

УДК 316.77:613.96

Борисова Д. А.¹, Серга Т. О.²

¹ студ. гр. СН-215м НУ «Запорізька політехніка»

² канд. соц. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

У сучасних умовах трансформації українського суспільства збереження та зміцнення здоров'я молоді є стратегічним завданням соціальної політики. Особливе місце у цьому процесі посідають засоби масової інформації (ЗМІ), які виступають потужним інструментом соціалізації та формування ціннісних орієнтацій. В умовах цифровізації та постійного інформаційного впливу ЗМІ безпосередньо транслюють моделі поведінки, що можуть як сприяти, так і перешкоджати утвердженню здорового способу життя (ЗСЖ) серед молоді. Соціальна політика в умовах війни та посткризового відновлення розглядає

здоров'я молоді як базовий елемент національної безпеки. ЗМІ у цьому контексті стають «м'якою силою», яка здатна інтегрувати стандарти ЗСЖ у повсякденний побут без прямого примусу. Через механізм соціального навчання молоді люди засвоюють трансльовані медіа-образи як еталонні, що робить інформаційний простір головним майданчиком для боротьби за ціннісні пріоритети підростаючого покоління [4].

Теоретичне підґрунтя дослідження базується на розумінні ЗСЖ як комплексної характеристики життєдіяльності особистості, що включає фізичну активність, раціональне харчування, відсутність шкідливих звичок та психоемоційну стійкість. Нормативно-правову базу реалізації інформаційної політики у сфері здоров'я складають Закони України «Про медіа», «Про систему громадського здоров'я» та Національна стратегія з оздоровчої рухової активності «Рухова активність – здоровий спосіб життя – здорова нація». Ці документи визначають вектори діяльності державних та громадських інституцій щодо популяризації здоров'я через інформаційні канали. Комплексний підхід до ЗСЖ вимагає від медіа не лише закликати до спорту, а й формувати культуру нутриціології та гігієну праці. Сучасне законодавство (зокрема Закон «Про медіа») накладає на інформаційні ресурси відповідальність за контент, що може зашкодити фізичному чи моральному розвитку неповнолітніх. Це створює правовий каркас для фільтрації деструктивного контенту, водночас Стратегія «Рухова активність...» стимулює створення позитивних інформаційних кампаній, що мають на меті подолання гіподинамії та соціальної апатії [6; 8].

Практичний вплив медіа на молодіжну аудиторію сьогодні змістився у площину соціальних мереж та цифрових платформ (Instagram, TikTok, YouTube). ЗМІ виконують просвітницьку функцію, надаючи доступ до інформації про тренінги, спортивні заходи та методики психологічної самопомогі. Прикладом успішної медіакомунікації є державні та волонтерські платформи (наприклад, «Ти як?»), що використовують інструменти цифрового маркетингу для просування культури ментального здоров'я серед молоді. Перехід у цифрову площину дозволяє використовувати персоналізацію контенту. Алгоритми соцмереж можуть таргетувати корисну інформацію на конкретні вразливі групи. Платформи на кшталт «Ти як?» демонструють ефективність сторітелінгу: коли відомі лідери думок діляться власним досвідом подолання стресу, це знижує рівень стигматизації психологічних проблем. Такі інструменти перетворюють пасивного глядача на активного учасника оздоровчих марафонів чи еко-ініціатив [5].

Пріоритетними напрямками медіавпливу у контексті соціальної роботи визначено: мотивування до занять спортом через позитивний контент; руйнування стереотипів щодо вживання психоактивних речовин;

популяризацію культури превентивної медицини. Цифрові засоби дозволяють фахівцям із соціальної роботи проводити дистанційне консультування та залучати молодь до активних соціальних проєктів через інтерактивні формати. Соціальна робота сьогодні неможлива без медіасупроводу. Створення вірального контенту про шкоду вейпінгу або переваги щорічних чекапів (check-ups) діє ефективніше за традиційні лекції. Використання чат-ботів та інтерактивних тестів у медіакампаніях дозволяє соціальним працівникам збирати зворотний зв'язок у режимі реального часу, оперативно реагуючи на нові запити молодіжної аудиторії та залучаючи її до волонтерства у сфері охорони здоров'я [4; 7].

Поряд із позитивним потенціалом існують суттєві виклики. До них належать: агресивна реклама нездорових продуктів харчування та електронних сигарет, поширення недостовірної медичної інформації (фейків), а також деструктивний вплив «ідеальних образів» із соцмереж на самооцінку та психічний стан молоді. Окремою проблемою є низький рівень медіаграмотності, що заважає молодим людям критично оцінювати якість споживаного контенту. Феномен «інфodemії» (надлишку суперечливої інформації) створює ризик самолікування та захоплення небезпечними дієтами, що пропагуються некомпетентними блогерами. Крім того, алгоритмічне просування стандартів «успішного успіху» та «ідеального тіла» часто провокує тривожні розлади та дисморфобію. Без навичок критичного аналізу молодь стає об'єктом маніпуляцій з боку тютюнових та харчових корпорацій, які маскують шкідливі продукти під атрибути сучасного стилю життя [2; 4].

Таким чином, роль ЗМІ у формуванні здорового способу життя молоді є визначальною, але неоднозначною. Для підвищення ефективності цього процесу необхідна синергія державних органів, соціальних служб та медіа-спільноти. Акцент має бути зроблений на створенні якісного україномовного контенту, розвитку критичного мислення молоді та впровадженні інноваційних технологій соціальної реклами, спрямованих на збереження людського капіталу України. Майбутнє соціальної політики лежить у площині державно-приватного партнерства з медіа-холдингами та креативними агентствами. Тільки через створення конкурентоспроможного, креативного контенту можна витіснити деструктивні наративи. Інвестиції в медіаграмотність як частину соціальної освіти дозволять молодим людям стати не просто споживачами, а свідомими амбасадорами культури здоров'я, що є критично важливим для відновлення демографічного та соціального потенціалу країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Всеукраїнська програма ментального здоров'я «Ти як?» : веб-сайт. URL: <https://howareu.com/> (дата звернення: 04.04.2026).
2. Гірняк С. П. Роль мас-медіа у формуванні здорового способу життя підлітків. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2020. № 3 (334). С. 45-52.
3. Єдиний державний веб-портал відкритих даних. URL: <https://data.gov.ua/> (дата звернення: 04.04.2026).
4. Здоровий спосіб життя як соціальна цінність : монографія / за заг. ред. О. В. Петренка. Київ : Наукова думка, 2021. 210 с.
5. Міністерство молоді та спорту України : офіційний веб-портал. URL: <https://mms.gov.ua/> (дата звернення: 04.04.2026).
6. Про медіа : Закон України від 13 грудня 2022 р. № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20> (дата звернення: 04.04.2026).
7. Про національну стратегію з оздоровчої рухової активності в Україні на період до 2025 року «Рухова активність – здоровий спосіб життя – здорова нація» : Указ Президента України від 09 лютого 2016 р. № 42/2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/42/2016> (дата звернення: 04.04.2026).
8. Про систему громадського здоров'я : Закон України від 6 вересня 2022 р. № 2573-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2573-20> (дата звернення: 04.04.2026).