст. 29).

Університет НаУКМА має як формальні, так і неформальні способи закріплення норм поведінки, вказані як в статуті та корпоративній угоді, так і у способах викладання та взаємодії студентів з представниками трудового колективу університету. Неформальний характер цієї взаємодії відображає моральні норми поведінки в середовищі (Мельник, 2018, ст. 35). Це також припускає, що політично орієнтована діяльність студента спричинена заохоченням університету до відтворення громадянської позиції є скоріше закликком направленим на вдосконалення морально-етичних ціннісних орієнтацій, на відміну від контролю примусом. А отже, через відсутність примусових заходів, вплив НаУКМА на розвиток громадської активності студента переважно продукований саме не прямим, ідейним погодженням особистості з соціальною середою.

Тому саме у спосіб не примусового впливу університет слугує підґрунтям для розвитку соціальної позиції; “сприяє усвідомленню особистістю своєї належності до певної спільноти, інтереси та цінності якої людина розцінює як власні, прагне реалізувати їх у діяльності та свідомо їх відстоює” (Мельник, 2018, ст. 34). Отже, в процесі життя індивід формує життєву позицію з розрахунку на соціальний, культурний та частково психічний досвід, а соціальне середовище, своєю чергою, “формує соціальну позицію, що є стрижневим компонентом структури особистості, який виступає мірилом її ставлення до соціального середовища і зумовлює індивідуальну своєрідність, виконання нею соціально спрямованих дій та поведінки” (Мельник, 2018, ст. 34).

Соціальний простір дає можливість існувати іншим інституціям та комплексним структурам норм та ролей, що проявляються в таких феноменах як громадянське суспільство та громадянська позиція. Як і позиція, поняття суспільства пов’язане з національною ідентичністю та є невід’ємним від політичної діяльності через природну особливість державного устрою, як ієрархічної організацій що складаються з індивідів із різними інтересами. Далі поняття громадянського суспільства розглядатиметься прилегло до позиції, адже його відділення також неможливо в силу спільної направленості поведінки діячів.

Особливості громадянської позиції відмінні від інших типів є “стійке прагнення впливати на соціальні процеси та реальна участь у суспільних справах, яка продиктована прагненням змінити, перетворити або, навпаки, зберегти, зміцнити існуючий соціальний лад та його форми” (Мельник, 2018, ст. 36).

Приблизно 72% опитаних студентів 1-3 курсів ФСНСТ НаУКМА, в рамках дослідження-курсової про ставлення до російськомовної музики, переважно підтвердили наявність впливу університету на підвищення активності громадянської позиції (Рубан, 2023, ст. 28). Зі статті на тему “особистість у просторі виховних інновацій” можна виділити, що громадянська освіта тісно пов’язана з формуванням соціально-політичної особистості у суспільній сфері (Куниця, ст. 190). Це можна доповнити тим, що зі впливом НаУКМА на формування національної свідомості погоджувалася вже менша кількість студентів. Тому розвиток громадської позиції з боку університету розглядається, як більш успішний. “Це поняття об’єднує в собі громадянську, політичну соціалізацію майбутнього громадянина та його здатність долучати до цього процесу моральні цінності” (Куниця, ст. 191).

Тези зі статті також можна пов’язати з не примусовим способом впливу НаУКМА на розвиток громадської позиції у вигляді розвитку морально-етичних цінностей. Автор статті зазначав що громадянська позиція передбачає наявність відповідальності та відчуття обов'язку, формуванню яких сприяє емоційно насичене, трудове життя в контексті колективу (Куниця, ст. 191).

Таким чином, більш залучені до трудового та емоційного життя студенти, в умовах університету, мають передбачено більший рівень погодження з ціннісними засадами та активною громадянською позицією, ніж індивіди відірвані від цього. Також позиція менш соціалізованих осіб може бути сформована за рахунок споглядання за поведінкою інших. Тому, якщо студент приходить з одного університету до іншого, з достатньо схожим соціальним середовищем, йому не доведеться порівняно довго соціалізуватися.

Загалом відповідність до засад має обґрунтовувати причетністю до соціальної групи та залученістю в її діяльність. Однак, також важливо визначити,

що громадянська позиція не обов'язково має бути позитивно налаштована щодо умов групи. Це може обґрунтовувати існуючою протестною поведінкою студентів при бажанні покращити умови групи. Споживання та відтворення масової культури також є важливим результатом діяльності громадянського суспільства. Автор статті "Building Bridges: Social Movements and Civil Society in Times of Crisis" переповідає наступне: "Civil society is an aggregate of institutions whose members are engaged primarily in a complex of non-state activities—economic and cultural production, household life and voluntary associations" (Della Porta, ст. 3).

Відділення громадянського суспільства від держави характеризує самостійний контроль членів суспільства за продуктами споживання та активною політичною поведінкою без розрахунку на допомогу з боку влади. Таким чином, студенти, що є частиною певних соціальних організацій чи вважають себе повноцінними представниками громадянського суспільства, мають значно більш різносторонньо розвинуту громадську позицію, ніж люди які менш залучені. Кінцевою метою сумісної роботи в рамках громадянського суспільства є досягнення універсальної згуртованості членів, що допомагає у відстоюванні інтересів суспільства та захисту від впливу владних інституцій на кшталт держави. "In this way, civil society is seen as the texture of cooperative and associational ties, fostering mutual trust and shared values, ultimately strengthening social cohesion" (Della Porta, ст. 3).

"Точка зору - принципове ставлення до чого-небудь, що визначає характер поведінки, дії, як складна інтерактивна якість, що проявляється як система відносин людини до себе, своєї діяльності, до вибору власного життєвого і професійного шляху, до праці" (Куниця, ст. 192). Тобто єдиний рівень вимірювання який може надавати оцінку громадянської позиції це рівень відповідності до ґрунтовних цінностей громадянського суспільства.

Тому позиції малосоціалізованих індивідів, або індивідів із занадто радикальним ставленням можна вважати мало характерними до громадянської. "Таким чином, позицію обов'язково характеризують глибокі переконання, принципове ставлення, почуття, що зумовлюють дії, вчинки особистості" (Куниця, ст. 192). Отже, громадянська позиція може бути менш проявленою в

менш соціалізованих осіб, або тих, хто цілеспрямовано діє проти чинного ладу, вважаючи його не актуальним. І хоч поняття громадянської позиції припускає і заохочує дисциплінованість, відповідальність та відстоювання власних переконань, при занадто помітній невідповідності позиції до соціальних норм, ставлення студента може вважатися протилежним громадській позиції.

Також не можна повністю виключати можливість активної залученості малосоціалізованих індивідів у активній політичній діяльності, тому було розглянуто декілька статей та досліджень, що стосуються студентської політичної залученості.

Студентський політичний активізм може проявлятися щодо будь-яких сфер життя, однак, можна логічно припустити, що найбільш актуальні питання суспільства в рамках держави будуть найбільше виражені в протестній або допоміжній діяльності учнів закладу. “The student movements that have been significant to larger society have been stimulated by societal political events” (Altbach, б. д. ст. 10). Війна, як значна для кожного громадянина подія, зачепила повсякденне життя кожного українця, як мінімум, через юридичне введення військового положення та зміни настроїв у соціальному середовищі. Однак, потрібно також усвідомлювати, що вплив на позицію може бути відповідно до внутрішніх мотивів чи індивідуальних факторів кожного студента.

Зміни у ставленні та підході до російських культурних продуктів через початок повномасштабної війни можна помітити як і в попередньо згаданому дослідженні групи Рейтинг “Сімнадцяте загальнонаціональне опитування: Ідентичність. Патріотизм. Цінності” та минулорічному дослідженні ставлення студентів у курсовій роботі. Тому студентський активізм не лише розповсюджує нові ідеї, але й закріплює важливі для суспільства проблеми сучасності, та приносить їх на рівень достатньо вагомих для впровадження змін. Враховуючи це, студентський активізм також варто розглядати як значущу поведінку, що частково репрезентує тенденції суспільства загалом.

Також університет не можна розглядати як єдиний, найголовніший впливовий фактор на формування у студента громадянської позиції та нахилів до політичного активізму. Хіба що, як другорядний чинник, що слугує підґрунтям

для світоглядного формування в інвестованих осіб. “So too do economic realities, Students worry about jobs and about their role in society after graduation” (Altbach, б. д. ст. 10). Автор також зазначає, що значні студентські рухи були продуктовані переважно не питаннями кампусу, а глобальними соціально-політичними питаннями.

Це підштовхує розглядати студентську політичну активність, як більш сконцентровану на самореалізації, а не трудовий обов’язок громадянина. Однак, студентський політичний рух також може призводити до пізнішого розповсюдження ідей у суспільстві загалом. “In the United States, trends evident on campus later spread to the middle classes and, to some extent, to the society at large” (Altbach, б. д. ст. 11). Відповідно, студентство слугує групою, що приймає знання від суспільства та перевинаходить рішення найбільш нагальних питань, переносючи зміни у своє доросле життя та суспільство майбутнього. Тому дослідження актуальних питань для студентства та причин політично орієнтованої поведінки може дати можливість зрозуміти тенденцію усього суспільства.

Культура студентства, привабливі культурні продукти та точки зору студентства, як мінімум в освітніх закладах США, часто розповсюджується на весь прошарок молоді; а коли студенти дорослішають, вони часто переносять знання та цінності у загальне суспільство (Altbach, б. д. ст. 12). Перенесення культурних продуктів хоч і може бути особливістю справної культурної індустрії США та тотальної політизації багатьох сфер життя, однак враховуючи розповсюдженість вищої освіти в Україні, можна припустити, що роль студентства, як провісника особливостей знання майбутнього населення не менша.

З торішнього дослідження ставлення студентів до російськомовної музики у курсовій роботі можна згадати особливість характерну для спеціальності “Політологія” більш радикально негативну позицію у питаннях ставлення щодо російськомовного контенту. Тому також варто усвідомлювати залежність ставлення, обмеженого політичними рамками, від дисциплін розвитку індивідів. Автор статті “Students and Politics in Comparative Perspective“ зазначає наступне:

“American research findings suggest that there is congruence between the characteristic political orientation of different disciplines and the political beliefs of entering students who plan to major in them” (Altbach, 1968, ст. 5).

Для цілісного розуміння методологічних засад також варто враховувати відмінності у можливо значущому життєвому досвіді індивідів. Наприклад, соціального статусу, класі та ролі, і те, яке значення вони мають в суспільстві. У контексті студентського активізму меншини частіше схильні до активної діяльності ніж представники більшості (Altbach, 1968, ст. 5).

Автор також зазначає властивості університету звільняти індивідів від попередньо нав'язаної соціальної нерівності поза університетом. Тому при дослідженні студентського ставлення варто також робити акцент на тому, що студенти у менш привілейованому положенні у суспільстві поза університетом, отримують більш рівні у прояві своєї громадянської позиції та політичної активності.

Вплив НаУКМА на практику участі в громадських активностях чи розповсюдженні думки може оцінюватися, як більш вагомий у відповідних, більш соціально-економічно вразливих студентів. “Regardless of class in school, students living away from home, either in dormitories or in private accommodations, are more likely to participate in activist politics than those commuting from home” (Altbach, 1968, ст. 7). Студентство не можна розглядати, як цілісний суб'єкт однозначної політичної діяльності навіть не дивлячись на ідейне кураторство університету. Студентство набирає ролі групи особистостей, що постійно переосмислює знання, та висвітлює той чи інший рівень погодження, чи не погодження у по-різному радикальній політично орієнтованій діяльності.

Зі статті можна зробити висновок, що університети одночасно сприяють переосмисленню знань студентами та розвитку нонконформізму з продукуванням нових ідей, смислів і цінностей, та одночасно допомагають соціалізації, вводять індивіда в суспільство та культуру шляхом навчання ролей та вихованням. “Student organizations may, for analytical purposes, be divided into two categories: transgressive groups, which are directed mainly against the authority structures of their societies, and traditional groups, which socialize their members into

their role as conventional citizens of the society” (Altbach, 1968, ст. 9). Однак, так чи інакше, навіть ідеї студентства налаштовані на руйнування певних засад сучасного суспільства, будуть результатом соціалізації та переосмислення інформації наданої самим середовищем.

Відповідно той чи інший вид ставлення може бути продукований націленою увагою індивіда на певному соціальному середовищі, навіть якщо це не університет, а, наприклад, група за інтересами. Відповідно, університет приймає значення скоріше альтернативного соціального середовища.

Попри вплив університету на деякі аспекти поведінки студента, є інші фактори, що зумовлюють потяг індивіда до залучення в активне політичне життя. Це може бути внаслідок як і власного переосмислення життєвого досвіду, так і психологічної реакції на травмуючі події. В рамках цього дослідження, через можливість масових медіа розповсюджувати в тому числі політично забарвлену інформацію та транслювати політичні заклики, стає важливим розглянути їх вплив на індивідуальну політичну залученість. “The assumption is that contact with political information and societal institutions through the mass media produces an inclination to participate actively in political life” (Smith-Lovin, 1979, ст. 28).

Також треба враховувати протилежний ефект, що може характеризувати про активну поведінку індивіда щодо політичного забарвлення. Аудиторія вже зацікавлена в політиці може стати активним компонентом у процесі масової комунікації, переглядаючи контент масових медіа, як раз таки для цілеспрямованого пошуку повідомлень (Smith-Lovin, 1979, ст. 28).

Це характерно для підходу в розумінні масових медіа та розповсюдження масової культури, як того, що індивід одночасно споживає та відтворює, та те на що реагує та діє. Автор також зазначає, що увага до певного контенту масових медіа може допомогти в утриманні позиції чи престижу в певних соціальних групах (Smith-Lovin, 1979, ст. 28).

Відповідно, позиція студента також може бути замовлена схожими мотивами, у тому числі для підтримки свого статусу в університетському середовищі. Серед обох вище перелічених способів взаємного впливу масових

медіа та індивіда, постійна наявність контенту мас медіа сприяє розвитку політичного інтересу серед студентів університету (Smith-Lovin, 1979, ст. 29).

Своєю чергою, протилежний ефект пошуку політичних повідомлень в медіа вже є другорядним. Тому з поступовим розвитком політичного інтересу та доступі до масових медіа, підвищувався рівень залученості до пошуку політично забарвленої інформації. У дослідженні автор розглядає відмінності між причинами та рівнями політичної залученості індивідів за статтю. "In fact, when asked the "relative importance of selected activities for men and women," Naavio-Mannila's respondents suggested that the largest difference between the sexes was the importance of "being interested in politics" and of "speaking up at meetings" (Smith-Lovin, 1979, ст. 30).

Однак, як виявиться з більш сучасних досліджень, зацікавленість політикою є значно меншим предиктором залученості до політичної діяльності, ніж громадська "офлайн" активність (Rice та ін. б. д.). Також, попри наявність відносно великого проміжку між роками проведення досліджень, у роботі 1979 року студенти окремо не розглядалися. В будь-якому разі, дослідження окреслює засади політичної поведінки індивіда та доводить те, що споживання медіа нав'язує цінності, що призводить до більшої залученості в політичне життя країни. При цьому підході, потрапляння у масове медіа наративів, що транслює влада або культура Російської Федерації призводить до розчинення попередньо закріплених громадянських цінностей та позицій членів українського середовища.

Праця 1979 року досліджує різницю у політичній активності чоловіків та жінок через призму біологічного детермінізму, однак для дослідження тенденції серед студентів стаття можна адаптувати до гендеру та брати до уваги лише рольові моделі. В дослідженні це питання розглядається на прикладі різного доступу чоловіків та жінок до мас медіа та інформації, що сприяла б полегшенню політичної залученості індивіда. Політична залученість індивідів може відрізнитися через специфіку рольової поведінки певного гендеру. Однак, при цьому варто зауважити, що політично спрямована діяльність може і не мати значущого взаємозв'язку з гендером, і скоріше, залежна від

рівня чинної, активної громадської позиції. “While the politically active women will seek out information from the media because it will help them make political choices and because it has social utility, the nonparticipant women will need only family and neighborhood information for their typical interactions” (Smith-Lovin, 1979, ст. 40).

Попередньо зазначені припущення варто враховувати, через можливі прояви гендерної нерівності в українському суспільстві, і того, що деякі студенти можуть бути відносно старшого віку від середньої вікової категорії курсу або мати відмінний спосіб життя. У дослідженні, що фокусувалося на вивченні політичної діяльності студентів на прикладі додавання політичних діячів у список онлайн друзів, зазначалося наступне: “While differences exist in patterns of Internet use by gender for other generations, among this age group, men and women are equally likely to be a part of an online social network” (Rice та ін. б. д.).

Тому, як мінімум в онлайн залученості, вагомих гендерних відмінностей може і не бути. Онлайн та офлайн залученість до політичної діяльності або прояву громадянської позиції може мати взаємозв’язок зі ставленням до російської масової культури, незалежно від причин певного рівня позитивного та негативного ставлення. “This suggests that those who spend time online, even if they are not otherwise prone to participate politically, may be mobilized to do so but the mobilization effects only hold true for activities that can be done online” (Rice та ін. б. д.). Відповідно, окрема онлайн залученість може вказувати на меншу готовність студента брати участь в політичній діяльності на відміну від офлайн активістів.

Своєю чергою, рівень відстоювання громадянської позиції може сильно відрізнятись у порівнянні з офлайн та онлайн активністю. З іншого боку, автор також вказує, що активісти, які беруть участь у “офлайн” діяльності, скоріше будуть брати участь в онлайн діяльності також. Однак активна діяльність та волонтерство є не настільки важливими поняттями, як власна оцінка рівня активної діяльності в контексті дослідження ставлення.

Політичну активність онлайн можна схарактеризувати, як менш значущу для відтворення відповідних засад активної громадянської позиції, оскільки на відміну від офлайн залучення, вона не може відтворювати протилежний спосіб

залучення. Тому студенти переважно залучених лише в онлайн активність будуть скоріше вказувати менші рівні прояву засад НаУКМА в силу можливої низької соціалізації. Інтернет лише прискорює діяльність індивідів уже налаштованих на активну поведінку та спрощує належність до організацій і комунікації з індивідами зі схожими інтересами (Rice та ін. б. д.).

Хоч щодо студентів спеціальності “Політологія” в дослідженні згадується лише поверхово у контексті додавання політичних діячів у друзі, цю особливість можна також пов’язати з торішнім нахилом студентів відповідного факультету НаУКМА до більш радикальних позицій щодо російськомовного контенту. “Political science majors were more likely to be engaged in friending political campaigns as well as in off-line forms of civic engagement” (Rice та ін. б. д.). Тому саме цю спеціальність можна виділити, як імовірно найбільш проактивну у політичній діяльності.

У праці Теодора Адорно та Макса Хоркгаймера “Dialects of the Enlightenment” робився акцент на зв’язку масової культури та культурними засадами в суспільстві. Студент може усвідомлювати, або не усвідомлювати цей зв’язок, однак теоретичний підхід від цього не зміниться. “Under this circumstance, mass media are bound to be heavily dependent on the capital, for their operations are ensured by the sponsorship from the enterprises and advertising revenues. (Liu, 2016, ст. 26).

Розглядати ставлення студентів, очікуючи від кожного індивіда усвідомлення політичного впливу російської масової культури у медіа на розвиток в українському середовищі. Автор зауважував, що хоч масові медіа є не насильницькою гегемонією культури, однак працюють більш ефективно у підтримці стабільності капіталістичної культури та суспільства. “Although non-violent, the mass media hegemony works more effectively than the violent ones in maintaining the stability of capitalist culture and society” (Liu, 2016, ст. 26). Хоч поняття гегемонії та стосується переважно підтримки існування саме капіталістичної культури, характерна відкритості сучасної, глобалізованої капіталістичної культури до продуктів інших країн, може підштовхнути студента до опорної діяльності. Тому деякі студенти можуть усвідомлювати та бути

стурбованими впливом російської культури через те, що маси не мають сили відділити повідомлення віртуально сконструйованої медіареальності від справжньої суспільної позиції без зовнішнього втручання. (Liu , 2016, ст. 26).

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ ЗАЛУЧЕНІСТЮ ТА СТАВЛЕННЯМ

2.1 Методологія визначення ставлення за обраними змінними впливу

Епістемологічною рамкою дослідження є підхід символічного інтеракціонізму, бо він дозволяє розглядати теоретичний підхід до визначення індустрії культури авторами франкфуртської школи, без ґрунтуванні на критиці капіталізму. Натомість він надає можливість розглядати прояви ставлення студентів у відповідях на запитання, як залежні від нав'язаної дослідженням теоретичної рамки та контекстом проведення опитування під в університеті під час повномасштабної війни. Епістемологічні особливості підходів структурного функціоналізму та франкфуртської школи не можна відкидати як через те, що деякі теорії дослідження побудовані на їх основі, так і через те, що вони дозволяють ширше інтерпретувати дані.

В будь-якому разі, найголовнішим є можливість респондента усвідомлювати наявність соціально-політичного значення та заангажованості дослідника у процесі проведення опитування. Відповідно, використання інтерпретативного підходу дозволяє схарактеризувати причини відповідей та можливих вкладених значень у певні відповіді. Хоч якісний підхід дозволив би більш глибоко розкрити питання ставлення респондентів та залежності їх вкладених значень у відповіді, була обрана кількісна методологія через її характерне узагальнення респондентів до маси менше залучених індивідів.

Гіпотези:

- 1) Взаємозв'язок між залученістю до університетської спільноти та політично-громадянською залученістю є статистично значущим.
- 2) Ставлення до російської масової культури має статистично значущу залежність від активної політично-громадської діяльності.
- 3) Рівень залученості до політичної діяльності різниця за гендером.
- 4) Ставлення до російської масової культури залежить від залученості в університетську спільноту та політично-громадську залученість.

Для відповіді, на поставлені в дослідженні запитання, було обрано метод випадкового опитування студентів 1-4 курсів наступних спеціальностей: "Зв'язки

з громадськістю (Журналістика)”, “Соціологія”, “Соціальна робота”, “Психологія”, “Політологія” та “Міжнародні відносини”. Були взяті також деякі спеціальності ФОЗ аби відобразити дисципліни ФСНСТ 2023 року. Для цього було використано Google forms, а розповсюджено старостами та “Бадді” курсів у відповідних чат групах месенджеру Telegram. Кожний вечір, з початку розіслання, студентам нагадувалося про заповнення. Повідомлення надсилалися за підготовленим текстом (Додаток А).

При досягненні курсом рівня заповнення анкет у 30% від кількості усіх студентів відповідного року навчання, старости та “Бадді” сповіщалися про потребу в особистому нагадуванні студентам певного гендеру, якщо відповідний рівень відповідей був нижчий за 30% від кількості усіх студентів відповідного року навчання відповідного гендеру.

Однак, особисте розповсюдження анкет представниками курсів серед своїх однокурсників не можна вважати суто випадковим. Тому старости та “Бадді” переважно не заповнювали анкет, і розповсюджували повідомлення лише в загальнодоступному чаті курсу. Можна припустити, що ця частина методології негативно вплинула на репрезентативність. Також, анкети розсилалися студентам відповідних курсів на корпоративну пошту. Для цього також використовувався підготовлений текст (Додаток б). Таким чином, з кожного курсу приблизно 1-3 людини займалися розповсюдженням. Опитування проводилося з 19.05.2024 до 24.05.2024. За цей час анкету заповнило 393 студенти. З вибірки було прибрано 3 анкети через належність до спеціальностей “Маркетинг” або “Економіка”.

Для дослідження залежності ставлення від змінних, як залученість та до університетської спільноти та політично-громадянської діяльності було створено анкету з 3-х підгруп запитань попри демографічний блок. (Додаток В). Розділ політично-громадянської залученості був створений з питань, які можливо об’єднати в одну шкалу. Однак, питання щодо власного бачення участі може не достатньо демонструвати зв’язок між справжнім значенням та залученістю. Тому 3-є питання відійшло від теоретичної рамки, та сфокусувалося на фактичній практиці респондентів. Де «лише онлайн» залучення є менш значущим ніж «офлан», відповідно. Однак, подібна вибірка не може репрезентувати справжню

думку студентів, що за якихось причин не мають доступу до офлай чи онлайн активності. Питання щодо економічного стану сім'ї респондента було взято з роботи «Інформація війна та масова культура» (Бубняк & Коваліско, 2022, с. 275).

Розділ належності до спільноти університету було складено з 4-ох питань. Питання щодо участі в студентських організаціях та частоти участі у соціальних заходах, мало відобразити рівень залученості в спільноту, а питання про соціалізацію – частку впливу університету. Питання щодо асоціації політичної діяльності мало поєднувати розділи 1 та 2.

Останні 2 питання розділ впливу масових медіа мали узагальнити думку респондентів щодо російської масової культури, а питання щодо частоти споживання масових продуктів – допомогти дослідити рівень залежності усвідомлення впливу та негативним ставленням (Рис. 2.9).

Для вимірювання репрезентативності, з боку студентського відділу кадрів був наданий список з кількістю студентів на кожному році навчання кожного курсу, актуальний на 01.05.2024. Також, для вимірювання репрезентативності вибірки за меншими демографічними показниками, був отриманий список з гендерним розподілом (Таблиця 2.1).

Однак, перший перелік виявився меншим на 10 студентів, тому було прийнято рішення притримуватися другого. На таблицях зображено кількість опитаних чоловіків та жінок, в той час як лише 6 респондентів з усієї вибірки вказали “інше” (Таблиця 2.2).

Більшість відповідей за конкретним гендером, конкретного курсу та року навчання виходять за рамки допустимого 10% довірчого інтервалу при 95% довірчій ймовірності, й навіть досягають 30% похибки. Прикладом може бути відсутня відповідь єдиного чоловіка за 4-им роком навчання “Соціальної роботи”.

Таблиця 2.1.

Співвідношення чоловіків до жінок за роками навчання у генеральній сукупності

Чоловіків/	1-ий рік	2-ий рік	3-ій рік	4-ий рік навчання
------------	----------	----------	----------	-------------------

Жінок	навчання	навчання	навчання	
Зв'язки з гром.	11/53	4/49	7/32	7/34
Соціологія	5/46	6/30	7/32	4/36
Соціальна роб.	4/27	1/32	1/17	1/14
Психологія	5/49	3/28	1/14	3/18
Політологія	18/27	13/18	10/17	14/26
Міжнародні відносин	17/49	11/35	8/31	5/35

Таблиця 2.2.

Співвідношення опитаних чоловіків до жінок за роками навчання

Опитано Чоловіків/ Жінок	1-ий рік навчання	2-ий рік навчання	3-ій рік навчання	4-ий рік навчання
Зв'язки з гром.	5/15	1/15	3/14	2/9
Соціологія	2/26	4/31	3/20	3/16
Соціальна роб.	2/13	1/10	1/6	0/7
Психологія	1/16	2/14	1/6	1/8
Політологія	6/13	5/8	5/3	4/9
Міжнародні відносин	5/17	2/17	7/13	3/9

Або відповідь всього одного хлопця із загальної сукупності в 5, курсу Психологія 1-го року навчання. Однак, вибірка у 393 респондентів з генеральної сукупності в 915, за виключенням 3-х анкет, дозволяє з 95% ймовірністю припустити, що похибка не перевищує 3%.

Більшість відповідей за конкретним гендером, конкретного курсу та року навчання виходять за рамки допустимого 10% довірчого інтервалу при 95% довірчій ймовірності, й навіть досягають 30% похибки. Прикладом може бути відсутня відповідь єдиного чоловіка за 4-им роком навчання “Соціальної роботи”. Або відповідь всього одного хлопця із загальної сукупності в 5, курсу Психологія 1-го року навчання. Однак, вибірка у 393 респондентів з генеральної сукупності в 915, за виключенням 3-х анкет, дозволяє з 95% ймовірністю припустити, що похибка не перевищує 3%.

В будь-якому разі, у результаті опитування, пропорції репрезентації жінок та чоловіків на більшості курсів не відповідали пропорціям генеральної сукупності за курсами. Відповідно, деякі курси мають вищі рівні репрезентації, а інші - нижчі. Так само і за гендером.

Гендерні пропорції вибірки для генеральної сукупності складають недостатню вагу порівняно з іншими показниками, чоловіки - 0.99, а жінки - 1.02. Надавати вагу року навчання є недостатньо обґрунтованим, бо воно лише понизить репрезентативність через те, що студенти старших курсів менше заповнювали анкету ніж студенти молодших курсів. Це може порушити методологію випадкового опитування. А зважування за віком занадто сильно збільшує вплив думки людей, що знаходяться на курсі з переважно відмінною віковою категорією. Натомість було обрано зважувати за спеціальностями. Оскільки в деяких курсів, наприклад, соціологія та політологія, відповідей порівняно більше. Визначену вагу можна побачити на Таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Розрахунок ваги за спеціальностями

Розрахунок ваги	Частка у генеральній сукупності	Частка у вибірці	Вага
Зв'язки з гром.	0,2153005464	0,1666666667	1,291803279
Соціологія	0,181420765	0,2734375	0,663481655
Соціальна роб.	0,106010929	0,1041666667	1,017704918
Психологія	0,1322404372	0,1276041667	1,036333222
Політологія	0,156284153	0,7260273973	0,2152593051
Міжнародні відносин	0,2087431694	0,1901041667	1,098046261

2.2 Репрезентація меншин у вибірці

Вибірка складається з 31,69% студентів 1-го курсу, 28,33% 2-го курсу, 22,13% 3-го курсу та 17,86% 4-го курсу (Рис. 2.1). Розбіжність у пропорції порівняно з генеральною сукупністю є, однак не достатньо велика, аби вважати підгрупи занадто не репрезентативними. Характерною особливістю вибірки цього дослідження є перевага відповідей респондентів молодшого віку (Рис. 2.2). І хоч можливості звірити пропорцію з генеральною сукупністю немає, можна зробити припущення, що подібний розподіл спричинений низьким рівнем заповнення анкет серед старших курсів. Також, відповідь дало приблизно 15,99% осіб та 82,60 відсотків жінок (Рис. 2.3.). Пропорційно, відношення наближене до вигляду генеральної сукупності, тому відрізняється не вагомо.

Серед усієї вибірки, переважно 72,69% вважає Київ місцем свого проживання, а 24,64 – ні (Рис. 2.4). Це можна розглядати разом зі змінною економічного стану та гендеру, аби робити більший акцент на меншинах у генеральній сукупності.

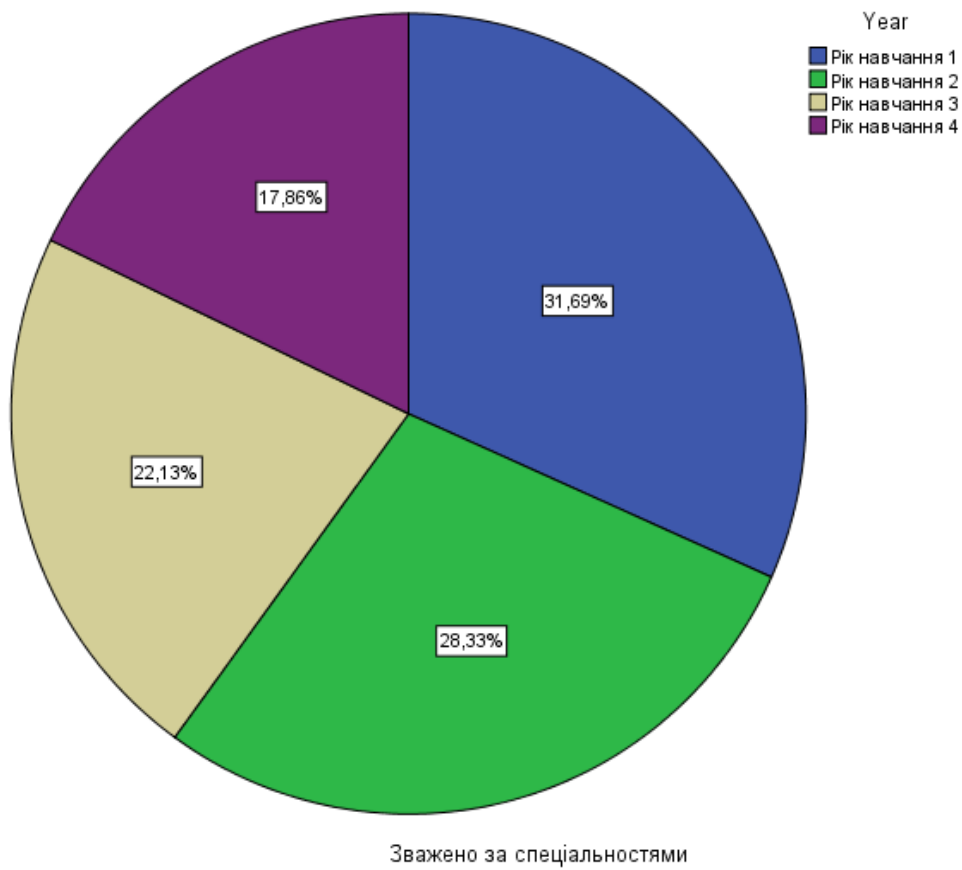


Рис. 2.1. Відсоток відповідей за роком навчання

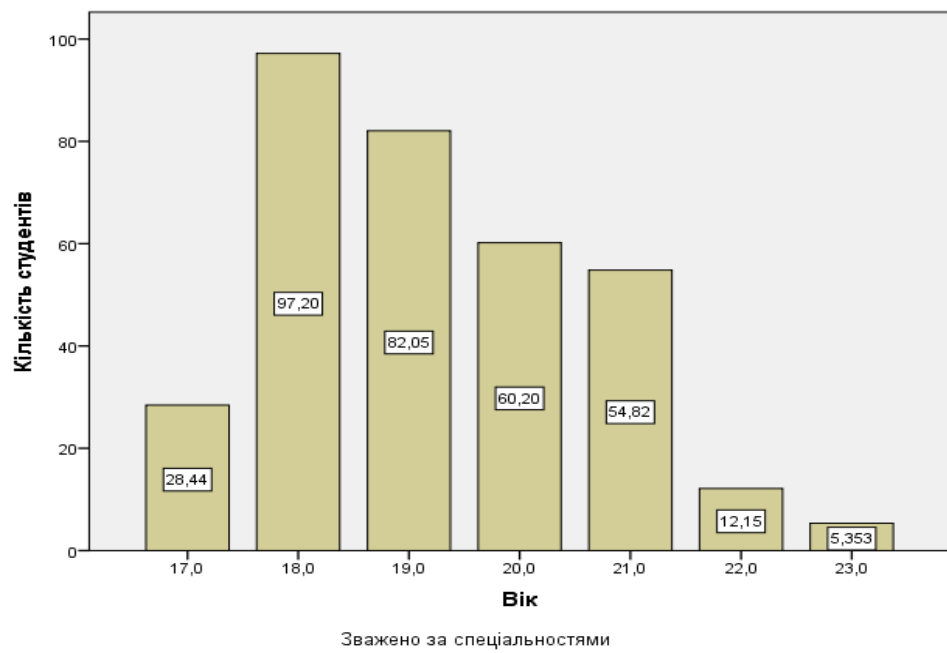


Рис. 2.2. Кількість респондентів розподілена з віком

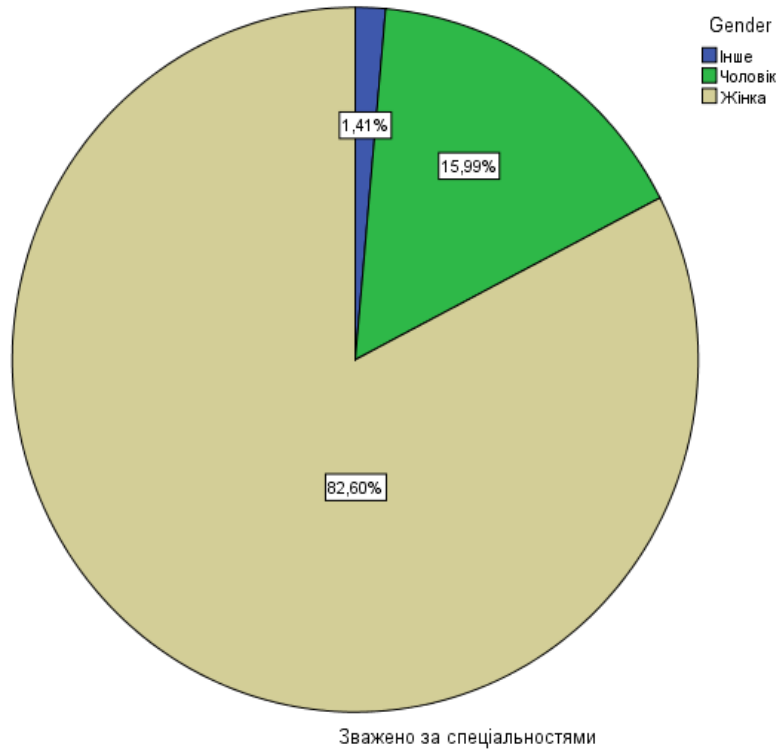


Рис. 2.3. Відсоток відповідей за гендером

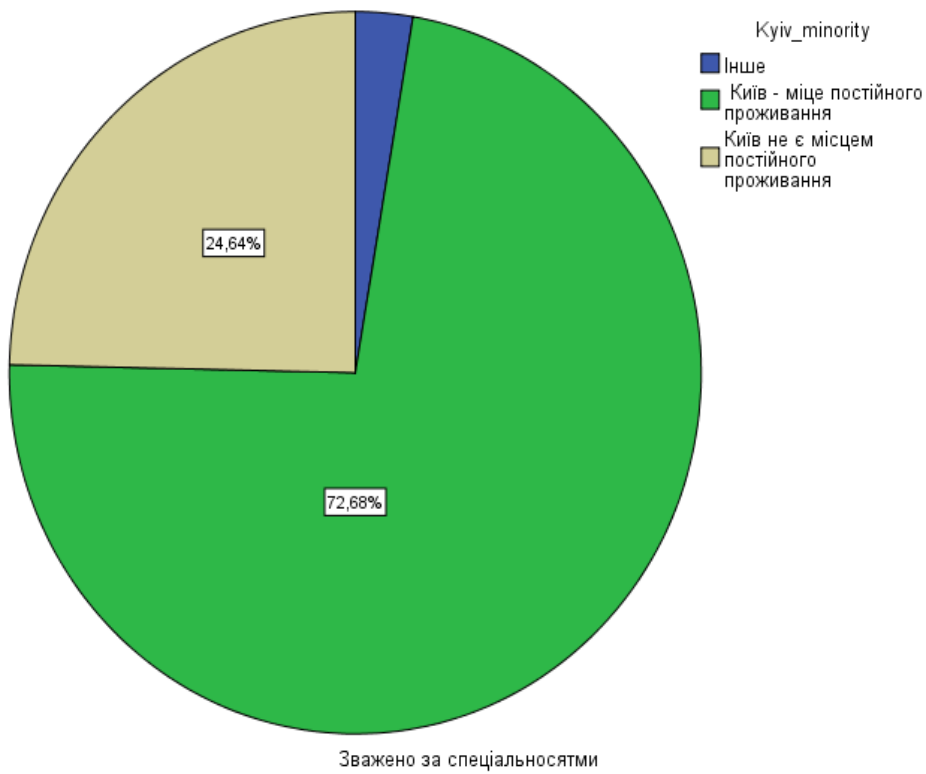


Рис. 2.4. Відсоткове відношення відповідей щодо сприйняття Києву, як постійного місця проживання.

За економічними можливостями, найбільшою часткою серед респондентів є частина, що може дозволити собі купувати деякі дорогі речі, але без можливості витратитися на щось коштовніше (Рис 2.5). Другою, за величиною, йде частина респондентів, що можуть собі дозволити лише відкладати. І третьою з величиною йде частина респондентів, сім'я яких може дозволити собі все що забажають. Інші частини вибірки порівняно малі. Це може описуватися рівнем заробітних плат в містах та високою ціною проживання. Також, більшість студентів які відмітили, що вони не знаходяться у студентській організації, ні співпрацюють з НаУКМА, мають значно вищі рівні негативних відповідей на питання про частоту участі в соціальних заходах. (Рис. 2.6.).

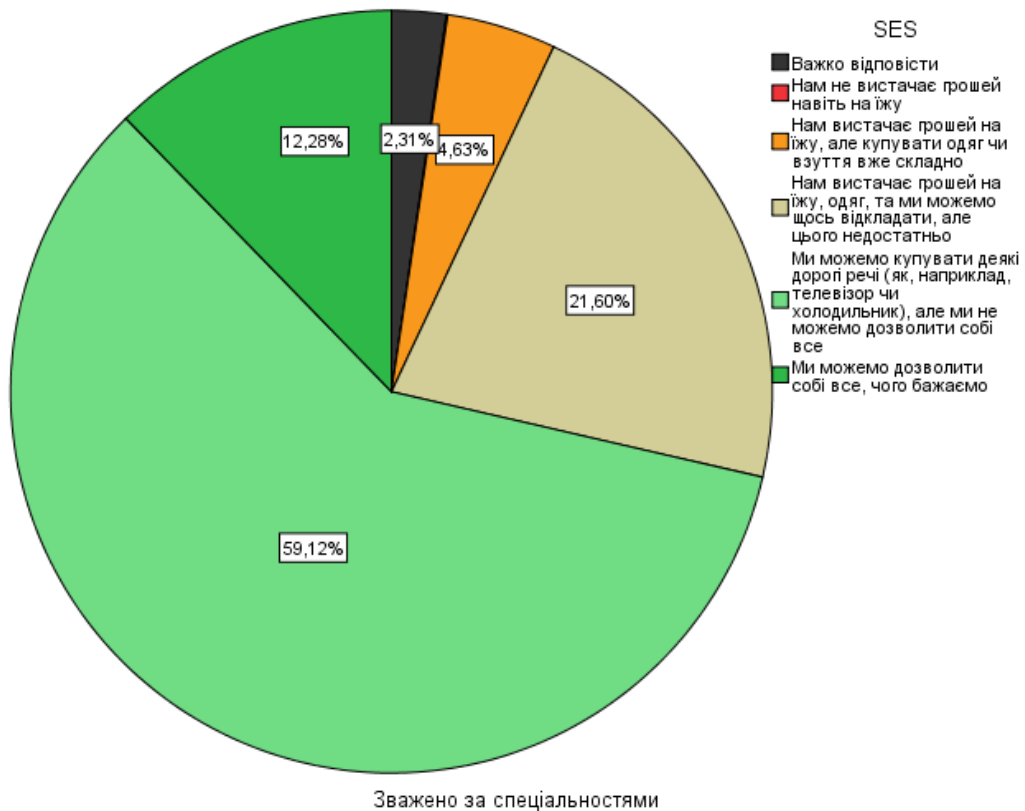


Рис. 2.5. Відсоток відповідей за матеріальним становищем сім'ї

Також варто розглянути, що коефіцієнт Спірмена між змінними “Чи можете погодитися, що частіше всього Ви споживаєте культурні продукти розраховані саме на масового споживача?” та об’єднаним рівнем ставлення до масової культури, складає ϵ 0.150, зі значенням p -value 0,006. Це не дає робити

чіткі припущення щодо кореляції та зв'язку змінних. Хоч результат і має невеликий рівень кореляції, це скоріше може бути пов'язано з тенденціями до відповідей у самій генеральній сукупності, адже переважно приблизно 91,77% студентів погоджується з існуванням власних намагань спрямованих на активно позбутися російських культурних продуктів зі свого оточення (Рис 2.7). А рівень опору розповсюдженню російської масової культури є майже ідентичним (Рис. 2.8.). Кореляція між частотою споживання масової культури та шкалою, об'єднаною з двох останніх питань, що відображає рівень «негативного» ставлення є мало значущою – 0.006, а зв'язок при також слабкій значущості (Таблиця 2.4).

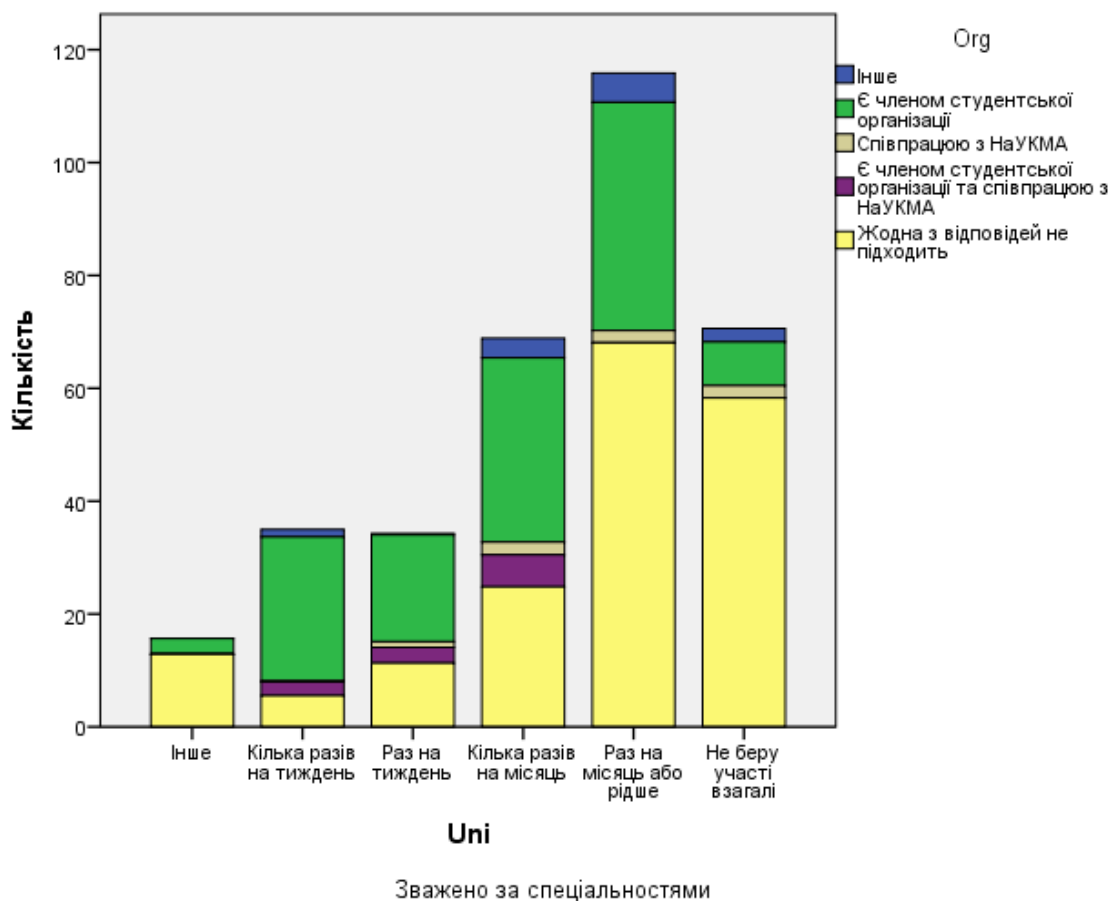


Рис. 2.6. Кількість відповідей студентів відповідно до участі в соціальних заходах та належністю до студентської організації

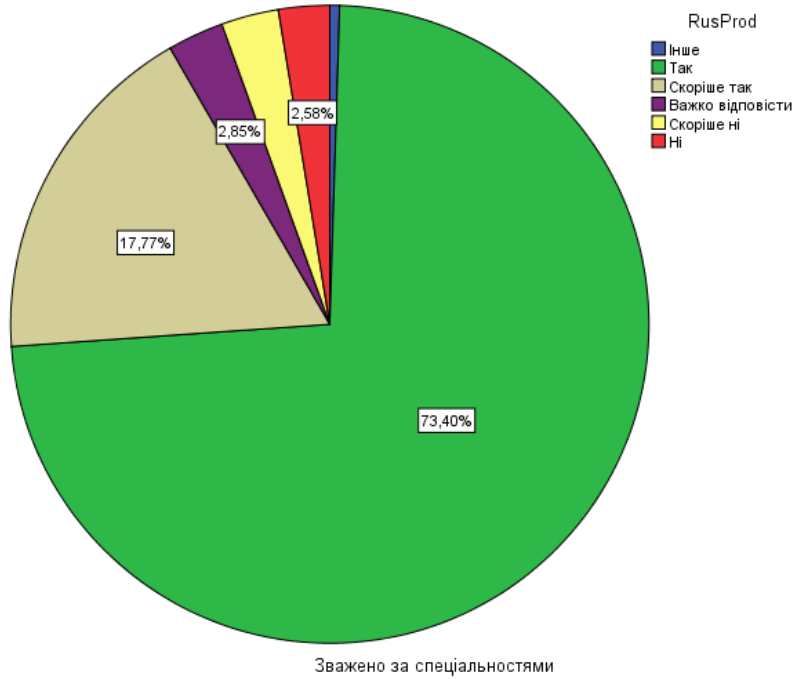


Рис. 2.7. Відсоткове відношення відповідей на запитання «Чи намагаєтеся Ви активно позбутися російських культурних продуктів зі свого оточення?»

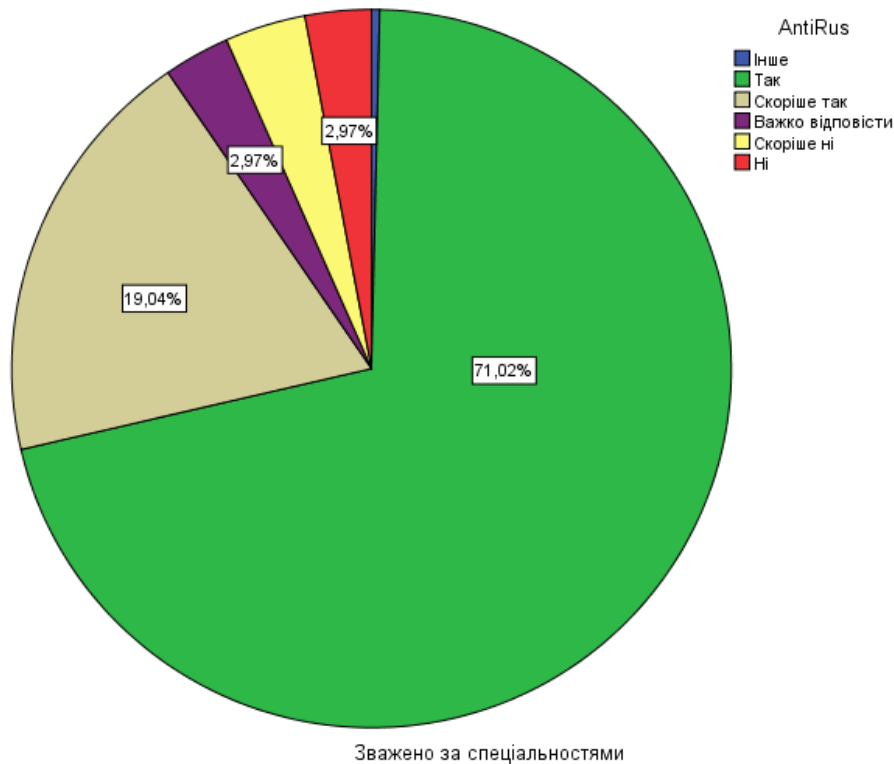


Рис. 2.8. Відсоткове відношення відповідей на запитання «Чи погоджуєтеся Ви, що опір розповсюдженню російської масової культури є характерним для Вашої громадянської позиції?»

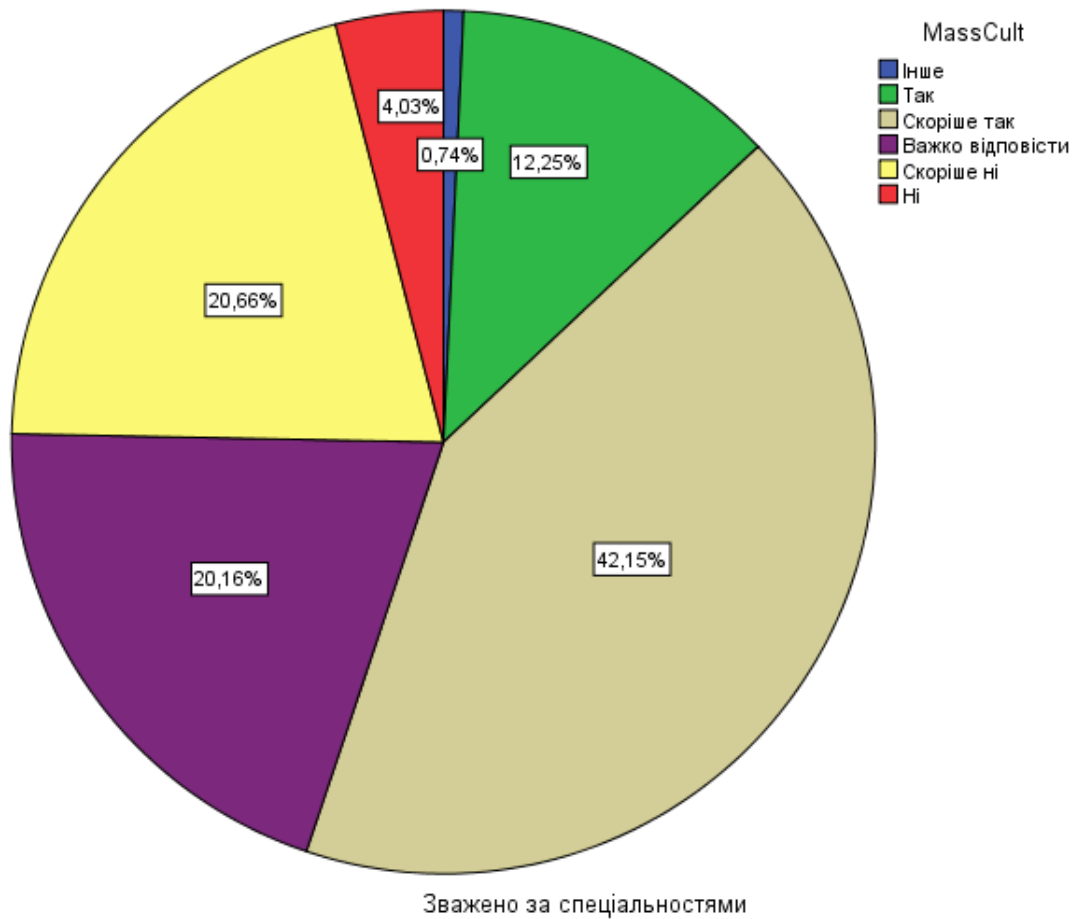


Рис. 2.9. Відсотки відповідей на запитання «Чи можете погодитися, що частіше всього Ви споживаєте культурні продукти розраховані саме на масового споживача?»

Таблиця 2.4.

Парна кореляція між споживанням масової культури та негативним ставленням до російської масової культури

Mass_consump	negative_atitude	
Mass_consump		0.150**
Кореляція Пірсона	1	
Знач. (двухстороння)		0.006
N	340	339

2.3. Зв'язок між політично-громадською залученістю, університетською залученістю та ставленням до російської масової культури.

Для відповіді на першу гіпотезу, деякі питання анкети декілька питань було перекодовано у метричну шкалу. Шкала зібрана з наступних питань анкети: “Як часто Ви берете участь у соціальних заходах пов'язаних з університетом (наприклад, зустрічі з друзями, зібрання у клубах або громадські заходи)?”, “Чи можна вважати університет центром вашої соціалізації за останній рік?” та “Чи є Ви членом студентської організації чи співпрацюєте з НаУКМА?”. Останнє питання було перекодовано, щоб інший порядок відповідей не порушував середнє значення шкали. Відповідна шкала, що відображає залученість в університетську спільноту, була порівняна з першим питанням, першого підрозділу, щодо активної залученості до політично-громадського життя своєї країни. Пізніше, остання стала залежною змінною. Коефіцієнт кореляції складає 0.183, в той час як рівень значущості - 0.001. Однак, при визначенні лінійної регресії, було отримано значення R-квадрат що становило 0.033, а стандартна похибка - 1.0454. За ANOVA F значення складає 11.680, що не характеризує випадок, як статистично значущий. Знайдені коефіцієнти можна побачити у таблиці 2.5.

Відповідно, зв'язок є статистично не значущим, однак з порівняно низьким p-value. Гіпотезу можна вважати підтвердженою, однак з розрахунком на наявність можливого великого впливу з боку зовнішніх, не розглянутих в дослідженні факторів. Для 2-ої гіпотези було створено метричну шкалу ідентичним способом до попереднього, з наступних питань анкети: “Чи намагаєтеся Ви активно позбутися російських культурних продуктів зі свого оточення?” та “Чи погоджуєтеся Ви, що опір розповсюдженню російської масової культури є характерним для Вашої громадянської позиції?”. Порівняно з тим же самим питанням залученості до політично-громадського життя країни. R-квадрат складає 0.064, а стандартна похибка - 1.0275. ANOVA F є 22.937. Коефіцієнти можна побачити в таблиці 2.6.

Таблиця 2.5.

Коефіцієнт регресії за ставленням та залученням у спільноту НаУКМА

Модель	Нестандартизовані коефіцієнти		Стандартизовані коефіцієнти	Т	Значущість
	В	Стандартна похибка	Бета		
Константа	2,023	0,159		12,699	0.000
Community_engagemen	0,174	0,051	0,183	3,418	0.001

Таблиця 2.6.

Коефіцієнт регресії за політично-громадською залученістю та ставленням до російської масової культури

Модель	Нестандартизовані коефіцієнти		Стандартизовані коефіцієнти	Т	Значущість
	В	Стандартна похибка	Бета		
(Константа)	2,045	0,115		17,780	0.000
Attitude_to_Mascult	0,333	0,071	0,252	4,789	0.000

Модель має статистично значущий зв'язок, однак R-квадрат відображає невеликий вплив змінної залучення політично-громадське життя. Для розгляду 3-ої гіпотези було використано Т-тест, аби зосередитися саме на порівнянні саме групи чоловіків та жінок. Перше питання першого розділу, щодо активного залучення до політично-громадського життя та “Чи проявляєте Ви свою

політично-громадську позицію публічно “онлайн” чи “офлайн”?”, були порівняні з гендерними пропорціями вибірки. Відповіді на питання про прояв політично-громадської позиції публічно були перекодовані, щоб точніше відобразити інше питання зі шкали. За наступним пріоритетом: “Онлайн та офлайн”, “Офлайн”, “Онлайн” та “Жодна з відповідей не підходить”. Обчислені результати зображені на таблиці 2.7.

Таблиця 2.7.

Т-тест політично-громадянської залученості за гендером

Критерій рівності дисперсії Ливиня		t-критерій для рівності середніх						
F	Знач.	t	ст.св.	Знач.	Ср. Знач.	Ср. Помил к.	95% довірчий інтервал	
							Ниж.	Верх.
0,277	0,599	-0,125	327	0,901	-0,01735	0,13933	-0,29144	0,25674
		-0,121	71,922	0,904	-0,01735	0,14281	-0,30205	0,26735

Через те, що значення p перевищує 0,05, стає неможливим відхилити протилежну гіпотезу, що заперечує різницю. Тому, значущої різниці між рівнями політичної залученості за гендером немає. Для розгляду останньої гіпотези, питання з 1-го розділу були об'єднані між собою в шкалу, 2-гий розід також, а з 3-го розділу лише останні 2 питання. Деякі питання були перекодовані аби досягти відповідності до ієрархії відповідей інших питань. Відповідно, шкала “залученості в університетську спільноту” та шкала “залученості у політично-громадянську діяльність” є незалежними, а “сталвення до російської масової культури” - залежною.

Значення R становить 0.339, це вказує на наявність помірної кореляції між незалежними та залежною змінною (Таблиця 2.8). Кореляція політично-громадянської залученості склала 0.335 при r наближеній до 0, а університетська залученість більш слабку - 0.122 при $p=0.013$.

Таблиця 2.8.

R-квадрат при порівнянні політично-громадянської та університетської залученості зі ставленням до російських масових культури

Модель	R	R-квадрат	Скориг. R-квадрат	Станд. помилка оцінки	Зміна R-квадрат	Зміна F	ст.с в.1	ст.св. 2	Знач. зміни F
1	0.339	0.115	0.110	0.75800	0.115	21.478	2	330	0.000

Політична залученість має значний позитивний вплив на ставлення до російської масової культури, бо $V=0.296$ при $p=0$. Таким чином, збільшення політичної залученості можна пов'язувати зі збільшенням негативного ставлення щодо російської масової культури. З іншого боку, залученість в університетську спільноту не є статистично значущою через те, що $V=0.040$ при $p=0.293$ (Таблиця 2.9.) Таким чином, 11.5% варіації ставлення щодо російської масової культури можна пояснити двома незалежними змінними. Відповідно, гіпотеза підтверджується лише частково, що не дозволяє зробити точного висновку. Також треба взяти до уваги, що можлива причина порівняно низького впливу незалежних змінних може бути пов'язана з тим, що активні студенти у політично-громадській діяльності мають перевагу у критичному або негативному ставленні, та мають більш радикальні відповіді на запитання, що стосуються сфери їх діяльності.

Таблиця 2.9.

Коефіцієнт регресії при порівнянні політично-громадянської та університетської залученості зі ставленням до російських масових культури

Модель	Нестандартизовані коефіцієнти		Стандартизовані коефіцієнти	t	Значимість
	B	Стандартна помилка	Бета		
(Константа)	0.659	0.147		4.471	0.000
Uni_engagement	0.040	0.038	0.056	1.054	0.293
Political_Civil_engagement	0.296	0.048	0.323	6.112	0.000

Вибірка порівняно добре відображає справжній рівень відповідей серед генеральної сукупності, однак має занадто великі похибки за гендером серед деяких курсів, деяких спеціальностей. Була охарактеризована роль масової культури у політичному середовищі, однак статистичних доказів виявилось замало, аби підтверджувати сталий зв'язок на рівні генеральної сукупності. Було концептуалізовано політично-громадську. Був порівняний рівень впливу залученості до університетської спільноти та громадською діяльністю студента. Однак, зв'язок виявився не достатньо точним та потребує подальшого виділення можливих не передбачених теоретичною рамкою дослідження зовнішніх факторів впливу. Було порівняно рівень політично громадської залученості студентів із рівнем ставлення до російської масової культури та продукції. Також, одним з головних питань теоретичної рамки дослідження, був вплив у залученості у спільноту на політичну політично-громадянську залученість студентів. Для дослідження зв'язку та впливу було використано регресійний аналіз. Кореляція Пірсона склала – 0.210, Р-квадрат – 0.044. Відповідно до

попередніх віличин значущості, у цьому випадку зв'язок також існує, однак є занадто малим.

Отже, регресійний аналіз та порівняння кореляції виявило лише частку існуючого взаємо впливу політично-громадянської залученості, університетської залученості та ставлення до російської масової культури. Негативне ставлення можна розглядати скоріше, як спричинене політичною залученістю, ніж Тому, для подальших досліджень варто усвідомлювати вплив інших факторів, і не зосереджуватися лише на трьох. Більш узагальнено підходити до формування теоретичної рамки.

ВИСНОВКИ

Підхід до визначення ставлення, як залежного від політично-громадянської залученості та університетської залученості виправдав теоретичну рамку в межах 11.5% варіації, однак попри 88.5% впливу невідомих факторів, залишається не повна репрезентативність вибірки та відсутність каузальних теоретичних відходів. Для першої та другої гіпотези підтвердився статистично значущий зв'язок, однак з малою точністю, порівняно з усією вибіркою. 3-тя гіпотеза була спростована, і натомість, залишилася нульовою. 4-та гіпотеза була підтверджена, однак, без можливості розповсюдитися за теоретичну рамку дослідження через низьку валідність.

Дослідження є обмеженим не не достатній розгляд у теоретичній рамці інших, можливих факторів впливу. І навіть в цих теоретичних рамках підтверджується лише порівняно не великий рівні регресійного зв'язку між університетською залученістю, політично-громадянською залученістю та ставленням до російської масової культури. Результати дослідження демонструють малий рівень функціональності опитувальника через занадто звуженість розділів. Порівняно з усіма факторами впливу, політична залученість виявилася найбільш вагомою щодо впливу на інші значення. Відповідно, подальші дослідження мають зосередитися на найбільш точному знайденому зв'язку - політичної залученості та ставлення до культури та вдосконалити теоретичну рамку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

- Бубняк, С. М., & Коваліско, Н. В. (2022). *Соціальне самопочуття внутрішньо переміщених осіб в Україні: соціологічний дискурс*. ЛНУ ім. Івана СФранка. <https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2023/12/8-Sinisha-Kuko.pdf>
- Ісмаїлова, А. М. (2021). Інформаційна війна та масова культура. актуальні задачі сучасних технологій, 2. Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/36602/2/MNPK_2021v2_Ismailova_A_M-INFORMATION_WARFARE_83-84.pdf
- Ковалевський В. Взаємосприйняття українців і росіян крізь призму систем програмування соціальної поведінки. *Наукові записки*. № 1(75). С. 13.
- Київський міжнародний інститут соціології (КМІС), (2023). Культурні практики населення України: поведінка та ставлення. *Результати соціологічного опитування*. Київ. міжнар. ін-т соціології, 29 с. URL: https://www.kiis.com.ua/materials/news/20230320_d1/UCBI_Culture2023_rpt_UA_fin.pdf.
- Куниця Т. Теоретичні засади формування відповідальної громадянської позиції підлітків. *Особистість у просторі виховних інновацій*. С. 5.
- Кучма О. Громадянська позиція сучасної молоді. *viii всеукраїнська студентська науково - технічна конференція "природничі та гуманітарні науки. актуальні питання"*. С. 2. Технічний коледж Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/60828857.pdf>
- Лосєв. І. В. *Образ України в російській національно-культурній традиції: колізії сприйняття*. С. 9. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/10ba9c0b-c366-4066-a3a6-e8ab1250bd45/content>.
- Мельник О. (2018) Життєва, соціальна, громадянська позиції особистості: компаративний аналіз. *Науковий вісник Східноєвропейського національного*

- університету імені Лесі Українки. 2018. С. 6.
URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/17737/1/melnyk.pdf>.
- Школа політичної аналітики НаУКМА (ШПА НаУКМА), (2023) .*Окуповані території та росія: бачення і ставлення українців 2.0*. Шк. політ. аналітики НаУКМА. 30 с. URL: <https://spa.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2023/03/pres-200323-2.0-publ.pdf>.
- Рубан, А. О. (2023). *Ставлення студентів наука до прослуховування російськомовної музики під час збройної агресії росії*. Національний університет "Києво-Могилянська академія".
- Національна «Києво-Могилянська академія (НаУКМА). Місія, візія і цінності. www.ukma.edu.ua. URL: <https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/pryznachennia-ta-misiia> (дата звернення: 17.05.2024).
- Соціологічна група "Рейтинг", (2022). *Сімнадцяте загальнонаціональне опитування: Ідентичність. Патріотизм. Цінності*. ratinggroup.ua. https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_1000_independence_082022_xvii_press.pdf
- Язловецька, О. (б. д.). Соціалізація та виховання студентської молоді у ВНЗ. *Наукові записки, Педагогічні науки* (107_2). <https://core.ac.uk/download/pdf/53036305.pdf>
- Altbach, P. (1968). Students and Politics in Comparative Perspective. *Student Politics and Higher Education in India*, 1(97), 20. <https://www.jstor.org/stable/20023796?seq=1>
- Altbach, P. *Perspectives on student political activism*. https://www.ses.unam.mx/docencia/2018II/Altbach1989_PerspectivesOnStudentPoliticalActivism.pdf
- Della Porta, D. (2020). Building Bridges: Social Movements and Civil Society in Times of Crisis. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 31(5), 938–948. <https://doi.org/10.1007/s11266-020-00199-5>
- Drotianko, L., Nikolaiev, K., & Semenets-Orlova, I. (2021). *Mass consciousness and mass culture under the influence of contemporary challenges*. National Aviation

- University. <https://www.researchgate.net/publication/356407621> Mass consciousness and mass culture under the influence of contemporary challenges
- Hall, S. (1975). Encoding and Decoding in the television discourse. *Discussion Paper*. University of Birmingham, Birmingham. <https://core.ac.uk/download/pdf/81670115.pdf>
- Heath, J., & Potter, A. (2005). *The Rebel Sell: Why the culture can't be jammed*. Capstone publishing limited.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (2002). *Dialectic of enlightenment* (G. S. Noerr, Ред.; E. Jephcott, Пер.). Stenfor university press. https://monoskop.org/images/2/27/Horkheimer_Max_Adorno_Theodor_W_Dialectic_of_Enlightenment_Philosophical_Fragments.pdf
- Horn, P. (б. д.). Mass culture, popular culture and cultural identity. *Culture, civilization and human society*, 1, 9. <https://www.eolss.net/sample-chapters/c04/E6-23-03-00.pdf>
- Kuko, S. (2023). The Russian factor in Ukrainian identity. *Political Studies*, (6), 162–177. <https://doi.org/10.53317/2786-4774-2023-2-8>
- Liu, Z. (2016). Relationship Between Mass Media and Mass Culture: Frankfurt School and Cultural Studies School. *Canadian Social Science*, 6. <https://core.ac.uk/download/pdf/236295134.pdf>
- Rice, L. L., Moffett, K. W., & Madupalli, R. (2012). Campaign-Related Social Networking and the Political Participation of College Students. *Social Science Computer Review*, 31(3), 257–279. <https://doi.org/10.1177/0894439312455474>
- Smith-Lovin, L. (1979). Individual Political Participation: The Effects of Social Structure and Communication Behavior. *The Pacific Sociological Review*, 22(1), 23–50. <https://doi.org/10.2307/1388894>
- Sokolowski, M. (б. д.). *Mass culture versus popular culture*. The Faculty of Social Sciences, University of Warmia and Mazury in Olsztyn. https://www.academia.edu/27054159/MASS_CULTURE_VERSUS_POPULAR_CULTURE
- Vasiutynskyi, V. (2022). Value aspects of perception by Ukrainians Russian authorities and Russian citizens as perpetrators of military aggression. *Lviv University*

Herald. Series: Psychological sciences, (13), 42–48. <https://doi.org/10.30970/ps.2022.13.5>

Weber, M. (1946). *Essays in Sociology* (H. GERTH & C. Mills, Ред.). Oxford university press. <https://archive.org/details/frommaxweberessa00webe/page/n9/mode/2up?ref=ol&view=theater>

Субашкевич, І. Р. Внутрішній ціннісний конфлікт особистості між "бажаним" і "доступним" у формуванні ціннісної сфери студентів у контексті взаємодії з медіа. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 5. Львівський національний університет імені Івана Франка <https://pj.journal.kspu.edu/index.php/pj/article/download/518/483/>

ДОДАТОК А

Привіт.

Я студент 4-го курсу Соціології. В рамках дипломної роботи продовжую досліджувати ставлення студентів до російської масової культури. Прошу допомогти поширити анкету серед студентів (...) курсу (...).

Цьогорічне опитування пов'язує ставлення студентів із належністю до університетської спільноти та політично-громадською діяльністю студентів.

Заповнення анкети займає приблизно 3 хв.

https://docs.google.com/forms/d/1ZKhIPo0PLrcksG7FXph_j7Cku1T_sioLg1SEGVbg-Yg/edit

ДОДАТОК Б

Вітаю!

Я студент 4-го курсу Соціології. Опитую студентів ФСНСТ та ФОЗ у рамках дипломної роботи. За темами залученості у спільноту НаУКМА, політично-громадянської діяльності та позиції щодо російської масової культури.

Прошу пройти 3-х хвилинне опитування.

Заповнити анкету можна за посиланням:

https://docs.google.com/forms/d/1ZKhIPo0PLrcksG7FXph_j7Cku1T_sioLg1SEGVbg-Yg/edit

ДОДАТОК В

Демографічний розділ:

1) Спеціальність

- Зв'язки з громадськістю(Журналістика)
- Соціологія
- Соціальна робота
- Психологія
- Політологія
- Міжнародні відносини
- Інше

2) Рік навчання

- БП-1
- БП-2
- БП-3
- БП-4

3)Вік

4) Гендер

- Чоловічий
- Жіночий
- Інше

5) Чи вважаєте Ви Київ місцем свого проживання?

- Так
- Скоріше так
- Важко відповісти
- Скоріше ні
- Ні
- Інше

6) Як Ви оцінюєте матеріальне становище Вашої сім'ї?

- Нам не вистачає грошей навіть на їжу
- Нам вистачає грошей на їжу, але купувати одяг чи взуття вже складно

- Нам вистачає грошей на їжу, одяг, та ми можемо щось відкласти, але цього недостатньо для покупки таких речей, як, наприклад, холодильник чи телевізор
- Ми можемо купувати деякі дорогі речі (як, наприклад, телевізор чи холодильник), але ми не можемо дозволити собі все, чого бажаємо
- Ми можемо дозволити собі все, чого бажаємо
- Важко сказати
- Інше

Розділ політично-громадянської залученості:

7) Виберіть тезу що найбільше Вас характеризує:

- Я активно залучений(-а) в політично-громадське життя своєї країни
- Я скоріше залучений(-а) політично-громадське життя своєї країни
- Важко відповісти
- Я скоріше не залучений(-а) в політично-громадське життя своєї країни
- Я взагалі не залучений(-а) в політично-громадське життя своєї країни
- Інше

8) Чи характерне для Вас бажання постійно приймати активну участь у змінах або збереженні ладу українського суспільства?

- Так
- Скоріше так
- Важко відповісти
- Скоріше ні
- Ні
- Інше

9) Чи готові ви проявляти політичну позицію “онлайн” чи “офлайн”?

- Лише “онлайн”
- Лише “Офлайн”
- “Онлайн” та “Офлайн”
- Жодна з відповідей не підходить

- Інше

Розділ належності до спільноти університету:

10) Як часто ви берете участь у соціальних заходах пов'язаних з університетом (наприклад, зустрічі з друзями, зібрання у клубах або громадські заходи)?

- Кілька разів на тиждень
- Раз на тиждень
- Кілька разів на місяць
- Раз на місяць або рідше
- Інше

11) Чи можна вважати університет центром вашої соціалізації за останній рік?

- Так
- Скоріше так
- Важко відповісти
- Скоріше ні
- Ні
- Інше

12) Чи є Ви членом студентської організації чи співпрацюєте з НаУКМА?

- Є членом студентської організації
- Співпрацюю з НаУКМА
- Є членом студентської організації та співпрацюю з НаУКМА
- Жодна з відповідей не підходить
- Інше

13) Чи асоціюєте Ви переважачу частку своєї політично-громадянської діяльності з приналежністю до могилянської спільноти?

- Так
- Скоріше так
- Важко відповісти
- Скоріше ні
- Ні

Розділ впливу масових медіа:

14) Чи можете погодитися, що частіше всього Ви споживаєте культурні продукти розраховані саме на масового споживача?

- Так
- Скоріше так
- Важко відповісти
- Скоріше ні
- Ні

15) Чи намагаєтеся Ви активно позбутися російських культурних продуктів зі свого оточення?

- Так
- Скоріше так
- Важко відповісти
- Скоріше ні
- Ні

16) Чи погоджуєтеся Ви, що супротив розповсюдженню російської масової культури є характерним для Вашої громадянської позиції?

- Так
- Скоріше так
- Важко відповісти
- Скоріше ні
- Ні