

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра мовної та психолого-педагогічної підготовки

Допущено до захисту

Завідувач кафедри
Д. психол. н.,
професор Ю.О. Асєєва

(підпис)

« ____ » _____ 2026 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

Зі спеціальності _____ 053 Психологія _____
(шифр та найменування спеціальності)

За освітньою програмою _____ «Психологія» _____
(назва освітньої програми)

На тему: **«ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА РОЗВИТОК
ОСОБИСТОСТІ ПІДЛІТКА»**

Виконавець:

здобувач 4 курсу 41 групи
ФЕУП

Янжула Поліна Олександрівна
/підпис/

Науковий керівник

д. політ. наук, професор,
професор кафедри МППП

Сіленко А.О.
/підпис/

Одеса 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ	
ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ	
ІНФОРМАЦІЇ НА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ ПІДЛІТКА.....	7
1.1. Аналіз ступеня розробленості проблеми.....	7
1.2. Основні теоретичні підходи до дослідження.....	14
Висновки до першого розділу.....	25
РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ ТА НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ	
МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА РОЗВИТОК	
ОСОБИСТОСТІ ПІДЛІТКА.....	28
2.1. Позитивні та негативні ефекти медіавпливу.....	28
2.2. Роль сім'ї та освітнього середовища у формуванні медіаграмотності	
підлітка.....	38
Висновки до другого розділу.....	45
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗМІ НА	
РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ ПІДЛІТКА.....	47
3.1. Визначення вибірки та психодіагностичних методик.....	47
3.2. Аналіз та інтерпретація отриманих даних.....	56
3.3. Рекомендації для підлітків, батьків та педагогів.....	73
Висновки до третього розділу.....	78
ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	83
ДОДАТКИ.....	93

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена глибинними трансформаціями сучасного інформаційного простору, у якому засоби масової інформації (далі ЗМІ) виступають одним із провідних агентів соціалізації підростаючого покоління. Умови цифровізації, стрімкого розвитку соціальних мереж, доступності інформаційних потоків і зниження бар'єрів до їх споживання істотно змінюють характер психічного розвитку підлітка, впливаючи на формування його ціннісно-смислової сфери, ідентичності, поведінкових стратегій та соціальних установок.

Підлітковий вік є сензитивним періодом становлення особистості, у межах якого відбувається інтенсивне формування самосвідомості, рефлексії, моральних орієнтацій та моделей соціальної взаємодії. Саме в цей період підвищується чутливість до зовнішніх впливів, зокрема медіаконтенту, що зумовлює посилення ролі ЗМІ як чинника психологічного впливу. Медіасередовище не лише транслює інформацію, а й конструює соціальну реальність, формує уявлення про норми, цінності, соціальні ролі та стандарти поведінки, що безпосередньо інтегруються у внутрішній світ підлітка.

Особливої значущості проблема набуває у контексті поширення цифрових платформ і соціальних мереж, які створюють нові форми комунікації, самопрезентації та соціального порівняння. Це супроводжується як позитивними ефектами (розширення можливостей самовираження, доступ до освітніх ресурсів, розвиток соціальної активності), так і ризиками (формування залежностей, зростання тривожності, кібербулінг, викривлення реалістичного сприйняття соціальних норм і стандартів). У зв'язку з цим актуалізується потреба в комплексному аналізі психологічних механізмів медіавпливу та їх наслідків для розвитку особистості підлітка.

Додаткової актуальності дослідження набуває в умовах відсутності чіткого нормативного визначення категорії «підліток» у вітчизняному

правовому полі, що ускладнює формування ефективних стратегій державної та освітньої політики щодо регуляції медіавпливу на цю вікову групу. Водночас зростає суспільний запит на формування медіаграмотності, критичного мислення та психологічної стійкості підлітків до маніпулятивних інформаційних впливів.

Отже, дослідження впливу засобів масової інформації на розвиток особистості підлітка є своєчасним і необхідним як у теоретичному, так і в прикладному вимірах, оскільки спрямоване на виявлення закономірностей медіасоціалізації, мінімізацію ризиків деструктивного впливу інформаційного середовища та розробку ефективних психолого-педагогічних стратегій підтримки гармонійного розвитку підлітків.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є теоретичний аналіз і емпіричне дослідження впливу засобів масової інформації на розвиток особистості підлітка.

Для досягнення даної мети були поставлені наступні дослідницькі **завдання:**

- проаналізувати ступень розробленості проблеми;
- дослідити основні теоретичні підходи до дослідження медіавпливу на підлітка;
- виявити позитивні та негативні ефекти медіавпливу;
- дослідити роль сім'ї та освітнього середовища у формуванні медіаграмотності підлітків;
- визначити вибірку та психодіагностичний інструментарій дослідження;
- провести емпіричне дослідження, проаналізувати та інтерпретувати отримані результати;
- розробити практичні рекомендації для підлітків, батьків та педагогів.

Об'єктом дослідження є розвиток особистості підлітка.

Предметом дослідження є вплив засобів масової інформації на розвиток особистості підлітка.

Методи дослідження. У процесі теоретичного опрацювання проблеми впливу засобів масової інформації на особистість підлітка було застосовано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Передусім використано метод теоретичного аналізу та синтезу наукових джерел, що дало змогу узагальнити сучасні підходи до розуміння феномену медіавпливу, критичного мислення, навіюваності та тривожності, а також виявити основні закономірності їх взаємозв'язку у підлітковому віці. Метод порівняння дозволив зіставити різні наукові концепції (психологічні, соціально-психологічні, педагогічні) та визначити спільні й відмінні риси у трактуванні впливу медіасередовища на особистість. Узагальнення та систематизація наукових даних забезпечили побудову цілісної теоретичної моделі досліджуваної проблеми, зокрема виокремлення ключових чинників психологічної вразливості підлітків до інформаційного впливу. Застосування методу наукової інтерпретації дозволило розкрити зміст базових понять дослідження, уточнити їх психологічну сутність і взаємозв'язки, а також обґрунтувати вибір психодіагностичних методик для емпіричного етапу. Крім того, використано метод теоретичного моделювання, який дав змогу окреслити структурно-функціональні зв'язки між критичним мисленням, навіюваністю та тривожністю як чинниками сприйнятливості до медіавпливу.

Емпіричне дослідження проводилося зі застосуванням комплексу психодіагностичних методик: методики «Критичне мислення» Л. Старкі (адаптація О. Луценко), тесту на визначення ступеня навіюваності Є. Мерзлякової (модифікація тесту С. Клаучека та В. Деларю); методики діагностики тривожності Ч.Д. Спілбергера - Ю.Л. Ханіна.

Вибірку склали: 50 підлітків у віці 13-17 років, серед яких дівчат - 32 особи, хлопців - 18 осіб.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані при підготовці навчальних курсів для студентів з дисциплін «Соціальна психологія», «Гендерна психологія», «Вікова

психологія», «Психологія особистості», «Психологія мотивації та впливу», «Медіапсихологія», «Психологія медіакомунікації» тощо.

Апробація результатів дослідження. Кваліфікаційна робота виконана й обговорена на кафедрі мовної та психолого-педагогічної підготовки Одеського національного економічного університету. Основні теоретичні й методологічні положення та результати кваліфікаційної роботи висвітлено в тезах «Вплив соціальних мереж на розвиток особистості підлітків».

Структура дослідження обумовлена метою і завданнями, які були поставлені у процесі науково-теоретичної розробки вибраної теми. Дослідження складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний обсяг кваліфікаційної роботи становить 82 сторінки, робота проілюстрована 8-ма малюнками та 9-ма таблицями. Список використаних джерел містить 83 найменування.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ ПІДЛІТКА

1.1. Аналіз ступеня розробленості проблеми

Аналіз зарубіжних наукових досліджень свідчить про високий рівень розробленості проблеми впливу засобів масової інформації на розвиток особистості підлітка, зокрема у контексті цифровізації соціального простору та трансформації механізмів соціалізації.

У роботі С. Branje «Dynamics of Identity Development in Adolescence: A Decade in Review» обґрунтовується, що підлітковий вік є ключовим періодом становлення особистісної ідентичності, а її розвиток має динамічний, багатовимірний характер, який значною мірою детермінується соціальним контекстом. Авторка підкреслює, що сучасні соціальні умови, зокрема інформаційне середовище, відіграють важливу роль у формуванні самосприйняття, системи цінностей та життєвих орієнтацій підлітка [80].

Значний внесок у дослідження соціально-психологічних механізмів впливу здійснили L. Steinberg та K. Monahan у праці «Age Differences in Resistance to Peer Influence», де доведено, що саме підлітковий вік характеризується підвищеною чутливістю до зовнішнього соціального впливу, зокрема впливу ровесників. При цьому здатність до опору такому впливу формується поступово, що зумовлює вразливість підлітків до різних форм інформаційного та медіавпливу [82].

У дослідженні J. Nesi «Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms» акцентується увага на ролі соціальних мереж як середовища соціального порівняння та отримання зворотного зв'язку. Авторка доводить,

що активне використання медіаплатформ сприяє формуванню самооцінки підлітків, а також може впливати на їхній емоційний стан, зокрема через механізми порівняння себе з іншими та орієнтацію на зовнішнє схвалення [79].

У праці R. Mann «Adolescents and Social Media: The Effects of Frequency of Use, Self-Presentation, Social Comparison, and Self Esteem on Possible Self Imagery» розкрито взаємозв'язок між інтенсивністю використання соціальних мереж, процесами самопрезентації та формуванням уявлень про можливе «Я». Автор доводить, що медіапростір виступає не лише каналом комунікації, а й інструментом конструювання особистісної ідентичності, що має безпосередній вплив на розвиток підлітка [78].

Аналітичні матеріали «Teens, Social Media and Technology 2023» демонструють, що підлітки є однією з найбільш активних груп користувачів соціальних мереж, що підтверджує високу інтенсивність їх включеності у медіасередовище. У дослідженні підкреслюється, що цифрові платформи стають провідним каналом соціальної взаємодії, інформаційного обміну та самовираження підлітків, що, у свою чергу, посилює їхній вплив на процеси соціалізації [83].

Таким чином, зарубіжні дослідження комплексно висвітлюють проблему впливу засобів масової інформації на розвиток особистості підлітка, акцентуючи увагу на ролі медіасередовища у формуванні ідентичності, самооцінки, соціальних установок та поведінкових стратегій. Особлива увага приділяється механізмам соціального порівняння, самопрезентації, впливу референтних груп і цифрових платформ як ключових факторів сучасної медіасоціалізації.

Вітчизняні вчені також приділяють велику увагу даній проблематиці. На рівні дисертаційних і монографічних праць проблема впливу інформаційного та медіасередовища на розвиток особистості представлена як у безпосередньо психологічному, так і в суміжному соціально-психологічному, педагогічному та комунікативному вимірах.

У дисертаційному дослідженні Ю. Асєєвої «Психологічні засади кіберадикцій в підлітковому та юнацькому віці» проблема функціонування особистості в цифровому середовищі розглядається через призму вікової психології та психології залежної поведінки. Авторка зосереджує увагу на механізмах формування кіберадикцій у підлітковому та юнацькому віці, розкриває роль соціальних мереж, цифрової комунікації та віртуальної активності у трансформації мотиваційної, емоційної та поведінкової сфер особистості. Значущість цієї праці для дослідження впливу засобів масової інформації полягає в тому, що в ній інформаційний простір постає не лише як канал передавання змістів, а як середовище, здатне змінювати структуру потреб, способи самореалізації та моделі взаємодії підлітка зі світом [3].

Монографія І. Булах «Психологія особистісного зростання підлітка» має фундаментальне значення для осмислення внутрішніх закономірностей підліткового розвитку. У цій праці розкрито психологічну специфіку підліткового віку як періоду активного становлення самосвідомості, ціннісно-сміслової сфери, рефлексії та особистісної автономії. Для теми впливу засобів масової інформації ця монографія є важливою передусім тим, що дає змогу окреслити вікові особливості підлітка як суб'єкта сприйняття інформації, пояснити його підвищену чутливість до зовнішніх впливів і зрозуміти, чому саме в цьому віці медіа можуть виконувати функцію потужного чинника соціалізації та особистісного конструювання [10].

У дисертації Є. Кузіної «Психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини» здійснено ґрунтовне теоретичне осмислення категорії інформаційного впливу, його психологічної природи, структурних компонентів та механізмів реалізації. Хоча об'єктом безпосереднього аналізу є доросла людина, ця праця має важливе методологічне значення для дослідження підлітків, оскільки пропонує цілісне бачення психологічного впливу як процесу, що охоплює когнітивний, емоційний та поведінковий рівні функціонування особистості. Відповідно, її

положення можуть бути продуктивно використані для інтерпретації специфіки медіавпливу на підліткову аудиторію [39].

В дисертації Н. Малєєвої «Комунікативні Інтернет-практики залежної від соціальних мереж молоді» увага зосереджена на особливостях взаємодії молоді із соціальними мережами як специфічним комунікативним простором. Авторка аналізує Інтернет-практики як форми соціальної активності, що водночас можуть набувати ознак залежної поведінки. Значення цієї праці полягає в тому, що вона дозволяє побачити соціальні мережі не лише як технічний засіб комунікації, а як середовище, що формує способи самопрезентації, міжособистісних контактів і переживання соціальної включеності [45].

Дисертація О. Сідун «Сугестивність як детермінанта uzалежнених форм поведінки в юнацькому віці» розкриває важливий для теми медіавпливу аспект - індивідуально-психологічну схильність особистості до навіювання та зовнішнього впливу. Авторка показує, що сугестивність може виступати суттєвим чинником формування uzалежнених форм поведінки, а отже, є концептуально важливою для пояснення того, чому окремі підлітки та юнаки виявляються більш вразливими до маніпулятивного, емоційно насиченого або нав'язливого медіаконтенту [64].

У дисертації Ю. Фоля «Індивідуально-психологічні прояви навіювання як властивості особистості» досліджується феномен навіювання як стійкої психологічної характеристики, пов'язаної з особливостями сприймання, переробки інформації та реагування на зовнішні стимули. Праця є важливою для розуміння глибинних психологічних передумов інформаційного впливу, оскільки дає підстави розглядати ефективність медіавпливу як наслідок властивостей контенту, і як результат індивідуальної сприйнятливості особистості до навіювального впливу [72].

У дисертації Х. Шишкіної «Інформаційна позиція як чинник соціально-психологічної зрілості студентів» інформаційна активність особистості

осмислюється як компонент її соціально-психологічної зрілості. Авторка акцентує на тому, що характер ставлення до інформації, здатність її осмислювати, відбирати та інтерпретувати пов'язані з рівнем особистісної зрілості. Попри те, що дослідження виконано на студентській вибірці, воно має важливе значення для розуміння перспектив формування зрілої інформаційної позиції ще на підлітковому етапі розвитку, коли закладаються основи критичного сприйняття медіаповідомлень [76].

Дисертація А. Гафітуліної «Психологічні особливості формування національної самосвідомості студентської молоді України» безпосередньо не зосереджена на проблемі мас-медіа, однак є цінною в контексті вивчення формування свідомості та ідентичності молодшої людини під впливом соціокультурних чинників. Праця дає змогу глибше осмислити процеси становлення ціннісних орієнтацій, самоідентифікації та належності, які в сучасному медіасуспільстві значною мірою опосередковуються інформаційними потоками [15].

Отже, проаналізовані дисертації та монографії формують вагомий теоретико-методологічний фундамент для дослідження впливу засобів масової інформації на розвиток особистості підлітка. У цих працях висвітлено вікові особливості підліткового розвитку, механізми інформаційного та психологічного впливу, чинники сугестивності, залежної поведінки, комунікативної активності у цифровому середовищі та формування особистісної зрілості. У сукупності вони дають змогу розглядати медіавплив як складний багаторівневий феномен, що охоплює когнітивну, емоційну, ціннісну та поведінкову сфери особистості підлітка.

Аналіз наукових статей, присвячених проблемі впливу засобів масової інформації на розвиток особистості, свідчить про різноплановість підходів до її осмислення та високий рівень уваги до психологічних механізмів медіавпливу в умовах сучасного інформаційного суспільства.

У статті Н. Бондаренко «Способи привернення уваги інтернет-аудиторії» розкрито особливості функціонування сучасного медіаконтенту, зокрема механізми залучення та утримання уваги користувачів. Авторка підкреслює, що інтернет-середовище функціонує за принципами конкуренції за увагу, що зумовлює використання емоційно насичених, візуально привабливих та маніпулятивних прийомів подання інформації. Це має безпосереднє значення для підліткової аудиторії, яка характеризується підвищеною чутливістю до стимулів такого типу [6].

У колективній праці «Цифрові медіа та їх вплив на дітей підліткового віку» акцентується увага на комплексному характері впливу цифрових медіа на психічний розвиток підлітків. Автори розглядають як позитивні аспекти (доступ до інформації, можливості навчання, комунікації), так і ризики, пов'язані з надмірним використанням медіа, зокрема формування залежностей, порушення емоційної стабільності та зміни поведінкових патернів [7].

У статті І. Гоян «Вплив соціальних мереж на психологічне функціонування особистості: до постановки проблеми» окреслюються теоретичні підходи до вивчення впливу соціальних мереж як специфічного середовища соціалізації. Автори підкреслюють, що соціальні мережі виступають не лише каналом комунікації, а й простором конструювання ідентичності, де відбувається активне формування уявлень про себе та інших [18].

У дослідженні О. Гречановської «Вплив соціальних мереж на психологічний стан і самооцінку молоді» розкрито зв'язок між інтенсивністю використання соціальних мереж та показниками психологічного стану особистості. Автори доводять, що медіаконтент може виступати як фактором підвищення самооцінки та соціальної активності, так і джерелом тривожності, невдоволення собою та соціального порівняння [19].

У статті А. Гудімової «Специфіка впливу соціальних мереж на психологічне благополуччя підлітків» увага зосереджена на аналізі впливу медіасередовища на психологічне благополуччя. Авторка підкреслює, що соціальні мережі можуть виступати як ресурсом підтримки, так і фактором ризику, залежно від характеру використання та індивідуально-психологічних особливостей підлітка [21].

У роботі Л. Король «Психологічні чинники впливу ЗМІ на формування особистості сучасної молоді» розглянуто структуру та механізми психологічного впливу засобів масової інформації. Автори акцентують на ролі когнітивних, емоційних та поведінкових компонентів впливу, а також на значенні медіа у формуванні ціннісних орієнтацій і світоглядних установок молоді [36].

У статті Д. Крат «Вплив засобів масової інформації на розвиток особистості у підлітковому віці» безпосередньо досліджується специфіка медіавпливу на підлітків. Автор підкреслює, що засоби масової інформації виконують функцію потужного агента соціалізації, формуючи поведінкові моделі, систему цінностей і уявлення про соціальні норми [38].

У праці О. Закалик «Психологічний вплив медіа-засобів на емоційну сферу молоді в умовах сьогодення» розглядається вплив медіа на емоційні стани особистості. Автори доводять, що медіаконтент може викликати широкий спектр емоційних реакцій та впливати на емоційну регуляцію, що є особливо значущим для підлітків як емоційно вразливої групи [29].

У статті Є. Гіденко «Кібербулінг: насильство в соціальній мережі» висвітлюється одна з найбільш актуальних проблем сучасного медіасередовища - кібербулінг. Авторка розкриває його як форму психологічного насильства, що має суттєві негативні наслідки для психічного стану підлітків, включаючи зниження самооцінки, тривожність та соціальну ізоляцію [16].

У роботі М. Кіці «Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію» аналізується феномен дезінформації як інструменту впливу на масову свідомість. Авторка підкреслює, що поширення фейкової інформації ускладнює формування адекватної картини світу, особливо у молоді, яка ще не має достатньо сформованого критичного мислення [32].

У статті Я. Деркаченко «Соціальні мережі, як середовище для технологій маніпулятивного впливу» розкривається маніпулятивний потенціал соціальних мереж. Авторка підкреслює, що цифрове середовище створює умови для прихованого психологічного впливу, який може змінювати установки, переконання та поведінку користувачів [24].

Таким чином, аналіз наукових статей демонструє, що проблема впливу засобів масової інформації на розвиток особистості підлітка розглядається комплексно, через призму психологічних механізмів впливу, емоційних і когнітивних процесів, соціалізації, формування ідентичності та ризиків цифрового середовища. У наукових працях підкреслюється як ресурсний потенціал медіа, так і їхній ризикогенний характер, що обумовлює необхідність подальшого дослідження цієї проблематики.

1.2. Основні теоретичні підходи до дослідження

Класичні теоретичні підходи до дослідження розвитку підлітків сформували методологічну основу сучасної вікової психології та дозволяють комплексно пояснити закономірності становлення особистості у цьому віці.

Психоаналітичний підхід (З. Фрейд, А. Фрейд, Е. Еріксон) розглядає підлітковий період як етап внутрішніх конфліктів і перебудови особистості.

Особливого значення набуває криза ідентичності, у межах якої підліток прагне усвідомити власне «Я», визначити життєві цілі та соціальну роль.

Невирішені внутрішні суперечності можуть призводити до тривожності, нестабільності поведінки та залежності від зовнішніх впливів.

Біхевіористичний підхід (Дж. Вотсон, Б. Скіннер) акцентує увагу на ролі середовища у формуванні поведінки. Згідно з цією концепцією, розвиток підлітка визначається системою підкріплень, навчанням і соціальними впливами. Поведінкові моделі засвоюються через наслідування та повторення, що особливо актуально в умовах активної соціалізації.

Когнітивний підхід (Ж. Піаже) пояснює розвиток підлітка через становлення мислення. Саме в цей період формується здатність до абстрактного, гіпотетико-дедуктивного мислення, що дозволяє підліткам аналізувати складні явища, будувати власні судження та критично осмислювати інформацію.

Соціокультурний підхід (Л. Виготський) підкреслює визначальну роль соціального середовища та взаємодії у розвитку психіки. Розвиток відбувається через інтеріоризацію соціального досвіду, а ключовим механізмом виступає спілкування з більш компетентними суб'єктами (дорослими, однолітками).

Гуманістичний підхід (А. Маслоу, К. Роджерс) розглядає підлітка як активного суб'єкта саморозвитку. Центральною ідеєю є прагнення до самореалізації, формування цінностей, автономії та особистісного зростання. Отже, класичні підходи демонструють, що розвиток підлітка є багатофакторним процесом, у якому поєднуються внутрішні психічні зміни та вплив соціального середовища, що створює основу для сучасних інтегративних моделей розвитку.

Аналіз сучасних наукових джерел, присвячених предмету нашого дослідження, дозволяє стверджувати, що розвиток особистості у підлітковому віці розглядається як складний, багатовимірний процес, детермінований взаємодією біологічних, психологічних і соціальних чинників.

У вітчизняній психології цей період інтерпретується як етап інтенсивних особистісних трансформацій, пов'язаних із формуванням самосвідомості, ідентичності, системи цінностей та соціальних орієнтацій.

З позицій вікового підходу підлітковий вік розглядається як критичний період онтогенезу, що характеризується якісними змінами у когнітивній, емоційній та мотиваційній сферах. Зокрема, у працях М. Заброцького підкреслюється, що саме в цей період відбувається перебудова психічних процесів, що супроводжується розвитком рефлексії, абстрактного мислення та здатності до саморегуляції [28].

Особливе місце у теоретичному осмисленні розвитку підлітків займає підхід особистісного зростання, представлений у дослідженнях І. Булах. Авторка розглядає підлітковий вік як період активного самотворення особистості, коли індивід не лише засвоює соціальний досвід, але й починає його критично переосмислювати, формуючи власну систему смислів і життєвих орієнтирів. У цьому контексті розвиток трактується як процес переходу від зовнішньо детермінованої поведінки до внутрішньо регульованої [10].

Соціально-психологічний підхід акцентує увагу на ролі соціального середовища у становленні підлітка. Згідно з дослідженнями Т. Кравченко, процес соціалізації відбувається у взаємодії ключових інститутів - сім'ї та школи, які забезпечують передачу соціальних норм, цінностей і моделей поведінки. При цьому сім'я виступає первинним середовищем розвитку, що формує базові уявлення про себе та інших, тоді як освітні інституції сприяють розширенню соціального досвіду та інтеграції особистості у ширший соціальний контекст [37].

У сучасних умовах значного поширення набуває медіапсихологічний підхід, який розглядає розвиток підлітка крізь призму його взаємодії з інформаційним середовищем. Зокрема, Л. Найдьонова підкреслює, що медіапростір виступає не лише джерелом інформації, але й середовищем

формування ідентичності, ціннісних орієнтацій та моделей поведінки . У цьому контексті підліток постає як активний суб'єкт медіасоціалізації, який не лише споживає, але й інтерпретує та трансформує отриману інформацію [51].

Розвиток підлітків у цифровому середовищі також активно досліджується у працях сучасних українських учених. Так, Ю. Асєєва розглядає феномен кіберадикцій як наслідок специфічної взаємодії особистості з віртуальним простором, підкреслюючи, що надмірне занурення у соціальні мережі може призводити до деформації мотиваційної сфери, зниження рівня самоконтролю та порушення соціальної адаптації [3]. Подібні висновки містяться і в роботах Н. Гречановської та ін., де наголошується на зв'язку між інтенсивністю використання соціальних мереж та психологічним станом підлітків, зокрема рівнем самооцінки та емоційного благополуччя [19].

Крім того, у дослідженнях О. Коброслі акцентується увага на подвійній природі впливу соціальних медіа: з одного боку, вони розширюють можливості комунікації та самовираження, а з іншого - створюють ризики соціального порівняння, залежності та зниження психологічного благополуччя [34]. Така амбівалентність медіавпливу свідчить про необхідність комплексного підходу до аналізу розвитку підлітка в умовах інформаційного суспільства.

Важливим теоретичним напрямом є також підхід, що розглядає розвиток підлітка через призму психологічного впливу та маніпуляції. У роботах О. Брик, Н. Волинець [8; 9; 13] та інших дослідників підкреслюється, що підлітковий вік характеризується підвищеною чутливістю до зовнішніх впливів, що обумовлює вразливість до маніпулятивних технологій. Це пояснюється недостатньою сформованістю критичного мислення та механізмів психологічного захисту.

Таким чином, можна констатувати, що сучасні теоретичні підходи до розвитку підлітків інтегрують положення вікової, соціальної та медіапсихології, розглядаючи особистість як активного суб'єкта розвитку,

який формується у взаємодії з багаторівневим соціокультурним та інформаційним середовищем. Такий міждисциплінарний підхід дозволяє більш повно розкрити закономірності становлення підлітка та визначити ключові чинники, що впливають на його психологічний розвиток в умовах сучасного медіапростору.

Розгляд теоретичних підходів до дослідження медіавпливу слід почати з класичних соціально-психологічних концепцій переконання та комунікаційного впливу, сформовані в середині XX століття. Суттєвий внесок у розуміння соціально-психологічних механізмів медіавпливу здійснили Г. Лассуелл, П. Лазарсфельд та М. Маклюен.

Г. Лассуелл в теорії залежності акцентував увагу на високому ступені вразливості індивіда до інформаційних впливів, підкреслюючи, що в умовах масового суспільства засоби масової інформації здатні виступати інструментом формування установок і поведінкових орієнтацій, значною мірою знижуючи автономність суб'єкта сприйняття.

Розвиваючи уявлення про опосередкований характер медіавпливу, П. Лазарсфельд обґрунтував концепцію двоступеневого потоку комунікації, згідно з якою інформація рідко впливає на масову аудиторію безпосередньо.

М. Маклюен довів, що розвиток нових засобів комунікації трансформуює способи сприйняття реальності, структуру мислення та характер соціальної взаємодії. У цьому сенсі медіа виступають не просто каналом передачі інформації, а середовищем, що визначає специфіку когнітивних і культурних процесів.

Значний внесок у розвиток цього напрямку здійснено в межах так званого Єльського проекту дослідження комунікації під керівництвом К. Ховленда. Спираючись на положення теорії навчання, дослідник розглядав зміну установок як результат впливу інформаційного повідомлення, здатного не лише передавати певні рекомендації чи настанови, а й обґрунтовувати їхню суб'єктивну значущість для реципієнта. Відтак ефективність переконання

пов'язувалася із поєднанням змістового компонента повідомлення та мотиваційного підкріплення, що актуалізує очікувану користь від прийняття запропонованої позиції [65, с. 72].

Подальший розвиток досліджень у цьому напрямі привів до ускладнення уявлень про механізми психологічного впливу. Зокрема, К. Ховленд у співпраці з Г. Кельманом обґрунтував наявність двох відносно автономних каналів впливу: когнітивного, що базується на логічному опрацюванні змісту повідомлення, та афективного, який пов'язаний із емоційним реагуванням на нього. Така інтерпретація зумовила зміщення дослідницького фокусу від аналізу виключно змісту повідомлення до врахування характеристик джерела інформації, зокрема його компетентності, авторитетності та привабливості.

У результаті сформувалася експериментальна парадигма дослідження переконання, у межах якої психологічний вплив розглядається як процес зміни установок, переконань і поведінки під впливом комунікації. Переконання при цьому трактується як специфічна форма впливу, що апелює до когнітивної сфери особистості з метою трансформації її уявлень і поведінкових стратегій.

Подальші емпіричні дослідження (60–70-ті роки ХХ століття) засвідчили відсутність універсальних закономірностей ефективності впливу. Виявилося, що такі змінні, як компетентність джерела або емоційний тон повідомлення, діють неоднозначно і залежать від контексту та індивідуальних особливостей реципієнта. Ця суперечливість результатів зумовила певну методологічну кризу, яку М. Шериф охарактеризував як стан «сум'яття» у психології впливу.

Попри це, подальший розвиток теорії переконання пов'язаний із розробкою процесуальних моделей. Зокрема, В. МакГір запропонував багатоступеневу модель переконання, що включає послідовні етапи: контакт із повідомленням, привернення уваги, розуміння, прийняття, закріплення нової установки та її поведінкову реалізацію. Ефективність впливу, за цією

моделлю, визначається проходженням усіх зазначених стадій, що підкреслює складність і багаторівневість процесу зміни установок.

Поглиблення когнітивного підходу відображене в теорії Е. Грінвальда, який пов'язував ефективність впливу з характером внутрішньої когнітивної обробки інформації. Згідно з цією позицією, вирішальне значення має не лише зміст повідомлення, а й ті думки, які воно викликає у реципієнта. Якщо повідомлення стимулює позитивно забарвлену рефлексію, воно підвищує ймовірність зміни установок; натомість критичне або опозиційне осмислення знижує ефективність впливу. При цьому вагомим чинником виступає сприйняття джерела як компетентного та авторитетного.

Таким чином, класичні теорії переконання заклали підґрунтя для сучасного розуміння медіавпливу як складного процесу взаємодії когнітивних, емоційних і соціальних чинників. У контексті дослідження впливу засобів масової інформації на підлітків ці підходи дозволяють пояснити, чому одна й та сама інформація може по-різному впливати на різних індивідів і чому ефективність медіавпливу визначається не лише змістом повідомлення, а й особливостями його сприйняття та інтерпретації.

Проблематика медіавпливу на особистість підлітка в сучасному науковому дискурсі набуває статусу однієї з ключових у контексті трансформації інформаційного суспільства. Інтенсивна медіатизація соціального простору зумовлює якісні зміни у процесах соціалізації, пізнання та формування особистості, що особливо виразно проявляється в підлітковому віці як сенситивному періоді розвитку. У зв'язку з цим дослідження медіавпливу потребує інтеграції різних теоретичних підходів, кожен з яких акцентує увагу на окремих аспектах взаємодії підлітка з медіасередовищем.

Одним із базових є соціально-психологічний підхід, у межах якого медіа розглядаються як самостійний агент соціалізації поряд із сім'єю, школою та референтними групами. Л. Найдьонова зазначає, що медіапростір виступає специфічним соціокультурним середовищем, у якому відбувається засвоєння

норм, цінностей і моделей поведінки, причому цей процес часто має опосередкований і неконтрольований характер. Особливістю медіасоціалізації є її масовість, доступність і постійність впливу, що створює умови для формування у підлітків уявлень про соціальну реальність, які не завжди відповідають об'єктивним умовам [51].

У рамках когнітивного підходу медіа розглядаються як фактор, що модифікує перебіг пізнавальних процесів. Г. Онкович підкреслює, що сучасні медіа сприяють формуванню нових типів мислення, зокрема кліпового, яке характеризується фрагментарністю, швидкою зміною уваги та зниженням здатності до глибокого аналізу інформації. Це зумовлює потребу у формуванні навичок критичного мислення як механізму відбору, оцінювання та інтерпретації інформації в умовах її надлишку [48, с. 86].

Культурологічний підхід дозволяє розглядати медіа як інструмент символічного виробництва та трансляції культурних смислів. Б. Потятинник наголошує, що медіа не лише відображають реальність, а й активно її конструюють, створюючи певні інтерпретаційні рамки, у межах яких підліток осмислює соціальний світ. Через медіа відбувається засвоєння культурних кодів, соціальних ролей і моделей поведінки, що безпосередньо впливає на процес формування ідентичності [60].

Важливе місце посідає медіапедагогічний підхід, який акцентує увагу на можливостях цілеспрямованого формування медіаграмотності. В. Іванов та О. Волошенюк розглядають медіаосвіту як необхідну складову сучасної освіти, спрямовану на розвиток критичного сприйняття інформації, здатності до розпізнавання маніпуляцій і формування відповідального ставлення до медіаспоживання. У цьому контексті медіавплив перестає бути виключно зовнішнім чинником і набуває керованого характеру через освітні практики [48].

Окремого розгляду потребує діяльнісний підхід, який принципово змінює уявлення про підлітка як об'єкт медіавпливу. У сучасному цифровому

середовищі підліток виступає активним суб'єктом медіадіяльності - він не лише споживає інформацію, а й створює контент, взаємодіє з іншими користувачами, формує власний інформаційний простір. Це зумовлює зростання ролі саморегуляції, рефлексії та відповідальності у процесі медіавзаємодії.

Суттєвим доповненням є біопсихосоціальний підхід, який дозволяє інтегрувати різні рівні аналізу медіавпливу. Ю. Асєєва підкреслює, що взаємодія підлітка з медіасередовищем визначається поєднанням індивідуально-психологічних особливостей, соціального контексту та специфіки інформаційного впливу. У цьому контексті медіа можуть виступати як ресурсом розвитку (розширення знань, соціалізація), так і фактором ризику (формування залежної поведінки, емоційна дестабілізація) [2, с. 152].

Необхідно також враховувати концепцію медіазалежності, яка розглядає надмірну взаємодію з медіа як форму адиктивної поведінки. У підлітковому віці, що характеризується підвищеною емоційною лабільністю, потребою у визнанні та пошуку ідентичності, ризик формування залежності від медіаконтенту значно зростає. Це проявляється у втраті контролю над часом перебування в мережі, зниженні інтересу до реальної діяльності та порушенні міжособистісних відносин.

Таким чином, узагальнення основних теоретичних підходів дозволяє зробити висновок, що медіавплив на підлітка є багатовимірним процесом, який охоплює когнітивні, емоційні, поведінкові та соціальні аспекти розвитку особистості. Його характер визначається не лише змістом медіаконтенту, а й рівнем сформованості критичного мислення, особливостями соціального середовища та активністю самого підлітка як суб'єкта медіавзаємодії.

Теоретичні засади медіаосвіти формуються в межах кількох взаємодоповнювальних підходів, які по-різному інтерпретують роль медіа у розвитку особистості та визначають цілі взаємодії людини з медіапростором.

Передусім, виокремлюється захисний (протекціоністський) підхід, у межах якого медіа розглядаються як потенційно ризикогенне середовище. Основний акцент робиться на формуванні у підлітків здатності протистояти негативному впливу медіаконтенту, зокрема маніпуляціям, дезінформації, агресивним та деструктивним моделям поведінки. У цьому контексті медіаосвіта виконує функцію психологічного захисту.

Інформаційно-освітній підхід трактує медіа як джерело знань і важливий ресурс навчання. У його межах основна увага зосереджується на розвитку навичок пошуку, відбору та використання інформації. Медіа розглядаються як інструмент пізнавальної діяльності, що сприяє розширенню світогляду та підвищенню інтелектуального рівня особистості.

Критико-аналітичний підхід акцентує увагу на розвитку критичного мислення як ключової компетентності сучасної людини. Його сутність полягає у формуванні здатності аналізувати медіаповідомлення, виявляти приховані смисли, розпізнавати ідеологічні впливи та оцінювати достовірність інформації. У межах цього підходу підліток виступає як активний інтерпретатор медіаконтенту.

Культурологічний підхід розглядає медіа як складову сучасної культури та засіб передачі соціального досвіду. Медіаосвіта в цьому випадку спрямована на формування медіакультури особистості, розвиток здатності розуміти символи, образи та культурні коди, що транслуються через медіа.

Творчо-діяльнісний підхід підкреслює активну роль особистості у медіапросторі. Він передбачає не лише споживання, а й створення медіаконтенту, що сприяє розвитку креативності, комунікативних умінь та самовираження. У цьому контексті медіаосвіта виступає як засіб розвитку творчого потенціалу підлітка [77, с. 42].

Таким чином, сучасні теорії медіаосвіти відображають перехід від пасивного сприйняття медіа як джерела впливу до розуміння їх як складного середовища взаємодії, у якому особистість виступає активним суб'єктом.

Інтеграція зазначених підходів дозволяє забезпечити комплексне формування медіаграмотності та підвищити психологічну стійкість підлітків до інформаційних впливів.

Висновки до першого розділу

Аналіз ступеня розробленості проблеми показав, що проблема впливу засобів масової інформації на розвиток особистості підлітка є однією з ключових у сучасній психологічній науці та характеризується високим рівнем наукової розробленості й міждисциплінарністю.

Зарубіжні дослідження переконливо демонструють, що медіасередовище виступає важливим чинником формування ідентичності, самооцінки та соціальної поведінки підлітка. Особлива увага приділяється механізмам соціального порівняння, самопрезентації та впливу референтних груп, що визначають специфіку включеності підлітків у цифровий простір і зумовлюють їхню підвищену чутливість до інформаційного впливу.

Вітчизняні наукові підходи суттєво розширюють розуміння цієї проблематики, акцентуючи увагу на психологічних механізмах медіавпливу, індивідуально-психологічних детермінантах сприйнятливості до інформації, а також на феноменах кіберадикції, сугестивності та інформаційної позиції особистості. У цих дослідженнях медіапростір розглядається не лише як канал трансляції інформації, а як специфічне соціально-психологічне середовище, що трансформує мотиваційну, емоційну та поведінкову сфери підлітка.

Аналіз наукових статей засвідчує, що сучасні медіа виконують амбівалентну функцію: з одного боку, вони розширюють можливості комунікації, доступу до знань і самовираження, з іншого - створюють ризики маніпулятивного впливу, формування залежної поведінки, емоційної нестабільності та викривлення соціальної реальності.

Таким чином, медіавплив доцільно розглядати як складний багаторівневий процес, що реалізується через когнітивні, емоційні та поведінкові механізми і опосередковується як характеристиками медіаконтенту, так і індивідуально-психологічними особливостями підлітка. Це зумовлює необхідність подальших емпіричних досліджень, спрямованих

на виявлення чинників психологічної вразливості та розробку ефективних засобів формування медіаграмотності як ресурсу психологічної безпеки особистості.

Розгляд класичних та сучасних теоретичних підходів показав, що розвиток особистості підлітка в умовах сучасного інформаційного суспільства є складним, багаторівневим і детермінованим процесом, який формується під впливом як внутрішніх психологічних змін, так і зовнішніх соціокультурних чинників, серед яких провідне місце займає медіасередовище.

Класичні психологічні підходи (психоаналітичний, біхевіористичний, когнітивний, соціокультурний, гуманістичний) створюють теоретичне підґрунтя для розуміння закономірностей розвитку підлітка, тоді як сучасні підходи доповнюють їх, акцентуючи увагу на ролі медіа як специфічного агента соціалізації. У межах цих підходів підліток розглядається не лише як об'єкт впливу, але й як активний суб'єкт взаємодії з інформаційним простором.

Встановлено, що медіавплив реалізується через складну систему когнітивних, емоційних і поведінкових механізмів, ефективність яких залежить як від характеристик медіаконтенту, так і від індивідуально-психологічних особливостей особистості, зокрема рівня критичного мислення, сугестивності та соціальної зрілості. Особливої значущості набуває те, що підлітковий вік є сенситивним періодом підвищеної сприйнятливості до інформаційних впливів, що зумовлює як потенціал розвитку, так і ризики деструктивних змін.

Сучасні теорії медіаосвіти та медіапсихології демонструють необхідність переходу від розгляду медіа виключно як джерела впливу до розуміння їх як інтерактивного середовища, у якому особистість здійснює активну діяльність, формує власний інформаційний простір і конструює соціальну реальність. Це обумовлює зростання ролі медіаграмотності як

ключової компетентності, що забезпечує здатність до критичного осмислення інформації та психологічної саморегуляції.

Отже, медіавплив на підлітка доцільно розглядати як інтегративний феномен, що поєднує вплив соціального середовища, індивідуальних особливостей та специфіки інформаційного простору, що вимагає комплексного наукового підходу до його дослідження та розробки ефективних психолого-педагогічних засобів його регуляції.

РОЗДІЛ 2.

НАПРЯМИ ТА НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ ПІДЛІТКА

2.1. Позитивні та негативні ефекти медіавпливу

Засоби масової інформації традиційно впливають на свідомість і поведінку людей, формуючи їхні погляди, установки та спонукаючи до певних дій. У періоди стабільного розвитку суспільства ЗМІ, як правило, виконують важливі функції, а саме, інформують, навчають, об'єднують людей і підтримують соціальну рівновагу.

Однак у перехідні періоди розвитку суспільства роль і функції медіа можуть змінюватися. Окремі медійні структури починають діяти більш автономно, іноді не узгоджуючи свою діяльність із потребами суспільства. У результаті вони можуть транслювати ідеї та інтереси, які не завжди відповідають суспільним цінностям або навіть суперечать їм.

Відомий теоретик мас-медіа Н. Луман підкреслював, що сучасна людина сприймає реальність значною мірою через медіа: фактично все, що ми знаємо про суспільство і світ, ми дізнаємося саме із засобів масової інформації. Водночас він звертав увагу на парадоксальність цієї ситуації: хоча медіа є основним джерелом знань про світ, рівень довіри до них залишається невисоким. Людина одночасно залежить від інформації, яку отримує, і критично ставиться до неї, підозрюючи можливість маніпуляції. Саме тому взаємодія з медіа вимагає розвиненого критичного мислення та усвідомленого підходу до сприйняття інформації.

Враховую, що засоби масової інформації у сучасному світі стали важливою складовою духовного життя суспільства, небезпечною є недооцінка їхнього впливу на людину. Використання медіа для маніпуляції свідомістю можуть призводити до негативних наслідків: поступового

знецінення культурних норм, зниження рівня моральності й духовності, спрощення мистецтва та погіршення якості освіти молодого покоління.

Підлітковий вік є особливим періодом, коли людина активно входить у суспільне життя, бере на себе нові обов'язки та прагне самореалізації. У цей час відбувається інтенсивний розвиток пізнавальних процесів і формування особистості, що супроводжується зміною інтересів. Вони стають більш вибірковими, стійкими, а навчання вже не завжди залишається на першому місці.

Підліток починає орієнтуватися на доросле життя, де важливу роль відіграє спілкування, встановлення та підтримання соціальних зв'язків. Саме в цей період вплив зовнішнього середовища, зокрема засобів масової інформації, стає особливо відчутним, оскільки воно активно формує погляди, цінності та поведінку.

Підлітки проводять значну частину часу за переглядом різноманітного відеоконтенту. Перегляд деяких сюжетів супроводжується не лише отриманням нової інформації, а й інтенсивними емоційними переживаннями. Зокрема, контент із вираженим емоційним напруженням, як-от фільми жахів, може викликати страх, тривогу, а окремі образи надовго закріплюються у свідомості.

Враховуючи, що психіка підлітка перебуває у процесі становлення, його здатність до критичного осмислення та емоційного «фільтрування» інформації ще недостатньо сформована. Тому побачене нерідко сприймається без належної оцінки і може впливати на внутрішній стан. З одного боку, медіа розширюють обсяг знань і уявлень про світ, з іншого - здатні викликати негативні емоції, такі як тривога, страх, невпевненість у собі та майбутньому, розчарування або пригнічення, що відображається на психічному стані підлітка.

Як відомо, ЗМІ можуть мати вплив на особистість, як позитивний, так і негативний. Позитивний вплив засобів масової інформації, особливо інтернету

і соціальних мереж, полягає в тому, вони дають підлітку багато можливостей. Він може швидко знайти потрібну інформацію, дізнатися щось нове, розширити свій кругозір, навчитися новим навичкам. Інтернет допомагає відповідати на питання, які хвилюють, і часто стає важливим помічником у навчанні. Крім того, багато підлітків використовують його для спілкування та проведення вільного часу [38, с. 244].

Як ми бачимо, засоби масової інформації можуть допомагати розвитку підлітка. Але нажаль, засоби масової інформації не тільки впливають позитивно на підлітків, але й несуть у собі певні ризики та загрози для розвитку молоді. Так, інтернет часто стає способом «втекти» від реального життя. У віртуальному світі все здається простішим: там більше свободи, менше обмежень, можна бути ким завгодно і робити те, що в реальності не завжди можливо. Через це підліткам іноді важко повертатися до реальних справ, зокрема, навчання, обов'язків, спілкування вживу.

У результаті може виникати внутрішній конфлікт: реальне життя здається складнішим і менш цікавим, ніж віртуальне. Це може призводити до погіршення настрою, проблем у навчанні, труднощів у спілкуванні. Особливо це стосується підлітків, які проводять дуже багато часу в мережі і поступово стають залежними від інтернету [38, с. 244].

Особливе занепокоєння викликає той факт, що сучасні засоби масової інформації часто здійснюють цілеспрямований вплив на підлітків, і цей вплив нерідко має негативний характер. У суспільстві спостерігається зростання агресії, поширення насильства, поступове знецінення традиційних моральних норм, відсутність чітких життєвих орієнтирів і авторитетів. Також знижується рівень емоційної чутливості, коли люди стають менш співчутливими та більш байдужими до подій і переживань інших. Значною мірою це пов'язано зі змістом інформації, яку постійно транслюють сучасні медіа. Що стосується підлітків, то негативний вплив засобів масової інформації на них проявляється, зокрема, у поступовому зміщенні інтересу від реального життя

до віртуального середовища, а також у підвищенні рівня тривожності, агресивності та виникненні різноманітних страхів.

Як відомо, засоби масової інформації часто подають інформацію у спрощеному, стандартизованому вигляді, формуючи певні стереотипи - усталені уявлення, які легко сприймаються без глибокого осмислення. У такому форматі повідомлення не потребують значних інтелектуальних зусиль, тому сприймаються швидко, без критичного аналізу та внутрішнього сумніву.

Формування стереотипів відбувається під впливом кількох чинників: з одного боку, колективних уявлень і суспільного досвіду, з іншого, індивідуального соціокультурного середовища. Водночас важливу роль відіграє і цілеспрямований вплив самих медіа, які можуть закріплювати певні моделі сприйняття дійсності.

Вплив засобів масової інформації на процес сприйняття та свідомість підлітків часто реалізується через використання стереотипів, створення привабливих образів (іміджів) і формування певних міфів. Саме ці механізми дозволяють спрощувати складну інформацію та подавати її у зрозумілому, емоційно насиченому вигляді, що легко засвоюється.

Стереотипи допомагають швидко орієнтуватися в інформаційному потоці, але водночас формують шаблонне мислення. Іміджі створюють бажані моделі поведінки, стилю життя чи зовнішності, на які підлітки починають орієнтуватися. Міфотворчість проявляється у створенні спрощених або навіть викривлених уявлень про реальність, які можуть сприйматися як істина.

Особливо вразливими до такого впливу є підлітки, оскільки їхня система цінностей і світогляд ще перебувають у процесі формування. Через використання стереотипів значно легше впливати на їхні погляди, поведінку та установки. У результаті медіа можуть формувати звичку мислити шаблонно, спрощувати сприйняття складних явищ і знижувати рівень глибини осмислення інформації [69, с. 257]. У підлітковому віці, коли особистість лише формується і ще недостатньо розвинене критичне мислення, такі механізми

впливу є особливо ефективними. У результаті медіа не просто інформують, а й активно формують уявлення підлітків про світ, соціальні ролі, цінності та норми поведінки, іноді непомітно нав'язуючи певні установки та моделі сприйняття дійсності.

Всі ці проблеми є особливо актуальними сьогодні, коли інформаційний простір практично не має чітких обмежень. Контроль за змістом ЗМІ знижений, а інформація подається різним аудиторіям без урахування їхнього віку та психологічної готовності. У результаті це негативно впливає на формування морально-етичних цінностей підлітків.

Як зазначають дослідники, у сучасних умовах ринку засоби масової інформації значною мірою втратили свої виховні та просвітницькі функції. Сьогодні медіа переважно функціонують як бізнес, головною метою якого є отримання прибутку. Саме тому вони орієнтуються на те, щоб привернути увагу максимально широкої аудиторії, часто використовуючи для цього яскравий, емоційний і навіть провокативний контент. У такому підході акцент робиться не на розвитку особистості, а на задоволенні швидких і не завжди конструктивних потреб [38, с. 242].

Особливо помітним цей вплив є у сфері телебачення та відеоконтенту загалом. Візуальна інформація сприймається легше, ніж текстова, здається більш достовірною і краще запам'ятовується. Саме тому зорові образи мають сильніший і триваліший вплив на психіку підлітка, формуючи його уявлення про світ, норми поведінки та систему цінностей.

Традиційні засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо та друковані видання, сьогодні доповнюються новітніми цифровими технологіями. Ці технології значно розширюють можливості комунікації, забезпечують інтерактивність і відкривають миттєвий доступ до інформації, розваг, навчальних ресурсів, соціальної взаємодії та комерційного контенту.

Особливістю сучасних цифрових медіа є те, що вони поєднують у собі як споживання інформації, так і її активне створення користувачами. До таких

медіа належать соціальні мережі, мобільні додатки, відеохостинги, блоги, відеоблоги, а також багатокористувацькі онлайн-ігри. У цих середовищах підлітки не лише переглядають контент, а й самі виступають його творцями, що значно підсилює їх залученість [7, с. 54].

Таким чином можна сказати, що сучасні підлітки фактично зростають у цифровому середовищі і є повністю зануреними в нього. Для сучасного підлітка поєднання пасивного перегляду і активної взаємодії стало природним і звичним. Межі між традиційними медіа та цифровими, соціальними платформами поступово стираються, і ці формати існують як єдина інтегрована система.

Цифрові медіа дозволяють обмінюватися інформацією в різних форматах - текстовому, візуальному, аудіальному та відео. Наприклад, сучасні відеоігри поєднують елементи розваг, соціальної взаємодії та творчості: користувачі можуть взаємодіяти один з одним у віртуальних просторах, створювати власні світи та брати участь у спільній діяльності, навіть перебуваючи на відстані.

Тобто, цифрове середовище створює для підлітків яскравий, захоплюючий і водночас персоналізований досвід, у якому кожен може обирати зміст, формат і спосіб взаємодії з інформацією відповідно до власних інтересів і потреб [7, с. 54].

Також слід зазначити, що нові засоби масової інформації значно розширили можливості маркетингових і рекламодавців, дозволяючи їм точно налаштовувати свої повідомлення та охоплювати мільйони дітей і підлітків. Завдяки цифровим технологіям реклама стала більш адресною, інтерактивною і непомітно інтегрованою у повсякденний медіаконтент.

Такі медіа не лише впливають на вибір товарів, а й формують певні моделі поведінки, інтереси та звички підлітків. Вони можуть стимулювати інтерес до різних продуктів і стилів життя, які активно просуваються у цифровому середовищі.

Показовим є той факт, що навіть за наявності обмежень щодо реклами окремих товарів, наприклад алкоголю, у традиційних засобах масової інформації, ці обмеження легко обходяться у цифровому просторі. Дослідження свідчать, що провідні алкогольні бренди активно представлені у соціальних мережах, таких як Facebook, Twitter і YouTube, де їхній контент доступний підлітковій аудиторії та може впливати на формування їхніх уявлень і ставлень [26].

Також слід зазначити, що надмірне та неконтрольоване використання медіа пов'язане з низкою негативних наслідків для здоров'я. Дослідження свідчать, що тривале перебування перед екранами може призводити до порушень сну, зниження концентрації уваги, погіршення навчальної діяльності, а також підвищення рівня тривожності та депресивних станів. Особливо негативно впливає використання гаджетів у вечірній час, що порушує природні біологічні ритми організму.

Суттєвим є також вплив медіа на фізичне здоров'я. Малорухливий спосіб життя, пов'язаний із тривалим використанням цифрових пристроїв, а також популяризація нездорових харчових звичок у медіаконтенті сприяють зростанню ризику ожиріння, серцево-судинних захворювань і порушень обміну речовин.

Окрему загрозу становить вплив медіа на поведінкові установки підлітків. Контент, що містить сцени насильства, вживання алкоголю, наркотиків або іншу ризиковану поведінку, може формувати уявлення про такі дії як норму. У результаті підлітки можуть наслідувати подібні моделі поведінки, що негативно позначається на їхньому здоров'ї та соціальному розвитку.

Таким чином, медіа виступають потужним фактором впливу на здоров'я підлітків: вони можуть як сприяти розвитку, навчанню та соціалізації, так і створювати ризики для фізичного та психічного благополуччя. Це зумовлює необхідність формування у підлітків відповідального ставлення до

медіаспоживання та розвитку навичок критичного сприйняття інформації [7, с. 56].

Ще однією гострою проблемою сучасних підлітків стало постійне використання соціальних мереж, що викликає формування залежності. Постійне перевіряння нових повідомлень, отримання лайків і коментарів стає пріоритетом для багатьох молодих людей, що негативно впливає на їхнє психологічне самопочуття і здоров'я.

Проблема інтернет-залежності є відносно новим явищем, яке почало активно привертати увагу фахівців із розвитком цифрових технологій. Одними з перших із цією проблемою зіткнулися американські психотерапевти. До них звернулися представники великих компаній, які помітили зниження ефективності роботи працівників. При цьому зовнішньо дисципліна не порушувалася: співробітники залишалися на робочому місці навіть після завершення робочого дня, однак значну частину часу проводили за комп'ютерами. Детальний аналіз показав, що основним фактором такого залучення був Інтернет.

Згодом проблема набула настільки масштабного характеру, що в окремих країнах, зокрема в Китаї, інтернет-залежність була офіційно визнана як розлад. Було розроблено діагностичні критерії та рекомендації щодо її лікування, а медичні установи отримали вказівки надавати допомогу людям із подібними проявами. Це пов'язано зі зростаючим занепокоєнням щодо психологічних наслідків надмірного використання Інтернету [59, с. 132].

Згідно з діагностичними підходами, про інтернет-залежність можна говорити тоді, коли людина проводить у мережі значну частину часу (близько шести годин і більше на день) і демонструє характерні ознаки залежної поведінки. До них належать втрата контролю над тривалістю перебування онлайн, потреба приховувати реальний час користування, почуття провини через недостатню увагу до близьких, а також труднощі у відмові від використання Інтернету.

Крім психологічних проявів, інтернет-залежність може супроводжуватися і фізичними симптомами, зокрема головним болем, порушенням сну, змінами ваги та проблемами з опорно-руховим апаратом, такими як синдром зап'ястка. Таким чином, надмірне використання Інтернету впливає не лише на поведінку, а й на загальний стан здоров'я людини [59, с. 132].

Як слушно зазначає Ю. Асєєва, Інтернет-залежність є нав'язливою потребою особи у використанні Інтернету, яка супроводжується соціальною дезадаптацією та вираженими психологічними симптомами [2, с. 154]. Основними причинами інтернет-залежності є нездатність встановлювати і підтримувати здорові соціальні та психологічні стосунки в реальному житті, а також нездатність відрізнити нормальну поведінку від ненормальної.

Критеріями є:

- складність контролю часу, витраченого в Інтернеті. Людина має проблеми з обмеженням часу, проведеного в Інтернеті, і не може контролювати його;
- лабільність настрою під час використання. Використання Інтернету може викликати значні коливання настрою залежно від того, яка діяльність відбувається в мережі. Люди відчують ейфорію або погіршення самопочуття під час користування Інтернетом;
- занурення в різні види діяльності в Інтернеті та втрата інтересу до діяльності поза ним: Інтернет-залежні особи витрачають багато часу на різні види діяльності в Інтернеті, такі як соціальні мережі, відеоігри, онлайн-шопінг, занурюючись у віртуальний світ. Водночас вони втрачають інтерес до діяльності в реальному світі [19, с. 63].

З метою мінімізації негативного впливу засобів масової інформації на свідомість особистості, зокрема на психічні стани підлітків і процес їх особистісного становлення, особливої значущості набуває розвиток здатності до критичного сприйняття інформації. Йдеться про формування такої

когнітивної позиції, за якої будь-яка інформація не приймається безпосередньо, а піддається осмисленню, аналізу та оцінюванню.

Критичне сприйняття безпосередньо ґрунтується на критичному мисленні як вищій формі інтелектуальної діяльності. За Д. Халперн, особистість, якій притаманне критичне мислення, характеризується здатністю до планування, гнучкістю мислення, наполегливістю у досягненні цілей, готовністю визнавати й виправляти власні помилки, рефлексивністю та вмінням знаходити компромісні рішення. У психолого-педагогічному контексті критичність розглядається як усвідомлений контроль за власною пізнавальною діяльністю, що включає оцінювання суджень, перевірку гіпотез і аналіз способів їх обґрунтування [1, с. 14].

Сформованість критичного мислення забезпечує здатність особистості приймати обґрунтовані рішення, бути відкритою до нових знань і водночас зберігати автономність суджень. Воно виступає мисленням вищого рівня, яке поєднує поінформованість, рефлексію та здатність до аналізу як власних, так і чужих ідей. Водночас критичне мислення тісно пов'язане з розвитком креативності, оскільки передбачає не лише оцінювання інформації, а й її переосмислення та творче використання.

До ключових характеристик критичного мислення належать самостійність і індивідуальність суджень, розуміння того, що інформація є лише вихідною точкою для роздумів, здатність формулювати проблеми, аргументовано відстоювати власну позицію, а також соціальний характер мислення, який проявляється у взаємодії з іншими точками зору.

Як процес, критичне мислення включає кілька послідовних етапів: сприйняття інформації з різних джерел; аналіз альтернативних позицій; формування власної точки зору; зіставлення її з іншими; добір аргументів; прийняття рішення на основі доказів. Це складний інтегративний процес, що поєднує аналіз, синтез і переоцінку знань, а також передбачає активну рефлексію.

Ефективний розвиток критичного мислення можливий за умови створення відповідного освітнього середовища: надання часу для осмислення інформації, заохочення самостійних роздумів, відкритості до різних точок зору, активного залучення підлітків до пізнавальної діяльності та підтримки їхніх власних міркувань.

Водночас для становлення критичного мислення підлітки мають розвивати впевненість у власних інтелектуальних можливостях, активно включатися у навчальний процес, поважати різноманіття думок і бути готовими як приймати, так і переглядати власні судження. Саме за таких умов пізнавальна діяльність набуває усвідомленого, безперервного та продуктивного характеру, що є необхідною передумовою ефективної взаємодії особистості з сучасним інформаційним середовищем.

2.2. Роль сім'ї та освітнього середовища у формуванні медіаграмотності підлітків

Медіаграмотність - це здатність людини усвідомлено працювати з інформацією: аналізувати її, оцінювати та ефективно використовувати, незалежно від джерела - соціальні мережі, новинні сайти, блоги чи відеоплатформи. Вона передбачає вміння розпізнавати неправдиву інформацію, маніпуляції, пропаганду та приховану рекламу, а також знання правил безпечної поведінки в онлайн-середовищі (Леськів.. С. 19-20).

Проблеми формування медіаграмотності у підлітків зумовлені передусім специфікою сучасного інформаційного середовища та особливостями їхнього розвитку. Сьогодні підліток перебуває в умовах постійного інформаційного перевантаження, коли обсяг повідомлень значно перевищує можливості їх глибокого осмислення. У таких умовах критичний аналіз часто замінюється поверхневим сприйняттям.

Важливим чинником є також недостатня готовність дорослого середовища, як батьків, так і частини педагогів, до виконання функції медіапосередництва. Нерідко вони самі не володіють достатніми навичками аналізу медіаконтенту, що ускладнює процес формування відповідних компетентностей у підлітків. Додаткову складність створює те, що сучасні інформаційні впливи дедалі частіше мають прихований характер: маніпулятивні повідомлення, пропагандистські наративи або рекламні стратегії маскуються під нейтральний чи розважальний контент, що ускладнює їх розпізнавання.

Окрему проблему становить недостатнє усвідомлення підлітками механізмів впливу медіа. Алгоритмічні рекомендації, таргетована реклама та інформаційні кампанії формують індивідуалізоване інформаційне поле, яке непомітно впливає на їхні погляди, установки та поведінку.

Наслідки недостатньо сформованої медіаграмотності проявляються як на індивідуальному, так і на соціальному рівнях. На індивідуальному рівні це може виражатися у підвищеній тривожності, емоційній нестабільності, схильності до навіювання та некритичного сприйняття інформації. На соціальному рівні - у поширенні недостовірних повідомлень, загостренні міжособистісних конфліктів і формуванні викривленої картини реальності.

Низький рівень медіаграмотності породжує не лише інформаційні, а й глибокі психологічні та соціальні наслідки. У ситуації, коли підліток не володіє навичками критичного аналізу, інформаційний вплив набуває неконтрольованого характеру: зовнішні повідомлення починають безпосередньо впливати на його емоційний стан, уявлення про реальність і поведінкові установки. Це створює передумови для підвищення тривожності, формування страхів, агресивних реакцій та загальної емоційної нестабільності.

Таким чином, для підлітків, які значну частину свого часу проводять у цифровому просторі, розвиток медіаграмотності є особливо важливим,

оскільки допомагає їм орієнтуватися в інформаційному потоці, уникати негативних впливів і приймати більш усвідомлені рішення.

Р. Байярд виокремлює основні чинники сімейного впливу на розвиток особистості дитини, умовно поділяючи їх на три групи. По-перше, це інтелектуальне середовище сім'ї, яке значною мірою визначає темпи розвитку мислення дитини та її подальші пізнавальні можливості. По-друге, емоційний вплив, що проявляється у сфері почуттів і переживань, формує емоційну чутливість, здатність до співпереживання та загальний емоційний фон розвитку дитини. По-третє, духовний вплив батьків, який створює умови для формування таких важливих якостей, як любов, підтримка, взаєморозуміння, співучасть і відданість, відкриваючи простір для особистісного становлення [27, с. 230].

Разом із тим дослідники підкреслюють, що вплив сім'ї на підлітка є багатофакторним і залежить від кількох важливих умов. Передусім значення мають індивідуальні особливості самого підлітка, які формуються під впливом як спадкових чинників, так і середовища. Важливу роль відіграє психологічна атмосфера в родині - стиль взаємин, рівень емоційної підтримки, освітній і соціально-економічний статус батьків. Не менш суттєвою є і власна активність підлітка, його здатність взаємодіяти з оточенням і засвоювати соціальний досвід [27, с. 230].

Таким чином, сім'я виступає ключовим середовищем соціалізації, у якому дитина не лише отримує перший життєвий досвід, а й активно його переосмислює, формуючи власну індивідуальність.

У той же самий час, проблема медіасоціалізації як специфічного механізму трансляції культурного досвіду між поколіннями набуває особливої гостроти в умовах трансформації інституту сім'ї. Ослаблення традиційних форм сімейної взаємодії, зменшення обсягу безпосереднього емоційного та комунікативного контакту між батьками і дітьми призводить до того, що

значна частина соціалізаційних функцій поступово делегується медіасередовищу [48, с. 239].

У таких умовах засоби масової інформації та цифрові платформи виступають не лише джерелом інформації, а й потужним агентом соціалізації, який формує ціннісні орієнтації, моделі поведінки та уявлення підлітків про соціальну реальність. Зростання часу, проведеного у медіапросторі, супроводжується зменшенням ролі родини як первинного середовища засвоєння норм, що може призводити до фрагментарності соціального досвіду та підвищення вразливості до зовнішніх інформаційних впливів.

Додатково ситуація ускладнюється тим, що медіасередовище часто пропонує суперечливі, комерціалізовані або маніпулятивні змісти, які не завжди відповідають завданням гармонійного розвитку особистості. У результаті підліток опиняється в умовах конкуренції між сімейними та медіаорієнтирами, де останні дедалі частіше набувають домінуючого значення [48, с. 239].

Таким чином, медіасоціалізація в сучасних умовах виступає не лише як додатковий, а нерідко як провідний канал формування особистості, що актуалізує необхідність посилення ролі сім'ї як регулятора медіавпливів та розвитку критичного ставлення підлітків до інформаційного контенту.

Починаючи з кінця XX століття, у сфері освіти активно утверджується поняття «медіаосвіта». У сучасному розумінні, відповідно до Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, вона розглядається як важлива складова освітнього процесу, спрямована на формування медіакультури суспільства. Її основна мета - підготовка особистості до безпечної, усвідомленої та ефективної взаємодії з різними видами медіа, як традиційними (друковані видання, радіо, телебачення, кіно), так і сучасними цифровими (Інтернет, мобільні технології), з урахуванням стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

І. Кузьма звертає увагу на те, що медіаосвіта сьогодні розглядається у кількох взаємопов'язаних аспектах. По-перше, як педагогічний напрям, що вивчає закономірності функціонування масової комунікації. По-друге, як практична діяльність, спрямована на підготовку дітей і молоді до грамотного використання сучасних медіа. По-третє, як науково-освітня галузь, метою якої є формування здатності протистояти маніпулятивному впливу медіа та розвиток інформаційної культури [40, с. 11-12].

Крім того, медіаосвіта розглядається як процес розвитку особистості через взаємодію з медіа, що сприяє формуванню критичного мислення, культури спілкування, творчих і комунікативних здібностей, а також навичок самовираження за допомогою сучасних медіатехнологій.

У сучасному освітньому просторі багатьох країн спостерігається цілеспрямована інтеграція медіаосвіти до змісту шкільної підготовки як відповіді на виклики інформаційного суспільства. Такий підхід зумовлений усвідомленням необхідності формування у дітей та молоді не лише базових знань, а й розвинених компетентностей у сфері інформаційної безпеки, критичного аналізу та усвідомленого сприйняття медіаконтенту.

Так, у низці розвинених країн, зокрема у Франції, Канаді, Німеччині та Великобританії, медіаосвіта вже інституціоналізована як невід'ємний компонент загальної середньої освіти. Її впровадження на ранніх етапах навчання забезпечує поступове формування у дітей здатності до критичного осмислення інформації, розпізнавання маніпулятивних впливів та усвідомленого використання медіаресурсів як інструменту пізнання й саморозвитку. Такий підхід сприяє підвищенню інформаційної автономії особистості та її психологічної стійкості в умовах насиченого медіапростору.

Зарубіжні дослідники, зокрема Р. Гоббс, Ж. Гоне, Р. Кубі, розглядають медіаосвіту як ключовий інструмент розвитку критичного мислення та здатності особистості протистояти маніпулятивним впливам медіасередовища. У їхніх працях підкреслюється, що систематичне

опанування медіаграмотності сприяє формуванню аналітичних навичок, рефлексивності та інформаційної автономії [56, с. 135].

В українському освітньому контексті також простежується тенденція до активізації медіаосвітніх практик. Розробляються навчальні програми, що передбачають інтеграцію медіа в освітній процес, здійснюється підготовка педагогів до формування медіакомпетентності учнів, впроваджуються різноманітні освітні ініціативи. Важливу роль у цьому процесі відіграє Міністерство освіти і науки України, яке інтегрує елементи медіаграмотності у зміст навчальних програм, орієнтуючи освітній процес на формування в учнів навичок критичного сприйняття інформації та безпечної взаємодії з медіасередовищем. У ряді закладів освіти ці підходи доповнюються впровадженням окремих курсів і факультативів, спрямованих на розвиток медіакомпетентності.

Поряд із державними ініціативами значний внесок у популяризацію медіаграмотності здійснюють громадські організації, зокрема Академія української преси, IREX, UNICEF та інші. Вони реалізують різноманітні освітні проєкти - тренінги, онлайн-курси, освітні марафони та інтерактивні програми, орієнтовані як на учнів, так і на педагогів [42, с. 23].

Водночас, незважаючи на активність як державних, так і громадських інституцій, рівень медіаграмотності серед підлітків залишається недостатнім. Це пов'язано з фрагментарністю впровадження відповідних практик та нерівномірним охопленням різних груп учнів, що актуалізує потребу у більш цілісному та системному підході до розвитку медіаосвіти.

Доводиться визнати, що однією з ключових перешкод на шляху ефективного розвитку медіаосвіти в Україні є недостатній рівень підготовленості педагогічних кадрів до роботи в умовах сучасного медіапростору. Значна частина вчителів не має достатнього обсягу актуальних знань про функціонування медіа та механізми їхнього впливу, що ускладнює повноцінну інтеграцію медіаосвітніх компонентів у навчальний процес.

У зв'язку з цим особливої актуальності набуває потреба у створенні спеціалізованих програм підготовки та підвищення кваліфікації педагогів, а також у розробці сучасного методичного забезпечення, яке відповідало б динаміці розвитку інформаційного середовища. Такий підхід дозволить забезпечити не фрагментарне, а системне впровадження медіаграмотності в освітню практику [56, с. 134].

Складність ситуації, на нашу думку, посилюється високими темпами трансформації медіасфери, що значно випереджають адаптаційні можливості освітньої системи. У цих умовах педагог виступає як суб'єкт безперервного професійного розвитку, змушений постійно оновлювати власні знання та компетентності з метою адекватного реагування на нові виклики та забезпечення формування у здобувачів освіти сучасних навичок критичного аналізу медіаінформації.

Висновки до другого розділу

Теоретичний аналіз позитивних і негативних ефектів медіавпливу показав, що засоби масової інформації виступають потужним соціально-психологічним чинником формування свідомості, ціннісних орієнтацій і поведінкових моделей підлітків. Їхній вплив має амбівалентний характер: з одного боку, медіа розширюють когнітивний досвід, сприяють навчанню, соціалізації та розвитку комунікативних навичок, з іншого - створюють ризики емоційної дестабілізації, формування залежної поведінки, агресивних установок і спотворених уявлень про соціальну реальність.

Особливу небезпеку становить неконтрольоване занурення підлітків у цифрове середовище, що супроводжується зниженням критичності мислення, підвищеною вразливістю до маніпулятивного контенту, а також виникненням інтернет-залежності як форми соціально-психологічної дезадаптації. Водночас специфіка сучасних медіа, зокрема їх інтерактивність, персоналізація та комерціалізація, значно підсилює інтенсивність і глибину впливу на особистість.

У цьому контексті принципового значення набуває розвиток критичного мислення та медіаграмотності як ключових психологічних механізмів протидії деструктивному впливу інформаційного середовища. Саме сформованість здатності до усвідомленого аналізу, оцінювання та селекції інформації забезпечує психологічну безпеку підлітка та сприяє його гармонійному особистісному розвитку в умовах цифрової реальності.

На основі аналізу ролі сім'ї та освітнього середовища у формуванні медіаграмотності підлітків можна зробити висновок, що цей процес має комплексний і багаторівневий характер та зумовлюється взаємодією індивідуальних, сімейних і соціально-освітніх чинників. Сучасне медіасередовище, характеризуючись інформаційною насиченістю, інтерактивністю та прихованими механізмами впливу, істотно ускладнює

процес критичного осмислення інформації підлітками та підвищує їхню вразливість до маніпуляцій. Обґрунтовано, що сім'я виступає первинним середовищем соціалізації, у якому формуються базові когнітивні, емоційні та ціннісні орієнтації особистості, однак у сучасних умовах її вплив частково послаблюється через зростання ролі медіа як альтернативного агента соціалізації. У той же час ефективність формування медіаграмотності значною мірою залежить від рівня залученості батьків, психологічного клімату в родині та здатності дорослих виступати медіапосередниками.

Освітнє середовище, у свою чергу, набуває стратегічного значення як інституційний механізм формування медіакомпетентності. Попри активізацію державних і громадських ініціатив у сфері медіаосвіти, їх реалізація часто має фрагментарний характер і не забезпечує достатнього рівня сформованості відповідних навичок у підлітків. Особливої актуальності набуває проблема підготовки педагогів, здатних ефективно інтегрувати медіаосвітні підходи у навчальний процес.

Отже, формування медіаграмотності підлітків потребує системного підходу, що передбачає узгоджену взаємодію сім'ї та освіти, розвиток критичного мислення, підвищення професійної компетентності педагогів і створення умов для усвідомленої та безпечної взаємодії особистості з сучасним медіапростором.

З метою визначення впливу засобів масової інформації на розвиток особистості підлітка нами було організовано та проведено емпіричне дослідження. Про це у наступному розділі.

РОЗДІЛ 3.

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗМІ НА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ ПІДЛІТКА

3.1. Визначення вибірки та психодіагностичних методик

Відповідно до класифікації Організації Об'єднаних Націй (ООН) підлітковий вік як віковий інтервал від 10 до 19 років. Цей період характеризується інтенсивною динамікою біопсихосоціальних трансформацій, які охоплюють фізіологічну перебудову організму, становлення психічних функцій вищого порядку, формування самосвідомості та інтеграцію особистості у систему соціальних відносин.

Зазначений віковий етап є критично значущим у контексті розвитку автономії особистості, оскільки супроводжується зростанням потреби у самостійності, прийнятті власних рішень, формуванні індивідуальних переконань і життєвих орієнтацій. Водночас ефективний розвиток підлітка передбачає оптимальне поєднання розширення особистісної свободи з наявністю підтримувального, рефлексивно виваженого дорослого супроводу, передусім з боку батьків.

У структурно-віковому аспекті підлітковий період доцільно диференціювати на кілька етапів, що відображають специфіку психічного та соціального розвитку: ранній підлітковий вік (10–12 років), який характеризується початковими змінами у сфері самосприйняття та міжособистісної взаємодії; середній підлітковий вік (13–17 років), що є фазою інтенсивного формування ідентичності, ціннісних орієнтацій і соціальних ролей; та пізній підлітковий вік (17–19 років), або період ранньої юності, який пов'язаний із завершенням становлення особистісної автономії та переходом до дорослого життя.

Вибір для емпіричного дослідження саме підлітків середнього підліткового віку, тобто 13-17 років, є теоретично та методологічно виправданим. Передусім це зумовлено тим, що підлітковість у сучасному міжнародному науковому дискурсі розглядається як особливий етап розвитку в межах 10-19 років, який характеризується інтенсивними фізичними, когнітивними та психосоціальними змінами. Водночас саме в межах 13-17 років ці зміни набувають найбільш виразного характеру, оскільки в цей період істотно посилюються процеси самовизначення, соціального порівняння, рефлексії та вироблення стійкіших моделей взаємодії з навколишнім світом [63].

Особливе значення цього вікового інтервалу пояснюється тим, що середній підлітковий вік є сенситивним для становлення особистісної ідентичності. У цей період підліток не лише активно осмислює власне «Я», а й інтенсивно співвідносить себе з різними соціальними та символічними моделями, що надходять із найближчого середовища та медіапростору. Огляд сучасних досліджень динаміки ідентичності вказує, що саме підлітковість і рання дорослість є центральним етапом систематичного дозрівання ідентичності, а якість стосунків із ровесниками та значущим соціальним оточенням істотно впливає на цей процес. Саме тому підлітки 13–17 років є особливо релевантною групою для вивчення впливу засобів масової інформації на особистісний розвиток [80].

Крім того, наукові праці переконливо засвідчують, що в середині підліткового віку помітно підвищується чутливість до впливу ровесників і ширшого соціального середовища. Дослідження Л. Стейнберга та К. Монагана показало, що опір впливу однолітків зростає лінійно саме у віці від 14 до 18 років, тобто середина підліткового періоду є фазою, коли особистість ще залишається вразливою до зовнішнього соціального тиску, але вже активно включена в процес автономізації. Узагальнювальні огляди також підкреслюють, що присутність ровесників активує механізми винагороди та

посилює сприйнятливність підлітків до соціального схвалення, а отже, і до тих зразків поведінки, норм та цінностей, які транслуються через масову комунікацію [82]. (Steinberg...). Не менш важливим аргументом є те, що саме у віці 13-17 років підлітки демонструють особливо високу інтенсивність користування цифровим медіасередовищем. За даними Pew Research Center, саме група 13-17 років становить ядро активних користувачів соціальних платформ; причому старші підлітки 15-17 років частіше за молодших 13-14 років користуються Instagram, Snapchat, TikTok та іншими платформами, а значна частина підлітків перебуває онлайн майже постійно. Це означає, що саме в межах середнього підліткового віку медіавплив є не епізодичним, а системним чинником соціалізації, самопрезентації та формування уявлень про себе й інших [83].

Також наукові дослідження свідчать, що в підлітковому віці соціальні мережі стають не лише каналом комунікації, а й простором соціального порівняння, зворотного зв'язку та самоконструювання. Праця Ж. Несі та М. Дж. Принстайна показала, що використання соціальних мереж для соціального порівняння й пошуку схвалення пов'язане з емоційним станом підлітків, а отже, медіапростір виступає одним із безпосередніх чинників впливу на самооцінку, самосприйняття та психологічне благополуччя [79]. У свою чергу дослідження Р. Б. Манн і Ф. Блумберг засвідчує, що цифрова самопрезентація, соціальне порівняння та самооцінка вже в підлітковому віці включаються у процес формування «можливих Я», тобто уявлень особистості про себе в майбутньому [78].

Отже, вибір підлітків віком 13-17 років як емпіричної вибірки є обґрунтованим з огляду на те, що саме в цьому віковому проміжку поєднуються: висока інтенсивність формування ідентичності; підвищена чутливість до соціального схвалення, порівняння та зовнішнього впливу; активне включення в цифровий інформаційний простір; а також особлива значущість медіа як джерела норм, цінностей, поведінкових зразків і моделей

самопрезентації. Саме тому ця вікова група є найбільш показовою для вивчення впливу засобів масової інформації на розвиток особистості підлітка.

Методика «Критичне мислення» Л. Старкі (в адаптації О. Луценко) є однією з сучасних психодіагностичних процедур, спрямованих на оцінку сформованості когнітивно-аналітичних здібностей особистості, зокрема здатності до аналізу, оцінювання та інтерпретації інформації.

Методика має зарубіжне походження і була розроблена американською дослідницею L. Starkey у межах практикоорієнтованого підходу до розвитку критичного мислення, представленого у праці «Critical Thinking Skills Success in 20 Minutes a Day». Первинно тест мав навчально-діагностичний характер і складався з завдань, спрямованих на виявлення рівня сформованості ключових навичок критичного мислення, а також на їх подальший розвиток.

Адаптація методики для україномовного середовища була здійснена О. Луценко, яка не лише переклала тест, а й провела його крос-культурну адаптацію відповідно до психометричних вимог. У процесі адаптації враховувалися особливості сприйняття інформації, мовні та культурні контексти, що забезпечило валідність і надійність методики для використання у вітчизняних дослідженнях.

Методика спрямована на діагностику таких компонентів критичного мислення: аналіз інформації; логічне мислення; здатність розрізняти факти та судження; оцінювання достовірності джерел; виявлення причинно-наслідкових зв'язків; інтерпретація інформації; прийняття обґрунтованих рішень.

Структурно тест являє собою систему завдань, переважно у форматі множинного вибору, які моделюють реальні інформаційні ситуації. Завдання можуть включати: аналіз коротких текстів; роботу з аргументами; визначення логічних помилок; оцінювання достовірності тверджень; вибір найбільш обґрунтованого висновку.

Методика має діагностичний характер і передбачає підрахунок кількості правильних відповідей. Результат інтерпретується як інтегральний показник рівня розвитку критичного мислення. Зазвичай виділяють три рівні: низький (характеризується труднощами в аналізі інформації, схильністю до некритичного сприйняття, залежністю від зовнішніх суджень); середній (передбачає наявність базових аналітичних умінь, однак їх ситуативність і недостатню глибину); високий (відображає сформовану здатність до системного аналізу, аргументованого оцінювання та самостійного мислення).

Методика рекомендована для підлітків старшого віку, студентів і дорослих, оскільки вимагає певного рівня розвитку абстрактного мислення та мовної компетентності. У наукових дослідженнях вона широко використовується для оцінки рівня критичного мислення в освітньому процесі та при вивченні впливу інформаційного середовища на особистість.

З методологічної точки зору для нашого дослідження ця методика є особливо релевантною для досліджень впливу засобів масової інформації, оскільки дозволяє оцінити здатність особистості протидіяти маніпулятивному впливу, розпізнавати фейкову інформацію, критично оцінювати медіаконтент та формувати автономні судження. Саме тому вона часто використовується у комплексі з методиками, що вимірюють навіюваність, тривожність та медіазалежність, забезпечуючи цілісне уявлення про психологічну стійкість особистості в інформаційному просторі.

Таким чином, методика Л. Старкі в адаптації О. Луценко є валідним і ефективним інструментом діагностики критичного мислення, який дозволяє, на нашу думку, досліджувати когнітивні механізми обробки інформації та рівень психологічної готовності особистості до функціонування в умовах сучасного медіасередовища.

Методика «Тест на визначення ступеня навіюваності» Є. Мерзлякової (у модифікації С. Клаучека та В. Деларю) належить до

класичних особистісних опитувальників, спрямованих на діагностику схильності індивіда до зовнішнього психологічного впливу, зокрема навіювання та конформної поведінки.

З теоретико-методологічної точки зору, дана методика базується на уявленні про навіюваність як інтегративну властивість особистості, що відображає її готовність приймати установки, думки, емоції або поведінкові моделі без достатнього критичного аналізу. Навіюваність тісно пов'язана з такими психологічними феноменами, як конформність, залежність від соціального схвалення, авторитетність джерела впливу та емоційна чутливість.

У первинному варіанті тест був запропонований С. Клаучеком та В. Деларю як опитувальник «конформність – навіюваність», спрямований на виявлення осіб із підвищеною схильністю до психогенно індукованих станів і зовнішнього впливу. Подальша модифікація та використання у прикладних психологічних дослідженнях (зокрема Є. Мерзляковою) дозволили розширити сферу застосування методики, включаючи дослідження підлітків та молоді.

Структурно методика являє собою особистісний опитувальник, що включає близько 20 тверджень, які відображають різні аспекти соціальної поведінки та реагування на вплив. Зміст тверджень спрямований на виявлення таких характеристик: схильність погоджуватися з думкою більшості; орієнтація на авторитети; потреба у підтримці при прийнятті рішень; наслідування соціальних зразків; готовність змінювати власну позицію під впливом інших; рівень самостійності та впевненості у власних судженнях.

Формат відповідей, як правило, передбачає вибір між альтернативними варіантами («так/ні» або подібні), що дозволяє швидко отримати кількісні показники. Обробка результатів здійснюється за допомогою ключа, після чого визначається загальний бал, який інтерпретується за трирівневою шкалою: низький рівень навіюваності, свідчить про високу психологічну автономію, критичність мислення та здатність протистояти зовнішньому впливу;

середній рівень - характеризує помірну чутливість до впливу, поєднання самостійності та соціальної орієнтації; високий рівень - відображає схильність до конформної поведінки, залежність від думки інших, підвищену довірливість і вразливість до навіювання .

Методика має достатній рівень валідності та надійності, що підтверджено її використанням у вибірках значного обсягу та в різних соціально-психологічних дослідженнях . Вона є зручною у застосуванні, не потребує значного часу на проведення та дозволяє отримати узагальнений показник психологічної сприйнятливості до впливу.

Обґрунтування необхідності використання цієї методики у вашому дослідженні є концептуально очевидним і методологічно виправданим тому, що тема нашого дослідження безпосередньо пов'язана з впливом засобів масової інформації, а навіюваність є одним із ключових психологічних механізмів такого впливу. Засоби масової інформації активно використовують технології переконання, емоційного зараження, повторення та авторитетного впливу, ефективність яких значною мірою залежить від рівня навіюваності реципієнта.

Ще один аргумент у тому, що підлітковий вік характеризується підвищеною чутливістю до соціального середовища, орієнтацією на референтні групи та пошуком ідентичності, що робить підлітків особливо вразливими до навіювання. Саме тому вимірювання цього показника дозволяє пояснити індивідуальні відмінності у сприйнятті медіаконтенту.

Також слід врахувати, що використання цієї методики у поєднанні з тестом критичного мислення створює методично цілісну модель дослідження: критичне мислення відображає здатність до опору впливу, тоді як навіюваність відображає схильність до його прийняття. Така бінарна діагностична логіка, з нашого розуміння, дозволяє більш глибоко проаналізувати психологічні механізми взаємодії особистості з медіасередовищем.

Крім цього, результати дослідження навіюваності мають прикладне значення, оскільки дозволяють виявити групи ризику - підлітків із високим рівнем сприйнятливості до маніпуляцій, що є особливо важливим в умовах сучасного інформаційного простору, насиченого фейковими повідомленнями, рекламою та соціальними впливами.

Тобто, методика Є. Мерзлякової (на основі тесту С. Клаучека та В. Деларю), як ми вважаємо, є теоретично обґрунтованим, валідним і методично доцільним інструментом для дослідження впливу засобів масової інформації на розвиток особистості підлітка, оскільки дозволяє безпосередньо виміряти один із ключових психологічних механізмів - навіюваність як основу інформаційно-психологічного впливу.

Методика діагностики тривожності Ч. Спілбергера - Ю. Ханіна є однією з найбільш валідних і поширених психодіагностичних процедур, спрямованих на диференційоване вивчення тривожності як емоційного стану та як стійкої особистісної характеристики. Вона є адаптованою версією відомого опитувальника State-Trait Anxiety Inventory (STAI), розробленого Ч. Спілбергером, та модифікованого Ю. Ханіним для використання у вітчизняному психологічному просторі.

Теоретичною основою методики є розмежування двох форм тривожності: реактивної (ситуативної) та особистісної. Реактивна тривожність відображає актуальний емоційний стан індивіда в конкретний момент часу та характеризується рівнем напруження, занепокоєння і нервозності, що виникають у відповідь на певні ситуаційні фактори. Особистісна тривожність, у свою чергу, є відносно стабільною індивідуально-психологічною властивістю, яка визначає схильність особистості сприймати широкий спектр ситуацій як загрозливі та реагувати на них підвищеним рівнем тривоги.

Структурно методика складається з двох шкал, кожна з яких включає по 20 тверджень. Перша шкала спрямована на оцінку реактивної тривожності та відображає стан «тут і зараз», тоді як друга діагностує особистісну

тривожність як стабільну рису. Респонденту пропонується оцінити ступінь відповідності кожного твердження власному стану або типовій поведінці за чотирибальною шкалою. Обробка результатів передбачає підрахунок сумарних балів окремо за кожною шкалою з подальшою інтерпретацією рівнів тривожності (низький, середній, високий).

Методика має високі показники надійності та валідності, що забезпечує її широке використання у віковій, соціальній та педагогічній психології. Вона дозволяє не лише фіксувати загальний рівень тривожності, а й виявляти співвідношення між ситуативними емоційними реакціями та стійкими особистісними тенденціями, що є принципово важливим для комплексного аналізу психологічного стану підлітків.

Доцільність використання цієї методики в нашому дослідженні зумовлена тим, що тривожність виступає одним із ключових психологічних чинників, які опосередковують сприйняття та інтерпретацію інформації. Підвищений рівень тривожності, особливо особистісної, пов'язаний із схильністю до негативної інтерпретації подій, підвищеною емоційною чутливістю та зниженням здатності до критичного аналізу інформації. У контексті функціонування в сучасному медіасередовищі це може зумовлювати підвищену вразливість до маніпулятивних впливів, емоційно насиченого контенту та інформаційного перевантаження.

Водночас реактивна тривожність дозволяє оцінити, яким чином поточні інформаційні впливи, зокрема медіаконтент, можуть викликати емоційні реакції у підлітків, підвищуючи рівень напруження, тривоги чи невизначеності. Це дає змогу простежити безпосередній емоційний ефект інформаційного середовища.

Застосування методики Ч. Спілбергера - Ю. Ханіна у поєднанні з іншими психодіагностичними інструментами (зокрема методиками визначення критичного мислення та навіюваності) забезпечує, на наш погляд, комплексний підхід до дослідження, дозволяючи виявити взаємозв'язки між

емоційною сферою, когнітивними процесами та сприйнятливістю до інформаційного впливу. Це, у свою чергу, сприяє більш глибокому розумінню психологічних механізмів взаємодії підлітка з сучасним медіапростором.

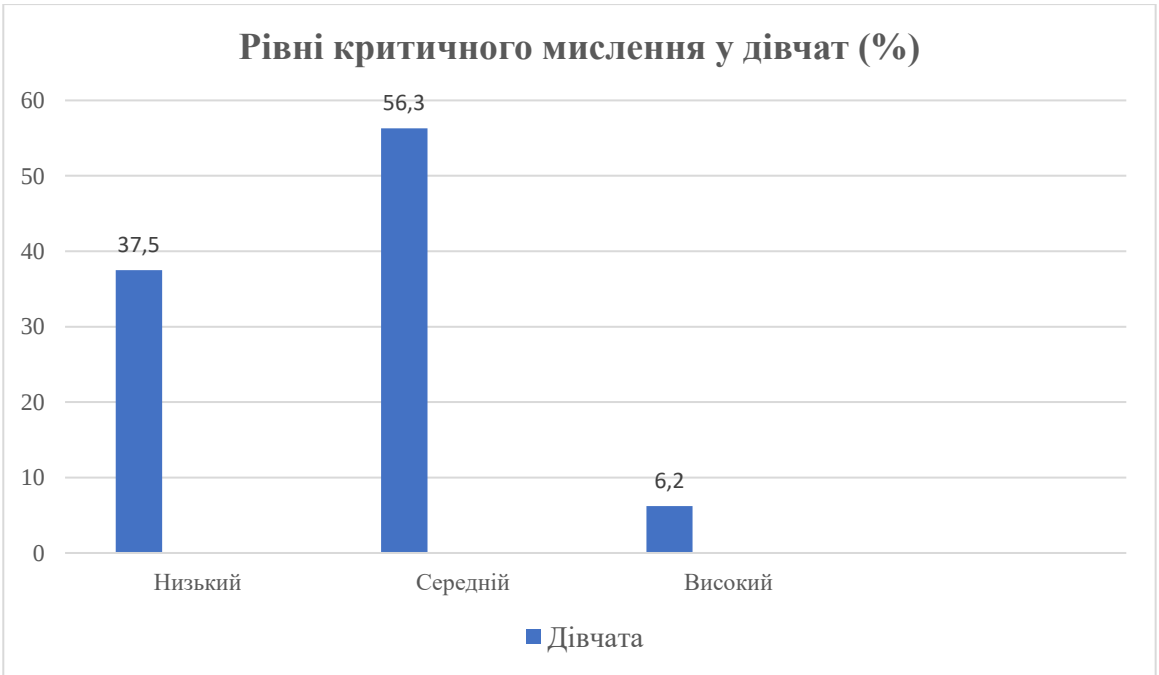
3.2. Аналіз та інтерпретація отриманих даних

На першому етапі дослідження ми з’ясували рівень критичного мислення респондентів за допомогою методики «Критичне мислення» Л. Старкі (адаптація О. Луценко).

Таблиця 3.2.1.

Рівні критичного мислення у дівчат (%)

Дівчата	Рівні критичного мислення		
	Низький	Середній	Високий
	37,5	56,3	6,2



Мал. 3.2.1. Рівні критичного мислення у дівчат (%)

Аналіз результатів дослідження рівнів критичного мислення у дівчат, отриманих за методикою Л. Старкі «Критичне мислення», дозволяє виявити специфіку сформованості когнітивних навичок, пов'язаних із аналізом, оцінюванням та інтерпретацією інформації.

Отримані дані свідчать, що переважна частка респонденток має середній рівень розвитку критичного мислення (56,3%). Це вказує на наявність базових умінь аналізувати інформацію, робити елементарні висновки, частково оцінювати достовірність повідомлень, однак такі навички ще не є достатньо стійкими та системно сформованими. Для цієї групи характерною є ситуативність критичного аналізу, залежність від зовнішніх підказок, а також обмежена здатність до глибокої рефлексії та аргументованого судження.

Разом із тим, значна частина досліджуваних демонструє низький рівень критичного мислення (37,5%). Це свідчить про недостатню сформованість аналітичних умінь, схильність до некритичного сприйняття інформації, труднощі у виявленні причинно-наслідкових зв'язків та оцінці достовірності джерел. Представниці цієї групи більш вразливі до маніпулятивних впливів, інформаційних викривлень та фейкових повідомлень, що є особливо актуальним у контексті впливу засобів масової інформації.

Водночас лише незначний відсоток дівчат (6,2%) характеризується високим рівнем критичного мислення. Це свідчить про сформованість здатності до глибокого аналізу інформації, самостійного формулювання аргументованих висновків, рефлексивного мислення та оцінювання альтернативних точок зору. Особи з таким рівнем розвитку критичного мислення здатні ефективно протидіяти маніпулятивним впливам медіа та здійснювати свідомий відбір інформації.

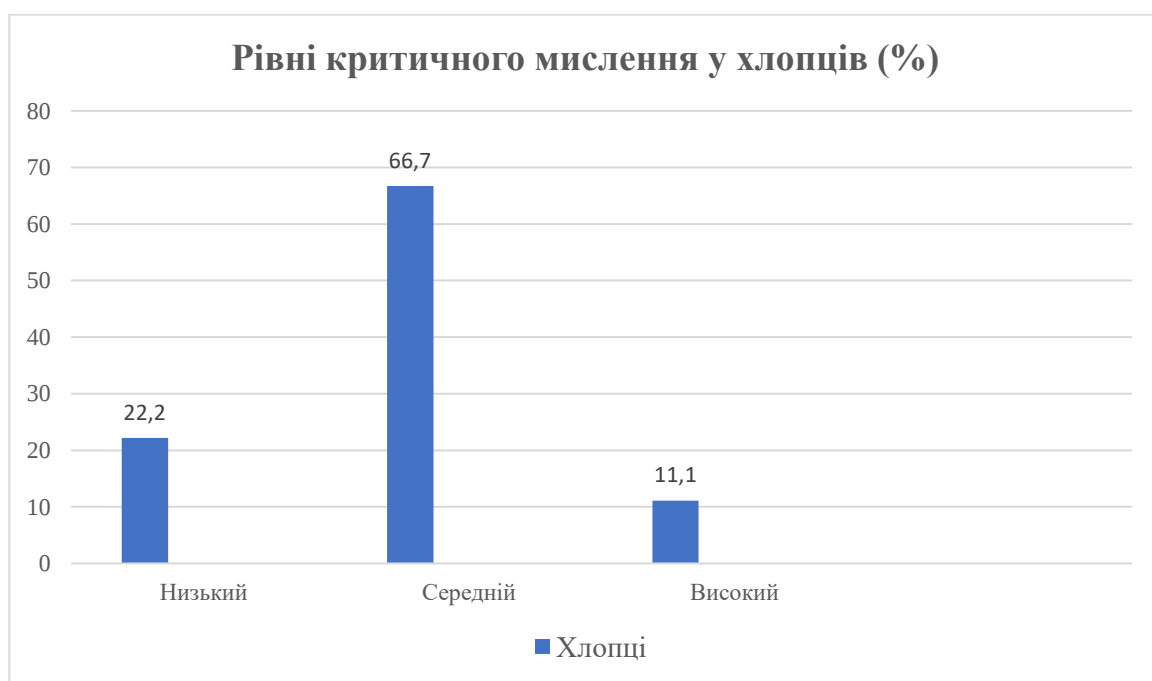
Отже, загальна картина розподілу рівнів критичного мислення у дівчат свідчить про домінування середнього рівня при достатньо високій частці низького рівня та незначній представленості високого рівня. Це вказує на

потребу у цілеспрямованому розвитку критичного мислення як ключової компетентності, що забезпечує психологічну стійкість особистості до інформаційних впливів, особливо в умовах сучасного медіасередовища.

Таблиця 3.2.2.

Рівні критичного мислення у хлопців (%)

Хлопці	Рівні критичного мислення		
	Низький	Середній	Високий
	22,2	66,7	11,1



Мал. 3.2.2. Рівні критичного мислення у хлопців (%)

Аналіз результатів дослідження рівнів критичного мислення у хлопців, отриманих за методикою Л. Старкі «Критичне мислення», дозволяє окреслити специфіку розвитку когнітивно-аналітичних здібностей у цій групі.

Отримані дані свідчать, що переважна більшість хлопців демонструє середній рівень критичного мислення (66,7%). Це вказує на наявність

сформованих базових умінь аналізу інформації, встановлення причинно-наслідкових зв'язків та часткового оцінювання достовірності повідомлень.

Водночас ці навички ще не набули системності та глибини, що проявляється у фрагментарності суджень, залежності від контексту та недостатній рефлексивності мислення.

Низький рівень критичного мислення виявлено у 22,2% хлопців, що є суттєво меншою часткою порівняно з іншими рівнями. Це свідчить про наявність певної групи респондентів, для яких характерне некритичне сприйняття інформації, труднощі в аналізі змісту повідомлень, обмежена здатність до самостійного оцінювання джерел та підвищена вразливість до маніпулятивних впливів.

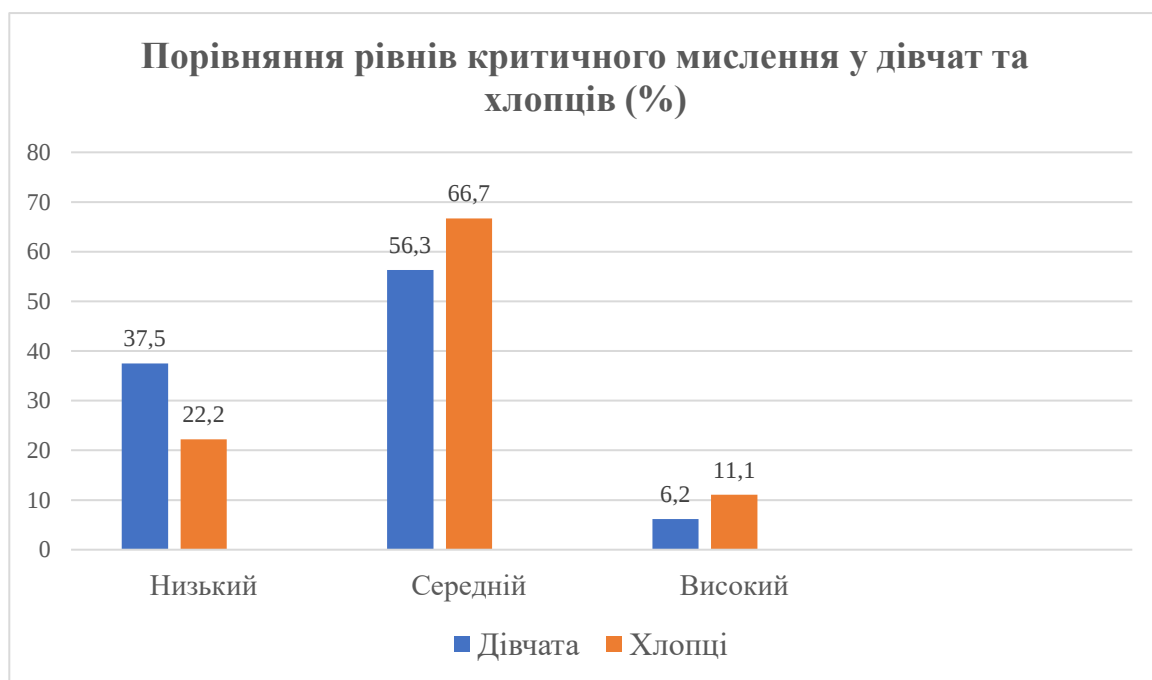
Водночас 11,1% хлопців демонструють високий рівень критичного мислення, що є відносно більшим показником порівняно з аналогічними даними у дівчат. Це свідчить про сформованість у цієї частини вибірки здатності до глибокого аналізу інформації, аргументованого оцінювання, рефлексії та самостійного прийняття рішень. Представники цієї групи характеризуються більшою когнітивною автономією та стійкістю до інформаційно-психологічного впливу.

Отже, розподіл рівнів критичного мислення у хлопців характеризується домінуванням середнього рівня, відносно меншою представленістю низького рівня та більшою часткою високого рівня порівняно з дівчатами. Це дозволяє зробити висновок про дещо вищий загальний рівень сформованості критичного мислення у хлопців, а також про їхню відносно більшу здатність до критичного аналізу інформації та протидії маніпулятивним впливам медіасередовища.

Таблиця 3.2.3.

Порівняльний аналіз рівнів критичного мислення у дівчат та хлопців (%)

Респонденти	Рівень критичного мислення		
	Низький	Середній	Високий
Дівчата	37,5	56,3	6,2
Хлопці	22,2	66,7	11,1



Мал. 3.2.3. Порівняння рівнів критичного мислення у дівчат та хлопців (%)

Порівняльний аналіз рівнів критичного мислення у дівчат і хлопців, отриманих за методикою Л. Старкі «Критичне мислення», дозволяє виявити гендерні особливості сформованості когнітивно-аналітичних здібностей підлітків.

Передусім звертає на себе увагу відмінність у показниках низького рівня критичного мислення: серед дівчат він становить 37,5%, тоді як серед хлопців - 22,2%. Це свідчить про те, що дівчата у більшій мірі схильні до некритичного сприйняття інформації, що може проявлятися у підвищеній довірі до медіаконтенту, труднощах у верифікації джерел та меншій здатності до аналітичної обробки інформації. У той же час у хлопців частка осіб із низьким рівнем є значно меншою, що вказує на відносно кращу сформованість базових навичок критичного аналізу.

Середній рівень критичного мислення домінує в обох групах, однак у хлопців він виражений більшою мірою (66,7% проти 56,3% у дівчат). Це означає, що більшість респондентів обох статей володіє базовими аналітичними вміннями, проте у хлопців ці здібності мають більш поширений характер. Представники цієї групи здатні здійснювати елементарний аналіз інформації, однак їхні судження часто залишаються ситуативними та недостатньо глибокими.

Особливо показовою є різниця у високому рівні критичного мислення: серед хлопців цей показник становить 11,1%, тоді як серед дівчат - лише 6,2%. Це свідчить про те, що хлопці частіше демонструють здатність до глибокого, рефлексивного та аргументованого мислення, що включає аналіз альтернативних точок зору, оцінювання достовірності інформації та самостійне формулювання висновків. У дівчат така здатність представлена меншою мірою, що може зумовлювати їхню більшу вразливість до інформаційно-психологічного впливу.

Узагальнюючи отримані результати, можна констатувати, що загальний рівень сформованості критичного мислення у хлопців є вищим порівняно з дівчатами. Це проявляється у меншій частці низького рівня, більшій представленості середнього рівня та майже вдвічі більшій частці високого рівня критичного мислення. Водночас в обох групах домінує середній рівень, що вказує на необхідність подальшого розвитку критичного мислення як

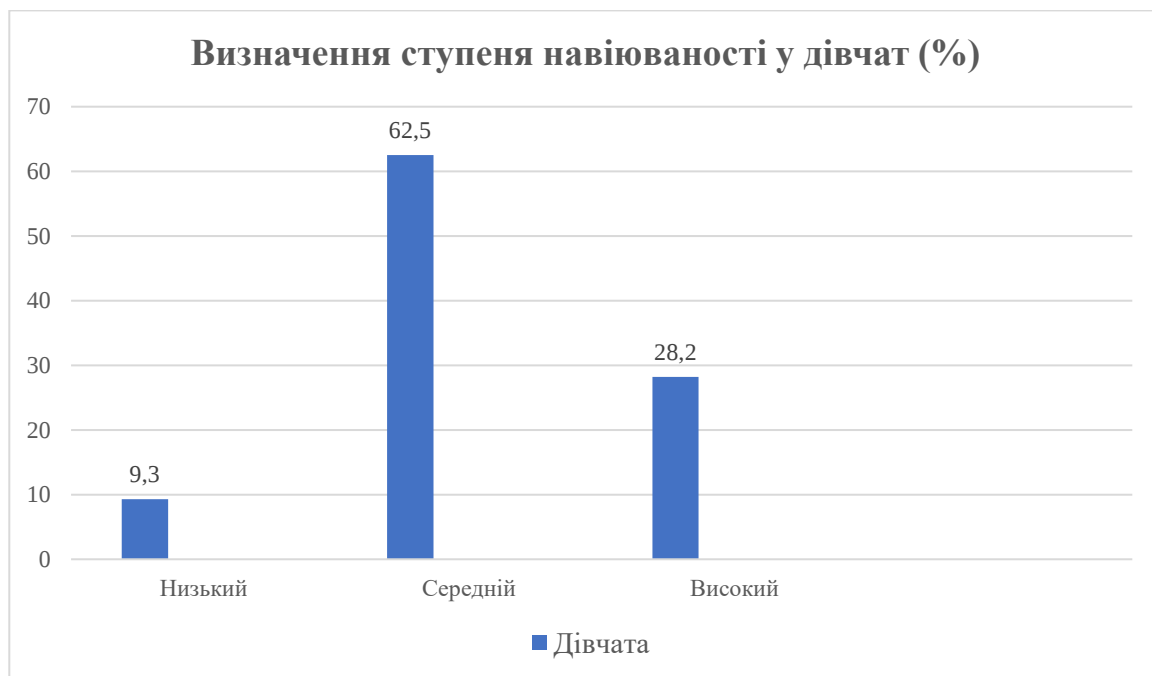
ключової компетентності, особливо в умовах інтенсивного впливу засобів масової інформації на підлітків.

На другому етапі емпіричного дослідження ми використали Тест на визначення ступеня навіюваності Є. Мерзлякової (модифікація тесту С. Клаучека та В. Деларю).

Таблиця 3.2.4.

Визначення ступеня навіюваності у дівчат (%)

Дівчата	Ступень навіюваності		
	Низький	Середній	Високий
	9,3	62,5	28,2



Мал. 3.2.4. Визначення ступеня навіюваності у дівчат (%)

Аналіз результатів дослідження ступеня навіюваності у дівчат, отриманих за тестом Є. Мерзлякової (модифікація С. Клаучека та В. Деларю),

дозволяє виявити специфіку їхньої сприйнятливості до зовнішнього психологічного впливу.

Отримані дані свідчать, що домінуючим є середній рівень навіюваності (62,5%). Це вказує на те, що більшість дівчат характеризується помірною чутливістю до зовнішніх впливів, зокрема інформаційних та соціально-психологічних. Для цієї групи притаманна здатність частково критично осмислювати інформацію, однак у певних ситуаціях вони можуть піддаватися впливу авторитетів, емоційно забарвлених повідомлень або соціального тиску. Такий рівень навіюваності є типовим для підліткового віку, що обумовлено незавершеністю формування когнітивної автономії та критичного мислення.

Водночас значна частка респонденток демонструє високий рівень навіюваності (28,2%). Це свідчить про підвищену схильність до прийняття зовнішніх установок без достатнього критичного аналізу, що може проявлятися у довірливості до інформаційних джерел, орієнтації на чужі думки та залежності від соціального схвалення. Представниці цієї групи є більш вразливими до маніпулятивного впливу засобів масової інформації, реклами, соціальних мереж, а також до впливу референтних осіб.

Низький рівень навіюваності зафіксовано лише у 9,3% дівчат, що є найменш представленою категорією. Це свідчить про те, що незначна частина респонденток характеризується високим рівнем психологічної автономії, критичності мислення та здатності протистояти зовнішньому впливу. Особи з таким рівнем навіюваності здатні більш незалежно оцінювати інформацію, відокремлювати факти від інтерпретацій та приймати рішення на основі власних переконань.

Отже, загальна структура навіюваності у дівчат характеризується переважанням середнього рівня при значній частці високого рівня та мінімальній представленості низького рівня. Це свідчить про наявність підвищеної чутливості до зовнішніх впливів у значної частини респонденток, що в умовах сучасного медіасередовища може виступати фактором ризику

формування залежностей, маніпульованості та некритичного засвоєння інформації. Такі результати актуалізують необхідність розвитку критичного мислення та психологічної стійкості як засобів зниження навіюваності підлітків.

Таблиця 3.2.5.

Визначення ступеня навіюваності у хлопців (%)

Хлопці	Ступень навіюваності		
	Низький	Середній	Високий
	33,3	50	16,7



Мал. 3.2.5. Визначення ступеня навіюваності у хлопців (%)

Аналіз результатів дослідження ступеня навіюваності у хлопців, отриманих за тестом Є. Мерзлякової (модифікація С. Клаучека та В. Деларю), дозволяє окреслити специфіку їхньої сприйнятливості до зовнішнього психологічного впливу.

Отримані дані свідчать, що домінуючим є середній рівень навіюваності (50%). Це вказує на те, що половина досліджуваних характеризується помірною чутливістю до зовнішніх впливів, здатністю частково критично оцінювати інформацію, однак у певних ситуаціях вони можуть піддаватися впливу авторитетних джерел, групового тиску або емоційно насиченого контенту. Такий рівень є типовим для підліткового віку і відображає перехідний характер розвитку між залежністю від зовнішніх оцінок і формуванням автономії.

Разом із тим, значна частка хлопців демонструє низький рівень навіюваності (33,3%), що є доволі високим показником. Це свідчить про наявність у третини респондентів достатньо сформованої психологічної автономії, здатності протистояти зовнішньому впливу, критично оцінювати інформацію та приймати самостійні рішення. Особи цієї групи менш схильні до маніпулятивних впливів, у тому числі з боку засобів масової інформації.

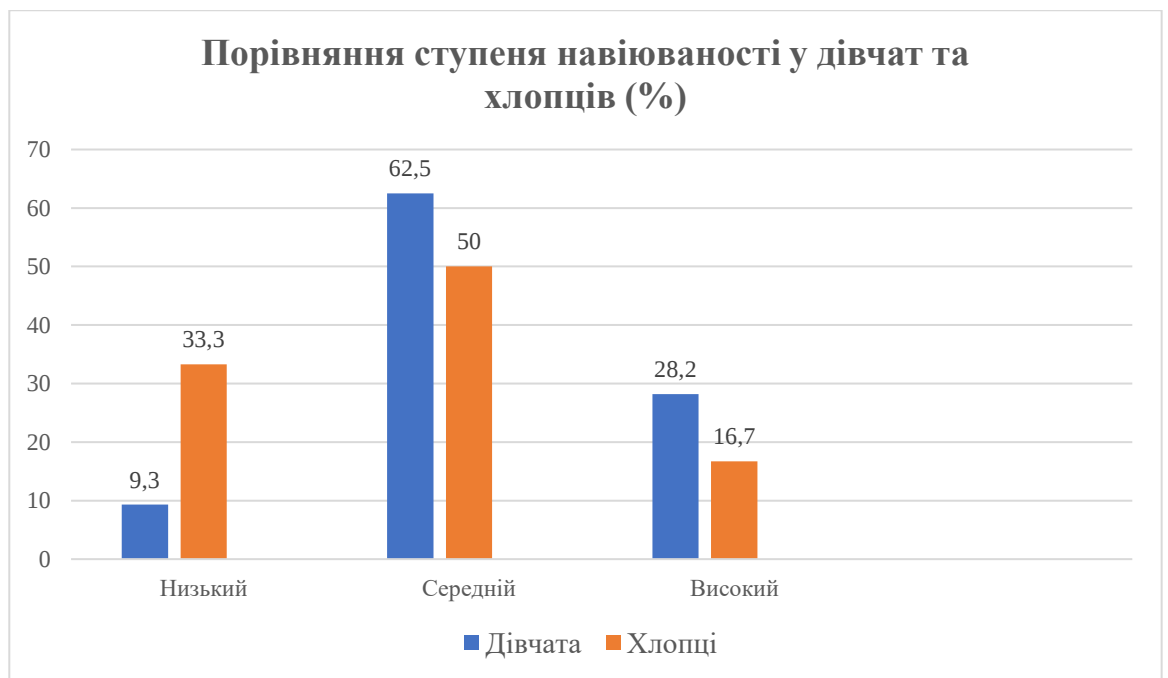
Високий рівень навіюваності виявлено у 16,7% хлопців, що є найменш представленою категорією. Це свідчить про те, що відносно невелика частина респондентів характеризується підвищеною довірливістю, орієнтацією на зовнішні оцінки та схильністю до прийняття інформації без достатнього критичного аналізу. Представники цієї групи є більш вразливими до інформаційно-психологічного впливу, зокрема маніпуляцій у медіапросторі.

Отже, структура навіюваності у хлопців характеризується більш збалансованим розподілом показників порівняно з дівчатами, із відносно високою часткою низького рівня та меншою представленістю високого рівня. Це свідчить про вищий рівень психологічної стійкості та автономії у значної частини хлопців, а також про їхню відносно меншу вразливість до зовнішніх інформаційних впливів. У той же час наявність групи з середнім і високим рівнями навіюваності вказує на необхідність подальшого розвитку критичного мислення як механізму протидії маніпулятивному впливу.

Таблиця 3.2.6.

Порівняльний аналіз ступеня навіюваності у дівчат та хлопців (%)

Респонденти	Ступень навіюваності		
	Низький	Середній	Високий
Дівчата	9,3	62,5	28,2
Хлопці	33,3	50	16,7



Мал. 3.2.6. Порівняння ступеня навіюваності у дівчат та хлопців (%).

Порівняльний аналіз ступеня навіюваності у дівчат і хлопців, отриманий за тестом Є. Мерзлякової (модифікація С. Клаучека та В. Деларю), також дозволяє виявити суттєві гендерні відмінності, тепер вже у рівні сприйнятливості до зовнішнього психологічного впливу.

Зафіксовано різниця у показниках низького рівня навіюваності: серед хлопців він становить 33,3%, тоді як серед дівчат - лише 9,3%. Це свідчить про те, що хлопці значно частіше демонструють здатність до психологічної автономії, незалежності суджень та опору зовнішньому впливу. Вони менш

схильні до некритичного прийняття інформації та більшою мірою здатні зберігати власну позицію в умовах інформаційного тиску.

З'ясовано, що середній рівень навіюваності домінує в обох групах, однак у дівчат він є більш вираженим (62,5% проти 50% у хлопців). Це вказує на те, що більшість респондентів характеризується помірною чутливістю до впливу, проте дівчата частіше перебувають у стані часткової залежності від зовнішніх оцінок, соціального схвалення та емоційно забарвленої інформації.

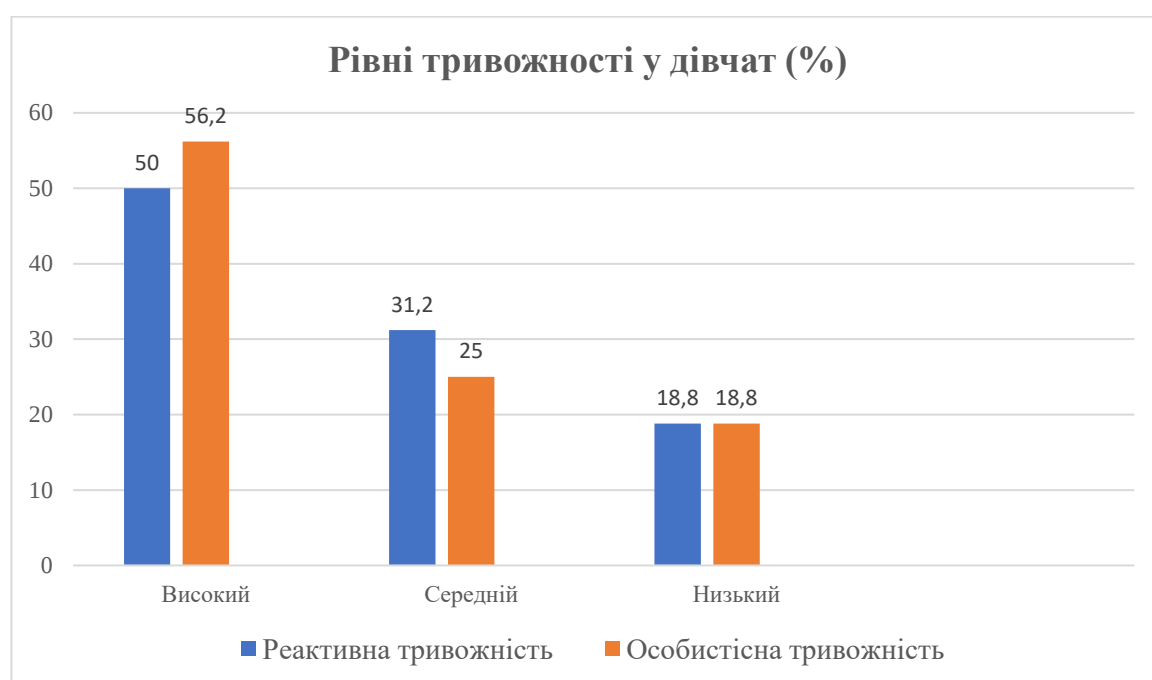
Особливо показовою для нас є різниця у високому рівні навіюваності: серед дівчат цей показник становить 28,2%, тоді як серед хлопців - 16,7%. Це свідчить про те, що дівчата майже вдвічі частіше виявляють підвищену схильність до навіювання, що може проявлятися у довірливості до інформаційних джерел, орієнтації на думку інших та більшій вразливості до маніпулятивного впливу медіа.

Узагальнюючи отримані результати, можна констатувати, що дівчата характеризуються вищим рівнем навіюваності порівняно з хлопцями, що проявляється у значно меншій частці низького рівня та більшій представленості високого рівня. Натомість хлопці демонструють більш виражену психологічну автономію та стійкість до зовнішніх впливів. У обох групах значна частка припадає на середній рівень навіюваності, що свідчить про незавершеність формування механізмів критичного сприйняття інформації.

На третьому етапі емпіричного дослідження ми застосували методику діагностики тривожності Ч.Д. Спілбергера - Ю.Л. Ханіна. Це дозволило з'ясувати показники реактивної та особистісної тривожності у респондентів, які мають визначальне значення для осмислення рівня психологічної чутливості особистості до впливу засобів масової інформації.

Рівні тривожності у дівчат (%)

Респонденти	Реактивна тривожність			Особистісна тривожність		
	Високий	Середній	Низький	Високий	Середній	Низький
Дівчата	50	31,2	18,8	56,2	25	18,8



Мал. 3.2.7. Рівні тривожності у дівчат (%)

Аналіз результатів дослідження рівнів тривожності у дівчат, отриманих за методикою Ч. Спілбергера - Ю. Ханіна, дозволяє виявити специфіку як ситуативних емоційних реакцій, так і стійких особистісних характеристик, що визначають психологічну чутливість до впливу інформаційного середовища.

Показники реактивної тривожності свідчать, що половина респонденток (50%) має високий рівень ситуативної тривоги. Це вказує на значну емоційну напруженість, підвищену чутливість до стресогенних факторів та схильність до інтенсивного переживання тривоги у конкретних ситуаціях. Середній

рівень зафіксовано у 31,2% дівчат, що свідчить про помірну емоційну реактивність та здатність частково контролювати власний емоційний стан. Водночас 18,8% демонструють низький рівень реактивної тривожності, що вказує на відносну емоційну стабільність і стійкість до ситуативних впливів.

Щодо особистісної тривожності, то тут спостерігається ще більш виражена тенденція: 56,2% дівчат мають високий рівень. Це свідчить про сформовану схильність до тривожного сприйняття широкого кола життєвих ситуацій, підвищену настороженість, невпевненість у собі та очікування негативних наслідків. Середній рівень характерний для 25% респонденток і відображає відносну збалансованість між тривожністю та емоційною стабільністю. Низький рівень, як і у випадку з реактивною тривожністю, виявлено у 18,8% дівчат, що свідчить про наявність групи з більш стійкою, менш тривожною особистісною структурою.

Порівняльний аналіз реактивної та особистісної тривожності показує, що в обох випадках домінує високий рівень, причому особистісна тривожність виражена навіть більшою мірою. Це вказує на те, що підвищена тривожність у дівчат має не лише ситуативний, а й стійкий характер, що закріплюється як особистісна риса.

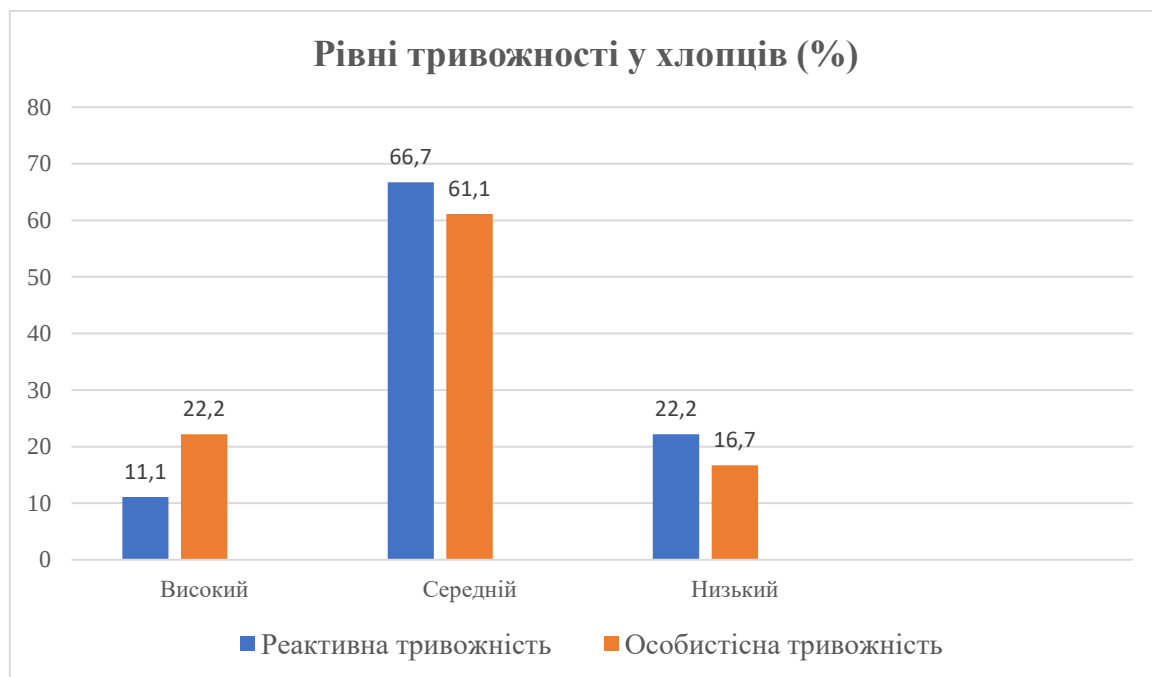
Отже, отримані результати свідчать про значний рівень психологічної вразливості дівчат до зовнішніх впливів, у тому числі інформаційно-медійних. Високі показники тривожності можуть посилювати сприйнятливість до емоційно насиченого контенту, сприяти некритичному засвоєнню інформації та підвищувати ризик негативного впливу засобів масової інформації на емоційний стан і поведінку підлітків.

Таблиця 3.2.8.

Рівні тривожності у хлопців (%)

Респонденти	Реактивна тривожність	Особистісна тривожність
-------------	-----------------------	-------------------------

	Високий	Середній	Низький	Високий	Середній	Низький
Хлопці	11,1	66,7	22,2	22,2	61,1	16,7



Мал. 3.2.8. Рівні тривожності у хлопців (%)

Аналіз результатів дослідження рівнів тривожності у хлопців, отриманих за методикою Ч. Спілбергера - Ю. Ханіна, дозволяє охарактеризувати як ситуативні емоційні реакції, так і стійкі особистісні тенденції, що визначають особливості психологічної чутливості до зовнішніх впливів.

Показники реактивної тривожності свідчать, що домінуючим є середній рівень (66,7%). Це вказує на те, що більшість хлопців демонструє помірну емоційну реактивність, здатність адекватно реагувати на стресові ситуації без надмірної напруженості. Високий рівень реактивної тривожності виявлено лише у 11,1% респондентів, що свідчить про відносно невелику частку осіб із вираженими ситуативними тривожними реакціями. Водночас 22,2% хлопців

мають низький рівень, що характеризує їх як емоційно стабільних, менш схильних до переживання тривоги навіть у напружених ситуаціях.

Щодо особистісної тривожності, також переважає середній рівень (61,1%), що свідчить про відносну збалансованість емоційної сфери та відсутність стійкої схильності до тривожного сприйняття реальності. Високий рівень особистісної тривожності зафіксовано у 22,2% хлопців, що вказує на наявність певної частини респондентів із підвищеною настороженістю, схильністю до переживання тривоги та очікування негативних подій. Низький рівень (16,7%) характеризує групу з більш вираженою психологічною стійкістю та емоційною врівноваженістю.

Порівняльний аналіз двох типів тривожності показує, що в обох випадках у хлопців домінує саме середній рівень, а високі показники представлені значно меншою мірою, ніж у дівчат. Це свідчить про те, що тривожність у хлопців має переважно ситуативний і помірний характер і рідше набуває стійкої особистісної форми.

Таким чином з'ясовано, що хлопці характеризуються більшою емоційною стабільністю та меншою схильністю до підвищеної тривожності. Це, у свою чергу, знижує рівень їхньої психологічної вразливості до інформаційно-психологічного впливу засобів масової інформації, хоча наявність груп із середнім і високим рівнями тривожності вказує на необхідність розвитку навичок емоційної регуляції та критичного сприйняття інформації.

Таблиця 3.2.9.

Порівняння рівнів тривожності у дівчат та хлопців (%)

Респонденти	Реактивна тривожність	Особистісна тривожність
-------------	-----------------------	-------------------------

	Високий	Середній	Низький	Високий	Середній	Низький
Дівчата	50	31,2	18,8	56,2	25	18,8
Хлопці	11,1	66,7	22,2	22,2	61,1	16,7

За методикою Ч. Спілбергера - Ю. Ханіна виявлені виражені гендерні відмінності у структурі емоційної сфери підлітків.

Насамперед суттєві відмінності спостерігаються у показниках реактивної тривожності. Високий рівень серед дівчат становить 50%, тоді як серед хлопців - лише 11,1%. Це свідчить про значно вищу емоційну реактивність дівчат, їхню схильність до інтенсивного переживання тривоги в конкретних ситуаціях. Натомість у хлопців домінує середній рівень (66,7% проти 31,2% у дівчат), що вказує на більш помірну, врівноважену реакцію на стресові фактори. Низький рівень реактивної тривожності представлений відносно близькими показниками (18,8% у дівчат і 22,2% у хлопців), однак у хлопців він дещо вищий, що додатково підтверджує їхню більшу емоційну стабільність.

Щодо особистісної тривожності, також фіксуються значні відмінності. Високий рівень серед дівчат становить 56,2%, тоді як серед хлопців - 22,2%. Це свідчить про те, що у дівчат тривожність має більш стійкий, особистісно зумовлений характер, проявляється як схильність до тривожного сприйняття широкого кола ситуацій. У хлопців, навпаки, домінує середній рівень особистісної тривожності (61,1% проти 25% у дівчат), що вказує на більш збалансовану емоційну структуру. Низький рівень у двох групах є відносно подібним (18,8% у дівчат і 16,7% у хлопців), що свідчить про наявність у кожній групі частини респондентів із високою психологічною стійкістю.

З'ясовано, що дівчата характеризуються значно вищими показниками як реактивної, так і особистісної тривожності, що свідчить про їхню більшу емоційну чутливість і вразливість до зовнішніх впливів. У хлопців, навпаки,

переважає середній рівень тривожності, що відображає більш стабільний та адаптивний характер емоційного реагування.

Таким чином, виявлені відмінності дозволяють зробити висновок, що дівчата є більш психологічно чутливими до інформаційного та соціального впливу, зокрема до впливу засобів масової інформації, тоді як хлопці демонструють більшу емоційну стійкість. Це підкреслює необхідність урахування гендерних особливостей при аналізі впливу медіасередовища та розробці психолого-педагогічних заходів, спрямованих на розвиток емоційної регуляції та критичного мислення підлітків.

3.3. Рекомендації для підлітків, батьків та педагогів

На основі результатів емпіричного дослідження (виявлений переважно середній рівень критичного мислення, підвищена навіюваність, а також значні показники реактивної й особистісної тривожності, особливо у дівчат) ми сформулювали рекомендації для підлітків, батьків та педагогів.

Для підлітків:

1. Розвиток критичного мислення як базового захисного механізму.

Підліткам доцільно формувати здатність до усвідомленого сприйняття інформації. Це передбачає:

- аналіз джерела інформації (хто створив повідомлення і з якою метою);
- виявлення емоційних тригерів (страх, обурення, захоплення);
- розмежування фактів і суджень;
- перевірку інформації через альтернативні джерела.

З огляду на переважання середнього рівня критичного мислення, особливу увагу слід приділити переходу від пасивного сприйняття до активного аналізу.

2. Зниження навіюваності та формування автономності суджень

Отримані дані свідчать про значну частку підлітків із середнім і високим рівнем навіюваності, що підвищує ризик некритичного прийняття інформації.

У зв'язку з цим важливо:

- свідомо відстежувати вплив чужих думок на власні переконання;
- розвивати навички аргументації власної позиції;
- уникати беззастережного прийняття популярних або «масових» точок зору;
- практикувати самостійне прийняття рішень у повсякденних ситуаціях.

3. Формування інформаційної гігієни.

Зважаючи на високі показники тривожності, особливо реактивної, підліткам необхідно регулювати обсяг і характер медіаспоживання:

- обмежувати час перебування в інформаційному просторі (особливо перед сном);
- уникати надмірного перегляду новин і тривожного контенту;
- чергувати онлайн-активність із фізичною діяльністю та живим спілкуванням;
- формувати усвідомлений вибір контенту.

4. Розвиток емоційної саморегуляції

Підвищений рівень тривожності вимагає розвитку навичок управління емоційними станами:

- усвідомлення власних емоцій під час перегляду медіаконтенту;
- використання технік зниження напруги (дихальні вправи, переключення уваги);
- уникнення емоційно перевантаженого інформаційного середовища;
- формування позитивного інформаційного простору.

Для батьків:

1. Активна участь у медіасоціалізації підлітка.

Батькам доцільно виступати не лише контролюючою, а й пояснювальною та підтримувальною стороною:

- обговорювати з підлітком переглянутий контент;
- пояснювати механізми маніпуляцій, реклами, фейків;
- формувати навички критичного аналізу через спільне обговорення інформації.

2. Зниження навіюваності через розвиток автономності дитини.

Важливо сприяти формуванню у підлітка власної позиції:

- заохочувати висловлення власної думки;
- не нав'язувати готові рішення, а стимулювати самостійний вибір;
- розвивати відповідальність за власні рішення.

3. Підтримка емоційної стабільності.

З огляду на високі показники тривожності:

- створювати атмосферу психологічної безпеки;
- бути уважними до емоційного стану дитини;
- своєчасно реагувати на ознаки тривожності (замкненість, дратівливість, порушення сну).

4. Регулювання медіасередовища.

Доцільно:

- встановлювати адекватні межі використання гаджетів;
- контролювати якість контенту;
- бути прикладом відповідального медіаспоживання.

Для батьків:

1. Інтеграція медіаосвіти в освітній процес.

З огляду на недостатній рівень критичного мислення:

- використовувати аналіз медіатекстів у навчанні;
- застосовувати проблемні та дискусійні методи;
- навчати розпізнаванню маніпуляцій і фейків.

2. Розвиток критичного мислення як ключової компетентності

Доцільно впроваджувати:

- вправи на аргументацію;
- аналіз різних точок зору;
- роботу з інформаційними джерелами різного типу.

3. Зниження навіюваності через розвиток рефлексії.

Важливо формувати:

- здатність до самостійного судження;
- критичне ставлення до авторитетів і джерел інформації;
- навички усвідомлення власних когнітивних процесів.

4. Психологічна підтримка учнів.

Враховуючи високий рівень тривожності:

- створювати безпечне освітнє середовище;
- уникати інформаційного перевантаження;
- впроваджувати елементи психоемоційної підтримки.

5. Підвищення власної медіакомпетентності.

Педагог має виступати посередником між медіасередовищем і підлітком, тому важливо:

- постійно оновлювати знання про медіа;
- володіти навичками аналізу інформації;
- застосовувати сучасні освітні технології.

Метою наших рекомендацій є зниження психологічної вразливості підлітків до медіавпливу через розвиток критичного мислення, зменшення навіюваності та стабілізацію емоційного стану. Їх реалізація можлива лише за умови комплексної взаємодії трьох ключових суб'єктів - підлітка, сім'ї та освітнього середовища, що забезпечує системний характер профілактики негативних медіавпливів.

Висновки до третього розділу

Обґрунтовано, що вибір підлітків віком 13-17 років як емпіричної групи відповідає сучасним науковим уявленням про сенситивність цього періоду до соціальних і медіавпливів, що пов'язано з інтенсивним формуванням ідентичності, підвищеною чутливістю до зовнішнього оцінювання та активним залученням у цифрове середовище.

Комплекс використаних методик забезпечує цілісне дослідження психологічних механізмів взаємодії підлітка з медіапростором. Зокрема, методика діагностики критичного мислення дозволяє оцінити рівень когнітивної автономії та здатність до аналітичного опрацювання інформації; тест на визначення навіюваності - виявити ступінь сприйнятливості до зовнішнього впливу; методика тривожності - дослідити емоційний компонент, що опосередковує сприйняття інформації.

Таким чином, поєднання зазначених психодіагностичних інструментів формує методично цілісну модель дослідження, яка дозволяє комплексно проаналізувати когнітивні, емоційні та особистісні чинники медіавпливу. Це створює надійну емпіричну основу для виявлення індивідуальних відмінностей у сприйнятті медіаконтенту та глибшого розуміння психологічних механізмів функціонування особистості підлітка в сучасному інформаційному середовищі.

Результати емпіричного дослідження зафіксували наявність виражених особливостей у когнітивній, особистісній та емоційній сферах підлітків, що визначають їхню сприйнятливість до медіавпливу. Встановлено, що в обох групах домінує середній рівень критичного мислення, однак значна частка підлітків, особливо серед дівчат, характеризується низьким рівнем його сформованості, що підвищує їхню вразливість до маніпулятивного інформаційного впливу.

Результати дослідження навіюваності засвідчили переважання середнього рівня у більшості респондентів, проте у дівчат значно вищою є частка високого рівня навіюваності, що свідчить про більшу схильність до зовнішнього впливу та залежність від соціального схвалення. Хлопці, у свою чергу, демонструють вищий рівень психологічної автономії та стійкості до навіювання.

Аналіз показників тривожності дозволив виявити суттєві гендерні відмінності: дівчата характеризуються значно вищими рівнями як реактивної, так і особистісної тривожності, що вказує на підвищену емоційну чутливість і вразливість до інформаційного впливу. У хлопців переважає середній рівень тривожності, що свідчить про більш збалансований емоційний стан і більшу стійкість до стресогенних факторів.

Таким чином, поєднання недостатньо сформованого критичного мислення, підвищеної навіюваності та високого рівня тривожності (особливо у дівчат) створює підґрунтя для підвищеної сприйнятливості підлітків до медіавпливу. Отримані результати підтверджують необхідність цілеспрямованого розвитку критичного мислення, емоційної регуляції та психологічної стійкості як ключових чинників забезпечення безпечної взаємодії підлітків із сучасним інформаційним середовищем.

Розроблені рекомендації мають комплексний, системний характер і спрямовані на зниження психологічної вразливості підлітків до медіавпливу шляхом цілеспрямованого розвитку когнітивних, особистісних та емоційних ресурсів. Їх зміст безпосередньо детермінований результатами емпіричного дослідження, які виявили домінування середнього рівня критичного мислення, підвищену навіюваність та значні показники тривожності, особливо у дівчат.

ВИСНОВКИ

1. Аналіз ступеня розробленості проблеми показав, що засоби масової інформації виступають важливим чинником розвитку особистості підлітка, впливаючи на формування його ідентичності, самооцінки, ціннісних орієнтацій та поведінкових моделей. Вплив медіасередовища має амбівалентний характер: поряд із розширенням можливостей комунікації, доступу до інформації та самореалізації, воно створює ризики маніпулятивного впливу, емоційної нестабільності та формування залежних форм поведінки. Встановлено, що ефективність медіавпливу визначається як особливостями інформаційного контенту, так і індивідуально-психологічними характеристиками підлітка, зокрема рівнем критичного мислення, сугестивності та соціальної зрілості. Це обумовлює необхідність формування медіаграмотності як ключової умови забезпечення психологічної безпеки та гармонійного розвитку особистості в умовах сучасного інформаційного простору.

2. Розгляд класичних та сучасних теоретичних підходів до дослідження проблеми, продемонстрував, що розвиток особистості підлітка відбувається під впливом комплексу біологічних, психологічних і соціальних чинників, серед яких особливу роль відіграє медіасередовище. Медіа виступають потужним агентом соціалізації, здатним як сприяти особистісному розвитку, так і зумовлювати ризики формування залежної поведінки та емоційної нестабільності. Ефективність медіавпливу визначається індивідуально-психологічними особливостями підлітка та рівнем сформованості критичного мислення, що обумовлює необхідність розвитку медіаграмотності як ключової умови психологічної безпеки та гармонійного розвитку особистості в умовах сучасного інформаційного простору.

3. Аргументовано, медіасередовище виступає одним із провідних чинників соціалізації підлітків, істотно впливаючи на формування їхніх

когнітивних процесів, емоційного стану та поведінкових установок. Його вплив має подвійний характер: поряд із розширенням освітніх можливостей, доступом до інформації та розвитком комунікативних компетентностей, медіа можуть спричиняти емоційне перенапруження, підвищення рівня тривожності, формування залежної поведінки та спотворення уявлень про соціальну реальність. Особливої уваги потребує інтенсивне занурення підлітків у цифровий простір, що знижує рівень критичного осмислення інформації та підвищує їхню вразливість до маніпулятивного впливу, стереотипізації мислення та нав'язування поведінкових моделей. У цих умовах ключовим захисним механізмом виступає сформованість критичного мислення та медіаграмотності, які забезпечують здатність до усвідомленого відбору, аналізу й інтерпретації інформації.

4. Виявлено, що формування медіаграмотності підлітків визначається взаємодією сімейного та освітнього середовища, які виступають ключовими агентами соціалізації в умовах сучасного медіапростору. Водночас зростання ролі медіа та інформаційне перевантаження знижують ефективність їх критичного осмислення, підвищуючи вразливість підлітків до маніпулятивного впливу. Показано, що ефективний розвиток медіаграмотності можливий за умови системної інтеграції зусиль сім'ї та освіти, підвищення рівня підготовки педагогів і формування у підлітків критичного мислення як основного механізму психологічного захисту в інформаційному середовищі.

5. Показано, що вибір підлітків 13–17 років та використання комплексу психодіагностичних методик є обґрунтованими та забезпечують цілісне вивчення медіавпливу. Поєднання методик критичного мислення, навіюваності та тривожності дозволяє комплексно проаналізувати когнітивні, емоційні й особистісні особливості підлітків, що визначають їхню сприйнятливність до інформаційного середовища.

6. Отримані результати емпіричного дослідження свідчать, що підлітки характеризуються переважно середнім рівнем критичного мислення, однак значна частка з них має недостатньо сформовані аналітичні навички, що підвищує їхню вразливість до медіавпливу. Виявлено, що дівчата демонструють вищий рівень навіюваності та тривожності, що зумовлює більшу психологічну чутливість до інформаційного впливу, тоді як хлопці відзначаються більшою емоційною стабільністю та автономією. Узагальнено, поєднання середнього рівня критичного мислення, підвищеної навіюваності та тривожності виступає чинником ризику щодо некритичного сприйняття інформації. Це обумовлює необхідність розвитку критичного мислення, емоційної регуляції та медіаграмотності як ключових умов формування психологічної стійкості підлітків у сучасному інформаційному середовищі.

7. Розроблені рекомендації, метою яких є зниження психологічної вразливості підлітків до медіавпливу через розвиток критичного мислення, формування автономності суджень, зменшення навіюваності та стабілізацію емоційного стану. Їх реалізація передбачає узгоджену взаємодію підлітка, сім'ї та освітнього середовища як ключову умову формування медіаграмотної та психологічно стійкої особистості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук І. Корекційно-розвивальна програма спілкування для підлітків. *Психолог*. 2007. № 25-27. С. 265-267.
2. Асєєва Ю. О. Кіберкомунікативна залежність від соціальної мережі Instagram як проблема сучасної молоді. *Габітус*. 2020. № 14. С. 152–157. URL: <https://repo.odmu.edu.ua:443/xmlui/handle/123456789/8327>.
3. Асєєва Ю.О. Психологічні засади кіберадикцій в підлітковому та юнацькому віці: дис... докт. псих. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Одеса, 2021. 532 с.
4. Баловсяк Н. Лікарі активізували дискусії про шкоду соціальних мереж для підлітків. URL: <https://netfreedom.org.ua/article/likari-aktivizovali-diskusiyi-pro-shkodu-socialnih-merezh-dlya-pidlitkiv>
5. Биркович Т. Технології впливу на масову свідомість в умовах інформаційної гібридної війни: соціокультурний аспект. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2023. № 1. С. 9-14.
6. Бондаренко Т. Г. Способи привернення уваги інтернет-аудиторії. *Наукові записки [Українська академія друкарства]*. 2016. № 1 (52). С. 248-257.
7. Бондарчук, Н. Б., Гордійчук, С. В., Шатило, В. Й., Горай, О. В., Поплавська, С. Д. Цифрові медіа та їх вплив на дітей підліткового віку. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*, 2023. № 1. С. 53-58. URL: <https://doi.org/10.11603/1681-2786.2023.1.13860>
8. Брик О. Психологія впливу. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/e0480024-2304-413a-9e52-43e5f53588a0/content>
9. Брик О. М. Психологія впливу. Психолого-педагогічний практикум : методичний посібник / рец.: Гірник А. М., Коpecь Л.В. ; Національний університет "Києво-Могилянська академія". Київ : Дірект Лайн, 2019. Ч. 4. С. 13-18.

10. Булах І. С. Психологія особистісного зростання підлітка: Монографія. К.: НПУ імені М. П. Драгоманова, 2003. 340 с.
11. Віртуальний світ та підлітки: що показують дослідження? Сайт Центру громадського здоров'я МОЗ України. URL: <https://phc.org.ua/news/virtualniy-svit-ta-pidlitki-scho-pokazuyut-doslidzhennya>
12. Войтко О.В. Кацалап В.О., Рахімов В.В. Аналіз особливостей маніпуляції як інструменту психологічного впливу на свідомість. URL: https://www.researchgate.net/publication/337456729_ANALIZ_OSOBLIVOSTEJ_MANIPULACII_AK_INSTRUMENTU_PSIHOLOGICNOGO_VPLIVU_NA_SVIDOMIST
13. Волинець Н. Психологічні механізми виявлення та протидії маніпулятивним намірам у студентів. К., 2008. 22 с.
14. Волошина Н. М., Череватий С. В. Інформаційний вплив на громадську думку українського суспільства. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*. 2015. № 2 (23). С. 144-149.
15. Гафітуліна А.В. Психологічні особливості формування національної самосвідомості студентської молоді України. Дис....канд. псих. наук. Спеціальність - 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія 053 – Психологія. К., 2017. 199 с.
16. Гіденко Є. С. Кібербулінг: насильство в соціальній мережі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Юриспруденція*. 2021. № 50. С. 26-29. DOI: 10.32841/2307-1745.2021.50.6.
17. Горбач Н. В., Стрельбіцька О.О. Вплив медіакультури на формування лексикону сучасної молоді. *Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»*. 2022. Вип. 2. С. 16-22.
18. Гоян І., Данилова Т. Вплив соціальних мереж на психологічне функціонування особистості: до постановки проблеми. *Науковий журнал «Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія»*. 2021. Том 12. № 4. С. 118–124. DOI: 10.31548/hspedagog2021.04.117.

19. Гречановська О. В., Мегем О. М., Потапюк Л. М. Вплив соціальних мереж на психологічний стан і самооцінку молоді. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Психологія*. 2023. Том 34 (73). № 4. С. 60-66.

20. Городенко Л. М. Засоби масової інформації у контексті громадської думки: формування, функціонування, жанрові прийоми : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. Київ, 2003. 12 с.

21. Гудімова А.Х. Специфіка впливу соціальних мереж на психологічне благополуччя підлітків. *Науковий журнал «Габітус»*. 2020. № 12 (2). С. 98 – 102. DOI: 10.32843/2663-5208.2020.12-2.16

22. Гуменюк Л. Й. Інтернет-адикція молоді у соціальному вимірі. *Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки*. 2013. Т. 18, вип. 2(1). С. 217–225.

23. Демченко С. Підходи до змісту поняття «інформація»: кібернетичний, філософський, правовий. *Національний юридичний журнал: теорія і практика*. 2016. № 1/2. С. 35-38

24. Деркаченко Я. А. Соціальні мережі, як середовище для технологій маніпулятивного впливу. *Сучасний захист інформації*. 2016. № 1. С. 51-59.

25. Десять стратегій маніпулювання за допомогою ЗМІ. URL: http://aratta-ukraine.com/text_ua.php?id=2793

26. Діти і підлітки стають жертвами інтернет-реклами шкідливих продуктів: дослідження ООН. 2020. URL: [https://zn.ua/ukr/WORLD/diti-i-pidlitki-stayut-zhertvami-internet-reklami-shkidlivih-produktiv-doslidzhennya-onn-339395 .html](https://zn.ua/ukr/WORLD/diti-i-pidlitki-stayut-zhertvami-internet-reklami-shkidlivih-produktiv-doslidzhennya-onn-339395.html)

27. Єрис П. Особливості стосунків між батьками та підлітками в сучасних умовах. *Актуальні проблеми психології в закладах освіти. Збірник наукових праць*. 2015. Вип. V. С. 229-232.

28. Заброцький М.М. *Основи вікової психології*. Навчальний посібник. Тернопіль: Навчальна книга - Богдан, 2001. 112 с.

29. Закалик Г. М., Шувар Н. М., Коропатов С. О. Психологічний вплив медіа-засобів на емоційну сферу молоді в умовах сьогодення. *Піденноукраїнський правничий часопис*. 2023. № 2. С. 173-178.

30. Канарова О. В., Вознюк А. А., Ілішова О. М. Сучасний медіапростір як засіб формування соціальної компетентності дітей старшого дошкільного віку. *Інноваційна педагогіка*. 2025. Вип. 79. Т. 1. С. 226-230.

31. Карлова В. В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. Державне управління: теорія та практика. 2007. № 2. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/Dutp/2007-2/txts/07kvvunc.htm>

32. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. *Наукові записки [Української академії друкарства]*. 2016. № 1. С. 281-287.

33. Коброслі А. Х. Взаємозв'язок використання соціальних мереж з психологічним благополуччям підлітків. *Вісник ОНУ: Психологія*. 2018. Т. 23, 2 (48). С. 58-66.

34. Коброслі А. Х. Соціальні мережі та психологічне благополуччя підлітків: переваги та ризики. *Теоретичні і прикладні проблеми психології*. 2019. № 2. С. 194-203.

35. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiy

36. Король Л. М., Максимець С. М. Психологічні чинники впливу ЗМІ на формування особистості сучасної молоді. *Наука і освіта*. 2014. № 5. С. 157-162.

37. Кравченко Т.В. Соціалізація дітей шкільного віку у взаємодії сім'ї і школи. Монографія. Київ, 2009. 416 с.

38. Крат Д. А. Вплив засобів масової інформації на розвиток особистості у підлітковому віці. *Науковий часопис Національного педагогічного*

університету імені М. П. Драгоманова. Серія 12: Психологічні науки. Вип. 4(49). 2016. С. 241-247.

39. Кузіна Є. І. Психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини : дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 19.00.07 «Вікова та педагогічна психологія» (053 Психологія). Кривий Ріг, 2023. 200 с.

40. Кузьма І.І. Формування медіаграмотності дітей старшого дошкільного віку: теорія і технологія: монографія / За наук. ред. проф. Чайки В.М. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2019. 188 с.

41. Кузьмук О.М., Любчук В. В. Пропаганда як зброя: соціальний дискурс. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6340/13376-1?inline=1>

42. Леськив Т. Медіаграмотність серед українських підлітків: рівень, проблеми, шляхи підвищення. URL: <http://nauksgf.wunu.edu.ua/index.php/npsgf/article/view/398/388>

43. Луман Н. Реальність мас-медіа. / За ред. Іванова В. та Мінакова М. К.: ЦВП, 2010. 158 с.

44. Луценко О.Л. Закономірності психологічної адаптації людини на сучасному етапі еволюції: дис. ... докт. психол. наук : 19.00.01. Харків, 2018. 449 с.

45. Малєєва Н. С. Комунікативні Інтернет-практики залежної від соціальних мереж молоді : автореф. дис. ... канд. псих. наук : 19.00.05. Київ, 2017. 22 с

46. Марусяк Т.С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. Випуск 2 (22). 2014. С. 90-94.

47. Медіаосвіта в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку. Креативна педагогіка : наук.-метод. зб. / Акад. міжнар. співробітництва з креативної педагогіки. Вінниця, 2010. № 1. С. 87–92.

48. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр Вільної Преси, 2014. 431 с.

49. Мединська Ю.Я. Теоретичні підходи і практичні аспекти діагностики компетентності особистості у сфері емоцій.
<https://testdspace.ucu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/55ece36b-3fdd-4a79-a155-00cf13ca0ead/content>

50. Мина Ж. Соціальні мережі як засіб інформаційної підтримки учнівської та студентської молоді у навчально-виховному процесі та професійному виборі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. № 32 (71). С. 278–282. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.1-3/45>

51. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу : підручник. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. 244 с.

52. Ніколаєнко С., Ніколаєнко С. Категорія психологічного впливу в психології. URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/39499/09-Nikolaienko2.pdf?sequence=1>

53. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / П.П. Горностай, М.М. Слюсаревський, В.О. Татенко, Т.М. Титаренко, Н.В. Хазратова та ін.; за ред. М.М. Слюсаревського. Київ: Талком, 2018. 580 с.

54. Піщик А. П. Аналіз впливу засобів масової інформації: веб-сайт. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/34998/1/383.pdf>

55. Покотило Л. Ю. Виноградова В. Є. Фактори формування культу успіху у молоді в епоху інформації. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Психологія*. 2020. Том 31 (70). № 4. С. 133-138.

56. Попов М. О. Сучасні підходи до розвитку медіаграмотності в освітньому процесі. *Освітньо-науковий простір*. Вип. 7. 2024. Том 1. С. 131-139.

57. Презентація результатів дослідження на тему: «Здатність українців вирізняти меседжі розпропаганди». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3727735-o-1200-prezentacia-doslidzenna-pro-vpliv-rospropagandi-na-ukrainciv.html>

58. Протидія фейкам - пріоритетний напрям ЦЕДЕМ. URL: <https://cedem.org.ua/news/protydiya-fejkam/>

59. Психологія розвитку особистості у підлітковому та ранньому юнацькому віці. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / [Н.О. Гончарова, Ю.Л. Горбенко, Ю.І. Калюжна, В.А. Лавріненко, М.М. Мельничук, О.Г. Мирошник, Н.М. Мишко, В.Ф. Моргун, Л.Г. Перетятко, М.М. Рева, К.В. Седих, М.М. Тесленко, І.Г. Тітов, Т.Є. Тітова, А.С. Харченко, Н.О. Чайкіна, Т.А. Яновська] ; за ред. К.В. Седих. Полтава : Астроя, 2018. 342 с.

60. Потятинник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. Львів: ПАІС, 2004. 312 с.

61. Савченко О. Розвиток критичного мислення учнів в умовах воєнного стану. URL: https://conference.ivet.edu.ua/index.php/1/uk/article/view/349?utm_source=chatgpt.com

62. Саган О. В. Гейміфікація як сучасний освітній тренд. *Collection of Research Papers Pedagogical sciences*. 2023. Vol. 100. P. 12–18. DOI <https://doi.org/10.32999/ksu2413-1865/2022-100-2>

63. Сайт Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ). URL: [https://www.who.int/health-topics/adolescent health?utm_source=chatgpt.com#tab=tab_1](https://www.who.int/health-topics/adolescent-health?utm_source=chatgpt.com#tab=tab_1)

64. Сідун О.Ю. Сугестивність як детермінанта узалежнених форм поведінки в юнацькому віці. Дис... канд. псих. н. Спец. 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2018. 270 с.

65. Сіленко А.О. Інформаційно-психологічна війна як фактор військових конфліктів. Ментальне здоров'я. 2024. № 1. С. 71-78.

66. Сіленко А. О., Кедик Ю. О. Психологічні особливості комунікативних практик молоді в соціальних мережах. *Ментальне здоров'я*. 2025. № 2. С. 79-85. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2023/48-2023/14.pdf>

67. Сіленко А. О., Неденко К. В. Теоретичні підходи до дослідження психологічних особливостей життєдіяльності особистості в інформаційному просторі». *Ментальне здоров'я*. 2025. № 3. С. 86-92. <https://journals.oneu.od.ua/index.php/mh/article/view/95>

68. Сіленко А.О., Пасхіна О.Є. Інформаційно-психологічний вплив на громадську думку. *Ментальне здоров'я*. 2024. № 2. С. 64-69

69. Скрипник В. І. Вплив засобів масової інформації на формування свідомості підлітків. *Actual Problems of Psychology in Educational Institutions*. 2015. № 5. С. 256-261. URL: <https://doi.org/10.31812/psychology.v5i.7409>

70. Смерть телебачення та глибинний народ. <https://hvylya.net/analytics/295298-smert-telebachennya-ta-glibinniy-narod>

71. Терлецька Л. Г. Критичне мислення як засіб розвитку вмінь учнів аналізувати і застосовувати інформацію. *Розвиток навичок критичного мислення учнів у контексті розробки стандартів освіти України : матеріали міжн. наук.-практ. конфер.* М. Київ, 2001 р. Київ, 2001. С. 64-67.

72. Фоля Ю.П. Індивідуально-психологічні прояви навіювання як властивості особистості. Дис... канд. псих. н. Спец. 19.00.01 – загальна психологія, історія психології. Одеса, 2010. 228 с.

73. Цьома Н. Сутність і структура критичного мислення. *Гуманізація навчально-виховного процесу*. 2018, №. 4 (96). С. 207-221.

74. Чайка І. Ю. Інформаційне суспільство: від становлення до зрілості. *Філософія. Людина. Сучасність*. 2017. С. 136-138.

75. Чадюк О.М. Пропаганда ідей та сучасне українське міфотворення. *Український соціум*. За ред. В. С. Крисаченка. К.: Знання України, 2005. С. 734-749.

76. Шишкіна Х. Ю. Інформаційна позиція як чинник соціально-психологічної зрілості студентів. дис. ... канд. психол. наук. Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки. 2013. URL:

https://theses.oa.edu.ua/DATA/23/%D0%A8%D0%B8%D1%88%D0%BA%D1%96%D0%BD%D0%B0_dis.doc.pdf

77. Шпортун О. Психологічні особливості «медіазалежності» як деструктивного чинника розвитку психічного здоров'я молоді. *Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «Педагогіка. Психологія»*. 2022. Вип. 2. С. 42-55.

78. Mann R. B., Blumberg F. Adolescents and Social Media: The Effects of Frequency of Use, Self-Presentation, Social Comparison, and Self Esteem on Possible Self Imagery. *Acta Psychologica*. 2022. Vol. 228. DOI: 10.1016/j.actpsy.2022.103629.

79. Nesi J., Prinstein Mitchell J. Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms. URL: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC5985443/?utm_source=chatgpt.com

80. Susan Branje, Elisabeth L. de Moor, Jenna Spitzer, Andrik I. Becht. Dynamics of Identity Development in Adolescence: A Decade in Review. *Research on Adolescence*. Vol. 31. Issue 4. Special issue: Decade in Review. 2021. P. 908-927. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jora.12678>

81. Starkey, L. Critical thinking skills success in 20 minutes a day. 2nd edition. LearningExpress, LLC, 2010. 192 p. URL: http://planet.uwc.ac.za/nisl/ebooks/Critical_Thinking_Skills_Success.pdf

82. Steinberg L., Monahan K. C. Age differences in resistance to peer influence. *Developmental Psychology*. 2007. № 43(6). P. 1531-1543. URL: <https://doi.org/10.1037/0012-1649.43.6.1531>

83. Teens, Social Media and Technology 2023. YouTube, TikTok, Snapchat and Instagram remain the most widely used online platforms among U.S. teens. Сайт Pew Research Centre. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2023/12/11/teens-social-media-and-technology-2023/>

ДОДАТКИ

Додаток А.

ТЕСТ КРИТИЧНОСТІ МИСЛЕННЯ Л. СТАРКІ (АДАПТАЦІЯ О. ЛУЦЕНКО)

Інструкція.

В усіх завданнях (крім першого) виберіть і позначте один найбільш правильний (відповідний) варіант відповіді. У першому завданні відзначте найменш правильний (відповідний) варіант відповіді. На виконання відводиться 30 хвилин і завдання, на які не вистачило часу, вважаються невирішеними.

Тестовий матеріал

1. Ви провели успішний пошук роботи, і тепер у Вас є три різних пропозиції на вибір. Що можна зробити, щоб найбільш ретельно вивчити потенційних роботодавців?
 - a) Дослідити їх веб-сайти.
 - b) Подивитися новини, щоб з'ясувати, чи згадуються в них дані компанії.
 - c) Дослідити їх фінансове становище.
 - d) Поговорити з людьми, які вже там працюють.
2. Який висновок є найкращим для судження, що починається словами: «вісім чоловік в моєму класі ...»?
 - a) люблять тефтелі, значить, і мені слід їх любити.
 - b) живуть в південній частині міста, тому я теж повинен там жити.
 - c) з тих, хто готувався по конспекту Андрія, отримали «задовільно», тому я отримаю таку ж оцінку.
 - d) з тих, хто вже познайомився з новим директором школи, йому симпатизують, тому мені він теж сподобається.
3. Що із запропонованого нижче НЕ є прикладом техніки переконання?
 - a) Джинси тигрового забарвлення можна придбати у вашому місцевому гіпермаркеті.
 - b) Найкращі матері готують з соусами «Торчин».
 - c) Голосуйте за мене, і я обіцяю, що наші школи стануть краще. Мій опонент просто хоче скоротити шкільний бюджет.
 - d) Наші шини не тільки гарніші, вони також краще поведуть себе на дорозі.
4. Що звучить як аргумент?
 - a) Мені наснилося, що я отримав трійку за іспит з біології, а потім це сталося насправді. Щоб наступного разу я міг отримати оцінку краще, мені повинен наснитися більш позитивний сон.

- b) Ганна хотіла краще водити машину, тому вона пішла на уроки водіння і вивчила керівництво по автомобілях. Її водіння дійсно покращилося.
- c) Після штормового вітру в минулому жовтні з дерев опало все листя. Тоді-то я і дізнався, що листя опадає через вітер.
- d) Коли Максим зрозумів, що застудився, він почав приймати Coldrex. Через чотири дні він відчув себе набагато краще завдяки прийому Coldrex.
5. Ви намагаєтеся вибрати один з трьох автомобілів: двомісний спортивний автомобіль, з двома дверима седан або міні-позашляховик. Що не є прийнятним критерієм для вибору?
- a) Ціна.
- b) Витрата палива.
- c) Тиск в шинах.
- d) Об'єм багажника.
6. Яке з рішень прийнято тільки на основі емоцій?
- a) Ви нелюбите зиму, тому, хоча це занадто дорого для Вас, Ви обираєте відпустку на Багамах.
- b) Школа закривається після загрози застосування бомби.
- c) Доходи Вашої компанії за третій квартал виявилися набагато вищі, ніж очікувалося.
- d) Вам потрібен новий міксер, тому Ви переглядаєте оголошення в газеті і купуєте його, коли на нього з'являється знижка.
7. В якому випадку краще сходити в бібліотеку, ніж провести пошук по Інтернету?
- a) Ви пишете звіт про недавні рішення Верховного Суду своєї країни.
- b) Ви хочете дізнатися історію ефективності акцій, які збираєтеся придбати на фондовому ринку.
- c) Вам потрібно порівняти процентні ставки декількох банків.
- d) Ви хочете більше дізнатися про старе планування вашого міста.
8. Ви читаєте в газеті про переговори по зарплаті за участю працівників громадського транспорту. Вони загрожують завтра влаштувати страйк, якщо їх вимоги про підвищення зарплат і пільг не будуть задоволені. Що з переліченого нижче представляє висновок з цього сценарію?
- a) Платежі зі страхування здоров'я дуже дорогі.
- b) У найближчі кілька тижнів ціна на бензин спровокує підвищення цін на квитки.
- c) Людям, які їздять на автобусі, слід шукати можливу транспортну альтернативу.
- d) Роботодавцям ніколи не подобається задовольняти вимоги по зарплаті.
9. Що невірно в цьому судженні: «Ви думаєте, що нам потрібні нові правила за контролем забруднення повітря? Я вважаю, що у нас і так забагато правил. Політики тільки і роблять, що ухвалюють нові обмеження і контролюють нас все більше. Це пригнічує. Безумовно, нам не потрібні ніякі нові правила»?

- a) Той хто говорить не дбає про навколишнє середовище.
 - b) Той хто говорить змінив тему розмови.
 - c) Той хто говорить балотується на політичну посаду.
 - d) Той хто говорить нічого не розуміє в проблемі забруднюючих викидів.
10. На що Вам не слід спиратися, роблячи оціночне судження?
- a) Інтуїція.
 - b) Здоровий глузд.
 - c) Чутки.
 - d) Минулий досвід.
11. Яке твердження представляє оціночне судження замість факту?
- a) Моя презентація була чудова. Я впевнений, що мій начальник тепер мене підвищить.
 - b) Моя презентація була чудова. Всі клієнти сказали мені, що їм сподобалося.
 - c) Моя презентація була чудова. Вона заслужила премію від керівництва.
 - d) Моя презентація була чудова. Це було відзначено саме так на моїй атестації.
12. Ваша мрія – провести відпустку в Індонезії. Проаналізувавши інформацію, Ви вирішили, що для цієї поїздки необхідно 6000 \$. Яким способом найкраще досягти цієї мети?
- a) Скоротити дискреційні витрати (понад життєво необхідних) на 200 \$ в місяць і накопичити грошей.
 - b) Попросити членів сім'ї і друзів подарувати гроші на поїзду.
 - c) Продати свій автомобіль, щоб фінансувати поїзду.
 - d) Підшукати більш розумне в грошовому відношенні місце для проведення відпустки.
13. Що невірне в наступному судженні? «Україна – любіть її або їдьте звідси!»
- a) Немає нічого неправильного в цьому судженні.
 - b) Воно має на увазі, що якщо Ви їдете з країни у відпустку, Ви її не любите.
- 74
- c) Воно не говорить Вам про те, як любити її.
 - d) Воно пропонує тільки два варіанти, коли насправді їх набагато більше.
14. Яка з цих ситуацій НЕ потребує вирішення проблеми?
- a) Коли Ви принесли новий комп'ютер додому, Ви виявили, що в коробці немає миші.
 - b) Коли Вам повернули фотографії після друку, виявилось, що вони не Ваші.
 - з) Всі в вашому колективі хочуть влаштувати свято в ресторані «Зустріч», але Ви їли там тільки вчора ввечері.
 - d) Начальник просить Вас закінчити звіт до завтрашнього ранку, але сьогодні – день народження Вашого сина і Ви обіцяли повести його ввечері на футбол.
15. Який варіант Інтернет-сайту, швидше за все, надає найоб'єктивніше інформацію про Авраама Лінкольна?
- a) www.members.aol.com/LeeV/Lincolnlover.html: домашня сторінка професора історії, який написав книгу про президентство А. Лінкольна.

b) www.southernpower.org/assassinations: сайт конфедеративних групи (прихильники рабства під час війни Півночі та Півдня) про відомі політичні вбивства, переважно присвячений А. Лінкольну (який виступав проти рабства).

c) www.lincolndata.edu: сайт групи збереження історичної спадщини, яка заархівувала всю переписку А. Лінкольна.

d) www.alincoln-library.com: президентська бібліотека в Спрінгфілді, Іллінойс, присвячена біографії шістнадцятого президента.

16. Що є найбільш вірогідною причиною наступного: «Наша хокейна команда була непереможною в цьому сезоні»?

a) У інших команд немає нової хокейної амуніції.

b) У нас є новий тренер, який посилено працює з нашою командою.

c) Деякі члени нашої команди провели це літо в хокейному таборі.

d) Я одягав свій щасливий светр перед кожною грою.

17. Що невірно в «логіці» наступного твердження: «Як Ви можете вірити його свідченням?»

Він же – засуджений злочинець!»?

a) Факт, що людина, яка дає свідчення і була визнана винною у злочині, не означає, що вона бреше.

b) Засуджений злочинець не може свідчити в суді.

c) У людини, що говорить є упередженість проти злочинців.

d) Хто говорить, очевидно, не відвідував юридичну школу.

18. Що з нижченаведеного є обґрунтованим судженням?

a) Я отримав на іспиті «відмінно». Вчора ввечері я дуже втомився, хоча всього лише вчився. Щоб і далі отримувати «відмінно» мені потрібно перестати так напружено вчитися.

b) Ваш автомобіль погано їде. Ви тільки що намагалися пояснити новому механіку, що Вам потрібно замінити масло.

Б'юся об заклад, що він – причина Ваших автомобільних проблем.

c) Я не пилюсосив вже кілька тижнів. У мене з'явилося багато бруду і пилу по всій підлозі, а моя алергія загострилася. Якщо я хочу, щоб в будинку було чистіше, мені потрібно частіше пилюсосити.

d) Футбольна команда «Ворскла» (Полтава) ніколи не вигравала Кубок УЄФА. Нещодавно вони виграли Кубок України. «Ворскла» скоро знову програє в Лізі Європи. Прочитайте текст і дайте відповідь на два наступних питання.

«Я завжди знала, що хочу стати морським біологом. У шість років мої батьки повели мене в акваріум, і це мене зачепило. А в коледжі я отримала практику на океанському дослідному

рейсі і вирішила спеціалізуватися в океанографії. Поїздка спонсорувалася Службою Дослідження планктону, і нашою метою було зібрати якомога більше різних типів мікроскопічних рослин і тварин, щоб подивитися, чи впливає на морську екосистему збільшення кількості рибалок. Наша група

була розділена на дві команди для збору різних видів планктону. Працювати з фітопланктоном, особливо з синьо-зеленими водоростями, було здорово. Ми вимірювали рівень хлорофілу у воді, щоб визначити, де і в яких кількостях є фітопланктон. Працювалося добре, так як вода була прозорою, без каламуті і бруду».

19. Що таке фітопланктон?

- a) Інша назва хлорофілу.
- b) Мікроскопічна рослина.
- c) Мікроскопічна тварина.
- d) Вид риби.

20. Автор каже, що її дослідницька група з'ясовувала, чи призвело збільшення кількості рибалок в зоні вивчення до:

- a) позитивного впливу на місцеву економіку.
- b) виснаження рибних ресурсів.
- c) збільшення роботи для морських біологів.
- d) негативного впливу на стан навколишніх вод.

21. Ви хочете продати свій автомобіль трирічної давнини і придбати новий. Який Інтернетсайт швидше за все надасть найкращу інформацію про те, як продати старий автомобіль?

- a) www.autotrader.com: останні ціни і огляди нових та старих машин; поради щодо обґрунтування ціни.
- b) www.betterbusinessbureau.org: безкоштовна споживча та бізнес-освіта; консультування перед початком нового бізнесу.
- c) www.newwheels.com: дослідження кожної марки і моделі серед останніх пропозицій світового автомобільного ринку.
- d) www.carbuyingtips.com: все, що Вам потрібно знати, перш ніж купити нову машину.

22. Яке з цих пояснень найбільш слабке?

- a) Ціни на бензин настільки високі, що багато людей більше не будуть їздити в далекі подорожі.
- b) Завтра я не зможу одягти свою нову сорочку, тому що вона зараз в пранні.
- c) Домашня робота Василя не була готовою до терміну, тому, що він не здав її вчасно.
- d) У цьому році у нас немає нових підручників, тому що шкільний бюджет був урізаний.

23. Яка з цих проблем є найбільш серйозною?

- a) Ваш викладач хворий і пропустить заняття вранці, коли Ви збиралися здати складний іспит.
- b) Ви втрачаєте копію Вашого розкладу і забуваєте підготуватися до серйозного іспиту.
- c) Ви не можете знайти одну з книг, які потрібні для підготовки до серйозного іспиту.

d) Важливий іспит виявився складнішим, ніж Ви могли подумати, і включає питання, до яких Ви не готувалися.

24. Який з цих доводів найбільш важливий при оцінці інформації, знайденої в мережі Інтернет?

a) Автори, що публікуються в мережі Інтернет, як правило, менш компетентні, ніж ті, що публікуються у пресі.

b) Інтернет-автори зазвичай упереджені.

c) Будь-хто може опублікуватися в мережі Інтернет; немає гарантії в тому, що матеріал буде об'єктивним.

d) Друкована інформація майже завжди більш точна, ніж Інтернет-інформація.

25. Що невірно в наступному судженні? «Американські студенти не згодні, щоб буквена система оцінок успішності замінювалося на цифрову. Вони побоюються, що так можна дійти до того, що у них заберуть імена і будуть звертатися до них за номерами!»

a) Висновок є занадто надмірним.

b) Немає нічого неправильного в цьому твердженні.

c) Студенти не повинні брати участь в обговоренні системи оцінювання в їхньому навчальному закладі.

d) Судження не пояснює, чому керівництво хоче позбутися буквених оцінок.

26. У чому дійсно полягає проблема, а не просто якийсь її вторинний наслідок?

a) Ваш банк стягує за користування кредитом 4% від кожної суми.

b) Ваш ліміт по кредитній карті вичерпався, коли Ви хотіли розрахуватися нею в магазині.

c) Щомісяця Ви витрачаєте більше грошей, ніж заробляєте.

d) Минулого місяця п'ята частина Вашої зарплати пішла тільки на погашення відсотків по кредитах.

27. Яка фраза є прикладом гіперболи?

a) У досконалому світі не було б війн.

b) Цей наряд налякав би й шкіру кішки.

c) Ви не найкращий кухар в світі.

d) Він їздить майже так само швидко, як гонщик в гонках Наскар.

**ТЕСТ НА ВИЗНАЧЕННЯ СТУПЕНЯ НАВІДОВАНОСТІ
Є. МЕРЗЛЯКОВОЇ (МОДИФІКАЦІЯ ТЕСТУ С.В. КЛАУЧЕКА
ТА В.В. ДЕЛАРІЮ)**

Інструкція.

Уважно прочитайте затвердження тесту і на кожне твердження дайте відповідь «так» чи «ні». Відповіді внесіть у клітинки бланка відповідей із відповідними номерами.

Твердження:

1. Чи вірите ви у прикмети, надприродні явища?
2. Вас ніяк не можна вважати довірливою людиною.
3. Ви прагнете, щоб ваша думка співпала з думкою більшості оточуючих
4. Чи часто ви буваєте нетерпимими до чужої думки?
5. Вашим друзям і знайомим не важко що-небудь вам вселити?
6. Завжди є чимало людей, які прислухаються до вашої думки і визнають ваш авторитет.
7. Ви дослухаєтеся до настанов і порад, особливо якщо вони стосуються вашого здоров'я.
8. Ви вмієте наполягти і часто цим користуєтеся.
9. Коли при вас хтось позіхає, вам теж часто хочеться позіхнути.
10. Всі ваші звички хороші та бажані.
11. Ви вразлива людина.
12. У дитинстві вас вважали впертою дитиною.
13. Буває, що під час сумної сцени в кіно або телефільмі ви не можете стримати сліз.
14. Вам нерідко говорять, що ваші слова чи вчинки (наприклад, виступи на зборах) дуже впливають на інших людей.
15. Вам дуже подобалося (подобається) брати участь у художній самодіяльності.
16. Вам подобається командувати іншими, і у вас це непогано виходить.
17. Буває, ви довго ходите під враженням, навіяним фільмом, прочитаною книгою, будь-якою розмовою.
18. Ви досить товариська людина і легко зближуєтесь з незнайомими людьми.
19. Дізнавшись про ознаки будь-якої хвороби з книг, передач або хворих знайомих людей, ви нерідко виявляєте в собі щось подібне.

20. Навіть якщо ви не побоюєтеся перевірки, завжди платіть за проїзд, провезення багажу на транспорті

Обробка результатів тестування: В 1 бал оцінюються відповіді «так» на запитання: 2,3,6,11,14,15,17,19, та відповіді «ні» на запитання: 1,4,5,7,8,10,12,18,20. Сумарна кількість балів переводиться в стандартні т-бали за наступною формулою: $K=50+(M-Mn)/(СКВОТ(Mn))$. Де К – показник навіюваності в т-баллах; м – результат тестування («сирі» бали); Mn – середня величина в популяції; СКВОТ (Mn) – середньо квадратне відхилення.

ОПИТУВАЛЬНИК СПІЛБЕРГЕРА-ХАНІНА (СХ)

Опитувальник СХ призначений для оцінки реактивної та особистісної тривожності. Особистісна тривожність розглядається авторами як відносно стійка індивідуальна якість особистості, яка характеризує ступінь її занепокоєння, турботи, емоційної напруги внаслідок дії стресових факторів.

Реактивна тривожність - це стан спеціаліста, який характеризує ступінь його занепокоєння, турботи, емоційної напруги та розвивається за конкретною стресовою ситуацією. Якщо особистісна тривожність є стійкою індивідуальною характеристикою, то стан реактивної тривожності може бути достатньо динамічним і за часом, і за ступенем вираженості.

Опитувальник Ч. Спілбергера складається з 40 питань-суджень, з котрих 1-20 призначені для оцінки реактивної тривожності (шкала "Як ви себе відчуваєте в даний момент?") та 21-40 - для визначення особистісної тривожності (шкала "Як Ви себе відчуваєте звичайно?"). На кожне запитання можливі 4 відповіді за ступенем інтенсивності (зовсім ні, мабуть так, вірно, цілком вірно) - для шкали реактивної тривожності, та 4 відповіді за частотою (майже ніколи, іноді, часто, майже завжди) - для шкали особистісної тривожності.

Одні питання-судження в опитувальнику Ч. Спілбергера сформульовані так, що відповідь (1) означає відсутність чи легку ступінь

Коло Айзенка



Це в шкалі реактивної тривожності так звані прямі запитання: № 3, 4, 6, 7, 9, 12, 13, 14, 17, 19, а в шкалі особистісної тривожності - № 22, 23, 24, 25, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37, 38, 40. В інших, так званих зворотних запитаннях відповідь (1) означає високий ступінь тривожності, а відповідь (4) - низьку тривожність: № 1, 2, 5, 8, 10, 11, 15, 16, 19, 20 - в шкалі реактивної тривожності; № 21, 26, 27, 30, 33, 36, 39 - в шкалі особистісної тривожності. Обробка проводиться у такий спосіб. Спочатку окремо складаються результати за зворотними та прямими запитаннями, потім із сум прямих віднімається сума зворотних запитань і до одержаного числа додається постійне число 50 для шкали реактивної тривожності та 35 - для шкали особистісної тривожності. Показник результату за кожною шкалою може знаходитись в діапазоні від 20 до 80 балів. Чим він більший, тим вищий рівень тривожності (реактивної або особистісної). Оцінка рівнів реактивної та особистісної тривожності за результатами показників здійснюється в таких межах: до 30 балів - низький рівень тривожності, від 31-45 балів - середній, більше 45 балів - високий рівень тривожності.

Шкала самооцінки ситуативної тривожності (Спілбергера-Ханіна)

Інструкція. Прочитайте уважно кожне з приведених запитань і закресліть ту цифру справа, в залежності від того як Ви себе почуваєте в даний момент. Над запитанням довго не задумуйтесь, оскільки правильних або неправильних відповідей немає.

	Ні, не зовсім так	Мабуть так	Вірно	Цілком вірно
	1	2	3	4

1. Я спокійний.
2. Мені нічого не загрожує.
3. Я напружений.
4. Я відчуваю співчуття.
5. Я відчуваю себе вільно.
6. Я прикро вражений.
7. Мене хвилюють можливі негаразди.
8. Я відчуваю себе відпочившим.
9. Я насторожений.
10. Я відчуваю внутрішнє задоволення.
11. Я впевнений у собі.
12. Я нервую.
13. Я не знаходжу собі місця.

14. Я напружений (накручений в собі).
15. Я не відчуваю напруги і скованості.
16. Я задоволений.
17. Я заклопотаний.
18. Я занадто збуджений і мені ніяково.
19. Мені радісно.
20. Мені приємно.

Шкала самооцінки особистісної тривожності (Спілбергера-Ханіна)

Інструкція. Прочитайте уважно кожне з приведених питань і закресліть ту цифру справа в залежності від того, як Ви себе почуваєте звичайно. Над запитаннями довго не задумуйтесь, оскільки правильних або неправильних відповідей немає.

	Майже ніколи	Інколи	Часто	Майже завжди
	1	2	3	4

21. Я відчуваю задоволення.
22. Я швидко втомлююсь.
23. Я легко можу заплакати.
24. Я хотів би бути таким же щасливим, як і інші.
25. Буває, що я програю через те, що недостатньо швидко приймаю рішення.
26. Я почуваю себе бадьорим.
27. Я спокійний, холоднокровний і зібраний.
28. Очікувані труднощі дуже непокоять мене.
29. Я занадто переживаю через дрібниці.
30. Я буваю повністю щасливий.
31. Я приймаю все занадто близько до серця.
32. Мені не дістає впевненості у собі.
33. Я почуваю себе в безпеці.
34. Я стараюсь обходити критичні ситуації і труднощі.
35. У мене буває хандра.
36. Я задоволений.
37. Всякі дрібниці відволікають та хвилюють мене.
38. Я так сильно переживаю свої розчарування, що потім довго не можу про них забути.
39. Я врівноважена людина.
40. Мене охоплює сильне занепокоєння, коли я думаю про свої справи та турботи.

