

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет  
Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій  
Кафедра психології, політології та соціокультурних технологій

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри Світайло Н. Д.  
(підпис) (прізвище та ініціали)  
«22» червня 2021 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
здобувача ступеня бакалавра психології  
Перепелиці Анни Юріївни  
(прізвище, ім'я, по батькові)  
за темою «Психологічні особливості осіб юнацького віку з різним рівнем  
медіаграмотності»

(галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»,  
спеціальність 053 «Психологія»)

Науковий керівник  
кандидат психологічних наук  
(науковий ступінь, посада, вчене звання)  
\_\_\_\_\_ Коляда Н.В.  
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)  
«22» червня 2021 р.

**Підсумкова оцінка:**  
Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії \_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище та ініціали)  
Члени комісії \_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище та ініціали)  
Члени комісії \_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище та ініціали)

Суми 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ З РІЗНИМ РІВНЕМ МЕДІАГРАМОТНОСТІ.....	8
1.1. Психологічні особливості осіб юнацького віку.....	8
1.2. Акцентуації рис характеру як психологічний феномен .....	10
1.3. Загальна характеристика психічних станів особистості.....	17
1.4. Поняття «медіаграмотність» та критерії оцінки рівня медіаграмотності.....	22
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ, ПСИХІЧНИХ СТАНІВ ТА АКЦЕНТУАЦІЙ ХАРАКТЕРУ У ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ.....	29
2.1. Методичні основи дослідження .....	29
2.2. Аналіз результатів дослідження.....	30
Висновки до розділу 2.....	42
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ.....	43
3.1. Особливості розвитку медіаграмотності у осіб юнацького віку.....	43
3.2. Програма розвитку медіаграмотності у осіб юнацького віку.....	48
3.3. Апробація програми розвитку медіаграмотності у осіб юнацького віку.....	62
Висновки до розділу 3.....	64
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	68
ДОДАТКИ.....	72

## Анотація

Бакалаврська робота присвячена вивченню психологічних особливостей осіб юнацького віку з різним рівнем медіаграмотності.

Було уточнено поняття, рівні та критерії визначення медіаграмотності (технічний, критичний та комунікативний компоненти), поглиблено уявлення про сутність психічних станів та їх роль при сприйнятті та переробці інформації. Уточнено поняття акцентуації характеру, фактори, що детермінують розвиток акцентуйованих рис характеру особистості та їх класифікацію.

Підібрано методики для визначення акцентуації характеру, домінуючих станів, а також розроблено анкету дослідження рівня медіаграмотності.

Було обґрунтовано та здійснено емпіричне дослідження, яке засвідчило, що розвиток медіаграмотності осіб юнацького віку вимагає комплексного підходу. Проаналізовано методи та моделі розвитку медіаграмотності.

Обґрунтовано використання соціально-психологічного тренінгу для розвитку медіаграмотності у осіб юнацького віку. Визначено найбільш ефективні психологічні напрями для розвитку медіаграмотності.

Пояснено використання методу фасилітації для розвитку медіаграмотності у осіб юнацького віку.

Розроблено програму розвитку медіаграмотності методами фасилітації в напрямку раціонально-емоційно-поведінкової терапії. Проведено часткову апробацію цієї програми розвитку, описано особливості її проведення у онлайн-режимі, проаналізовано етапи її проведення.

*Ключові слова:* медіаграмотність, рівні медіаграмотності, акцентуації характеру, психічний стан, домінуючий психічний стан, раціонально-емоційно-поведінкова терапія, фасилітація, соціально-психологічний тренінг.

## Summary

The bachelor's thesis is devoted to the study of psychological characteristics of young people with different levels of media literacy.

The concepts, levels and criteria for defining media literacy (technical, critical and communicative components) were clarified, the idea of the essence of mental states and their role in the perception and processing of information was deepened. The concept of accentuation of personality traits, factors determining the development of accentuated personality traits and their classification were specified.

Methodologies for determining accentuations of personality traits, dominant states were selected, and a questionnaire for the study of the level of media literacy was developed. An empirical study, which showed that the development of media literacy of young people requires a comprehensive approach, was substantiated and conducted. Methods and models of media literacy development were analyzed.

The use of socio-psychological training for the development of media literacy among young people was substantiated. The most effective psychological guidelines for the development of media literacy were identified.

The use of the facilitation method for the development of media literacy among young people was explained.

The program of development of media literacy by methods of facilitation in the direction of rational emotive behavior therapy was developed. A partial approbation of this development program was carried out, the peculiarities of its implementation in the online mode were described, and the stages of its implementation were analyzed.

Key words: media literacy, levels of media literacy, accentuations of personality traits, mental state, dominant mental state, rational emotive behavior therapy, facilitation, socio-psychological training.

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** На сьогоднішній день люди активно використовують інформаційні та комунікаційні технології. Це створило для людей низку проблем щодо сприйняття, переосмислення та усвідомлення документованих або публічно оголошених відомостей про соціально-політичні, економічні, духовно-культурні та інші події і явища, що відбуваються у нашому суспільстві, державі, довкіллі, на міжнародній арені, у всьому світі взагалі.

В таких умовах особливої гостроти набуває питання грамотного і критичного сприйняття, інтерпретації та аналізу різноманітних інформаційних повідомлень. За результатами дослідження від USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа» майже 60% українців, віком від 18 до 65 років не схильні до критичного мислення і лише 11% не можуть відрізнити неправдиву інформацію [6].

Проблема медіаосвіти та медіаграмотності наразі набуває все більшої актуальності. Так, у 2010 році в Україні було затверджено Концепцію впровадження медіаосвіти, яка базується на міжнародному досвіді і в якій зазначається, що медіаосвіта стає фундаментальною складовою інформаційної безпеки країни, відіграє стратегічну роль у вихованні патріотизму молоді, формуванні української ідентичності та розвитку критичного мислення. Тому кожен громадянин України має володіти механізмом критичного осмислення і корегування інформації, уміньми здійснювати інтерпретацію, аналізувати та оцінювати інформаційні матеріали, розуміти їх суть, адресну спрямованість, мету, викривати приховане значення та шкідливий вплив окремої інформації, протиставити цьому впливу зразки високих національних культурних цінностей. Саме такі завдання перед собою ставить медіаосвіта в Україні сьогодні.

Незважаючи на численні напрацювання таких вітчизняних та зарубіжних дослідників, як В. Бакіров, О. Бесяк, У. Вагнер, М. Ватковська, Н. Габор, С. Гончаренко, Р. Гришкова, В. Іванов, Дж. Поттер Б. Щорб,

проблема медіаграмотності потребує подальшого аналізу, що пов'язане із недостатнім вивченням психологічного фактору даного поняття. Це і зумовило вибір теми наукової роботи: «Психологічні особливості осіб юнацького віку з різним рівнем медіаграмотності».

**Мета дослідження** – визначення психологічних особливостей осіб юнацького віку з різним рівнем медіаграмотності.

**Об'єкт дослідження** – психічний стан та акцентуації характеру осіб юнацького віку.

**Предмет дослідження** – домінуючий психічний стан та акцентуації характеру осіб юнацького віку з різним рівнем медіаграмотності.

Згідно мети наукової роботи були висунуті наступні **завдання**:

1. Розглянути й узагальнити сучасні наукові погляди на акцентуації характеру.
2. Надати загальну характеристику психічних станів особистості.
3. Провести теоретичний аналіз та психологічну характеристику поняття «медіаграмотність».
4. Провести емпіричне дослідження медіаграмотності, домінуючого психічного стану та акцентуації характеру у студентів Сумського державного університету.
5. Розробити програму розвитку медіаграмотності осіб юнацького віку з урахуванням визначеного домінуючого психічного стану та акцентуацій характеру.

**Припущенням** є те, що існує зв'язок між рівнем медіаграмотності, домінуючим психічним станом та різними акцентуаціями характеру.

**Методи дослідження.** На різних етапах роботи і під час вирішення окремих завдань, поставлених у дослідженні, використовувалися такі методи:

**1) теоретичного характеру:** аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, за допомогою яких проведені аналіз та систематизація літературних джерел, узагальнені теоретичні та практичні дані з проблеми дослідження, визначений стан її розробленості.

**2) емпіричного характеру:** порівняльний метод, анкетування та опитування. Одержані під час дослідження дані оброблялися методами математичної статистики: середнє, мода, медіана, коефіцієнт варіації, коефіцієнт кореляції.

**Теоретична значущість дослідження** полягає у тому, що було уточнено поняття, рівні та критерії медіаграмотності(технічний, критичний та комунікативний компоненти), поглиблено уявлення про сутність психічних станів та їх роль при сприйнятті та переробці інформації. Уточнено фактори, що детермінують розвиток акцентуацій рис характеру особистості.

**Практична значущість дослідження** полягає у тому, що було розроблено програму розвитку медіаграмотності у осіб юнацького віку, яка може бути використана в практиці роботи психологів та психологічних служб закладів вищої освіти з метою розвитку вміння критичного осмислення інформації, що може сприяти покращенню інформаційної безпеки країни, відігравати стратегічну роль у вихованні патріотизму молоді та формуванні української ідентичності та розвитку критичного мислення.

**Апробація та впровадження результатів дослідження.** Результати, дослідження теоретичні й практичні, були представлені на другому етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт у галузі «Педагогічна та вікова психологія» у 2020.2021 н. р.; на ІХ Всеукраїнській науковій конференції студентів, аспірантів та викладачів "Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства". Також було проведено 5 онлайн занять зі студентами першого курсу спеціальності «Психологія» СумДУ, відповідно до розробленої нами програми розвитку.

**Структура та обсяг роботи.** Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків до розділів, списку використаних джерел (46 найменувань) та додатків (9 сторінок). Основний текст викладений на 62 сторінках. Текст кваліфікаційної роботи містить 10 таблиць.

# РОЗДІЛ 1.

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ З РІЗНИМ РІВНЕМ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

### 1.1. Психологічні особливості осіб юнацького віку

Кожен віковий період – це особливий етап психологічного розвитку, який характеризується великим числом унікальних рис особистості. Юнацький вік у психології розглядається як період переходу до визначення свого місця в житті, самостійності, психологічної, ідеологічної та громадянської зрілості, формування світобачення, моральної свідомості та самосвідомості. Даний вік починається з 15-17 років та протікає приблизно до 23 років. Юність проходить в два етапи: перший – рання юність (15-18 років), другий – безпосередня юність (18-23 роки).

У юнацький період соціальна ситуація розвитку визначається початком життя дорослого. Адже в даному віці відбувається вибір життєвого шляху, кар'єрне, соціальне та особистісне самовизначення. Розвиваючі особистісні якості юних людей, їх здібності та потреби, ми формуємо психологічну готовність до дорослого життя, щоб молоді люди могли реалізовувати себе в роботі, соціальному житті та сім'ї [39].

О. Видра визначила, що для даної готовності мають такі якості бути сформовані та розвинені:

- 1) комунікативні здібності та потреби;
- 2) потреби і мотиви;
- 3) самосвідомість, рефлексія;
- 4) досвід;
- 5) сформований характер;
- 6) розвинений інтелект і мислення;



7) уміння доцільно використовувати свої психофізіологічні особливості в роботі і соціальній взаємодії [13].

I. Кон зазначив, що в процесі самовизначення молоді люди намагаються зрозуміти навколишній світ і себе, шукаючи загального сенсу життя, особливо свого життя. В результаті вони не лише сформували переконання та думки, а й світогляд – цілісний погляд на світ, власну систему переконань, що виражають ставлення людини до світу та його основну ціннісну орієнтацію [22].

М. С. Яницький вказував, що трансформація юнацького віку тісно пов'язана із соціальною трансформацією, що визначає динаміку процесу соціалізації [46].

Ситуація соціального перетворення повинна демонструвати одночасно дві протилежні індивідуально-психологічні характеристики – соціальну стабільність та гнучкість, щоб забезпечити постійну адаптацію до змін у соціальному світі та розвиток соціальної ідентичності, щоб створити внутрішнє «ядро» як відправної точка самовизначення [12].

Близько 14-15 років сформувалася оборотність мислення, яка дозволяє молодим людям змінити спрямованість намірів і повернутися до вихідних даних. Юні люди звільняються від своєї специфічної прив'язаності до предметів, починаючи розглядати оточуючий світ, з того боку як його трансформувати. Словом, це забезпечує необхідні умови для розвитку логічного мислення. Цей процес має такі характеристики: інтелект поступово вдосконалюється, а швидкість розвитку вербального інтелекту вища, ніж у невербального інтелекту.

Якісні зміни у всіх аспектах розумової діяльності відбуваються в ранньому юнацькому віці. Сприйняття стає довільним, цілеспрямованим, що виявляється в перцептивних діях системи під час спостереження за різними об'єктами, власними діями, поведінкою, переживаннями та думками.

Довільність, логічність пам'яті, її продуктивність зросли та вдосконалились. Молоді люди прагнуть оволодіти власною пам'яттю,

управляти нею, збільшувати продуктивність і розробляти розумні методи пам'яті.

У ранньому юнацькому віці область інтелекту покращилася, перш за все мисленнєва сфера. Достатньо високий рівень узагальнення та абстрагування процесу мислення дає змогу молодим людям використовувати концепції для оперування визначеннями, думати, аргументувати, визначати основні ідеї, робити глибокі висновки та узагальнення. У цей час активно розвивається критичне мислення та здатність систематизувати інформацію [39].

Характер визначається певним ступенем дисгармонії, особливо дисбалансом і суперечністю між моральними принципами та фактичною поведінкою. Дисбаланс характеру проявляється в піднесеності, відсутності витривалості та самоконтролю. Емоційним молодим людям нелегко боротися зі своїми емоціями.

На думку І. Ревякіної, вираження деяких рис особистості може стати перешкодою для особистої реалізації молодих людей. Деякі молоді люди відчувають відчайдушність, невпевненість у собі і втрачають інтерес до своїх улюблених занять, тоді як інших це не зачіпає. Навпаки, вони почуватимуться веселими та охочими розвиватися та висловлюватись у тому, що подобається. Отже, процес самореалізації може бути певною мірою зупинений, а не відновлений, і в ньому переважає деяке загострення [41]. Отже, юнацький вік є періодом інтенсивного формування системи особистих цінностей, котра впливає на становлення характеру і особистості у цілому.

## **1.2. Акцентуації рис характеру як психологічний феномен**

Дослідження акцентованих рис та їх аналіз були проблемою, що з'явилася в XIX – XX століттях. У середині XIX століття в практичній частині психології – психодіагностики, розробленої французькими психологами на чолі з А. Біне – Р. Кеттелем та Г. Еббінгаузом. Вони

розробили багато методів визначення специфічних характеристик психіки людей.

Надання характеристики специфічних рис необхідна для психоконсультації та психотерапії, індивідуальної психологічної діагностики загальних психічних захворювань. На рубежі XIX – XX століть з'явився певний напрямок психології – характерологія. Спочатку він був зосереджений на фізичних особливостях людей і робив наукове порівняння будови людини та психологічних характеристик. Такі відомі вчені, як К. Леонгард та В. Лічко, визначали специфічні характеристики, які надмірно виражені в характері людини.

Л. Столяренко зазначав, що характер – це найбільш стійке поєднання індивідуальних особливостей особистості, яке проявляється в поведінці людини, у певних стосунках: до себе, інших та дорученого діла. Вольові якості відображаються саме в характері.

Деякі характерологічні властивості взаємозалежні і взаємопов'язані, утворюючи цілу організацію, яка має назву – структура особистості. Рис характеру визначають як прояв різних форм поведінки людини у відповідних ситуаціях, різних видах діяльності по яким можна судити про можливі дії людини [44].

Серед властивостей характеру слід виокремлювати глобальні та локальні. Глобальні властивості мають свій власний вплив на широкий спектр поведінки. Зазвичай розрізняють п'ять видів глобальних ознак (А. Шмельов, М. Бодунов, У. Норман):

- 1) самовпевненість – невпевненість;
- 2) свідомість – імпульсивність;
- 3) згода, дружелюбність – ворожість;
- 4) інтелектуальна гнучкість – ригідність;
- 5) емоційна стабільність – тривожність [31].

Серед характеристик локальних властивостей, що впливають на окремих людей та вузькі ситуації, можна виділити такі моменти:

соціальність – замкнутість, домінування (лідерство) – слухняність, добросовісність – недобросовісність, оптимістичність – сум, делікатність – грубість, самоконтроль-імпульсивність, нонконформізм – конформізм (групова залежність), ентузіазм – байдужа сонливість, спокій – агресія, гнучкість – жорсткість, продуктивність – скромність, оригінальність – стереотипи.

На думку Л. Столяренка, акцентом характеру є надмірний розвиток певних рис та властивостей характеру, що перешкоджає іншим і внаслідок чого погіршується взаємодія з іншими людьми.

В даний час існує багато визначень акцентуацій, які мають певні відмінності. Нижче наведені найбільш часто згадувані в науковій літературі.

А. Личко визначає, що акцентовані риси – це межовий варіант норми, при якому деякі характеристики надмірно посилені, при цьому виникає вразливість до інших впливів при наявності хорошої стійкості до інших або навіть підвищеної [25].

У «Великому психологічному словнику» поняття «акцентуації характеру» визначається як достатньо високий ступінь вираженості певних рис характеру та їх поєднань [11].

У нашій роботі ми посилаємося на детальне визначення акцентуацій, запропонованого А. Реані та С. Лукіним.

*Акцентуації характеру* – це дисбалансованість розвитку характеру, гіпертрофований прояв деяких його рис, що зумовлює підвищену уразливість особистості відносно певного роду дій і ускладнює її адаптацію у деяких специфічних ситуаціях [20].

Тяжкість посилень може бути різною: від легкої, видимої лише для найближчого оточення, до крайніх варіантів – психопатій. На відміну від психічних захворювань, акцентуації в характері виражаються не завжди, а через час можна значно згладити, наблизившись до норми.

Аналіз вищезазначеного визначення поняття показує, що автори застосовують поняття норми майже в кожному визначенні. Тому необхідно

детально обговорити найбільш конкретні визначення норм та патологічних (аномальних) характеристик, що стосуються психологічних явищ особистості.

Зазвичай межі норм досить розмиті, але згідно з трьома характеристиками розладу особистості П. Ганнушкіна та О. Кербікова (що впливає на всі аспекти людського життя, довготривалої стабільності та соціальної дезадаптації) [15] ми можемо визначити різницю між акцентуаціями та психічними відхиленнями. Отже:

1. Акцентована людина неоднозначно реагує на специфічні психогенні впливи, проте тільки на них. Водночас людина з розладом особистості на майже всі такі впливи реагує відповідно до особливостей їх особистісного розладу (вплив на усі сфери життя).

2. Акцентуації найяскравіше виявляються лише в проміжку певного періоду життя людини (в підлітковий період) та зазвичай згладжуються з пробігом часу. На відміну від акцентуацій, розлади особистості виявляються на початкових етапах життя, вони є стабільними та посилюються протягом життя (стабільність в часі).

3. Акцентуації можуть не порушувати соціальну адаптацію загалом чи приводять до цього тільки на короткостроковий період, а розлади особистості заважають такій адаптації завжди (соціальна дезадаптація).

У разі акцентуацій вищезазначені ознаки психічних захворювань можуть не проявлятися, принаймні, ці три ознаки ніколи не з'являться одночасно.

А. Личко звернув увагу на той факт, що в підлітковому та юнацькому віці найчастіше спостерігається надмірна вираженість деяких рис характеру, при яких відхилення поведінки людини не перевищує норми та патологічних меж [25].

Акцентуації можуть розвиватися під дією впливу абсолютно різних факторів. К. Леонгард вказував, що походження їх ускладнене, воно залежить від вроджених особливостей та набутих під впливом соціальних факторів [4].

Внутрішніми факторами є несприятливе успадкування, гормональний фон, темперамент, особливості перинатального розвитку особистості, незбалансований розвиток самооцінки. Зовнішніми факторами є середовище, соціальні умови життя, професійна діяльність, навчальний процес, психологічна травма.

У більшості випадків акцентуації не є ізольованими. Дві чи три види поєднуються в одній людині, іноді більше трьох.

Оскільки акцентуації (відмінно від психологічного типу) не залишають сліду на всій особистості і не змінюватимуть її, то Г. Нікіфоров радить говорити не про тип акцентуації, а про радикали, на яких робиться акцент – деякі групи рис особистості [38].

З кожним із цих радикалів доцільно порівняти його характерні моделі поведінки, можливі проблемні зони, стресові ситуації та шляхи їх подолання.

Існує багато способів класифікації акцентуацій. К. Леонгард визначив такі типи акцентів характерів [4].

### **1. Демонстративний тип.**

Характеризується підвищеною рухливістю, жвавістю, надмірної театралізованості в поведінці, мобільністю та простотою встановлення зв'язків. Особистість з подібним типом схильна до фантазії, брехні та маскуванню, що має на меті прикрасити її особистість, авантюризм, артистизм. Цей тип людини має постійне прагнення до лідерства, потребу в визнанні, бажання постійної уваги до себе, до похвали та влади; перспектива бути непоміченим накладає на нього тягар.

### **2. Застрягаючий тип.**

Для нього характерні поміркована соціальність і нудьга. Зазвичай така людина страждає від уявної несправедливості по ставленню до неї. Через це вона залишається пильною і недовірливою до оточуючих, чутливою до образ і неприємностей, тендітною, підозрілою. Така людина є нездатною легко позбутися образ, переживаючи те, що раніше траплялося протягом тривалого

часу. Їй характерна зарозумілість, і представники цього типу часто є ініціаторами конфлікту.

### **3. Педантичний тип.**

Характеризується скутістю, труднощами підйому, інертним психічним процесом та довготривалим переживанням травматичних подій. Люди даного типу рідко беруть участь у конфліктах і більше як пасивна сторона, ніж активна сторона. Дуже сильно реагує на прояви безладу. Бюрократ, добре виконує свою службу і висуває багато формальних вимог до оточуючих людей. Такі люди є пунктуальними і акуратними, приділяють особливу увагу акуратності і впорядкованості, скрупульозні, серйозні та відповідальні, прагнуть виконувати суворо відповідно до встановленого плану і діють повільно.

### **4. Збудливий тип.**

У представників цього типу недостатній контроль, ослаблене управління собою. Характеризується імпульсивністю, інстинктивністю, нудьгою та грубістю. Збудливим людям притаманні риси меланхолічності, гніву, грубості та лайки, а також частою участю в конфліктах, які вони активно провокують. Дратівливі, злі, часто змінюють роботу, бо рідко може досягти згоди в колективі. Характеризується низьким контактом у спілкуванні, вербальні та невербальні реакції сповільнюються.

### **5. Гіпертимний тип.**

Характеристика поведінки в спілкуванні: емоційна, завжди життєрадісна, балакуча, енергійна, незалежна людина, яка прагне до лідерства, ризикує нехтує покаранням, не реагує на коментарі, втрачає межі і не є самокритичною. Такій людині слід утриматися від необгрунтованого оптимізму та завищення власних можливостей. Іноді енергію використовують для вживання алкоголю та наркотиків.

### **6. Дистемічний тип.**

Люди даного типу відрізняються серйозністю, пригніченим настроєм, повільністю, слабкістю волевих зусиль. Характерними для них є

песимістичні відношення до майбутнього, в них занижена самооцінка, а так само низька контактність, небагатослівність у бесіді, мовчазливість. Люди даного типу шумні компанії в більшій мірі уникають, ведуть замкнутий спосіб життя.

### **7. Тривожний тип.**

Низькою контактністю, зниженим настроєм, боязливістю, певною лякливістю характеризуються представники даного типу. Почуття особистої неповноцінності намагаються щільно замаскувати у самоствердженні через ті види діяльності, в яких вони можуть максимально розкрити власні здібності. Їм з дитинства характерна образливість, чутливість, соромливість, що заважає зближуватися з тими, з ким хочеться.

Вони залюбки підкоряються опіці старших людей, їх повчання можуть викликати у них почуття провини, совістливість, відчай. У них рано виникає почуття обов'язку, особистої відповідальності, моральності й етичних вимог.

### **8. Екзальтований тип.**

Блискучою рисою даного типу є вміння захоплюватися, а так само – усміхненість, почуття щастя, радості. Ці почуття в них часто можуть з'являтися з причин, в інших не викликають особливо великого підйому, вони досить легко приходять в захват від щасливих подій і навпаки в повний розпач – від сумних. Ці люди часто сперечаються, але не можуть довести справи до відкритої суперечки. У конфліктних ситуаціях вони виступають як активної, так і пасивною стороною.

### **9. Емотивний тип.**

Даний тип споріднений з екзальтованим, втім прояви його не настільки імпульсивні. Для них характерна надмірна емоційність, сприйнятливність, достатня тривожність, страхи, глибока реакція в сфері тонких почуттів. Особливо виражені риси – гуманність, переживання за інших людей, тварин, вони чуйні, радіють тріумфам інших людей. Вони слізливі, життєві події сприймають набагато серйозніше, ніж оточуючі люди.



**10. Циклотимний тип.** Він має характеристики зміни піднесеного настрою на знижений, тобто гіпертимного на дистимний. Для них характерні часті циклічні видозміни настрою. Радісні моменти життя викликають гіпертимну фазу: підвищена говірливості та загальне прагнення до активності. При зміні фази у них виникає печаль, некваплива реакція і мислення. У дитинстві звичайний циклоїд викликає відчуття того, що перед тобою гіперактивна дитина. Але потім раніше гучна і жвава дитина стає сонливою, із втратою апетиту, безсонням або млявістю. Їх успіхи в навчанні мають стрибкоподібний характер, що згодом намагаються. У них може виникати відраза до занять. Лабільні циклоїди зміни їх настрою зазвичай тривають менше, ніж у звичайного циклоїда.

Отже, при вивченні акцентуації характеру в осіб юнацького віку необхідно відрізнити їх від психопатії, а також те, що люди можуть належати до змішаних типів.

### **1.3 Загальна характеристика психічних станів особистості**

У психологічних явищах психічні стани мають базовий статус, оскільки вони суттєво визначають характер людської діяльності. Різні автори давали різні визначення цього поняття, оскільки вони є багатовимірними. Вони є не тільки організаційною системою психологічних процесів, але й суб'єктивним ставленням до явищ, а також механізмом оцінки та відображення дійсності.

Зміна психічного стану безпосередньо в процесі діяльності проявляється як зміна суб'єктивного ставлення до ситуації, що відображається, або зміна мотивації до вирішення проблеми.

Психічний стан відображає взаємодію між людьми та навколишнім середовищем. Будь-які серйозні зміни у зовнішньому середовищі та внутрішньому світі особистості матимуть певну реакцію на цілісність

людини та призведуть до переходу до нового стану, зміни рівня активності суб'єкта та характер переживань.

*Психічні стани* – це тимчасові цілісні стани психіки, що впливають на протікання психічних процесів й виявлення властивостей особистості. Психічні стани, закріплюючись у діяльності, можуть переходити у стійкі риси особистості. Вплив зовнішніх дій на поведінку людини залежить від її психічного стану, у залежності від якого, у власну чергу, протікають психічні процеси й будуються практичні дії [37].

За основним впливом на діяльність людини психічні стани можна розділити на дві групи: позитивні (впевненість, бадьорість, піднесений дух, зібраність, готовність діяти позитивно) та негативні (невпевненість, подавленість, сумнів, дратівливість, відволікання уваги).

Психічний стан (позитивний чи негативний) впливає на результат процесу та досягнення, якість знань, умінь, навичок, формування важливих характеристик особистості тощо. Максимальна продуктивність розумової праці можлива лише за умови душевної рівноваги та спокою.

М. Левітов вважає, що *психічний стан* – це загальна характеристика психічної діяльності, яка змінюється з часом, вона визначає своєрідність протікання психічних процесів відповідно до предметів і явищ, що відображаються реальністю, попереднього стану особистості та психологічних властивостей [24].

Як зазначав Л. Куліков, стан є формою психологічної саморегуляції, а також є одним з найважливіших механізмів інтеграції та цілісності людини – єдність психічної, психологічної та фізичної організації.

Серед характеристик стану він виділяє ступінь обізнаності людини щодо того чи іншого стану. Хоча роль свідомості та самосвідомості в регулюванні психічних станів безперечна, існує багато недосліджених питань зумовленості індивідуальних станів свідомістю. Усвідомлення взаємозв'язку із живим і неживим світом, а також усвідомлення людського світу (в цілому

та взаємодії з іншими) та самоусвідомлення (сприйняття, розуміння, оцінка та прийняття себе) [36].

Потужними детермінантами психічного стану є внутрішнє життя особистості, внутрішній надзвичайно багатий світ, що приваблює не менше, а часто і більше, ніж події та обставини у світі. В. Чирковим в психічних станах виокремлено п'ять чинників:

- настрої;
- оцінка вірогідності успіху;
- мотивація (її рівень);
- рівень пильнування (тонічний компонент);
- ставлення до роботи (діяльності).

Ці п'ять чинників він поєднав в три групи:

- мотиваційно-спонукальна (настрої і мотивація);
- емоційно-оцінна (оцінка вірогідності успіху і ставлення до роботи);
- активаційно-енергетична (рівень пильнування) [45].

А. Махнач зазначав, що не можна залишатись байдужим до навколишнього світу. Предмети навколо неї, події, в яких вона була свідком або брала участь, викликають у людини різні почуття. Радість, смуток, гарний чи поганий настрої, страх, гнів – все це різні емоційні процеси. Вони виражають ставлення людини до дійсності.

На думку автора, переживання залежать від значень, важливості різних предметів чи подій для людини та того, як вони задовольняють її потреби. Чим більше предмет чи подія повністю задовольняє потребу, тим більше позитивних емоцій вони викликають у людини. Почуття відіграють роль внутрішнього регулятора поведінки в житті людини. Вони вказують, чи активна діяльність триває, чи все в її житті проходить добре [27].

Основними детермінантами стану Л. Куліков виокремлює:

- а) потреби, бажання і прагнення людини (або, якщо точніше, усвідомлені й неусвідомлені потреби, прагнення і бажання);
- б) її можливості (приховані потенціали й здібності, що проявилися);
- в) умови середовища (об'єктивний вплив, суб'єктивне сприйняття і розуміння поточної ситуації).

Науковець відмічає, що **стан** – це явище багатовимірне, яке має такі характеристики станів: емоційні (модальні); тонічні (відображають тонус, ресурс сил індивіда); активаційні (відображають інтенсивність його психічних процесів); часові (відображають стійкість станів, тривалість); полярність станів тощо [36].

Багато уваги було приділено розгляду часових характеристик стану. М. Левітов описав стан стійкості, який характеризується інертністю, стійкістю до змін та складністю переключення [24].

В. Маріщук розрізняє домінуючі (більш суб'єктивні) та проміжні (перехідні) стани [26].

Ю. Сосновікова вказувала, що психічний стан людини слід вивчати з точки зору базової діяльності, яка притаманна різним періодам психологічного розвитку людини. Це дозволяє краще зрозуміти конкретні аспекти кожного психічного стану та зрозуміти причини того, чому певна відносна напруга домінує, а інші психічні показники придушуються в цій ситуації. Вона також поділяє стани на довгострокові, відносно короткострокові та короткострокові [43].

Багатокомпонентний характер психічного стану заснований на структурному розділенні одиниць або компонентів за різним ступенем динаміки: швидкі та повільні змінні. Поточні, актуальні стани є найбільш мінливими, домінантні стани – менш мінливими. Поточні стани постійно залежать від чинників конкретної ситуації, однак, не тільки від них.

Л. Куліков виділяє такі шкали для діагностики домінуючих психічних станів: шкала яка визначає домінуюче положення ставлення (активного або пасивного) до умов життя, готовність долати перешкоди та здатність

досягати цілей. Цей параметр стану особливо важливий при діагностиці стресу. Шкала «щастя-смуток» являє собою параметр емоційної полярності, який домінує емоційний фон, очікування майбутніх подій. Досада від ходу подій та зменшення або розширення інтересу. Шкала тону визначає здатність бути активним і споживати енергію, суб'єктивне відчуття внутрішньої зосередженості, сили та запасів енергії. Бажання працювати, включаючи тривалу роботу. Тенденція слабко або вузько реагувати на виникаючі труднощі. Особливість суб'єктивного сприйняття сили та енергії дуже важлива для найбільш точного визначення психічного стану. У разі нового тиску людина часто відчуває почуття сили, але часто і протилежну ситуацію – почуття слабкості. Подібна картина може спостерігатися при тривалому тиску. Шкала «розкнутості чи напруженості» визначає факти того, як сприймаються очікувані цілі (досяжні чи недосяжні). Чи присутнє сильне бажання змінити себе, свою поведінку та внести необхідні зміни, щоб глибше володіти ситуацією. У низькому індексі характеристики цього параметра є збільшення участі ресурсів або активізація механізму захисту.

Під напруженістю мається на увазі переважно емоційна і операційна напруженість, що виникає у процесі діяльності і є функцією (наслідком) складності цієї діяльності. «Ділова» напруженість є деякою інтеграцією інтенсивності різних видів діяльності й поведінки. Зростання операційної чи ділової напруженості приводить певною мірою (у більшій або меншій залежності від конкретної життєвої ситуації) до підвищення емоційної напруженості.

Шкала «спокій – тривога» призначена вимірювати рівень генералізованої тривоги. Тобто схильність відчувати занепокоєння у широкому колі життєвих ситуацій, бачити загрозу престижу, благополуччя, не залежно від того, наскільки реальними є причини. Очікування подій з несприятливим результатом, передчуття майбутньої загрози (покарання, втрати поваги чи самоповаги) без ясного усвідомлення її джерел.

Шкала «стійкість – нестійкість емоційного тону, що характеризує» ступінь емоційної стійкості. В стані емоційного збудження зберігається адекватність і ефективність психічної саморегуляції, поведінки і діяльності. Дуже низькі оцінки можна інтерпретувати як емоційну ригідність.

За шкалою «задоволеність – незадоволеність життям у цілому» можна визначити задоволеність життям у цілому, її ходом, самореалізацією, тим, як іде життя. Чи відчуває людина здатність брати на себе відповідальність й робити власний вибір – вибір, у якому чути голос свого «Я». Вона вказує або відчуває суб'єктивну готовність подолати труднощі у реалізації своїх здібностей (коли вищі потреби активізовані). Низькі оцінки за даною шкалою вказують на те, що характерний частий сумнів, котрий дозволяє ухилитися від потреби робити життєвий вибір, не приймаючи на себе відповідальність за те, що відбувається з людиною.

Шкала «позитивний – негативний образ самого себе» є допоміжною, вона дозволяє визначити критичність самооцінювання (низьку чи високу), адекватність самооцінювання.

Показники характеризують ступінь прийняття особистістю себе. Чим вище стандартний бал, тим нижче критичність самооцінювання і більше прийняття себе з всіма своїми недоліками. Так само дана шкала надає підстави говорити про достатність щирості у відповідях і надійні у цілому дані [29].

Отже, як відмічають науковці, категорія стану включає в себе поняття різного рівня узагальненості, різного ступеня широти розповсюдження та охоплення всього різноманіття психічної активності.

#### **1.4. Поняття «медіаграмотність» та критерії оцінки рівня медіаграмотності**

Швидкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та систем засобів масової інформації в сучасному світі вимагає цілеспрямованої

підготовки людей для забезпечення їх безпечного використання. В даний час усі групи українського населення, особливо діти та молодь, взаємодіють з різними ЗМІ (книгами, новинами, радіо, фільмами, телебаченням та інтернетом).

Вони мають сильний і суперечливий вплив на освіту підростаючого покоління і стали одним із провідних факторів соціалізації та спонтанного соціального навчання. Необхідність активізувати розвиток медіаосвіти зумовлена відсутністю ефективного механізму самодисципліни на інформаційному ринку, вільному доступу до недоброякісних засобів масової інформації та необхідністю протистояти агресії та пропаганді із зовнішньої сторони.

У документі ЮНЕСКО вказується, що медіаосвіта – це навчання теоретичних знань та практичних навичок оволодіння сучасними засобами масової інформації, що визначається частиною конкретних та автономних галузей знань у викладанні теорії та практики педагогічного спрямування. Викладаючи інші галузі знань, такі як математика, фізика чи географія слід відрізнити від використання засобів масової інформації, для допоміжної цілі [23].

Підвищення рівня медіа компетентності є результатом впровадження і реалізації медіаосвіти, або як її ще можуть називати медіаграмотністю, яка являє собою сукупність мотивів, ЗУН (знань, умінь, навичок), що полегшують відбір, використання, критичний аналіз, оцінку, створення та поширення різних форм та жанрів медіатекстів та аналізування складних механізмів роботи медіа-операцій у суспільстві.

Медіаграмотність кожного базується на аналітичних навичках та критичному мисленні, а саме: порівнянні, групуванні, узагальненні фактів, атрибутів та явищ, умінні встановлювати взаємозв'язки між ними, інтерпретації та оцінці інформації, здатності робити висновки на основі наявної інформації. Результатом цього є розуміння знань медіатекстів у

повсякденному житті та формування власної позиції щодо фактів, відображених у ЗМІ.

Американський вчений Р. К'юубі вважає, що медіаграмотність – це здатність використовувати, аналізувати, оцінювати та передавати інформацію у різних формах. Іншими словами, майже всі вчені сходяться на думці, що медіаграмотність – це здатність аналізувати та оцінювати засоби масової інформації, набуті в процесі навчання [3].

Дж. Поттер розглядає поняття медіаграмотність як уміння людей контролювати сприймання і використання медіа. Люди, які розуміють засоби масової інформації, частіше орієнтуються у світі медіа, знаходять необхідну інформацію та запобігають потенційно шкідливим новинам [6].

Сила переконань людини заснована на кількості та якості отриманих іа структурованих знань, тобто тими, якими вона володіє. У свою чергу, їх якість залежить від наявних навичок та досвіду конкретної людини. Треба підкреслити те, що люди з низькою медіаграмотністю мають слабкі та обмежені погляди на інформацію, яку вони отримують через ЗМІ, більш поверхневу структуру знань з її поганою організацією. Все це сформує неадекватний погляд значення та важливості інформації в ЗМІ.

Дж. Поттер медіаграмотну людину характеризує за такими рівнями:

- вміння розуміння, що це відбувається не з нею\ним (забезпечення володіння базовими положеннями);
- повне розуміння та усвідомлення мови, в що входить розпізнавання мовного звучання і лексичного значення слів;
- сформоване вміння вирізнити вигадане від того, що може бути у реальності, аналіз реклами тощо;
- розвиток певної недовіри (скептицизму), оцінювання потенційної брехні у інформаційних повідомленнях, чітке розуміння того, що подобається;



- сильна мотивація пошуку конкретної інформації, встановлення чітко окреслених критеріїв інформації, якій надається перевага, високий рівень розуміння корисності інформації, яка отримується;

- вивчати різні форми подання контенту;

- критичне сприймання та оцінювання, тобто глибоке та детальне розуміння контекстів, представлених в медіаповідомленні, здатність уловлювати нюанси у поданій інформації і відмінність від форми подання інших подібних повідомлень на цю тему;

- вміти розуміти, що одні повідомлення несуть прихований зміст, за допомогою чого може впливати на суспільну думку.

Відповідно до європейських критеріїв медіаграмотності, Л. Найдьонова виділяє такі компоненти медіаграмотності: технічний, критичний, комунікативний [30].

**1. Технічний компонент** концентрується на взаєминах між індивідом і різними медіа (преса, радіо, телебачення, інтернет).

**2. Комунікативний компонент** концентрується на взаємовідносинах, які люди створюють з іншими за допомогою засобів масової інформації, включаючи соціальні стосунки, громадську участь тощо.

Існують три базові сфери використання комунікативних навичок:

- *соціальні відносини* полягають у вмінні створювати та утримувати контакт з іншими, засновуючи різні види спільнот та мереж. Такі відносини на базовому рівні охоплюють комунікативні навички: здатність людини розуміти повідомлення в медіа та вміння створювати власні, при цьому презентуючи їх на відповідних профілях та платформах, соціальних мережах, тощо.

- *громадянська участь* передбачає електронне управління інституціями і залучення до громадської сфери діяльності. Комунікація і громадська участь з використанням ЗМІ визначається її складністю: від простих відносин людини та державних інституцій до більш витонченіших

кооперативних дій, таких як заснування громадських самоврядних організацій, наприклад.

- *створення продукції* стосується саме створення нового контенту індивідуального і колективного характеру. Цей компонент є творчим та полягає у вмінні оригінально створювати та застосувати новий зміст або розуміння інформації через повідомлення в медіа. Здатність до створення медіаконтенту диференціюється також за рівнями складності

**3. Когнітивний компонент**, який концентрується на критичному розумінні, лінгвістичних здібностях аналізувати медіазміст і медіасистеми.

*Медіазміст* – повідомлення, що передається через певний тип медіа, отримується, аналітично опрацьовується, а вже потім використовується аудиторією. Користувач відповідно до ступеня розуміння змісту створює сенс повідомлення. Це означає, що людина, знаючи код, використовує його задля розкодування та продукування смислу. При цьому користувач є активною стороною, адже він продукує нове значення. Всі ці процеси є пізнавальними та стосуються когнітивної сфери та потребують певних знань.

У зазначеному компоненті для успішного досягнення медіаграмотності необхідно володіти такими типами когнітивних операцій:

- здатність **прочитувати медіаконтент**, що означає повне розуміння отриманого інформаційного повідомлення, шляхом створення його сенсу, не зважаючи на його тип (аудіовізуальний, інтерактивний або інше). Для забезпечення використання різних кодів стосовно тексту необхідна сформованість когнітивних процесів.

- здатність **класифікувати медіа тексти**. Надавання специфіки використання (встановлення меж правдивості, вирізняючи правдивий і фейковий зміст у тексті). Вміння класифікувати надає можливість правильного використання повідомлення згідно адекватних властивостей його змісту. Цей компонент корисний тим, що дає можливість не тільки розуміти контент, а й формувати його значущість.

- здатність **оцінювати media-контент** – надання оцінки, отриманим повідомленням . Наскільки змісту можна довіряти? Який в нього ступінь осучаснення? Відповідь на ці питання необхідні для його оцінки та підтвердження відповідності його реальності. Тобто, розумінню підлягається не тільки сам контент, а безпосередньо його функція – роль, яку він відіграє і наскільки це пов’язано з цінностями ходом думок людей. Це найголовніша частина медіаграмотності – вміти адекватно оцінити контент.

- критичні навички оцінювати **медіаконтекст**. Користувач здатний оцінювати всю цілісно медіасистему, її взаємодію з індивідуальними намірами. Сюди входять знання про конвенції, норми, що безпосередньо впливають на цю систему. Користувачі стають частиною медіасистеми її активними учасниками, що потребує спеціальних знань.

Отже, питання медіаграмотності потрібно розглядати з різних точок зору, позаяк так можна отримати повну картину з досліджуваної теми.

### Висновки до розділу 1

Тому під час аналізу наукової літератури ми виявили, що в юнацькому віці спостерігається прогрес в інтелекті, особливо в мисленні. Досить високий рівень узагальнення та абстрагування процесу мислення, що дозволяє маніпулювати поняттями, використовувати різні розумові операції, думати, аргументувати, виділяти суттєві риси – основні ідеї, робити глибокі висновки та узагальнення, що важливо для формування медіаграмотності. У юному віці можуть проявлятися акцентуації характеру. При домінуванні певних типів, процес самореалізації може певною мірою зупинитися.

Визначено, що при оцінці рівня медіаграмотності необхідно враховувати такі компоненти, як технічний (взаємини серед індивідом і різними медіа), когнітивний (компонент, котрий концентрується на відносинах індивіда і змісту (контенту) інформації, і його критичним усвідомленням), а також комунікативний (концентрація на стосунках, що

індивіди будують з іншими за допомогою медіазасобів створення контенту, включаючи соціальні стосунки, громадську участь).

Визначено, що психічний стан – це явище багатовимірне, яке має емоційні, тонічні, активаційні та часові характеристики.

Основними детермінантами стану є:

а) потреби, бажання і прагнення людини (чи, точніше, усвідомлені й неусвідомлені потреби, прагнення і бажання);

б) можливості (приховані потенціали й здібності, що проявилися);

в) умови середовища (об'єктивний вплив, суб'єктивне сприйняття і розуміння поточної ситуації).

Встановлено, що акцентуації – це дисгармонійність розвитку характеру, гіпертрофована вираженість деяких його рис, що зумовлює підвищену уразливість людини відносно певного роду дій і ускладнює її адаптацію у деяких специфічних ситуаціях.

Ступінь вираженості може бути диференціюватися: від легкої, видимої лише для найближчого оточення, до крайніх варіантів – психопатій. На відміну від психічних захворювань, акцентуації в характері виражаються не завжди, а через час їх можна значно згладити, наблизившись до норми. Базовими детермінантами розвитку акцентуацій є вроджені, набуті чи сформовані під впливом факторів соціального середовища.

## РОЗДІЛ 2.

# ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ, ПСИХІЧНИХ СТАНІВ ТА АКЦЕНТУАЦІЙ ХАРАКТЕРУ У ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ

### 2.1. Методичні основи дослідження

У дослідженні брали участь 62 студенти 1-4 курсів Сумського державного університету, Сумського державного педагогічного університету та Сумського національного аграрного університету. За гендерним розподілом у дослідженні брали участь 30 осіб чоловічої статі та 32 особи жіночої статі. В якості інструментарію ми використовували такі методики:

**1. Анкета визначення рівня медіаграмотності**, яка складається з 15 питань, які спрямовані на оцінку знань і вмінь відрізнити інформування від маніпуляції в медіа, відслідковувати джерело інформації (див. додаток А).

**2. Методика визначення домінуючого стану Л. В. Куликова.** Призначення методики – визначення характеристик психологічного і соціально-психологічного рівнів домінуючого психічного стану.

Методика є опитувальником з набором тверджень, що описують ознаки, які характеризують стан, поведінку, ставлення людини до різних явищ. Оцінка ступеня згоди обстежуваного з кожним твердженням дається за семибальною шкалою [29].

**3. Методика визначення акцентуацій характеру К. Леонгарда (модифікація Г. Шмішека)** Тест призначений для виявлення акцентуованих рис характеру і темпераменту осіб підліткового, юнацького віку і дорослих. Виділені Леонгардом 10 типів акцентуацій розділені на дві групи: акцентуації характеру (демонстративний, педантичний, застрягаючий, збудливий) і акцентуації темпераменту (гіпертимний, дистимний, тривожний, циклотимний, екзальтований, емотивний) [28].

Для аналізу отриманих даних використовували такі методи математичної статистики [10] :

- Описова статистика:

*Мода* – значення випадкової величини, що трапляється найчастіше в сукупності спостережень. Це таке значення  $x$ , в якому функція мас ймовірностей набуває максимального значення.

*Медіана* – в статистиці це величина певної ознаки, що знаходиться посередині ранжованого ряду вибірки, тобто розміщується в середині ряду величин, розташованих у порядку зростання або спадання; в теорії ймовірності – характеристика розподілення випадкової величини.

*Середнє значення* – середнє арифметичне всіх значень вибірки.

*Стандартне відхилення* (сигма  $\sigma$ ) – показник розсіювання значень випадкової величини відносно її математичного сподівання.

*Коефіцієнт варіації* – відносна величина, що служить для характеристики коливання (мінливості) ознаки. Являє собою відношення стандартного відхилення та середнього значення. Виражається у відсотках.

- Кореляційний аналіз даних – це статистичне дослідження взаємозв'язку між випадковими величинами. Мета кореляційного аналізу – виявити чи існує істотна залежність однієї змінної від інших.

Для обрахунку ми використовували формули Excel, пакет «Аналіз даних» в Excel.

## **2.2 Аналіз результатів дослідження**

Для реалізації четвертого завдання дослідження ми використали набір психологічних діагностичних прийомів та провели кількісний та якісний аналіз результатів.

При дослідженні рівня медіаграмотності ми визначили, що 5% студентів мають низький рівень медіаграмотності, 69% – середній та 26% – високий рівень медіаграмотності. При порівнянні результатів за гендерним

показником ми з'ясували, що особи чоловічої статі мають вищі показники високого рівня медіаграмотності, ніж особи жіночої статі. При цьому порівнюючи рівень медіаграмотності в межах гендерного показника, встановлено, що абсолютна більшість досліджуваних як в групі осіб жіночої статі (78%), так і в групі осіб чоловічої статі (60%) мають середній рівень медіаграмотності (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

*Порівняння результатів дослідження рівня медіаграмотності за гендерним показником*

<b>Рівень медіаграмотності</b>	<b>Особи жіночої статі</b>	<b>Особи чоловічої статі</b>
Низький	3 (9 %)	-
Середній	25 (78 %)	18 (60 %)
Високий	4 (13 %)	12 (40 %)

Відповідно до даних, поданих у таблиці 2.2 ми бачимо, що показники рівня медіаграмотності за описовою статистикою при порівнянні відрізняються. Ми визначили, що за t-критерієм Стьюдента рівень значущості  $p \leq 0,001$ .

Таблиця 2.2

*Описова статистика показників рівня медіаграмотності*

	<b>Загальні показники</b>	<b>Особи жіночої статі</b>	<b>Особи чоловічої статі</b>
Середнє значення	10,66 $\pm$ 2,23	09,84 $\pm$ 2,11	11,53 $\pm$ 2,05
Медіана	11	10	12
Мода	13	10	13
Коефіцієнт варіації	20,91%	21,45%	17,74%

Коефіцієнт варіації в межах 30% свідчить про те, що група є однорідною. Найбільш однорідною є група осіб чоловічої статі. Також стандартне відхилення тільки в цій групі на межі середнього та високого рівнів. Модою є число, яке вказує на високий рівень медіаграмотності. Це підтверджує те, що особи чоловічої статі більш медіаграмотні, ніж особи жіночої статі.

Розглянемо результати, отримані за методикою визначення акцентуацій характеру К. Леонгарда (модифікація Г. Шмішека). Вони представлені в таблицях 2.3, 2.4, 2.6.

Таблиця 2.3

*Загальні групові результати дослідження типів акцентуації у осіб юнацького віку (у %)*

	Демонстративний	Застраючий	Педантичний	Збудливий	Гіпертимний	Дистимний	Тривожний	Циклотимний	Екзальтований	Емотивний
Відсутні	38,7	53,2	77,4	58,1	35,5	80,6	61,3	35,5	32,3	25,8
Присутня тенденція	48,4	46,8	22,6	38,7	45,2	12,9	29,0	51,6	29,0	48,4
<b>Є ознака</b>	<b>12,9</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>3,2</b>	<b>19,4</b>	<b>6,5</b>	<b>9,7</b>	<b>12,9</b>	<b>38,7</b>	<b>25,8</b>

Нами було визначено, що в досліджуваній групі студентів 75% осіб мають акцентуації характеру. Із них лише одну акцентуацію мають 35% студентів і 40% – поєднання двох, 17,5% – поєднання трьох та 7,5% – поєднання чотирьох типів акцентуацій. Таким чином, у осіб юнацького віку найбільш вираженими є змішані акцентуацій характеру.

Найпоширенішим є поєднання екзальтованого та емотивного типів. Це означає, що 39% респондентів властиві такі ознаки, як висока контактність, влюбливість, балакучість, гуманність, співпереживання іншим людям чи тваринам, чуйність, радість чужим успіхам. Ці люди нерідко сперечаються, але не доводять справи до відкритого конфлікту. В конфліктних ситуаціях вони бувають як активною, так і пасивною стороною. Вони вразливі, сльозливі, життєві події сприймають серйозніше, ніж інші люди.

Як ми бачимо у осіб юнацького віку найбільш вираженим типом акцентуації характеру є екзальтований. Загалом присутні всі типи, крім застрягаючого, педантичного. Найменш вираженим є збудливий.



Результати дослідження акцентуацій характеру у осіб жіночої та чоловічої статі представлені в таблицях 2.4, 2.5..

Таблиця 2.4.

*Загальні групові результати дослідження типів акцентуації у осіб жіночої статі (у %)*

	Демонстративний	Застраюючий	Педантичний	Збудливий	Гіпертимний	Дистимний	Тривожний	Циклотимний	Екзальтований	Емотивний
Відсутні	43,8	56,3	81,3	62,5	37,5	75,0	43,8	25,0	18,8	25,0
Присутня тенденція	43,8	43,8	18,8	31,3	37,5	18,8	43,8	68,8	43,8	43,8
<b>Є ознака</b>	<b>12,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>6,3</b>	<b>25,0</b>	<b>6,3</b>	<b>12,5</b>	<b>6,3</b>	<b>37,5</b>	<b>31,3</b>

У осіб жіночої статі найбільш вираженим є екзальтований тип. Для носіїв цього типу акцентуації є характерним великий діапазон емоційних станів, вони захоплюються чимось радісним і так само легко впадають у відчай.

Яскравою рисою цього типу є здатність захоплюватися, а також – усміхненість, відчуття щастя, радості, насолоди. Ці почуття у них можуть часто виникати з причини, яка у інших не викликає великого підйому. Вони прив'язані до друзів і близьких людей, альтруїстичні, мають почуття співчуття, хороший смак, проявляють яскравість і щирість почуттів. схильні до зміни настрою, легко переходять від стану захоплення до стану печалі, характерна лабільність психіки.

Найменш вираженими є ознаки збудливого, дистимного та циклотимного типів акцентуацій характеру. Було встановлено, що у осіб жіночої статі юнацького віку відсутній прояв акцентованих ознак застраюючого та педантичного типів.

Загальні групові результати дослідження типів акцентуації у осіб чоловічої статі (у %)

	Демонстративний	Застрагаючий	Педантичний	Збудливий	Гіпертимний	Дистимний	Тривожний	Циклотимний	Екзальтований	Емотивний
Відсутні	33,4	50,0	73,3	53,3	33,3	86,7	80,0	46,7	46,7	26,7
Присутня тенденція	53,3	50,0	26,7	46,7	53,4	6,6	13,3	33,3	13,3	53,3
Є ознака	13,3	0,0	0,0	0,0	13,3	6,7	6,7	20,0	40,0	20,0

Особи чоловічої статі так як і особи жіночої статі в більшій мірі мають вираженість екзальтованого типу. Найменш вираженими є ознаки дистимного та тривожного типів акцентуації характеру. Було встановлено, що у осіб чоловічої статі юнацького віку відсутній прояв акцентованих ознак застрагаючого, педантичного та збудливого типів.

При порівнянні результатів за гендерним показником ми з'ясували, що у осіб жіночої статі у юнацькому віці в більшій мірі присутні та більш виражені акцентуації характеру, ніж у осіб чоловічої статі (рис.2.1).

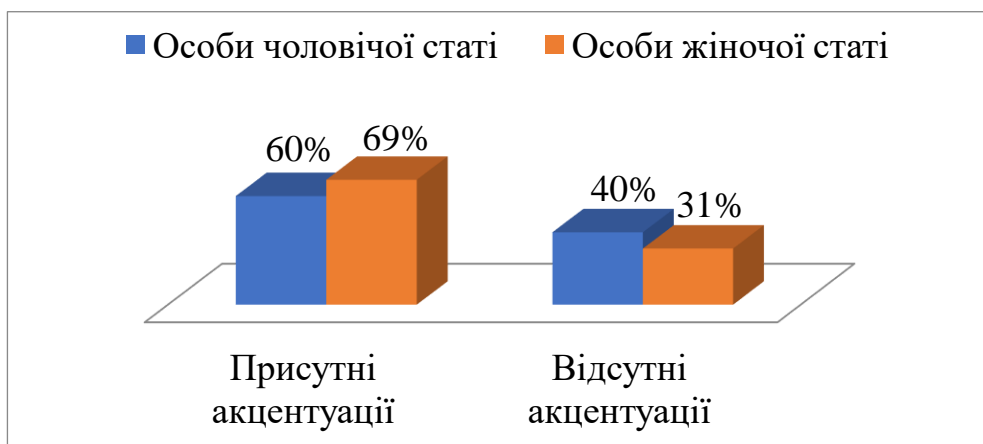
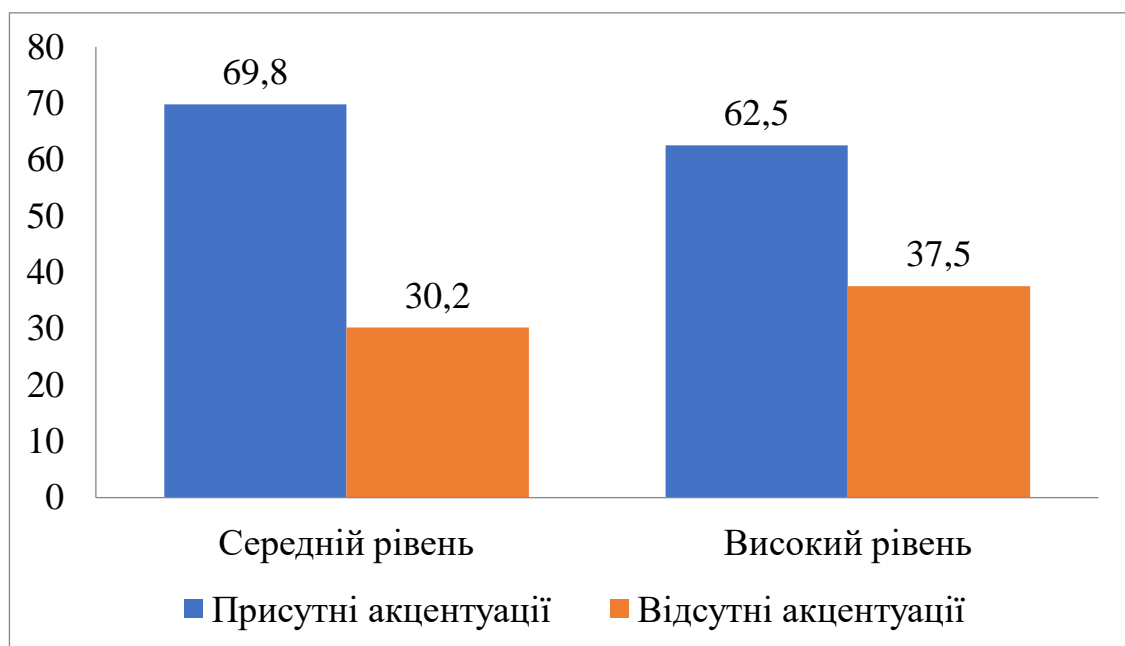


Рис. 2.1. Порівняння прояву акцентуацій характеру у осіб чоловічої та жіночої статі

У осіб чоловічої статі домінує високий рівень медіаграмотності та менш виражені акцентуації характеру. Це може свідчити про те, що особи, які мають високий рівень медіаграмотності мають меншу вираженість акцентуацій характеру.

Під час порівняння результатів дослідження типів акцентуацій за гендерним показником ми прийшли до висновку, що у осіб чоловічої статі та у осіб жіночої статі в юнацькому віці акцентуації проявляються по-різному.

Ми проаналізували отримані результати дослідження типів акцентуацій характеру за рівнями медіаграмотності і отримали наступні результати.



*Рис. 2.2 Порівняння прояву акцентуацій характеру у осіб з різним рівнем медіаграмотності у %*

Як ми бачимо з рис. 2.2 у осіб з низьким рівнем медіаграмотності відсутні акцентуації характеру. Присутня відмінність результатів на середньому та високому рівнях медіаграмотності. Помітне зменшення прояву акцентуацій при збільшенні рівня медіаграмотності з середнього на високий. Це означає, що з підвищенням рівня медіаграмотності зменшується прояв акцентуацій характеру.

За описовою статистикою показників акцентуацій ми отримали такі результати (табл. 2.6):

## Описова статистика показників акцентуацій характеру (у %)

	Демонстративний	Застраючий	Педаггічний	Збудливий	Гіпертмний	Дистимний	Тривожний	Циклотимний	Екзальтований	Емотивний
	<b>Загальні показники</b>									
Середнє значення	13,1 ± 5,8	12,7 ± 3,5	9,8 ± 3,7	11,8 ± 4,69	13,94 ± 6,89	10,45 ± 4,27	11,1 ± 5,99	14,02 ± 5,32	17,6 ± 6,51	16,3 ± 4,84
Мода	16	16	10	12	18	12	9	18	<b>24</b>	18
Коефіцієнт варіації	44,2	27,3	37,3	39,6	49,4	40,9	53,9	37,9	37	29,8
	<b>Показники осіб жіночої статі</b>									
Середнє значення	12,5 ± 5,83	12,9 ± 3,68	9,41 ± 2,72	11,8 ± 4,90	13,3 ± 7,15	10,5 ± 3,57	12 ± 6,55	14,7 ± 3,96	18,4 ± 6,27	16,5 ± 4,17
Медіана	13	13	9	12	15	9	10,50	15	18	15
Мода	<b>22</b>	16	8	12	15	9	6	18	18	15
Коефіцієнт варіації	46,7	28,5	28,9	41,4	53,7	34	54,6	26,9	34,1	25,3
	<b>Показники осіб чоловічої статі</b>									
Середнє значення	13,8 ± 5,76	12,4 ± 3,25	10,3 ± 4,45	11,8 ± 4,55	14,6 ± 6,67	10,4 ± 4,97	10,2 ± 5,27	13,3 ± 6,47	16,8 ± 6,76	16 ± 5,53
Медіана	16	12	10	12	18	12	9	14	18	18
Мода	16	14	10	15	18	12	12	15	<b>24</b>	18
Коефіцієнт варіації	41,9	26,3	43,3	38,4	45,7	47,8	51,9	48,5	40,2	34,6

З результатів показників описової статистики ми бачимо високі значення коефіцієнту варіації. Це свідчить про великий розкид даних та про те, що група не є однорідною. У групі досліджуваних жіночої статі коефіцієнт варіації за шкалами «застрягаючий тип», «педантичний тип», «циклотимний тип» та «емотивний тип» вказує на нормальний розподіл даних. Це говорить про те, що група осіб жіночої статі більш однорідна, ніж група осіб чоловічої статі.

Також у групі осіб жіночої статі модою у шкалі «демонстративний тип» є число, яке вказує на присутність даного типу акцентуації. У осіб чоловічої статі модою є число, яке вказує на присутність екзальтованого типу акцентуації. Це підтверджує описані вище висновки про те, що особи чоловічої більш схильні мати акцентуацію даного типу в юнацькому віці.

Результати дослідження домінуючого стану у осіб юнацького віку представлені в таблиці 2.7. та показники описової статистики у таблиці 2.8.

Таблиця 2.7.

*Результати дослідження домінуючого стану у осіб юнацького віку (у %)*

	Ак		Ба		То		Ро		Сп		Ст		Зд		По	
	<b>Загальні групові результати</b>															
Низькі	77,4		96,8		91,9		90,3		93,5		91,9		74,2		93,5	
Високі	22,6		3,2		8,1		9,7		6,5		8,1		25,8		6,5	
	<b>Ж</b>	<b>Ч</b>	<b>Ж</b>	<b>Ч</b>	<b>Ж</b>	<b>Ч</b>	<b>Ж</b>	<b>Ч</b>	<b>Ж</b>	<b>Ч</b>	<b>Ж</b>	<b>Ч</b>	<b>Ж</b>	<b>Ч</b>	<b>Ж</b>	<b>Ч</b>
Низькі	94	60	94	100	97	87	94	87	94	93	100	83	81	67	91	97
Високі	6	40	6	0	3	13	6	13	6	7	0	17	19	33	9	3

*Примітка.* Ак – активне-пасивне відношення до життєвої ситуації; Ба – бадьорість-смуток; То – тонус високий-низький; Ро – розкутий-напружений; Сп – спокій-тривога; Ст – стійкість-нестійкість; Зд – задоволеність-незадоволеність життям у цілому; По – позитивний-негативний образ самого себе.

Результати дослідження домінуючого стану показали, що у осіб юнацького віку переважають низькі оцінки за всіма шкалами. Це означає, що у молодих людей, які мають низькі оцінки за даною методикою, пасивне ставлення до життєвої ситуації, в оцінці багатьох життєвих ситуацій переважає песимістична позиція.

Характерна втома, незібраність, млявість, інертність, низька працездатність. Знижено можливість проявляти активність. Переважає інтенсивне прагнення здійснити необхідне, в більш повній мірі діяти, вести себе бажаним чином.

Властиво збільшене залучення ресурсів або активізація захисних механізмів. Підвищено схильність відчувати занепокоєння в широкому колі життєвих ситуацій. Низькі оцінки за шкалою «По» свідчать про високу критичність самооцінки та велике прагнення бути щирим.

Такі результати можуть пояснюватися тим, що в умовах 2020 року, коли по всьому світу поширювалася коронавірусна інфекція і люди жили досить тривалий час у достатньо сильному стресі, то це безумовно могло вплинути на загальний психічний стан людини, особливо під час великого (емоційного та не завжди правдивого) потоку інформації в медіапросторі.

Як ми вже зазначали, що особи чоловічої статі мають більш високий рівень медіаграмотності. І як бачимо в результатах дослідження психічних станів за шкалою «Ак» дана група має, хоч і не домінуючі, але найбільшу кількість високих оцінок.

Це говорить про те, що 40% осіб чоловічої статі мають виражене активне, оптимістичне ставлення до життєвої ситуації, готовність до подолання перешкод, віру в свої можливості.

*Таблиця 2.8*

*Описова статистика показників домінуючого стану (у%)*

	Ак	Ба	То	Ро	Сп	Ст	Зд	По
Середнє значення	33,18 ±7,78	26,02 ±7,42	27,69 ±11,17	24,37 ±10,29	24,34 ±11,57	23,84 ±10,20	35,44 ±11,08	25,11 ±9,31

Медіана	34	25,50	29,50	23	25	24	36	24
Мода	25	31	31	13	29	11	38	24
Коефіцієнт варіації	23,44	28,51	40,33	42,22	47,53	42,78	31,26	37,07

За результатами описової статистики ми отримали підтвердження того, що у респондентів домінують низькі оцінки, тобто ті, які не перевищують 40. Саме в цих межах знаходиться мода, медіана, а також стандартне відхилення, крім шкали «Ак». Коефіцієнт варіації вказує на розкид даних та неоднорідність групи, крім шкал «Ак» та «Ба».

Ми провели порівняльний аналіз середніх значень акцентуацій характеру та домінуючих станів за рівнями медіаграмотності. Отримані результати подані в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

*Порівняння середніх значень акцентуацій характеру, домінуючих станів за рівнями медіаграмотності*

	<b>Низький рівень медіаграмотності</b>	<b>Середній рівень медіаграмотності</b>	<b>Високий рівень медіаграмотності</b>
Застрагаючий	16	12,95	11,25
Збудливий	5	11,81	13,19
Тривожний	8	11,14	11,63
РО	19,33	22,51	30,31
СП	19,33	21,16	33,81
ЗД	29,67	34,79	38,25

Нами були виявлені істотні відмінності в показниках середнього значення при зміні рівня медіаграмотності. Як ми бачимо при збільшенні рівня медіаграмотності зменшуються показники середнього значення застрагаючого типу акцентуацій характеру. При збільшенні рівня медіаграмотності збільшуються показники середнього значення збудливого

та тривожного типів акцентуацій характеру. Це може означати те, що із підвищенням здатності порівнювати, групувати, узагальнювати факти, оцінювати інформацію у людини збільшується вірогідність наявності рис, які притаманні збудливому та тривожному типам акцентуацій. Це такі риси, як гнівливість, схильність до конфліктів, у котрих особа є провокуючою стороною, підвищена імпульсивність, інстинктивність, відчуття провини та відповідальності, високої моралі, етичних вимог. Почуття власної неповноцінності стараються замаскувати у самоствердженні через ті види діяльності, в яких вони можуть більшою мірою розкрити власні здібності.

Таку ж тенденцію помічено при порівнянні середніх значень домінуючих станів за рівнями медіаграмотності. Із розвитком медіаграмотності збільшуються показники таких станів, як розкритість – напруженість, спокій – тривога, задоволеність – незадоволеність життям у цілому. Тобто людям із збільшенням рівня медіаграмотності притаманні сильне прагнення здійснювати зміни у собі, у своїй поведінці чи у ситуації, інтенсивно виконувати потрібні перетворення, задоволеність життям, самореалізацією. Також здатність брати на себе відповідальність й робити власний вибір, відчуття готовності подолати труднощі у реалізації своїх здібностей (коли вищі потреби активізовані).

Для підтвердження гіпотези нашого дослідження ми використали метод кореляційного аналізу (табл. 2.9) між показниками медіаграмотності, акцентуацій характеру та домінуючого стану у осіб жіночої та чоловічої статі.

*Таблиця 2.10*

*Зв'язки між показниками медіаграмотності, акцентуацій характеру та домінуючого стану у осіб жіночої та чоловічої статі*

	Особи жіночої статі	Особи чоловічої статі
	Медіаграмотність	
Застрагання	-0,53**	-
Збудливість	0,66***	-
Гіпертимність	-	0,33*
Циклотимність	0,44*	-



Ак	-0,60 ***	0,55**
Ба	0,43*	-
Ро	0,37*	-
Сп	0,44*	-
Зд	0,41*	-

Примітки:

- \* – наявність критичних значень коефіцієнтів кореляції ( $p \leq 0,05$ );
- \*\* – наявність критичних значень коефіцієнтів кореляції ( $p \leq 0,01$ );
- \*\*\* – наявність критичних значень коефіцієнтів кореляції ( $p \leq 0,001$ ).

Як ми бачимо з результатів кореляційного аналізу медіаграмотність має позитивний кореляційний зв'язок із збудливим, циклотимним типами акцентуацій у осіб жіночої статі та гіпертимним у осіб чоловічої статі. Також за шкалами «Ба», «Ро», «Сп», «Зд» домінуючого психічного стану у осіб жіночої статі та «Ак» у групі чоловічої статі. Тобто із збільшенням рівня медіаграмотності збільшується вираженість акцентуацій характеру наведених вище типів та покращується психічний стан.

Також було виявлено негативний кореляційний зв'язок застрягаючого типу акцентуації та шкали «Ак» психічного стану у групі осіб жіночої статі. Тобто із збільшенням вираження акцентуації та активного відношення до життєвої ситуації зменшується рівень медіаграмотності.

Наявні кореляційні зв'язки медіаграмотності із збудливим та застрягаючим типами акцентуації, а також із психічними станами, як розкутість – напруженість, спокій – тривога, задоволеність – незадоволеність життям у цілому співпадають із тенденціями, які були описані вище при порівнянні середніх значень акцентуацій та домінуючих за рівнями медіаграмотності. На основі цього ми можемо зробити висновок, що медіаграмотність взаємопов'язана з акцентуаціями характеру та домінуючими психічними станами, що підтверджує гіпотезу нашого дослідження.

## **Висновки до розділу 2**

Ми з'ясували, що особи чоловічої статі мають вищі показники медіаграмотності, ніж особи жіночої статі.

У осіб юнацького віку найбільш вираженими є змішані акцентуації характеру. Загалом присутні всі типи, крім застрягаючого та педантичного. Найменш вираженим є дистимний. У осіб жіночої статі у юнацькому віці в більшій мірі присутні акцентуації характеру, ніж у осіб чоловічої статі.

Результати дослідження домінуючого стану показали, що у осіб юнацького віку переважають низькі оцінки за всіма шкалами. Це означає, що у молодих людей, які мають низькі оцінки за даною методикою, пасивне ставлення до життєвої ситуації. Характерна втома, незібраність, млявість. Знижено можливість проявляти активність. Переважає інтенсивне прагнення здійснити необхідне, в більш повній мірі діяти, вести себе бажаним чином.

Медіаграмотність має позитивний кореляційний зв'язок із збудливим, циклотимним типами акцентуацій у осіб жіночої статі та гіпертимним у осіб чоловічої статі. Також за шкалами «Ба», «Ро», «Сп», «Зд» домінуючого психічного стану у осіб жіночої статі та «Ак» у групі чоловічої статі. Негативний кореляційний зв'язок застрягаючого типу акцентуації та шкали «Ак» психічного стану у групі осіб жіночої статі.

### РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ

#### 3.1. Особливості розвитку медіаграмотності у осіб юнацького віку

Ж. Піаже стверджував, що ми навчаємось, оперуючи знайомими поняттями для осмислення світу. При цьому, усвідомлюючи середовище, яке нас оточує, ми замінюємо старі поняття на нові і таким чином ще більше збільшуємо свою здатність усвідомлювати наші майбутні контакти зі світом [34].

Критичне мислення дозволяє нам розмірковувати над власними думками та причинами утворення певних думок. Це означає, що ми замислюємось над тим, як саме приймаємо рішення або вирішуємо проблеми. Наші думки свідомо спрямовані на досягання конкретної мети. Такі міркування та ідеї базуються не на наших упередженнях, а на логічності, надійності інформації, яка аналізується за допомогою безлічі джерел [1].

В умовах активного протистояння втручання країни-агресора в український медіапростір суспільство зазнає сильного емоційного тиску. Тому організація системи подолання деструктивних інформаційних та психологічних наслідків та оптимізація комфорту психологічної інформації людей є пов'язаними проблемами.

Процес розвитку медіаграмотності може бути пов'язаний з домінуючим психічним станом людей. Оскільки психічний стан відображає взаємодію людини і середовища, включаючи інформацію. Будь-які серйозні зміни у зовнішньому середовищі та внутрішньому світі особистості спричинять нову реакцію людини та ведуть до зміни психічного стану, змінюючи ступінь активності людини та характер її досвіду, що може безпосередньо впливати на результат процесу досягнення якісних знань, вмінь, навичок, формування важливих рис особистості тощо.

Як зазначав Л. Куліков, стан – це форма психологічної саморегуляції, і до його характеристик належить ступінь усвідомленості суб'єкта свого стану. Іншими словами, можна припустити, що коли людина усвідомлює власний стан у процесі сприйняття інформації та відстежує своє ставлення до неї, активізується процес саморегуляції пізнавального процесу [36].

Дослідженням та розвитком медіаграмотності займалися наступні вчені В. Бакіров, О. Беляк, У. Вагнер, М. Ватковська, Н. Габор, С. Гончаренко, Р. Гришкова, В. Іванов, Дж. Поттер Б. Щорб та ін.

Відповідно до європейських стандартів медіаграмотності Л. Найденова виділяє технічну (навички користувача), когнітивну (критичне розуміння) та комунікаційну (комунікативні навички) компоненти медіаграмотності [30]. Основою медіаграмотності є когнітивний компонент, тобто здатність інтерпретувати, аналізувати та оцінювати інформаційні матеріали, розуміти їх природу, адресу та призначення та викривати прихований сенс та шкідливий вплив окремої інформації.

Ми передбачаємо розвиток медіаграмотності на основі раціональної терапії емоційної поведінки. Цей напрямок психотерапії був запропонований Альбертом Еллісом в 1955 році, в якому ірраціональні когнітивні установки (переконання, переконання, ідеї, припущення) вважаються основною причиною особистих проблем. Ядром теорії REPT є модель ABC, яку іноді називають "моделлю зміни лікування", оскільки вона описує процес деструктивних емоцій та поведінки [2].

«А» – це будь-які поточні події або власні думки, ситуації, в якій людина опинилася, стимул із зовнішнього світу. «А» це лише активатори, всі проблеми виникають тому, що в «А» кожна людина привносить щось своє, тобто «В» (переконання). До «В» відносяться переконання, цілі, фізіологічна схильність, установки, погляди, уявлення людини про «А». Саме «В» призводить до того, а не іншого «С» (слідство), тобто емоцій або поведінки. Раціональні погляди ведуть до продуктивної поведінки, а ірраціональні (на їх

основі виникають психологічні проблеми) – до саморуйнування та ірраціональної поведінки.

Тому «А», «В» і «С» тісно пов'язані між собою. Щоб змінити «С», потрібно або безпосередньо змінити «А» (найбільш поверхневий рівень психотерапевтичних змін), або зрозуміти, що «В» не є розумним і перевірити, що це базується на власному досвіді, а не на конкретній ірраціональній «В».

На основі цього плану ми передбачали розвиток медіаграмотності. Ми вважаємо, що маніпулятивні інформаційні повідомлення – це «А», «В» – це ірраціональне ставлення, яке може викликати А, «С» – це емоційна реакція чи поведінка на основі «В». Наш план полягає у розвитку вміння інтерпретувати, аналізувати та оцінювати інформаційні матеріали, зрозуміти їх природу, адресу та призначення, а також викривати прихований сенс та шкідливий вплив даної інформації. Іншими словами, змінюючи «А» – думки, образи, сприйняття, уяву, інтерпретацію та висновки про інформацію, ми запобігаємо появі ірраціональних суджень людини. Методом розвитку медіаграмотності ми обрали психосоціальний тренінг. Багато вчених та практичних психологів мали справу з теоріями та використанням психосоціального тренінгу.

К. Левін був першим, хто на практиці довів психологічну ефективність колективної роботи, він зазначив, що динамічна команда робота дозволяє формулювати та модифікувати думки та судження людей, які переживають будь-яку життєву кризу [5].

К. Роджерс сформулював основні практичні та теоретичні положення психосоціального тренінгу, засновані на принципі самореалізації: через довірчий обмін між учасниками та ідеями гуманістичної психології, самовдосконалення [42].

Навички критичного сприйняття інформації формуються в сучасному дослідницькому та практичному досвіді, а робота з навчальною формою загальноприйнята.

О. Бойко, О. Власюк, В. Ємцова, Т. Іванова, Н. Іващенко, О. Олійник та інші використовували цю форму у своїй практиці.

Причиною того, що психологічний тренінг розуміється як позитивний метод соціального активного навчання, є те, що він має складний соціальний та дидактичний вплив, а його метою є передача теоретичних знань та розвиток певних особистісних навичок та вмінь.

Ю. Ємельянов розуміє навчання як сукупність методів, спрямованих на виховання здатності вчитися та опанувати будь-яку складну діяльність [18].

Л. Петровська вважає, що це метод впливу, спрямований на розвиток соціальних установок, знань, умінь та досвіду у сфері міжособистісного спілкування, а також засіб розвитку навичок спілкування, засобами психологічного впливу [32].

Термін «тренінг» позначає широкий спектр засобів, заснованих на різних теоретичних методах і принципах. У нашому дослідженні тренінг використовується як форма групової роботи для розширення соціального досвіду, самопізнання та вироблення практичних навичок відрізнити інформацію від маніпуляції, натиснути на приманку та відобразити власні думки, емоції та причини конкретних поглядів.

Ми використовуємо методи фасилітації у своєму плані розвитку медіаграмотності для ефективної роботи в групах. Його основна функція – сприяти спілкуванню між членами команди, допомагати їм обговорювати проблеми та знаходити шляхи їх вирішення. У той же час координатор не повинен втручатися в процес прийняття групою рішень і вносити пропозиції щодо вирішення проблем. Такий підхід сприятиме розвитку критичного мислення, оскільки формування власних рішень та думок щодо певних завдань та справ є вирішальним для медіаграмотних людей.

Тренер-фасилітатор повинен забезпечити, щоб група завжди була зосереджена на використаному методі та самому робочому процесі [7]. Основним видом діяльності групи є спілкування учасників між собою, бо

саме під час активної комунікації учасники надають основну інформаційну, психологічну та практичну допомогу один одному.

За допомогою участі в спілкуванні учасників фасилітатор вирішує наступні завдання:

- спрямування обговорення на визначені учасниками теми;
- координація спілкування учасників, попередження взаємному зважанню учасників, перебиванню, одночасним висловлюванням;
- допомога учасникам у формулюванні своїх думок і вираженні почуттів;
- допомога учасникам у пошуку взаєморозуміння, в розумінні висловлювань одне одного;

Для ефективної групової взаємодії при фасилітації можна використовувати такі психотехніки:

- активне слухання;
- перефразування, прояснення суті висловлювання учасників;
- інтерпретація подій, що відбулися в групі, поведінки, думок і почуттів учасників;
- конфронтація (висловлення аргументованої незгоди) з окремими позиціями учасників групи;
- надання психологічної підтримки, вираження емпатії учасникам чи групі в цілому;
- формулювання цілей групи на основі висловлювань учасників;
- реагування на події, що відбуваються в групі (зворотний зв'язок)
- саморозкриття власних почуттів;

Для розвитку медіаграмотності при побудові програми ми використали метод фасилітації «ОРІП», який ще називають методом сфокусованої бесіди чи методом дискусії [16]. Акронім ОРІП формують перші літери кожного з рівнів такої дискусії.

**Об’єктивний.** Тут ми запитуємо і говоримо про факти, інформацію. Запитання цього рівня: «Що сталося?», «Що ми знаємо про ситуацію?».

**Рефлексивний.** На цьому рівні необхідно проговорювати власні реакції, асоціації, емоції та образи. Запитання рівня: «Коли були були моменти, що вам ставало цікаво чи нудно?», «Що вам це нагадує? Які спогади викликає?».

**Інтерпретативний.** Стосується змісту, значень, цілей та наслідків. Запитання цього рівня: «Що це означає для нас/групи?», «Що можна взяти з цього досвіду для майбутнього?».

**Прийняття рішення.** На ньому плануються майбутні кроки. Відповідно, запитання цього рівня звучать так: «Що ми плануємо з цим робити?», «Які стратегії ви будете використовувати?».

До даного методу входять такі форми роботи як, дебати, дискусія, мозковий штурм, аналіз кейсів, які є основними при розвитку медіаграмотності.

Отже, ми можемо прийти до висновку, що розвиток медіаграмотності осіб юнацького віку вимагає комплексного підходу під час формування програми розвитку.

### **3.2. Програма розвитку медіаграмотності у осіб юнацького віку**

Для розвитку медіаграмотності пропонується програма соціально-психологічного тренінгу, розрахована на вісім занять по 120 хв, яка може бути реалізувати практичним психологом, працівником психологічної служби.

За характером направленості програма є націленою на розвиток компонентів медіаграмотності, а саме технічного (користувацькі здібності), когнітивного (критичне розуміння) та комунікативного (здатність до спілкування).



Якісно реалізована програма може розвинути в учасників уміння інтерпретації інформації, аналіз та оцінка інформаційних матеріалів, розуміти їх суть та спрямованість, мету, викривати приховане значення та шкідливий вплив окремої інформації.

Актуальність даної програми розвитку зумовлена тим, що медіаосвіта є фундаментальною складовою інформаційної безпеки країни, а також ефективним засобом розвитку особистості, яка мислить творчо, самостійно і критично в умовах інтенсивного збільшення інформаційного навантаження в суспільстві.

**Мета програми** – розвиток компонентів медіаграмотності у осіб юнацького віку.

**Завдання програми:**

- сформувані вміння аналізувати своє медіаспоживання, його об'єм та кількість;
- ознайомити учасників із поняттями «факт», «судження» «інформування», «пропаганда»;
- сформувані мотивацію до освоєння знань і вмінь з медіаграмотності;
- надати знання про функції заголовків в статтях і прийоми, які використовуються для залучення уваги аудиторії;
- сформувані вміння використовувати техніки емоційної саморегуляції, як елементу когнітивного компоненту медіаграмотності;
- ознайомити з базовими правилами перевірки інформації та роботи з першоджерелами.

**Очікувані результати програми** – підвищення рівня медіаграмотності за анкетною «Анкета визначення рівня медіаграмотності».

**Критерії залучення** – до участі в програмі будуть залучені особи юнацького віку, які є здобувачами рівня «бакалавр» та «магістр» у закладах вищої освіти.

**Тривалість реалізації програми:** 8 занять по 120 хвилин.

**Структура занять.** У загальному вигляді заняття складаються з:

- 1) ритуалу вітання, ритуалу прощання;
- 2) бесід, лекцій, дискусій;
- 3) проведення рольових ігор;
- 4) аналізу казок;
- 5) інформаційних блоків;
- 6) вправ на релаксацію та саморегуляцію.

Розвивальна програма написана з використанням вправ, методів та технік таких психологів та науковців: А. Байчика [9], О. Амзина [8], І. Печищева [33], А. Колчина [1], Іващенко Н.В., Бойко О.Я [19], О. Власюк, Т. Іванова [14].

### **Заняття 1**

**Мета:** ознайомити учасників одне з одним, прийняття правил функціонування групи, визначення очікувань учасників від занять.

**Вправа «Перекинь».**

**Мета:** формування ритуалу привітання, знайомство учасників, запам'ятовування імен один одного.

**Час:** 20 хв.

**Порядок проведення.**

Для даної вправи нам потрібний клубок ниток. Учасники перекидають його один одному в довільному порядку. Той учасник, який упіймав клубок, озвучує своє ім'я, розповідає цікаві факти про себе. Потім те, що утворилося, необхідно розплутати у зворотному порядку. При цьому треба називати ім'я учасника, якому повертають клубок. На завершенні учасники формують ритуал привітання групи.

**Вправа «Прийняття правил»**

**Мета:** визначення правил групової роботи тренінгової групи.

**Час:** 20 хв.

1. Не критикувати інших.
2. Правило «вільної» ноги – у разі потреби вийти , то виходимо тихо, не заважаючи іншим.

3. Мобільними телефонами користуватися у разі необхідності
4. Бути щирим та доброзичливим до інших.
5. Конфіденційність.
6. Проявляти активність.
7. Завжди є можливість сказати «ні».
8. Давати зворотній зв'язок за потреби.
9. Підтримку від інших членів групи.
11. На заняття приходити вчасно.

Вправа «Слухай мене»

**Мета:** дослідження очікувань від занять.

**Час:** 25 хв.

**Порядок проведення.**

Кожен учасник по черзі по колу розповідає цікаві факти про себе, чому він прийшов сюди, чого очікує. Після висловлення кожного, тренер просить по черзі повторити те, що сказала людина, котра розмовляла перед ним.

Вправа «Острів».

**Мета:** допомога учасникам краще познайомитись та пізнати один одного.

**Час:** 20 хв.

**Порядок проведення.**

«Дружба», «любов», «здоров'я», «родина», «слава» та «багатство» малюють у вигляді островів на дошці. Учасники на папірцях пишуть свої імена і клеять його на певний острів, аргументуючи свій вибір.

Вправа «Впізнай, хто це».

**Мета:** знайомство учасників один з одним, пізнання один одного.

**Час:** 20 хв.

**Порядок проведення.**

Коли один учасник виходить з аудиторії, решта визначають кого будуть обговорювати. Після того як вирішили запрошують того, хто вийшов стати в центрі кола. Учасники описують одного з учасників (наприклад, «ця

людина полюбляє каву, має вдома kota, її улюблена квітка тюльпан...»). Той, хто в колі, пробує вгадати, про кого йде мова.

**Вправа «Рефлексія»**

**Мета:** отримання зворотного зв'язку від учасників.

**Час:** 10 хв.

Учасники в порядку черги надають зворотній зв'язок, обговорюють, що сподобалось, а що ні.

**Вправа «Ритуал прощання»**

**Мета:** позитивне підкріплення для кожного учасника групи, формування позитивної та довірливої атмосфери в групі.

**Час:** 5 хв.

**Порядок проведення.**

В кінці заняття учасники, сидячі в колі, хлопають сусіді по плечу та промовляють «Гарна робота».

**Заняття 2**

**Мета:** розвиток здібностей учасників групової інтеракції та налаштування на продуктивну групову роботу, розвиток перцептивних здібностей.

**Вправа «Ритуал привітання»**

**Час:** 10 хв

**Процедура.**

Учасники постійно використовують ритуал привітання, який узгодили попередньо.

**Вправа «Моргалки».**

**Мета:** подолання емоційних та комунікаційних бар'єрів між учасниками і підвищення їх активності.

**Час:** 25 хв

**Порядок проведення.**

Всі учасники, крім одного сидять на стільцях та повинні моргаючи знайти партнера, з ким поміняються місцями. Та людина, яка залишилася без

стілця, має побачити і опередити інших, щоб зайняти один зі стільців першим.

**Вправа «Скалелаз».**

**Мета:** командоутворення, вироблення навичок групової інтеракції, та формування вміння працювати в групі, взаємодовіри

**Час: 30 хв**

**Порядок проведення.**

Група шикується в шеренгу, схожу на скелю з нерівностями, висунувши вперед руки і ноги. Усі по черзі проходять уздовж цієї скелі.

**Вправа «Машинка друкарська».**

**Мета:** об'єднання команди, формування групової взаємодії.

**Час: 30 хв**

**Порядок проведення.**

Кожному учаснику загадується буква або слова, які вони мають разом сказати швидко, щоб утворилася фраза. Причому, коли кожен називає свою букву, всі плескають у долоні.

**Вправа «Який був тренінг?»**

**Мета:** отримання зворотного зв'язку від учасників тренінгу.

**Час: 15 хв**

**Порядок проведення.**

Міні-група із 3-4 осіб отримує аркуш паперу. Їм потрібно за 6 хвилин вигадати максимальну кількість означень, які найкраще описують тренінгові заняття.

**Вправа «Ритуал прощання»**

### **Заняття 3**

**Мета:** формування вміння прослідкувати власний зв'язок з медіа і залежність від нього, аналізувати своє медіаспоживання, його об'єм та кількість.

**Вправа «Ритуал привітання»**

**Вправа. «Хто наступний».**

**Мета:** формування в учасників тренінгу навички групової взаємодії та налаштування на ефективну групову роботу.

**Час: 20 хв**

**Порядок проведення.**

Учасники кидають м'яч і називають число від 1 до 20. Той, хто зловив має назвати число, на один більше названого. Після кидає м'яч наступному гравцеві, називаючи своє число. Не можна називати число, на одиницю більше названого числа. Такий вид діяльності формує зосередженість при активних видах діяльності.

**Вправа «Персональне медіаполе»**

**Мета:** допомогти учасникам проаналізувати свої власні щоденні звички в медіаспоживанні за змістом інформації і приділеним часом.

**Час: 40 хв**

**Порядок проведення.**

Тренер пропонує аудиторії пригадати свій типовий тиждень. Наскільки часто вони переглядають новини, дивляться телебачення, перебувають у соціальних мережах. Учасники заповнюють анкети, щоб визначити типові медіа, які вони використовують та скільки часу цьому присвячують.

**Вправа «Продай м'ясо кенгуру»**

**Мета:** ознайомити учасників з тим, як медіа та реклама маніпулюють з метою спонукати цільову аудиторію купити товар, повірити в ідею, виконати дію, розкрити різноманітність і різноплановість сучасних медіа, їхню спрямованість на різну цільову аудиторію

**Час: 30 хв**

**Порядок проведення.**

Аудиторії пропонується поділитися на міні-групи, і кожна група повинна опублікувати газетну статтю про користь м'яса кенгуру для різних груп людей:

- матеріали пенсіонера в газеті,
- матеріали в газеті (журналі) домогосподарки,

- матеріали на веб-сайті для молоді,
- матеріали у ділових виданнях

Група отримала лист фліп-чарту та набір знаків. Вони пропонують заголовок, логотип, місію публікації та надають необхідні рамки для конкретної цільової аудиторії для ілюстрації самого матеріалу. Після цього кожна група демонструє свої публікації.

**Вправа «Рефлексія»**

**Мета:** отримання зворотного зв'язку від учасників.

**Час:** 15 хв.

**Вправа «Ритуал прощання»**

#### **Заняття 4**

**Мета:** ознайомлення учасників із поняттями «факт», «судження» «інформування», «пропаганда», формування мотивації до освоєння знань і вмінь з медіаграмотності.

**Вправа «Ритуал привітання»**

**Вправа «Поглиблене знайомство»**

**Мета:** зняти певні бар'єри у спілкуванні, ознайомити з поняттями «факт», «судження»

**Час:** 25 хв

**Порядок проведення.**

Учасники поділяються на кілька груп, у яких приблизно однакова кількість людей у кожній групі. Їх завданням є намалювати певну фігуру із центром (сонце з променями, квітка з пелюстками). Ядро колективу – це п'ять якостей, які об'єднують його членів. На кожному промені всі учасники повинні показати три ексклюзивні факти про себе. Працюючи в групах та представляючи свої результати, тренер використовуватиме коментарі, щоб дати їм зрозуміти, що якість – це оцінка, чиясь думка та суб'єктивне судження. На відміну від фактів, які є об'єктивними та перевіряються.

**Вправа «Асоціації»**

**Мета:** з'ясування актуальних знань учасників про сутність понять «інформування» та «пропаганда».

**Час:** 30 хв

**Порядок проведення.**

Учасники висловлюють асоціації до слова «інформування» та «пропаганда». Після чого тренер підводить їх до правильного тлумачення даних понять.

**Гра «Два пілоти»**

**Мета:** закріплення розуміння учасниками про сутності понять «інформування» та «пропаганда».

**Тривалість:** 30 хв

**Процедура.**

Бажаючі учасники виходять за двері, де отримують інструкції (додаток Б). Після цього він пропонує обрати іншим учасникам обрати собі капітана. З яким вони полетять з планети.

Пілоти виступають, а учасники вибирають та аргументують свій вибір.

- Чому хочеться вірити пілотові, який був більш емоційний?
- Проведіть аналогію з подачею новин у ЗМІ.

Вправа «**Рефлексія**»

**Мета:** отримання зворотного зв'язку від учасників.

**Час:** 15 хв.

Вправа «**Ритуал прощання**»

## **Заняття 5.**

**Мета:** формування критичного мислення під час роботи з мультфільмами, фотографіями та казкою; формування вміння декодувати пропаганду.

Вправа «**Ритуал привітання**»

Аналіз казки «**Казка про Королеву**»

**Мета:** формування навички відрізняти факти від оціночних суджень, вміння оцінювати медіа за об'єктивністю поданого матеріалу.



**Час: 30 хв**

**Порядок проведення.**

Тренер зачитує казку (додаток В). Учасники потім ранжують героїв казки за ступенем винуватості у ситуації, 1 – найнижчий бал, а 6 – максимальний. Далі учасники на питання:

- Яка ступінь вини Вартового?
- Що саме вплинуло на ваш вибір? Які чинники?

Під час дискусії її учасники приходять до висновків, що коли тренер розповідав казку, він просто виклав набір фактів. Учасники самі додумали частину, вони надали історії свого контентного і ранжували героїв казки за ступенем їх відповідальності, згідно з власними моральними, правовими уявленнями.

**Вправа «Маніпуляція в мультфільмах»**

**Мета:** спільно з учасниками визначити прийоми, які використовуються при пропаганді, формувати вміння їх відрізнити.

**Час:** 40 хв

**Порядок проведення.**

Учасники дивляться російські карикатурні мультфільми «Личности» про те, як Лукашенко дарує бензопилу «Дружба» Путіну та прем'єр міністру Медведєву та «Відповідь Лаврова НАТО».

**Питання для обговорення**

До кого спрямовані ці мультфільми?

Яка мета їх створення?

У якому стилі зазначена інформація демонструється?

Які емоції у вас виникають? Чи помітили ви маніпуляції? Які?

Як ви бачите ці мультфільми є лише елементом пропаганди в умовах інформаційної війни. Ми бачимо використання технік білого та чорного піару. Таким чином формується культ певного лідера.

**Вправа «Робота з фотографією»**

**Мета:** спільно з учасниками визначити прийоми, які використовуються при пропаганді, формувати вміння їх відрізнити.

**Час:** 20 хв

**Порядок проведення.**

Учасникам демонструються зображення Степана Бандери. Одна фотографія з підписом «Дивності історії: як із зрадників та вбивць бажають зробити національних героїв». Хто і навіщо розповсюджує дане фото, у якості доведення причетності Бандери до нацистів? На що вказує підпис? Яке цільове спрямування? Яким чином довести, що на фото зовсім не та людина, про яку говорять?

Далі учасникам демонструється набір фотографій схожого контексту. Переглядаючи фото зверніть увагу на те, яким чином (позитивно, негативно) передаються меседжі. Що хочуть викликати написи на фото? Хто їх автор? Яка цільова аудиторія цих послань?

Вправа «Дерево зворотного зв'язку»

**Мета:** надання учасниками зворотного зв'язку.

**Час:** 15 хв.

**Порядок проведення.**

Учасники на стікерах пишуть відповідь на наступне питання: «На вашу думку чим сьогоднішнє заняття було корисним для вас, які були інсайти та чому сьогоднішнє заняття було корисним для нашої подальшої роботи?» після цього учасники клеять ці стікери на ватман. Всі бажаючі можуть перечитати стікери один одного.

Вправа «Ритуал прощання»

## Заняття 6

**Мета:** розвивати критичне мислення, технічний компонент медіаграмотності, розуміння функцій заголовків в статтях і прийомів, які використовуються для залучення уваги аудиторії.

Вправа «Ритуал привітання»

Вправа «Пальці».

**Мета** налаштування на ефективну групову роботу, підвищення настрою

**Тривалість: 20 хв**

**Процедура.**

Учасники групи об'єднуються в пари. По моему сигналу вони повинні будуть показати будь-яку кількість пальців на двох руках. Партнерам необхідно уважно подивитися один на одного і на наступний раз, не домовляючись показати однакову кількість пальців. Продовжуйте вправу до тих пір, поки всі пари учасників не покажуть однакову кількість пальців.

Вправа «**Як човен назвеш...**»

**Мета:** Розуміння функцій заголовків в статтях і прийомів, які використовуються для залучення уваги аудиторії, вивчення структури статті.

**Тривалість: 30 хв**

**Процедура**

Тренер роздає вирізки заголовків учасникам і просить їх написати невеликі статті, які б відповідали запропонованим назвам. Після закінчення роботи тренер роздає оригінали статей і просить учасників порівняти з ними свої тексти: наскільки схожі або не схожі вийшли статті – за змістом, стилем? Тренер просить учасників обговорити у парах такі питання: «Чому слугує заголовок? Який заголовок можна вважати вдалим?» Після невеликої дискусії тренер розповідає про структуру статті (додаток Г).

Вправа «**Неповні новини: небезпека маніпуляції**»

**Мета:** розвивати критичне мислення, ознайомити учасників з критеріями повноти інформації, представленої в новинах.

**Тривалість: 30 хв**

**Процедура.**

Тренер пропонує учасникам новини для аналізу. Аналіз проводиться на основі того, що новина повинна відповідати на шість запитань: Хто? Що зробив? Де? Коли? Чому? Яким чином? Учасникам необхідно перевірити, чи на всі питання новина дає повний і зрозумілий відповідь.

Вправа «**Рефлексія**»

Вправа «**Ритуал прощання**»

### **Заняття 7**

**Мета:** розвивати елемент когнітивного компоненту медіаграмотності – емоційну саморегуляцію

Вправа «**Ритуал привітання**»

**Дискусія на тему: «Способи впливу емоцій на сприймання інформації з медіа»**

**Мета:** визначити різні погляди того, як впливають емоції на засвоєння інформації при інформуванні та пропаганді.

**Час:** 40 хв.

#### **Порядок проведення**

Учасники заслуховують інформаційний блок: «Способи впливу емоцій на сприймання інформації», потім об'єднуються в групи та обговорюють всередині групи позитивні та негативні аспекти цього питання. Після чого групи починають дискутувати між собою на зазначену тему.

Вправа «**Ступив вперед-звір, ступив назад-людина**»

**Мета:** розвивати вміння самоконтролю негативних емоцій, швидко переходити з негативних на позитивні емоції, розвинути відчуття взаємозв'язку тіла та емоцій.

**Час:** 30 хв.

#### **Порядок проведення.**

Спочатку учасники танцюють під динамічну музику, перебуваючи в одній шерензі. Вони таким чином «протанцювують» власну агресію та негативні емоції. Згодом музика змінюється на більш спокійну, мелодійну. Учасники роблять крок назад та змінюють свій стан із агресивного на більш спокійний. Після чого проходить обговорення того як на тілесному рівні проявляються їх емоції.

Вправа на **релаксацію**

**Мета:** навчитись звільнятися від м'язового напруження, розслаблятися

**Тривалість:** 20 хв.

### **Процедура**

Завданням учасників є дихати в ритм музики. Потім тренер наголошує які частини тіла мають бути розслаблені.

Вправа «**Рефлексія**»

Вправа «**Ритуал прощання**»

### **Заняття 8**

**Мета:** вивчення базових правил перевірки інформації та роботи з першоджерелами (когнітивний компонент медіаграмотності). Отримання зворотнього зв'язку та вражень від проходження тренінгової програми.

Вправа «**Ритуал привітання**»

Вправа «**Зіпсований телефон**»

**Мета:** сформуванню розуміння того, навіщо визначати джерело інформації, яким чином створюються чутки

**Час:** 30 хв

### **Порядок проведення.**

Тренер просить учасників об'єднатися в групи по двоє і пропонує одній з груп залишитися в аудиторії, а інші залишають приміщення. Тренер читає текст історії першої групи і просить переказати її наступної за 60 секунд (він засікає час). Група, що отримала інформацію з «першоджерела», переказує інформацію. Друга група викладає інформацію третій, третя – четвертій і т. д. Остання група розповідає всієї аудиторії «історію в деталях». Учасники дізнаються, що залишилося від первісної історії після низки переказів.

Гра «**Чи буває дим без вогню?**»

**Мета:** формувати навички аналізу та перевірки інформації різних видів медіапродуктів, розуміння культури медіаспоживання.

**Час:** 40 хв

Тренер інформує учасників про те, що гра буде спрямована на виявлення недостовірної інформації (фейків), які стали предметом обговорення в мас-медіа та соцмережах. Завдання учасників – пошук

першоджерел інформації. Тренер об'єднує учасників в групі і пояснює їм правила гри (додаток Г).

#### Вправа «Рефлексія»

**Мета:** оцінка програми розвитку учасниками, надання зворотного зв'язку

**Час:** 40 хв.

#### Порядок проведення

Учасники зазначають які знання, уміння та навички у них виникли

- Які вправи вам найбільше запам'яталися?
- Чи помітили ви зміни в собі після проходження? Які?
- До яких висновків ви дійшли?
- Наскільки у вас змінилося ставлення до медіа?
- Чи вдалося вам краще зрозуміти себе?

#### Вправа «Ритуал прощання»

### **3.3. Апробація програми розвитку медіаграмотності у осіб юнацького віку**

Для апробації програми було проведено 5 онлайн-занять із розвитку медіаграмотності, а саме заняття № 3, 4, 5, 6 та 8. Деякі вправи були додані у визначені нами зустрічі із інших занять для кращого засвоєння знань і вмінь із зазначеної тематики. Тривалість кожного заняття була 90 хв. Вони були адаптовані під онлайн формат. Дані заняття були проведені для студентів першого курсу спеціальності «Психологія» Сумського державного університету.

У ході заняття № 3 відбулося знайомство учасників групи один з одним, були погоджені правил за якими буде працювати група, було виявлено очікування учасників від майбутніх занять. Учасники прослідковували власний зв'язок з медіа і залежність від нього, аналізували своє медіаспоживання, його об'єм та кількість. Під час заняття були

використані наступні методи роботи: обговорення, робота в групах, міні-дискусія, робота в парах, індивідуальна робота, рефлексія. Протягом заняття учасники активно приймали участь в різних видах роботи. Але на мою думку, потрібно було додати більше практичних та активних завдань для динаміки групової роботи.

У ході заняття №4 учасники ознайомились із поняттями «факт», «судження» «інформування», «пропаганда» та практикувались визначати основні маркери пропаганди та інформування. Під час заняття були використані наступні методи роботи: обговорення, рольова гра, робота в групах, міні-дискусія, робота в парах, індивідуальна робота, рефлексія. Аналізуючи результати даного заняття, можна прийти до висновку, що при проведенні даного заняття наступного разу рекомендовано збільшити тривалість даного заняття з 90 хв. до 120, для більш глибокого розкриття тематики

У ході заняття №5 учасники визначали елементи маніпуляції при роботі з мультфільмами, фотографіями та казкою, вчилися прослідковувати свій емоційний стан під час сприймання провокативних медіа повідомлень. Під час заняття були використані наступні методи роботи: ОРП, аналіз кейсів, дискусія, робота в парах, індивідуальна робота, рефлексія. Учасники відзначили це заняття як найбільш корисне з практичної точки зору, так як вони засвоїли нові техніки, які в майбутньому їм допоможуть краще абстрагуватися від маніпуляцій в інформаційному просторі.

Під час заняття №6 була проведена міні-лекція, де учасники були ознайомлені із функціями заголовків в статтях і прийомами, які використовуються для залучення уваги аудиторії. Під час заняття були використані наступні методи роботи: міні-лекція, аналіз кейсів, дискусія, робота в парах, індивідуальна робота, рефлексія. Учасники тренінгу активно працювали на всіх етапах заняття. Ними було відзначено, що найкращими вправами для учасників заняття виявились ті, де потрібно було самостійно визначити зміст текстів по заголовку.

Під час заняття №8 учасники розвинули емоційні компетенції та самоусвідомлення, а саме спостерігали за змінами емоцій, думок та тілесних почуттів від перегляду відео сюжетів з прикладами російської пропаганди. У рамках проведення даного заняття були використані наступні методи роботи: дискусія, обговорення, індивідуальна робота, робота в групах та рефлексія. Учасники відзначили, що найкращими вправами для учасників заняття виявились ті, де потрібно було визначати правдивість інформації. Також ними було зазначено, що вони не настільки звертали увагу на таке викривлення інформації при власному перегляді новин. На даному занятті активність учасників не зменшилася, ми підвели підсумки усіх занять, загальне враження від роботи в учасників було позитивне.

В цілому, результати даних занять оцінюю як задовільні: учасники отримали не тільки теоретичні знання, а й практичні вміння, відпрацювали їх під час занять, проаналізували свою поведінку, емоції під час перегляду новин, визначили модель за якою в подальшому будуть аналізувати отриману інформацію.

Заплановану програму вдалося реалізувати без значних змін в рамках запланованого часу. Для кращої інтеракції рекомендується залишити офлайн формат проведення, онлайн формат також може використовуватися, але з обов'язковим ввімкненням камери та із збільшенням кількості часу для проведення занять з 90 хв. до 120 хв, що дасть можливість глибше ознайомитися з темою занять та краще відпрацювати практичну частину.

### **Висновки до розділу 3**

1. Розроблена програма спрямована на розвиток медіаграмотності у осіб юнацького віку. Серед методів розвитку медіаграмотності одним з основних є соціально-психологічний тренінг (СПТ). Програма включає в себе інформаційно-пізнавальний та розвивальні компоненти.

2. Програма складена з використанням моделі АВС раціонально-емоційної-поведінкової терапії та методу фасилітації «ОРІП» До даного



методу входять такі форми роботи як, дебати, дискусія, мозковий штурм, аналіз кейсів, які є основними при розвитку медіаграмотності.

3. Програма розвитку медіаграмотності передбачає, що по закінченню учасники будуть вміти аналізувати своє медіаспоживання, його об'єм; знатимуть поняттями «факт», «судження» «інформування», «пропаганда»; вмотивовані до освоєння знань і вмінь з медіаграмотності; знати про функції заголовків в статтях і прийоми, які використовуються для залучення уваги аудиторії; вміти використовувати техніки емоційної саморегуляції; знати базові правила перевірки інформації та роботи з першоджерелами.

4. З метою апробації програми було проведено 5 онлайн занять по 80 хв. для розвитку медіаграмотності, на яких розбиралися поняття «факт», «судження» «інформування», «пропаганда», обговорювався вплив емоцій на сприймання та осмислення інформації, відпрацьовувалася техніка емоційної саморегуляції. Всі заняття проводилися у онлайн-форматі.

5. Проведення даної програми розвитку є ефективним інструментом для розвитку вміння критичного осмислення інформації, що може сприяти покращенню інформаційної безпеки країни, відігравати стратегічну роль у вихованні патріотизму молоді, формуванню української ідентичності та розвитку критичного мислення.

## ВИСНОВКИ

Отже, під час аналізу наукової літератури нами було з'ясовано, що в юнацькому віці відбувається вдосконалення інтелектуальної сфери, у першу чергу, мислення. Досить високий рівень узагальнення й абстрагування процесів мислення. У юнацькому віці можуть виникати акцентуації характеру, а з домінуванням певних акцентуацій, процес самореалізації може зупинитися на певному рівні і не відновлюватись.

Визначено, що медіаграмотність – це сукупність мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добору, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створюванню і передаванню медіатекстів різних форм, жанрів, а так само аналізу складних процесів функціонування медіа у суспільстві.

Визначено, що психічний стан – це явище багатовимірне, яке має такі характеристики: емоційні (модальні); тонічні (відображають тонус, ресурс сил індивіда); активаційні (відображують інтенсивність психічних процесів); часові (відображують тривалість, стійкість станів); полярність станів тощо.

Встановлено, що акцентуації – це дисгармонійність розвитку характеру, гіпертрофована вираженість деяких його рис, що зумовлює підвищену уразливість людини відносно певного роду дій і ускладнює її адаптацію у деяких специфічних ситуаціях.

Виразність акцентуації буває різною: від легкої, до крайніх варіантів – психопатії. Акцентуації з роками можуть істотно згладитися, наблизитися до норми. А базовими детермінантами розвитку акцентуацій є вроджені, набуті чи сформовані під впливом факторів соціального середовища.

В ході емпіричного дослідження були виявлені гендерні відмінності між розвитком медіаграмотності у осіб юнацького віку. А також було встановлено наявність позитивного та негативного кореляційного зв'язку між медіаграмотністю та акцентуаціями характеру та домінуючими психічними станами, що підтверджує гіпотезу нашого дослідження.

Була розроблена програма спрямована на розвиток медіаграмотності у осіб юнацького віку. Програма складена з використанням моделі ABC

раціонально-емоційно-поведінкової терапії та методу фасилітації «ОРП» Програма розвитку медіаграмотності передбачає, що по закінченню учасники будуть вміти аналізувати своє медіаспоживання, його об'єм та кількість; знатимуть поняттями «факт», «судження» «інформування», «пропаганда»; вмотивовані до освоєння знань і вмінь з медіаграмотності; знати про функції заголовків в статтях і прийоми, які використовуються для залучення уваги аудиторії; вміти використовувати техніки емоційної саморегуляції, як елементу когнітивного компоненту медіаграмотності; знати базові правила перевірки інформації та роботи з першоджерелами.

З метою апробації програми було проведено 5 онлайн занять по 80 хв. для розвитку медіаграмотності у осіб юнацького віку, на яких розбиралися поняття «факт», «судження» «інформування», «пропаганда», обговорювався вплив емоцій на сприймання та осмислення інформації, відпрацьовувалася техніка емоційної саморегуляції. Всі заняття проводилися у онлайн-форматі.

Отже в ході дослідження ми дійшли до висновку, що розвиток медіаграмотності осіб юнацького віку вимагає комплексного підходу, а якісно реалізована програма розвиває вміння, які є фундаментальною складовою інформаційної безпеки країни, а також ефективним засобом розвитку творчої, самостійно і критично мислячої особистості в умовах інтенсивного збільшення інформаційного потоку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Crawford A., Saul W., Mathews R.. Teaching and learning strategies for the thinking classroom. New York. 2005. С. 2-5. URL: [http://repository.umpwr.ac.id:8080/bitstream/handle/123456789/3702/%5BAlan\\_Crawford%2C\\_Samuel\\_R.\\_Mathews%2C\\_Jim\\_Makinster%2C\\_%28BookFi%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.umpwr.ac.id:8080/bitstream/handle/123456789/3702/%5BAlan_Crawford%2C_Samuel_R._Mathews%2C_Jim_Makinster%2C_%28BookFi%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 20.04.2021)
2. Ellis A. Rational Emotive Behavior Therapy (REBT). URL: <http://www.rebtnetwork.org/> (дата звернення: 20.04.2021)
3. Kubey R. Media Literacy Around the World. Routledge, 2001. 512 p.
4. Leonhard K. Normale und abnorme Personallichkeiten / Leonhard K. – Berlin: Volk und Gesundheit, 1964.
5. Lewin K. Field theory of social science: selected theoretical papers. New york, 1951. p. 346
6. Potter W. James. Theory of Media Literacy A Cognitive Approach. Santa Barbara: University of California, 2004. 320 p.
7. Абетка фасилітації / під заг. ред. Н. Трамбовецька. Київ, 2017. С. 42-44
8. Амзин А. Вправа «Неповні новини: небезпека маніпуляції». URL: <https://medianavigator.org/exercise/8> (дата звернення: 20.04.2021)
9. Байчик А. В. Вправа «Як відокремити зерна від плевел». URL: <https://medianavigator.org/exercise/27> (дата звернення: 20.04.2021)
10. Барковський В.В., Барковська Н.В., Лопатін О.К. Теорія ймовірностей та математична статистика. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 424 с.
11. Большой психологический словарь / под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. Москва: Олма-пресс, 2004. 666 с.
12. Браун А. Групповая работа в Великобритании. Практика социальной работы / За ред. К.Ханвея і Т.Філпота.и Амтердам-Київ: Асоціація психіатрів України, Geneva Initiative On Psychiatry, 1996. С. 52-67

13. Видра О. Г. Вікова та педагогічна психологія: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 112 с.
14. Власюк О. В., Іванова Т. В., Потапова В. І., Срібна І. С. Практична медіаграмотність для бібліотек. Київ: АУП, 2019. С. 32-37
15. Ганнушкин П. Б. Клиника психопатий: их статика, динамика, систематика Москва: Медицина, 1964. С. 116–252.
16. Горова А., Єлігулашвілі М., Копіна О. Інструменти діалогу у виробленні ефективних рішень на рівні громади. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/2/9/452800.pdf> (дата звернення: 20.04.2021)
17. Дослідження «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р.». URL: <https://drive.google.com/file/d/1Oi2EdvI5Srk4hSD2KoxoKkamCarUX7f/view> (дата звернення: 20.04.2021)
18. Емельянов Ю. Н.. Социально-психологический тренинг: проблемы и перспективы. 1985. С. 10
19. Збірник інноваційно-методичних робіт з медіаграмотності / під заг. ред. О. Самойленко. Донецьк, 2016. С. 6-17
20. Іванов В. Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ: Центр Вільної Преси, 2013. С. 6-24.
21. Колчина А. Вправа «Зіпсований телефон». URL: <https://medianavigator.org/exercise/23> (дата звернення: 20.04.2021)
22. Кон И. С. Психология юношеского возраста: проблемы формирования личности. Москва: Просвещение, 1979. 174 с.
23. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. URL: [https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 20.04.2021)
24. Левитов Н. Д. Проблема психических состояний. *Вопросы психологии*. 1955. № 2. С. 16–26.
25. Личко А. Е. Психопатии и акцентуации характера у

подростков. Речь: СПб, 2009. 256 с.

26. Марищук В. Л. Функциональные состояния и работоспособность. Методология исследований по инженерной психологии и психологии труда / под ред. А. А. Крылова. Ленинград, 1974. С. 87–95.

27. Махнач А. В. К проблеме соотнесения динамических психических состояний и стабильных свойств личности. *Психологический журнал*. Томск. 1995. № 3. С. 35–43.

28. Методика визначення акцентуацій характеру К. Леонгарда (модифікація Г. Шмішека). URL: <http://www.obrbratsk.ru/upload6/%D0%A8%D0%BC%D0%B8%D1%88%D0%B5%D0%BA%20%D0%90%D0%BA%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%83%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D1%85%D0%B0%D1%80.pdf> (дата звернення: 20.04.2021)

29. Методика визначення домінуючого стану Л. В. Куликова. URL: <https://sites.google.com/site/test300m/ds8> (дата звернення: 20.04.2021)

30. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу : підручник. Кіровоград: Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології, 2013. С.77-105.

31. Норман Д., Линдсей П. Переработка информации у человека. Директмедиа Паблишинг, 2008. 555 с.

32. Петровская Л. А. Теоретические и методические вопросы социально-психологического тренинга . Москва, 1982. 208 с.

33. Печищев І. Вправа «Чи є дим без вогню?». URL: <https://medianavigator.org/exercise/10> (дата звернення: 20.04.2021)

34. Піаже Ж. Вибрані психологічні праці: навчальний посібник. Міжн. пед. академія, 1994. 680 с.

35. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів/ за ред. В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 100 с.

36. Психические состояния / сост. и общ. ред. Л. В. Куликова. Питер: СПб, 2000. С. 11–42.
37. Психология. Словарь / Под ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – 2-е изд, испр. и доп. Москва : Политиздат, 1990. 494 с.
38. Психологія здоров'я: підручник для вузів / під ред. Г. С. Нікіфорова. 2006 URL: [http://valeolog.net/userfiles/978\\_1.pdf](http://valeolog.net/userfiles/978_1.pdf) (дата звернення: 20.04.2021)
39. Психосоціальний розвиток дітей і підлітків. URL: <http://multycourse.com.ua/ua/page/16/93> (дата звернення: 20.04.2021)
40. Реан А. А. Методическое руководство по исследованию типов акцентуаций / А. А. Реан, С. Е. Лукин. СПб: ГП «Иматон», 1993. 52 с.
41. Ревякіна І. М. Психологічні особливості прояву акцентуацій характеру та їх вплив на процес самореалізації в юнацькому віці. І. М. Ревякіна, Є.К.Курбанова. Психологічні науки. Випуск 1(46) URL: [www.enpuir.npu.edu.ua/.../1/Revyakina%20Kurbanova.pdf](http://www.enpuir.npu.edu.ua/.../1/Revyakina%20Kurbanova.pdf) (дата звернення: 20.04.2021)
42. Роджерс К. О групповой психотерапии. Москва: «ГильЭстель», 1993. 224 с.
43. Сосновикова Ю. Е. К сравнительной характеристике психических состояний индивида и масс. *Вопросы психологии*. 1972. № 2. С. 141–144.
44. Столяренко Л.Д. Основы психологии. Издание 3-е, переработанное и дополненное. Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. С. 93-95
45. Чирков В. И. Изучение факторной структуры субъективного компонента функциональных состояний. *Психологические и психофизиологические характеристики операторской деятельности: тезисы VI Всесоюз. конф. по инженерной психологии*, г. Ленинград, 1984. С. 237–238.
46. Яницький М.С. Ціннісні орієнтації особистості як динамічна система. Кемерово, 2000. 204 с.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### *Анкета оцінки рівня медіаграмотності*

#### **1. Ви отримуєте інформацію в медіа:**

- а) з одного джерела, якому ви довіряєте і який краще розкриває те, що відбувається;
- б) з кількох джерел
- в) важко сказати

#### **2. Скільки приблизно часу на добу ви проводите в інтернеті:**

- а) не користуюся або користуюся до 30 хв.; б) від 30 хвилин до 1,5 години;
- в) від 1,5 до 3 годин;
- г) від 3 і більше годин;

#### **3. В інтернеті ви найчастіше:**

- а) спілкуюся з друзями;
- б) слухаю музику;
- в) дивлюся фільми;
- г) граю в ігри;
- д) читаю новини;
- е) все вище перераховане;
- є) інше.

#### **4. На ваш погляд «медіаграмотність – це»:**

- а) здатність людини критично оцінювати і перевіряти інформацію, що надходить до неї;
- б) здатність людини до сприйняття («читання») інтерпретацій, створення і передачі медіатекстів різних видів і жанрів;
- в) сукупність навичок і умінь, які дозволяють людям аналізувати, оцінювати і створювати повідомлення в різних видах медіа, жанрах і формах;
- г) здатність людини розбиратися в технічних параметрах інформаційно-комп'ютерних засобів різного рівня складності.

#### **5. Продовжіть фразу «Маніпулятивний вплив медіа - це ...»**



- а) система способів і прийомів аудіо та візуального монтажу;
- б) система маніпуляцій при створенні медіапродуктів і використанні інформаційних технологій;
- в) система способів і прийомів впливу на свідомість аудиторії з метою нав'язування будь-яких ідей або введення в оману.

**6. В якій з наведених фраз міститься помилка?**

- а) всі медіа відображають точку зору влади на події, що відбуваються;
- б) аудіовізуальне мислення - творча діяльність, заснована на емоційному співвіднесенні смислових і образних узагальнень частин екранного тексту;
- в) критичне мислення - це система суджень, яка використовується для аналізу речей і подій з метою коректно обґрунтувати, оцінювати і застосовувати отримані результати до ситуацій і проблем.

**7. Визначіть, який варіант з перерахованих повідомлень містить факти, а не думки**

- а) Маріуполь - центр металургійної промисловості в Україні;
- б) Маріуполь заснований запорізькими козаками на початку 16-го століття як фортеця Кальміус;
- в) децентралізація - одна з найбільш масштабних реформ, яка повинна повністю поміняти систему управління.

**8. Хто найбільше впливає на те, що виходить в ефір новин місцевого телебачення?**

- а) окремі журналісти; б) політики;
- в) власник; г) редактор; д) не знаю.

**9. Чи стежите ви за інформацією, що стосується правильного використання інформації та спілкування в соціальних мережах?**

- а) ніколи;
- б) так, постійно;
- в) ніколи.

**10. Що б ви перевірили у перш чергу, якби запідозрили, що пост у соціальних мережах є фейком?**

- а) кількість тих, хто поділився цим постом;
- б) кількість коментарів до посту;
- в) я перевірю, чи поділилися мої друзі цим постом; г) простежив би джерело інформації.
- г) нічого не робив би

**11. Що з наведених тверджень може бути маркером для визначення фейкової новини на телебаченні?**

- а) це екстрені новини;
- б) згадуються назви міст і людей, про яких ви раніше не знали; в) розбіжність відео / зображення зі словами журналіста;
- г) неможливо визначити фейкові новини.

**12. Чи можна вважати це фото надійним джерелом інформації?**



**Пластмасові відходи завдають особливо великої шкоди навколишньому середовищу, якщо їх не ліквідують відповідним чином. В Юрмалі, в районі Слока, 18 червня 2017 року на нелегальній звалищі пластмасових відходів виникла пожежа. Пожежа охопила площу в 12 000 квадратних метрів, тобто, 1,2 гектара. Фото: Новинне агентство LETA**

- а) так б) ні
- в) важко сказати

**13. Чи можна вважати це фото надійним джерелом інформації?**



**Індонезія посідає друге (після Китаю) місце за обсягом вироблених пластмасових відходів, з'ясували вчені Університету штату Джорджія (США) в ході проведеного в 2015 році дослідження. На знімку, зробленому в грудні 2017 року - сміття, викинуте океаном на популярний у туристів пляж Кута на індонезійському острові Балі. Фото: Новинне агентство AFP.**

- а) так
- б) ні
- в) важко сказати

**14. Чи можна вважати це фото надійним джерелом інформації?**



**На берега острівних держав Тихого океану прибій регулярно викидає мертвих китів, в шлунках яких вчені виявляють десятки кілограмів пластмасових відходів. Фото: Міжнародна екологічна організація Greenpeace.**

- а) так
- б) ні
- в) важко сказати

**15. Тобі пропонується стаття про проблему пластикових відходів.  
Прочитай статтю і зверни увагу на те, звідки автор отримав інформацію.**

*Чи справді треба заборонити пластмасовий посуд?*

*Більше 90% жителів, вирушаючи на природу, ніколи не залишають за собою сміття, а 50% завжди збирають навіть те, що викинули інші. Це в опитуванні на своїй домашній сторінці з'ясувала Асоціація виробників одноразового посуду.*

*За словами керівника Асоціації Катріни Коціні, результати опитування чітко доводять, що пластмасовий посуд не забруднює природу, тому немає причин забороняти її продаж. Асоціація представить результати опитування Міністерству навколишнього середовища.*

*Прийняте в травні 2019 року рішення Ради Євросоюзу з метою запобігання забруднення середовища вводить з 2021 року в країнах ЄС заборона на продаж одноразової пластмасового посуду, соломинок для напоїв, гігієнічних ватних паличок і пластикових «паличок» для повітряних кульок.*

*У доповіді Програми ООН з навколишнього середовища за 2018 рік мовиться, що щорічно в океани потрапляє до 13 мільйонів тонн пластмаси - вона забруднює середовище, у вигляді мікроскопічних часток стає кормом для риб та інших морських тварин і таким чином потім потрапляє і в організм людини. До того ж при виробництві пластмаси і виробів з неї в виникають шкідливі викиди, які потрапляють в атмосферу і сприяють змінам клімату. Тому важливо не тільки збирати і переробляти ці продукти, а й якомога менше їх виробляти, купувати і використовувати.*

*Карліс Прієде, який нещодавно разом з сім'єю переїхав в один з приморських селищ, теж вважає, що ступінь забрудненості перебільшена, тому заборона не потрібен. «Вечорами я іноді бігаю по березі моря і не бачу груд пластмасових відходів. Нам треба просвіщати суспільство, замість того щоб відразу все забороняти », - каже Прієде*

*«Хоч у води Європи потрапляє набагато менше відходів, ніж, наприклад, в Азії, наше море теж стає все більш брудним», - розповідає біолог і дослідник Балтійського моря Яніс Атслега. Очолювана ним організація «Зелена природа» щовесни ось уже 10 років на всьому морському узбережжі Латвії збирає і узагальнює дані про масштаби забруднення.*

- а) думка представника виробників
- б) думка жителя
- в) думка експерта
- г) результат опитування
- д) думка державної посадової особи
- е) офіційний документ

Додаток Б

*Матеріали до заняття 4 програми розвитку медіаграмотності у осіб  
юнацького віку*

### **Вправа «Два пілоти»**

«На Землі сталася жахлива катастрофа, кінець світу. Єдиним порятунком є політ на Марс, придатний для проживання. Ви двоє вижили з досвідом пілотування. Але залишився лише один космічний корабель, і він повний. вибере, хто з вас прийме кермо і помчить на планету життя. Ваше завдання: Відповідно до принципів вашого пілота (перший - інформувати і маніпулювати фактами; другий - пропаганда, маніпуляції, вплив на емоції), проведіть свою демонстрацію і дозвольте людям (пасажирам) вибрати вас. Тоді ще один пілот залишиться на землі.

Пілот № 1. Ви описали реальну ситуацію. Скажи всю правду. Тут немає емоцій та оздоблення. Припустимо, у вас є 20-річний досвід. Вони зіткнулися з різними ситуаціями під час польоту і зуміли вийти із скрутного становища. але! Саме в цій ситуації ви сумніваєтесь, чи зможете ви досягти кінця за допомогою такої кількості палива. Ризик великий. Але ти зробиш все можливе.

Пілот № 2. Ви прикрашаєте реальність і апелюєте почуттями. Бажаючи полетіти, знаючи, що пального не вистачить. Ви стверджуєте пасажирам, ніби лише з вами вони можуть летіти з відсутністю проблем і ніби їм нічого не загрожує. Все буде ОК. Хоча ви маєте малий досвід керування літаком, ви все рівно переконуєте всіх полетіти з вами.

В ході гри і суперечки співучасники прибувають до осмислення суті сенсу «інформування» і «пропаганда», дізнаються їх відміну. Інструктор звертає увагу, що пропаганда часто поєднана із інформуванням. Вона діє в форматі напівправди і використовує витончені технології маніпулятивного впливу, апелює до людських емоцій. Вона небезпечна тим, що дає зручний висновок та надію.

Додаток В

*Матеріали до заняття 5 програми розвитку медіаграмотності у осіб  
юнацького віку*

**Аналіз казки «Казка про Королеву»**

Під страхом смерті, король заборонив королеві залишати замок. Однак, як тільки одного разу вранці король вийшов на полювання, королева проскочила повз сторожової вежі і пішла до коханця, який жив у сусідньому селі. Затримавшись у нього довгий час, королева вирішила повернутися до замку, поки король не повернеться з полювання. Однак охоронці навідріз відмовили цариці увійти до замку на тій підставі, що король наказав нікому не входити.

Королева згадала, що вона може перетнути озеро з іншого боку, щоб дістатися до замку. Але вона не вміє плавати, Рибалка вимагає 5 золотих монет як винагороду за переправу. Королева не несла грошей, Рибалка не повірила своїй обіцянці і заплатила після доставки додому: Королева пішла шукати коханого, щоб позичити гроші, але у нього не було грошей і не хотів їй допомагати, сказавши, що він просто грається з нею і не хоче брати на себе жодних зобов'язань.

У цьому ж селі у королеви є найкращий друг. Він дуже багатий. Але дізнавшись про тяжке становище королеви, він відмовився позичати гроші, сказавши, що вважає її поведінку аморальною і не хоче допомагати зрадникові. Водночас сутеніло. У розпачі королева знову підбігла до рибалки, але її сльози та благання не пожаліли його. Почувши ріг короля, що повертався з полювання, королева намагалася проскочити повз сторожа, сподіваючись, що він не помітить її в сутінках і померла від спису.

Тренер продемонстрував, наскільки суб'єктивні фактори, особисті переконання репортера чи редакційна політика ЗМІ можуть впливати та впливати на повідомлення про абсолютно справжні проблеми сьогодні. З цією метою він ввів імена учасників фактичного конфлікту, а не імена героїв, про які в даний час повідомляють ЗМІ, наприклад, конфлікт на сході України (Україна, Росія, сепаратисти, ЄС, США ), ООН) Замість імен учасників - імена різних засобів масової інформації.

Додаток Г

*Матеріали до заняття 6 програми розвитку медіаграмотності у осіб  
юнацького віку*

**Вправа «Як човен назвеш ...»**

Тема виконує три функції: привернути увагу, інформувати про тему, спонукати інтерес. Після невеликої дискусії тренер розповідає про структуру статті: заголовок, лід, зміст. Учасники знайомляться з правилами, якими користуються журналісти при написанні статей і розуміють, що усі медіатексти – конструкти. Кожна частина конструкції має свою мету. Заголовок допомагає читачам швидко визначити, чи потрібна їм стаття і чому вони повинні відкрити або купити сторінку з цим контентом.

Іноді медіа використовують кричущі заголовки, щоб заманити читача, але не дають йому очікуваної інформації. Цей маркетинговий хід використовується, щоб продати рекламу, підвищити відвідуваність сайту.

Тренер озвучує кілька прийомів створення заголовків, які містять психологічні «гачки», чіпляють увагу читача, і просить учасників підняти руку і зачитати свій заголовок, якщо він:

- сформульований у вигляді питання;
- містить таємницю, сенсацію, секрет, інтригу;
- пропонує вирішити проблему;
- містить цифри;
- вселяє страх;
- зачіпає почуття гордості, самолюбства читача;
- вступає в діалог з читачем.

Питання для обговорення:

1. Чи розкриває заголовок тему або головну думку вашої статті?
2. Чи містить він прийоми, що залучають увагу читача?

Тренер просить учасників придумати нові заголовки до своїх статей, - щоб вони були і «клікабельними», і інформативними. Статті з новими заголовками розміщуються на стенді для загального ознайомлення.

*Додаток Г*

*Матеріали до заняття 7 програми розвитку медіаграмотності у осіб  
юнацького віку*

**Гра «Чи буває дим без вогню?»**

Команди отримують однаковий набір з чотирьох кейсів у вигляді зображень і посилань з медіа, в який можуть входити:

- матеріали з неточною текстовою інформацією;
- фотофейки;
- відеофейки;
- матеріали з неточним перекладом з першоджерела.

Протягом 15 хвилин команди шукають докази недостовірності повідомлення. Після команди розповідають, що їм вдалося знайти, і демонструють знайдені веб-сторінки, ілюстрації, тексти.

Кожна відповідь оцінюється за 3-бальною системою:



3 бали – повна відповідь, знайдений першоджерело або надано незаперечний доказ фейк;

1 бал – неповна відповідь: названі деталі, які вказують, що інформація сумнівна і потребує додаткової перевірки;

0 балів – немає відповіді або відповідь не відповідає завданням.

Перемагає команда, яка набрала найбільшу кількість балів.