

Остапенко І. В.,
кандидат психологічних наук,
завідувач лабораторії психології політичної поведінки молоді
Інституту соціальної та політичної психології
Національної академії педагогічних наук України

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА СТУДЕНТСЬКОЮ МОЛОДДЮ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

PSYCHOLOGICAL FEATURES OF SOCIAL MEDIA USAGE BY STUDENT YOUTH IN THE CONTEXT OF THE CIVIC COMPETENCE'S DEVELOPMENT

У статті здійснено спробу вивчення особливостей та провідних мотивів використання молоддю соціальних медіа. Визначено складові, що входять в структуру громадянської компетентності (громадянські знання, громадянські настанови, громадянська відповідальність, громадянські уміння та навички, соціальні зв'язки, громадянська участь). Встановлені наступні особливості використання молоддю соціальних медіа: основним джерелом новин про події в країні/світі для молоді виступають такі соціальні медіа як Telegram, TikTok, Youtube, Twitter; найбільш релевантними з них молоді люди вважають Telegram, Instagram, TikTok; для людей з активною життєвою позицією найбільше підходять, на думку молоді, Telegram, Youtube, TikTok, Instagram. Виявлено, що не всі соціальні медіа мають однаковий потенціал для розвитку громадянської компетентності студентської молоді. Так, найбільш ефективно для цієї мети можуть використовуватися Facebook, Twitter та відеохостинг YouTube, також має досить високий потенціал використання месенджер Telegram, а найменший потенціал має месенджер Viber та соціальна мережа TikTok. Визначено дві групи мотивів (цільові та інструментальні) використання молоддю соціальних медіа для розвитку громадянської компетентності. Встановлено, що серед мотивів використання соціальних медіа провідну роль для студентської молоді відіграють: 1) самовираження та самоекспозиції – декларування власної громадянської позиції; 2) самоідентифікації з представниками соціальних груп, які мають спільні погляди на певні проблеми; 3) розширення уявлень про права та відповідальність громадян; 4) можливість обговорення соціально значущих та політико-правових проблем; 5) генерації ідей та відповідного контенту (пости/тексти, аудіоконтент та відеоконтент, комікси, меми) щодо соціально значущих та політико-правових проблем.

Ключові слова: соціальні медіа, громадянська компетентність, мотиви користувачів соціальних медіа, студентська молодь.

The article present an attempt to study the features and leading motives for use of social media by young people. The components included in the structure of civic competence are defined (civic knowledge, civic guidelines, civic responsibility, civic skills and abilities, social ties, civic participation). The following features of the use of social media by young people have been established: social media such as Telegram, TikTok, Youtube, Twitter are the main source of news about events in the country/world for young people; young people consider Telegram, Instagram, and TikTok to be the most relevant of them; for people with an active lifestyle, Telegram, YouTube, TikTok, and Instagram are the most suitable, according to young people. It was found that not all social media have the same potential for developing the civic competence of student youth. So, Facebook, Twitter and video hosting YouTube can be used most effectively for this purpose, the Telegram messenger also has a fairly high potential for use, and the Viber messenger and the TikTok social network have the lowest potential.

The obtained results allowed to identify two groups of motives (target and instrumental) for the use of social media by young people for the development of civic competence. It is defined that among the motives for the use of social media by student youth a leading role belongs to: 1) self-expression and self-exposure – declaring one's own civic position; 2) self-identification with representatives of social groups who have common views on certain issues; 3) expanding ideas about the rights and responsibilities of citizens; 4) opportunity to discuss socially significant, political and legal issues; 5) generation of ideas and relevant content (posts / texts, audio and video content, comics, memes) on socially significant, political and legal issues.

Key words: social media, civic competence, motives of social media users, student youth.

Вступ. Багато науковців відзначають значне зростання ролі соціальних медіа як одного з впливових інститутів соціалізації особистості. Ця тенденція стала більш виразною в умовах карантину та онлайн-навчання, адже спілкування та соціальна взаємодія відбувається саме через соціальні медіа. Завдяки ним формуються уявлення молоді про те, як працює соціально-політична система, розвиваються практики владно-підвладної взаємодії, отримується персональний досвід громадянської участі. І оскільки соціальні медіа є частиною життєвого простору

сучасної молоді, вони знаходять своє застосування у якості провідних засобів практичної роботи в сфері молодіжної політики. Варто відзначити при цьому, що можливості соціальних медіа для розвитку компетентності в цілому і громадянської компетентності зокрема, поки що вивчені недостатньо.

У дослідженнях, присвячених громадянській компетентності, вона розглядається науковцями здебільшого як складова загальної компетентності особистості, що зумовлює ефективну поведінку особистості задля реалізації нею ролі громадянина.

Особливе зацікавлення викликають наступні положення: 1) про розуміння громадянської компетентності як здатності особистості ефективно впливати на владу задля реалізації своїх прав і свобод, що дає змогу громадянам ефективно діяти як на місцевому, національному, так і на глобальному рівнях [1]; 2) про провідну роль орієнтацій на суспільне благо; адекватне сприйняття власної ролі і ролі інших у функціонуванні спільнот та суспільства в цілому [2]; 3) про громадянську компетентність як інтегрований конструкт, який включає громадянську поведінку, навички, зв'язки та залученість молоді [3]; 4) про двосторонній зв'язок спільноти та особистості, згідно з яким громадянська діяльність повинна приносити користь і особистості, і громаді [4;5]; 5) про суб'єктивне відчуття тотожності і цілісності особистості, яке уособлює роль, що відповідає як особистим, так і суспільним потребам [6;7;8;9;10;11]; 6) про взаємозв'язок між когнітивними та поведінковими процесами, зокрема явною та імпліцитною поведінкою, які розглядаються як частини інтраіндивідуальної системи розвитку [12;13]; 7) про позитивну роль як успіхів, так і невдач, у становленні громадянина [14;15].

Аналіз попередніх досліджень, що приділяють увагу громадянському розвитку молоді та розвитку її громадянської активності [14;16;17;18], дає змогу визначити чотири умови, що його забезпечують: 1) соціальна згуртованість; 2) громадянські вміння; 3) громадянське залучення або громадянська відповідальність; 4) громадянські дії. Що стосується структури громадянської компетентності молоді, то дослідниками виокремлено такі фактори: громадянський обов'язок, громадянські навички, соціальні зв'язки та громадянська участь [3]. Вказана модель може бути використана для програм, орієнтованих на розвиток громадянської компетентності молоді.

Серед засобів розвитку громадянської компетентності, релевантних сучасним молодим людям, провідна роль належить соціальним медіа, які можна визначити як спільноти, що утворюються у віртуальному просторі і дозволяють користувачам взаємодіяти один з одним шляхом створення та поширення інформації (онлайн платформи, Інтернет додатки, офіційні сайти) [19].

Соціальні медіа останнім часом досить широко застосовуються науковцями та практиками, адже вони є досить гнучкими інструментами розвитку громадянської компетентності. Завдяки їх використанню стало можливим: 1) застосовувати гейміфікацію в процесі громадянського залучення молоді до демократичного управління та розвитку навичок електронної участі громадян в цифровому форматі [20]; 2) заохочувати маргіналізовану молодь до участі в громадянських та політичних акціях [21]; 3) налагоджувати прозору та зрозумілу взаємодію між урядовими інституціями та молоддю, забезпечувати засновану на довірі та відповідальності політичну участь в Інтернеті [22].

Потенціал соціальних медіа для розвитку громадянської компетентності молоді визнається переваж-

ною більшістю дослідників. Але окремі науковці не схильні переоцінювати користь соціальних медіа як інструменту розвитку громадянської компетентності, оскільки, за результатами їх дослідження, активна взаємодія з соціальними мережами відіграє суперечливу роль [23]. Так, відзначається, що студенти, які активно використовують соціальні мережі, більше підтримують традиційні громадянські цінності та виявляють більший інтерес до активної політичної участі. У той же час висока активність у мережах корелює із нижчим рівнем особистої відповідальності у власній громадянській поведінці та зі зниженим рівнем інституційної довіри [23]. Ці дані також необхідно враховувати, розробляючи програми розвитку громадянської компетентності, щоб не забувати і про оцінку можливих ризиків застосування соціальних медіа.

У наших попередніх публікаціях детально описано модель впливу соціальних медіа на розвиток громадянської компетентності, побудовану на основі узагальнення результатів проведеного теоретичного аналізу [24]. Визначено такі напрямки впливу соціальних медіа на розвиток громадянської компетентності: інформаційний, ціннісно-мотиваційний, емоційно-консолідувальний та мобілізаційний. Також визначено складові, що входять в структуру громадянської компетентності (громадянські знання, громадянські настанови, громадянська відповідальність, громадянські уміння та навички, соціальні зв'язки, громадянська участь). Ця модель була використана в ході емпіричного дослідження, спрямованого на визначення потенціалу соціальних медіа для розвитку громадянської компетентності студентської молоді.

Мета статті полягає у висвітленні результатів емпіричного дослідження психологічних особливостей використання молоддю соціальних медіа та визначенні можливостей їх застосування для розвитку громадянської компетентності.

Виклад основного матеріалу. В ході дослідження використовувалися такі методи та методики: метод реп-інтерв'ю¹ та анкетне опитування – для виявлення особливостей використання соціальних медіа студентською молоддю в цілому та отримання інформації про мотиви користувачів; методика оцінної репертуарної решітки зі стандартизованим набором елементів та конструктів – для виявлення структурних компонентів громадянської компетентності молоді, що розвиваються засобами соціальних медіа; методика виявлення провідних мотивів використання соціальних медіа, що є важливими для розвитку громадянської компетентності студентської молоді.

У дослідженні приймали участь студенти закладів вищої освіти, розташованих в м. Києві, які навчаються за програмами гуманітарного та природничого профілю підготовки, віком від 17 до 24 років. Загальна кількість вибірки 155 осіб (90 – жіночої статі та 65 – чоловічої статі).

¹ Інтерв'ю з використанням методу репертуарних решіток (Стьюарт, 1997)

Емпіричне дослідження проводилось в два етапи:

1) створення інструментарію. На даному етапі нами проводились реп-інтерв'ю, здійснювалась розробка оцінної репертуарної решітки та шкал методики виявлення провідних мотивів використання соціальних медіа. В процесі створення інструментарію ми використовували як досвід інших науковців [25], так і власні напрацювання [26];

2) основний етап дослідження. На другому етапі ми проводили емпіричне дослідження для вивчення особливостей використання соціальних медіа молоддю та визначення потенціалу їх застосування для розвитку громадянської компетентності молоді. Для цього ми застосовували метод репертуарних решіток (методику оцінної репертуарної решітки зі стандартизованим набором елементів та конструктивів) та метод багатовимірних шкал (методика виявлення провідних мотивів використання соціальних медіа). Використовуючи зазначені методи, ми намагалися врахувати досвід їх застосування іншими авторами.

За результатами реп-інтерв'ю на першому етапі дослідження був сформований перелік основних соціальних медіа (соціальних мереж та месенджерів), якими користується переважна більшість представників студентської молоді: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok, Telegram, Viber. На цьому ж етапі дослідження було виявлено 23 конструкції, що відображають складові громадянської компетентності студентської молоді, які можна розвивати, використовуючи соціальні медіа. На основі цих даних нами було розроблено методику оцінної репертуарної решітки, що включає стандартизований набір елементів (перелік 7 соціальних медіа) та конструктивів (перелік 23 характеристик громадянської компетентності). Крім того, нами було визначено перелік з 20 мотивів, які було покладено в основу розробки багатовимірної шкали – методики виявлення провідних мотивів використання соціальних медіа.

На наступному етапі ми встановлювали особливості використання молоддю соціальних медіа та спробували визначити їх можливості для розвитку громадянської компетентності студентської молоді. Нами було визначено загальні особливості ставлення молоді до соціальних мереж та месенджерів. Так, зокрема, основним джерелом новин про події в країні/світі для молоді виступають такі соціальні медіа, як Telegram, TikTok, Youtube, Twitter (рис.1). Значно рідше таку роль для молоді відіграють Facebook, Instagram, Viber. Таке ставлення до Facebook та Viber значною мірою зумовлено тим, що молоді люди їх більше асоціюють з дорослою аудиторією, а Instagram, насамперед, переважно розглядається як джерело розважального та персоналізованого контенту.

Зазначені аспекти у ставленні до соціальних медіа прослідковуються і при визначенні найбільш релевантних з них (орієнтованих на молодь). Такими молоді люди вважають Telegram, Instagram, TikTok. Інші соціальні медіа (Twitter, Facebook, Youtube, Viber) меншою мірою відповідають даному критерію (рис.2).

В яких з перерахованих соціальних медіа можна знайти свіжі новини про події в країні/світі?

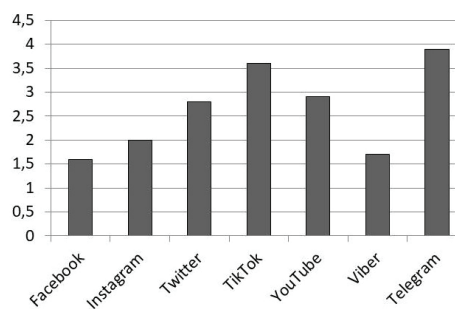


Рис. 1. Ставлення молоді до соціальних медіа як джерела новин.

Чи можна назвати певні соціальні медіа молодіжними (орієнтованими на таких людей як Ви)?

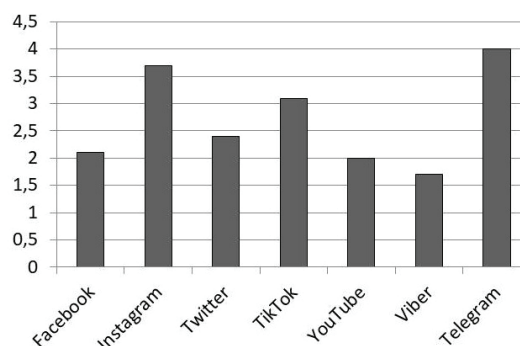


Рис. 2. Визначення молоддю найбільш релевантних соціальних медіа.

Дещо інакшим є ставлення молоді до соціальних медіа як ресурсу для людей з активною життєвою позицією. За цим критерієм молоді люди на перші місця ставлять Telegram, Youtube, TikTok, Instagram. Водночас, Twitter, Facebook, Viber, з точки зору досліджуваних, даному критерію відповідають меншою мірою (рис.3).

Які з перерахованих соціальних медіа для людей з активною життєвою позицією?

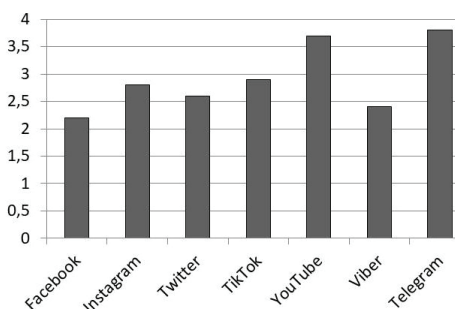


Рис. 3. Орієнтація соціальних медіа на людей з активною життєвою позицією.

Певним чином зазначені тенденції зберігаються при визначенні соціальних медіа, орієнтованих на людей з активною громадянською позицією.

Які з перерахованих соціальні медіа для людей з активною громадянською позицією?

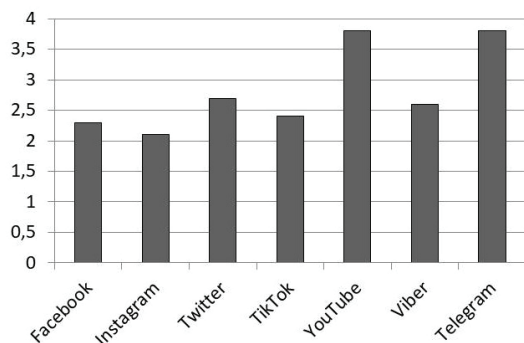


Рис. 4. Орієнтація соціальних медіа на людей з активною громадянською позицією.

І все ж таки переваги молоді щодо соціальних медіа за цим критерієм дещо інші. Найбільше йому відповідають Telegram, Youtube, Twitter, Viber, найменше – Facebook, TikTok, Instagram (рис.4).

Факторний аналіз результатів дослідження, отриманих за методикою оцінної репертуарної решітки із стандартизованим набором елементів та конструктивів, дозволив визначити наступні структурні компоненти громадянської компетентності студентської молоді, що розвиваються засобами соціальних медіа: «Громадянська відповідальність», «Громадянські настанови», «Громадянські уміння та навички», «Соціальні зв'язки», «Громадянська участь» та «Громадянські знання». За результатами дослідження було побудовано профілі оцінки можливостей використання різних соціальних медіа для розвитку складових громадянської компетентності. Більш докладно вказані результати дослідження описано у попередніх публікаціях [24].

За результатами дослідження ми встановили, що не всі соціальні медіа мають однаковий потенціал для розвитку громадянської компетентності студентської молоді:

1) соціальні мережі Facebook, Twitter та відеохостинг YouTube можуть використовуватися для розвитку всіх компонентів громадянської компетентності студентської молоді (громадянська відповідальність, громадянські настанови, громадянські уміння та навички, соціальні зв'язки, громадянська участь, громадянські знання);

2) соціальна мережа Instagram має найбільший потенціал для розвитку громадянських настанов, громадянських умінь та навичок, соціальних зв'язків;

3) месенджер Telegram має найбільший потенціал застосування для розвитку соціальних зв'язків, громадянських умінь та навичок, громадянської відповідальності;

4) соціальна мережа TikTok може використовуватися для розвитку громадянських настанов, соціальних зв'язків та громадянської відповідальності;

5) месенджер Viber можна використовувати для розвитку соціальних зв'язків, громадянських умінь та навичок.

Підводячи підсумки, зазначимо, що із соціальних медіа найбільш ефективними для розвитку громадянської компетентності студентської молоді можуть бути Facebook, Twitter та відеохостинг YouTube, трохи менше, але також ефективно можна використати месенджер Telegram, а найменш ефективні для використання месенджер Viber та соціальна мережа TikTok.

Цікаві дані були отримані за методикою виявлення провідних мотивів використання соціальних медіа. Після статистичної обробки даних із застосуванням факторного аналізу було виявлено 2 фактори (групи мотивів): «Цільові мотиви» та «Інструментальні мотиви». Більш докладно результати факторного аналізу та самі групи мотивів представлено в наших попередніх публікаціях [24].

Також нами було побудовано профілі вираженості цільових та інструментальних мотивів щодо потенціалу використання різних соціальних медіа для розвитку складових громадянської компетентності.

Якщо проаналізувати профіль вираженості цільових мотивів (рис.5) використання соціальних медіа, можна встановити, що провідну роль для студентської молоді відіграють: 1) мотиви самовираження та самоекспозиції – демонстрація власної громадянської позиції (Facebook, Twitter, Youtube); 2) мотиви самоідентифікації з представниками соціальних груп, які мають спільні погляди на певні питання та проблеми (Facebook, Twitter, Instagram); 3) мотиви спільних розваг та спільного проведення часу (Instagram, Youtube, TikTok); 4) мотиви встановлення та підтримки контактів (Instagram, Viber, Telegram); 5) мотиви розширення уявлень про права, можливості та відповідальність громадян (Facebook, Youtube); 6) мотиви, що спонукають до обговорення соціальних та політико-правових проблем (Facebook, Twitter).

В свою чергу, якщо розглянути профіль вираженості інструментальних мотивів (рис.6) використання соціальних медіа, можна зазначити, що провідну роль для студентської молоді відіграють: 1) мотиви самоосвіти, тобто пошуку освітніх програм, інформаційних ресурсів для поглиблення знань з певного питання (Youtube, Facebook, Instagram); 2) мотиви задоволення естетичних потреб (Instagram, Youtube, TikTok); 3) мотиви підтримки комунікації з тими, з ким немає можливості часто зустрічатися офлайн (Viber, Telegram, Instagram); 4) мотиви розвитку соціального капіталу особистості (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube); 5) мотиви генерації нових ідей та відповідного контенту (пости / тексти, аудіо- та відеоконтент, комікси, меми) щодо соціально значущих та політико-правових проблем (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube); 6) мотиви використання соціальних медіа задля пошуку роботи (Facebook, Instagram).

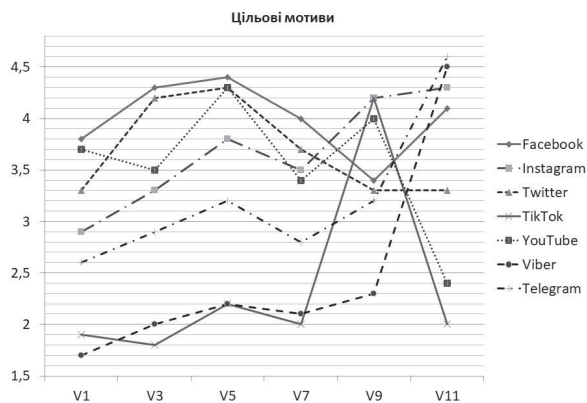


Рис. 5. Профілі вираженості цільових мотивів щодо потенціалу використання різних соціальних медіа для розвитку громадянської компетентності².

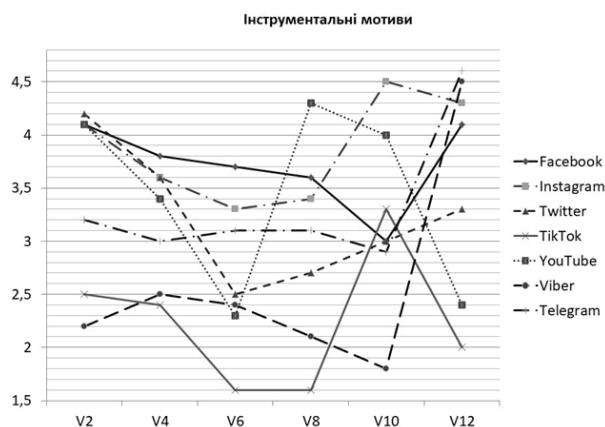


Рис. 6. Профілі вираженості інструментальних мотивів стосовно використання різних соціальних медіа для розвитку громадянської компетентності³.

Висновки. В емпіричному дослідженні визначено психологічні особливості використання молоддю соціальних медіа та можливості їх засто-

сування для розвитку громадянської компетентності студентської молоді.

1. Встановлені наступні особливості використання молоддю соціальних медіа: основним джерелом новин про події в світі країні/світі для молоді виступають такі соціальні медіа як Telegram, TikTok, Youtube, Twitter; найбільш релевантними з них молоді люди вважають Telegram, Instagram, TikTok; для людей з активною життєвою позицією найбільше підходять, на думку молоді, Telegram, Youtube, TikTok, Instagram.

2. Виявлено, що не всі соціальні медіа мають однаковий потенціал для розвитку громадянської компетентності студентської молоді. Так, найбільш ефективно для цієї мети можуть використовуватися Facebook, Twitter та відеохостинг YouTube, також має досить високий потенціал використання месенджер Telegram, а найменший потенціал мають месенджер Viber та соціальна мережа TikTok.

3. Визначено дві групи мотивів (цільові та інструментальні) використання молоддю соціальних медіа для розвитку громадянської компетентності. Встановлено, що серед мотивів використання соціальних медіа провідну роль для студентської молоді відіграють: 1) самовираження та самоекспозиції – декларування власної громадянської позиції; 2) самоідентифікації з представниками соціальних груп, які мають спільні погляди на певні проблеми; 3) розширення уявлень про права та відповідальність громадян; 4) можливість обговорення соціально значущих та політико-правових проблем; 5) генерації ідей та відповідного контенту (пости / тексти, аудіо- та відео-контент, комікси, мему) щодо соціально значущих та політико-правових проблем.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні особливостей впливу соціальних медіа на розвиток громадянської компетентності студентської молоді на розширеній вибірці. Також передбачається розробка та апробація програми розвитку громадянської компетентності студентської молоді засобами соціальних медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Позняк, С.І. Ресурси громадянськості: соціально-психологічна складова : методичні рекомендації. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. 2013. Кіровоград : Імекс-ЛТД. 136 с.
2. Жадан, І.В. Комунікативний потенціал розвитку громадянської компетентності студентської молоді. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*, 2019, № 43(46), С. 67-82.
3. Bobek, D., Zaff J., Li Y., Lerner R.M. Cognitive, emotional, and behavioral components of civic action: Towards an integrated measure of civic engagement. *Journal of Applied Developmental Psychology*. 2009. № 30. P. 615–627.
4. Lerner, R.M. *Concepts and theories of human development*, 3rd Ed. 2002. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
5. Lerner, R.M. *Editor's introduction: Developmental science, developmental systems, and contemporary theories*. In R. M. Lerner (Ed.), *Theoretical models of human development Volume 1 of Handbook of Child Psychology*. (6th ed., pp. 1–17). 2006. Hoboken, NJ: Wiley.
6. Erikson, E.H. *Childhood and society*. 1963. New York: WW. Norton & Co.
7. Marcia, J.E. *Identity in adolescence*. In J. Adelson (Ed.), *Handbook of Adolescent Psychology*. 1980. New York: John Wiley & Sons.

² V1 – інформаційний ресурс для розширення уявлень / системи знань про права та обов'язки громадян; V3 – майданчик для публічних дискусій / засіб для обговорення соціально значущих та політико-правових проблем; V5 – простір для самовираження та самоекспозиції – декларування власної громадянської позиції (точки зору, думок); V7 – середовище для громадянської самоідентифікації з представниками; V9 – простір для спільних розваг; V11 – ресурс для встановлення контактів

³ V2 – засіб генерації ідей та відповідного контенту (пости / тексти, аудіо- та відео-контент, комікси, мему) щодо соціально значущих та політико-правових проблем; V4 – засіб розвитку соціального капіталу особистості; V6 – інструмент пошуку роботи; V8 – засіб пошуку освітніх програм, інформаційних ресурсів для самоосвіти; V10 – засіб задоволення своїх естетичних потреб; V12 – засіб підтримки зв'язку з тими, з ким немає можливості бачитись в реальному житті

8. Baltes, P.B. Theoretical propositions of life-span developmental psychology: On the dynamics between growth and decline. *Developmental Psychology*, 1987. #23, p. 611–626.
9. Baltes, P.B., Lindenberger, U., Staudinger, U.M. *Life span theory in developmental psychology*. In R.M. Lerner & W. Damon (Eds.), *Handbook of Child Psychology Vol. 1, Theoretical Models of Human Development* (6th ed.). 2006. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
10. Brandtstädter, J. *Action perspectives on human development*. In R. M. Lerner & W. Damon (Eds.), *Theoretical models of human development*. Vol. 1. *Handbook of Child Psychology* (6th ed., pp. 516–568). 2006. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
11. Freund, A.M., Baltes, P.B. (2002). Life-management strategies of selection, optimization and compensation: Measurement by self-report and construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2002. # 82, p. 642–662.
12. Lerner, R. M. *Liberty: Thriving and civic engagement among America's youth*. 2004. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
13. Lerner, R.M., Alberts, A.E., Bobek, D. *Thriving youth, flourishing civil society. How positive youth development strengthens democracy and social justice*. In Bertelsmann Stiftung (Ed.), *Civic engagement as an educational goal* (pp. 21–35). 2007. Gutersloh, Germany: Verlag Bertelsmann Stiftung.
14. Bobek, D.L. *Preparing engaged citizens: A process evaluation of 4-H's citizenship goals*. Unpublished manuscript. 2006. Medford, MA: Institute for Applied Research in Youth Development, Tufts University.
15. Theiss-Morse, E., Hibbing, J. R. Citizenship and civic engagement. *Annual Review of Political Science*, 2004. # 8, p. 227–249.
16. Levine, P. *The future of democracy: Developing the next generation of American citizens*. 2008, Medford, MA: Tufts University Press.
17. Levine, P., Youniss, J. *Youth and civic engagement: Introduction*. In P. Levine & J. Youniss (Eds.), *Youth civic engagement: An institutional turn: Circle working paper 45* (pp. 3–6). 2006. Baltimore, MD: The Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement.
18. Sherrod, L.R., Lauchardt, J. *The development of citizenship*. In R. M. Lerner & L. Steinberg (Eds.), *Handbook of adolescent psychology: Vol. 2. Contextual influences on adolescent development* (3rd ed., pp. 372–407). 2009. New York: Wiley & Sons.
19. Соснюк, О.П., Остапенко, І.В. Психологічні особливості активності користувачів соціальних медіа. *Український психологічний журнал*, 2019, № 2(12), С. 160–181. DOI: [https://doi.org/10.17721/upj.2019.2\(12\).12](https://doi.org/10.17721/upj.2019.2(12).12)
20. Hassan, L., Hamari, J. Gameful civic engagement: A review of the literature on gamification of e-participation. *Government Information Quarterly*, 2020. Volume 37, Issue 3, 101461. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101461>
21. Brady, B., Chaskin, R. J., McGregor, C. Promoting civic and political engagement among marginalized urban youth in three cities: Strategies and challenges. *Children and Youth Services Review*, 2020. 116, 105184. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105184>
22. Arshad, S., Khurram, S. Survey dataset on citizens' perspective regarding government's use of social media for provision of quality information and citizens online political participation in Pakistan. *Data in Brief*, 2020. #32, 106311. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.106311>
23. Blaskó, Z., Costa, P. D., Vera-Toscano, E. Non-cognitive civic outcomes: How can education contribute? European evidence from the ICCS 2016 study. *International Journal of Educational Research*, 2019. #98, 366–378. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2019.07.005>
24. Остапенко І. В. Потенціал соціальних медіа для розвитку громадянської компетентності студентської молоді. *Український психологічний журнал*, 2020, № 2 (14), 189-213. DOI: [https://doi.org/10.17721/upj.2020.2\(14\).10](https://doi.org/10.17721/upj.2020.2(14).10)
25. Соснюк О.П. Діагностика особливостей особистісної активності суб'єктів інноваційної діяльності якісними методами. *Актуальні проблеми психології : зб. наук. праць Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*, 2008, Т. 7, № 16, С. 163–168.
26. Остапенко І.В. Особливості використання якісних методів для дослідження комунікативних бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації. *Проблеми політичної психології: збірник наукових праць*, 2017, № 5 (19), С. 167–178.