

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД»
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»

Навчально-науковий інститут психології та соціальних наук

Кафедра психології

ВПЛИВ СУЧАСНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ
МОЛОДІ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

БАКАЛАВР

за спеціальністю 053 Психологія

Шиман Ганна Олександрівна

Кваліфікаційна робота

допущена до захисту

Зав. кафедри доцент Литвинова І.Л.

«___» _____ 20__ р

Науковий керівник:

Лукашевич Н.М.,

д-р.філософ. в галузі псих.,проф.

Рецензент:

Абсалямова Л.М.

доктор псих.наук, проф

Київ 2025

Реєстрація

номер

дата

підпис

**Рекомендовано до
захисту**підпис наукового
керівник**Лукашевич Н.М.****Результат захисту**

оцінка

дата

захисту

Голова ЕК

підпис

Крутій О.М.

ініціали, прізвище

Члени ЕК

підпис

Догадіна В.Ю.

ініціали, прізвище

підпис

Свір В.В.

ініціали, прізвище

підпис

Лантух І.В.

ініціали, прізвище

підпис

Гніденко Ю.П.

ініціали, прізвище

Секретар ЕК

підпис

Портнянка В.В.

ініціали, прізвище

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД»
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»

Навчально-науковий інститут психології та соціальних наук

Кафедра психології

спеціальність *Психологія*

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

курс IV (*бакалаврат*)

Завідувач кафедри

_____ доцент Литвинова І.Л.

«___» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра

Шиман Ганна Олександрівна

1. Тема роботи: Вплив сучасних медіа на формування світогляду молоді
2. Затверджена наказом по інституту від «___» _____ 20__ р. № ____
3. Термін подання студентом завершеної роботи «___» _____ 20__ р.
4. Цільова установка: виявити особливості впливу сучасних медіа на процеси формування світогляду молоді, визначити основні психологічні механізми та чинники, які сприяють трансформації ціннісно-сислової сфери особистості в умовах медіатизованого середовища; вихідні дані: монографії з медіаграмотності та життєстійкості, наукові статті у фахових виданнях з проблематики впливу медіа на молодь, статистичні дослідження щодо вивчення сприйняття інформації, критичного мислення та схильності до навіюваності, оглядові матеріали з педагогіки, медіа-психології та когнітивним аспектам обробки інформації.
5. Перелік графічного матеріалу 12 табл., 8 рис.

6. Консультанти по роботі:

Розділ	Консультант (Прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	Лукашевич Н.М.		
Розділ 2	Лукашевич Н.М.		
Розділ 3	Лукашевич Н.М.		

7. Зміст роботи:

Вступ

Розділ 1. Ретроспективний огляд наукових джерел з проблематики впливу медіа на формування світогляду молоді

Розділ 2. Методологічні основи та психодіагностичні інструменти дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді

Розділ 3. Емпіричне дослідження впливу сучасних медіа на формування ціннісно-світоглядних орієнтацій молоді

Висновок

Список використаних джерел

Додатки

Календарний план виконання роботи

№ п/п	Етапи виконання роботи	Термін виконання	
		За планом	Фактичний
1.	Вибір теми і призначення наукового керівника кваліфікаційної роботи магістра	01.07.2025	01.07.2025
2.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи магістра	03.07.2025	03.07.2025
3.	Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи магістра, затвердження його керівником	04.07.2025	04.07.2025
4.	Збір та узагальнення матеріалу за темою роботи	25.07.2025	25.07.2025
5.	Підготовка першого (чорнового) варіанту роботи і подання його на перевірку науковому керівнику	02.09.2025	02.09.2025
6.	Доопрацювання тексту роботи з врахуванням зауважень наукового керівника, збагачення роботи додатковими дослідженнями, що проводилися під час переддипломної практики, і подання її на повторне читання	22.09.2025	22.09.2025
7.	Подання кваліфікаційної роботи магістра на реєстрацію на кафедрі, рецензування та написання відгуку науковим керівником	20.10.2025	20.10.2025
8.	Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи магістра на засіданні Екзаменаційної комісії		
9.	Захист виконаної кваліфікаційної роботи		

Дата видачі завдання _____

Науковий керівник _____ (ПІБ)

Завдання прийняв до виконання

здобувач вищої освіти _____ (ПІБ)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 84 с. основного тексту, 12 табл., 8 рис., 63 джерела, 4 додатки

Об'єкт дослідження: світогляд молоді як психолого-соціальне утворення.

Предмет дослідження: психологічні характеристики впливу сучасних медіа на формування компонентів світогляду молоді (когнітивних установок, цінностей, смислів, ідентичності).

Мета дослідження: виявити особливості впливу сучасних медіа на процеси формування світогляду молоді, визначити основні психологічні механізми та чинники, які сприяють трансформації ціннісно-смислової сфери особистості в умовах медіатизованого середовища.

Гіпотеза дослідження: ступінь впливу сучасних медіа на процес формування світогляду молоді визначається рівнем самодетермінації, характеристиками Я-концепції, життєстійкістю та ступенем вираженості схильності до навіювання.

Методи дослідження:

- теоретичні: порівняльний аналіз, синтез, систематизація, класифікація, теоретичне моделювання
- шкала усвідомленого вибору та самосвідомості PCASS, опитувальник «Колективна та незалежна Я-концепція» SCS, опитувальник життєстійкості Маді (короткий), опитувальник навіюваності Клаучека-Деларю, критерій Пірсона (r -Pearson).

СВІТОГЛЯД, МЕДІА, МЕДІАГРАМОТНІСТЬ, НАВІЮВАНІСТЬ, ЦІННОСТІ, Я-КОНЦЕПЦІЯ

WORLDVIEW, MEDIA, MEDIA LITERACY, SUGGESTIBILITY, VALUES, SELF-CONCEPT

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ОГЛЯД НАУКОВИХ ДЖЕРЕЛ З ПРОБЛЕМАТИКИ ВПЛИВУ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ МОЛОДІ	15
1.1 Поняття «світогляд» у психологічній науці	15
1.2 Вікові особливості формування світогляду у молодіжному віці	25
1.3 Сучасні медіа: види, особливості, психологічні ефекти	29
1.4 Психологічні механізми впливу медіа на особистість	35
1.5 Медіакультура та медіаграмотність як чинники стійкості до маніпуляції	42
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ТА ПСИХОДІАГНОСТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ МОЛОДІ	46
2.1 Обґрунтування вибору психодіагностичних методів для вивчення впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді	46
2.2 Шкала усвідомленого вибору та самосвідомості PCASS	47
2.3 Опитувальник «Колективна та незалежна Я-концепція» SCS	49
2.4 Опитувальник життестійкості Маді	50
2.5 Опитувальник навіюваності Клаучека-Деларю	53
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНО-СВІТОГЛЯДНИХ ОРІЄНТАЦІЙ МОЛОДІ	56
3.1 Хід експерименту	56
3.2 Опис вибірки	58
3.3 Інтерпретація результатів	59
3.4 Кореляційний аналіз	79

	8
ВИСНОВКИ	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92
ДОДАТКИ	98

ВСТУП

Актуальність наукової роботи зумовлена тим, що сучасна епоха відзначається швидким прогресом інформаційно-комунікаційних технологій, всеохоплюючою цифровізацією та глобальною медіатизацією усіх сфер людської життєдіяльності. Медіа стали невід’ємною частиною соціального та психологічного простору особистості, формуючи особливе середовище, в якому розгортаються процеси пізнання, соціалізації, ідентифікації та інтеріоризації культурних норм. В умовах постіндустріального суспільства медійна реальність набуває все більшого значення як простір творення смислів та формування ціннісних орієнтирів. Особливо визначальний цей вплив у юнацькому та молодому віці, коли світогляд особистості ще перебуває на стадії активного становлення та занадто вразливий до зовнішніх впливів.

Світогляд є складним інтегративним утворенням, що містить систему поглядів на світ, людину, суспільство та власне місце людини в ньому. Він охоплює когнітивний, ціннісно-змістовний, емоційний та поведінковий компоненти, розвиток яких відбувається у динамічній взаємодії з соціокультурним середовищем. Сучасні медіа є важливим каналом трансляції знань, ідеологій, норм та моделей поведінки, що чинять безпосередній вплив на структурні елементи світогляду молоді – від базових уявлень та життєвих орієнтирів до установок та форм самосвідомості.

Особливе занепокоєння спеціалістів викликає те, що сучасний медіапростір характеризується не лише колосальним обсягом інформації, а й її високою фрагментарністю, суперечливістю та нерідко – маніпулятивністю. В умовах постправди та інформаційного пересичення у молоді часто формуються поверхневі, недиференційовані та дезорієнтуючі погляди на найважливіші життєві питання. Крім того, широке розповсюдження соціальних мереж та цифрових платформ сприяє зміщенню акцентів з

рефлексивного, критичного осмислення інформації на емоційне, реактивне споживання контенту, що перешкоджає формуванню цілісного та стійкого світогляду.

Додатковим чинником, що актуалізує цю проблему, є трансформація характеру соціалізації: на зміну традиційним інститутам – сім'ї, освітнім закладам, культурі, – все частіше приходять неформальні канали впливу, серед яких особливе місце посідають медіа. У віртуальному просторі молодь отримує доступ до різноманітних світоглядних моделей, у тому числі до радикальних, маргінальних або псевдонаукових, часто без адекватної критичної оцінки та психологічної готовності до осмислення суперечливої інформації. Така ситуація сприяє формуванню невизначеності у ціннісних орієнтирах, зростанню тривожності, зниженню рівня соціальної та особистісної ідентичності.

Перед психологічною наукою постає необхідність осмислення нових викликів цифрового середовища, розробки концептуальних моделей та методик, які дозволять виявляти закономірності впливу медіа на формування світогляду. Відсутність цілісних, емпірично обґрунтованих підходів до даної проблеми ускладнює і науковий аналіз, і практичну інтервенцію з метою запобігання негативному впливу медіа, формування критичного мислення, медіаобізнаності та психологічної стійкості у молоді.

Зважаючи на викладене, дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді набуває особливої наукової та практичної значимості. Воно сприяє глибшому розумінню трансформацій ціннісно-змістовної сфери особистості в умовах цифрової цивілізації, а також розробці ефективних психолого-педагогічних стратегій підтримки молоді у процесі становлення цілісного, внутрішньо узгодженого та адаптивного світогляду.

Мета дослідження: виявити особливості впливу сучасних медіа на процеси формування світогляду молоді, визначити основні психологічні механізми та чинники, які сприяють трансформації ціннісно-сміслової сфери особистості в умовах медіатизованого середовища.

Об'єкт дослідження: світогляд молоді як психолого-соціальне утворення.

Предмет дослідження: психологічні характеристики впливу сучасних медіа на формування компонентів світогляду молоді (когнітивних установок, цінностей, смислів, ідентичності).

Гіпотеза дослідження: ступінь впливу сучасних медіа на процес формування світогляду молоді визначається рівнем самодетермінації, характеристиками Я-концепції, життестійкістю та ступенем вираженості схильності до навіювання.

Практичне значення. Результати дослідження можуть мати практичне застосування:

- при формуванні програм та заходів щодо формування медіаобізнаності та критичного мислення у молоді;
- у діяльності практичних психологів та педагогів з метою профілактики негативного впливу цифрового контенту;
- для створення інформаційно-освітніх та просвітницьких ініціатив, спрямованих на підтримку особистісного та світоглядного розвитку молоді в умовах цифрового середовища;
- у наукових та прикладних проектах, що мають на меті вивчення трансформацій психологічного простору особистості в епоху цифровізації.

Завдання дослідження.

1. Проаналізувати теоретичні підходи до визначення та структури світогляду у психологічній науці.
2. Охарактеризувати вікові особливості формування світоглядних установок у молодіжному віці.
3. Визначити основні види сучасних медіа, їх функціональні особливості та психологічні ефекти впливу.
4. Виявити психологічні механізми впливу медіаконтенту на когнітивну, емоційну та поведінкову сфери особистості.
5. Розглянути роль медіакультури та медіаграмотності у

формуванні стійкості молоді до маніпулятивних впливів.

6. Провести емпіричне дослідження особливостей світогляду та сприйняття медіа у респондентів молодого віку з використанням валідизованих психодіагностичних методик.

7. Виявити рівень усвідомленості прийнятих рішень та розвиненості самосвідомості, а також оцінити здатність до рефлексії та самостійного формування життєвих орієнтирів в умовах інформаційного впливу за допомогою шкали усвідомленого вибору та самосвідомості PCASS.

8. Визначити співвідношення колективної та незалежної Я-концепції, оцінити, наскільки особистісна ідентичність та система цінностей спираються на групову приналежність або індивідуальну автономію, використовуючи опитувальник «Колективна та незалежна Я-концепція» SCS.

9. Оцінити рівень життєстійкості як інтегральної характеристики психологічної стійкості, що містить прийняття викликів, контроль над обставинами та залученість у діяльність, що може бути фактором опірності медійному впливу, з використанням опитувальника життєстійкості Маді (короткий).

10. Виміряти ступінь навіюваності як індивідуальної схильності до сприйняття та засвоєння зовнішніх установок, оцінок та моделей поведінки, що транслуються через медіа, за допомогою опитувальника навіюваності Клаучека-Деларю.

11. Визначити на підставі отриманих результатів психологічні фактори, які сприяють формуванню стійкості молоді до маніпулятивних медійних впливів.

12. Провести кореляційний аналіз за допомогою коефіцієнта кореляції Пірсона та інтерпретувати отримані результати з метою виявлення взаємозв'язку між психологічними характеристиками молоді (усвідомленістю, Я-концепцією, життєстійкістю, навіюваністю) та впливом сучасних медіа на формування їх світогляду.

У теоретичній частині дослідження застосовувався комплекс методів,

спрямованих на всебічний аналіз проблеми впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді. Передусім було застосовано аналіз та синтез, що дозволило виділити основні теоретичні підходи, узагальнити та структурувати наукові уявлення з даної тематики. Порівняльний аналіз використовувався для зіставлення різних концепцій та точок зору відносно механізмів формування світогляду та впливу інформаційного середовища. За допомогою ретроспективного огляду наукової літератури було відслідковано динаміку розвитку наукових поглядів на роль медіа у соціокультурній та психологічній трансформації молоді. Систематизація та класифікація застосовувалися для упорядкування понятійного апарату та визначення взаємозв'язків між індивідуально-психологічними характеристиками особистості та особливостями сприйняття медіаінформації. Також використовувалося теоретичне моделювання, спрямоване на побудову концептуальної схеми емпіричного дослідження та обґрунтування можливих взаємозв'язків між змінними.

Для реалізації емпіричного дослідження було відібрано **методики**:

- шкала усвідомленого вибору та самосвідомості PCASS,
- опитувальник «Колективна та незалежна Я-концепція» SCS,
- опитувальник життєстійкості Маді (короткий),
- опитувальник навіюваності Клаучека-Деларю,
- метод математичної обробки за критерієм Пірсона (r -Pearson).

Вибірка дослідження складалася із 45 учасників віком від 20 до 25 років, які пройшли анкетування та психодіагностичне обстеження на базі БО «Інститут медицини та миру». До вибірки ввійшли 31 жінка та 14 чоловіків. Зазначений віковий діапазон дозволяє віднести учасників до категорії сучасної молоді – соціально активної, яка перебуває на стадії активного формування життєвих установок та світоглядних орієнтацій. Такий вибір забезпечує високу релевантність отриманих даних за темою дослідження.

Збалансований гендерний склад, а також чітке вікове обмеження дозволяють розглядати вибірку як достатньо однорідну за основними

демографічними параметрами, що сприяє більшій точності інтерпретації результатів та їх подальшого узагальнення.

Перед початком роботи усім респондентам були пояснені цілі, завдання та умови дослідження, після чого було отримано добровільні інформовані згоди – і усні, і письмові. Усі процедури відповідали основним етичним стандартами психологічної науки, у тому числі принципам добровільності, анонімності та конфіденційності. Емпірична частина дослідження проводилася в умовах, які повністю відповідають діючим санітарно-гігієнічним нормам України, що забезпечило комфортну та безпечну атмосферу для учасників та дослідника.

Отримані результати роботи були презентовані та пройшли апробацію під час наступних наукових заходів:

1. VII Міжнародній науково-практичній конференції «GLOBAL TRENDS IN SCIENCE AND EDUCATION» (28-30 липня 2025 р., м. Київ) з публікацією на тему: «Психологічні аспекти роботи з особами, що страждають на синдром хронічної втоми»,

2. у межах студентської наукової конференції, проведеної у дистанційному форматі Харківським інститутом МАУП у жовтні 2025 року, тематика якої була зосереджена на проблематиці психологічної допомоги в умовах війни: досвід, дослідження, інтервенції.

Структура кваліфікаційної роботи бакалавра обумовлена поставленою метод та завданнями дослідження, що забезпечило логічний виклад матеріалу та послідовне розкриття основних аспектів проблематики, яка вивчалася.

Вступ

Розділ 1. Ретроспективний огляд наукових джерел з проблематики впливу медіа на формування світогляду молоді

Розділ 2. Методологічні основи та психодіагностичні інструменти дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді

Розділ 3. Емпіричне дослідження впливу сучасних медіа на формування ціннісно-світоглядних орієнтацій молоді

Висновки

Список використаних джерел

Додатки

Обсяг кваліфікаційної роботи бакалавра 106 аркушів.

РОЗДІЛ 1. РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ОГЛЯД НАУКОВИХ ДЖЕРЕЛ З ПРОБЛЕМАТИКИ ВПЛИВУ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ МОЛОДІ

1.1 Поняття «світогляд» у психологічній науці

Світогляд у психологічній науці розглядається як системоутворюючий компонент свідомості особистості, що є цілісною сукупністю поглядів, переконань, установок, ціннісних орієнтирів, оцінок та життєвих смислів, через які людина осмислює оточуючий світ, своє місце в ньому, а також регулює власну діяльність та поведінку. Він відображає глибинні аспекти внутрішнього світу індивіда та тісно пов'язаний з її ідентичністю, самосвідомістю та мотиваційно-смисловою сферою.

З психологічної точки зору, світогляд – це не просто сума знань або думок про світ, а цілісна, внутрішня, стійка система, яка формується у процесі онтогенезу під впливом соціальних, культурних, освітніх, міжособистісних та медійних чинників. Світогляд має властивості стійкості, системності, суб'єктивної значимості та вибіркості стосовно інформації, яка надходить ззовні.

Поняття світогляду у психологічній науці розглядається як складне, багаторівневе та динамічне утворення, що містить когнітивні, емоційно-ціннісні та мотиваційні компоненти, інтегровані у цілісну систему поглядів особистості на себе, інших людей, суспільство та світ в цілому. Дослідження світогляду проводяться в межах різних напрямків та шкіл психологічної думки, кожна з яких зосереджується на певних, конкретних аспектах даного феномену.

Когнітивний підхід (У.Найссер, Ж.Піаже, Р.Шенк та інші) сконцентрований на дослідженні внутрішніх ментальних процесів, які

забезпечують сприйняття, інтерпретацію та структурування інформації, що надходить із зовнішнього світу. У межах даного підходу світогляд розуміють як результат активної інтелектуальної діяльності суб'єкта, спрямованої на осмислення досвіду, формування когнітивних структур та побудову стійкої картини світу. Особлива увага зосереджена на питанні, яким чином у процесі індивідуального розвитку формуються схеми, переконання, установки, категорії та концепти, на основі яких людина інтерпретує події, явища та взаємодіє з реальністю.

Згідно з положеннями теорії когнітивного розвитку Ж.Піаже, формування у том числі світоглядних уявлень відбувається поетапно, у процесі послідовного ускладнення операцій мислення – від сенсомоторного до формально-операціонального рівня. Це означає, що з роками та в процесі розвитку індивід набуває здатності до абстрактного мислення, гіпотетико-дедуктивних роздумів та рефлексії, що є необхідною умовою для формування цілісного та стійкого світогляду [57].

У.Найссер, запровадивши поняття «когнітивні схеми», підкреслює, що сприйняття та інтерпретація дійсності опосередковані ментальними структурами, які спрямовують увагу, формують очікування та визначають спосіб обробки інформації. Світогляд у даному контексті є сукупністю взаємопов'язаних когнітивних схем, які забезпечують смислове упорядкування оточуючої дійсності та орієнтування у ній [53].

У межах когнітивної науки акцентується увага на рольових сценаріях (скриптах), ментальних моделях та знаннях, що зберігаються у довгостроковій пам'яті. Ці структури необхідні не лише для інтерпретації поточних подій, а й для передбачення майбутніх ситуацій, що забезпечує важливість світогляду як цінного інструменту адаптації та регуляції поведінки [59].

Значний інтерес у когнітивній психології викликає феномен когнітивних викривлень – стійких помилок у обробці інформації, які можуть спотворювати сприйняття оточуючої реальності та формувати викривлені

світоглядні установки. Наприклад, схильність до селективної уваги, ефект підтвердження, фундаментальна помилка атрибуції та інші викривлення можуть сприяти закріпленню неадекватних або ірраціональних поглядів на світ та самого себе.

Отже, когнітивний підхід підкреслює активну, конструктивну природу формування світогляду, розглядаючи його як результат взаємодії внутрішніх когнітивних структур та зовнішнього середовища, а також як систему знань, переконань та уявлень, що забезпечує інтерпретацію досвіду, прогнозування подій та прийняття рішень.

Психоаналітичний підхід (Е.Еріксон, З.Фрейд, К.Юнг) розглядає світогляд як глибоко особистісну, багат шарову систему, вкорінену у несвідомих психічних структурах. У цьому контексті формування світогляду обумовлено не лише усвідомленим сприйняттям та раціональною обробкою, а й впливом прихованих мотивацій, пригнічених імпульсів та захисних механізмів психіки.

З.Фрейд підкреслював значення витіснених переживань, сформованих у ранньому дитинстві, та їх наступні прояви у символічних формах мислення, які впливають на інтерпретацію оточуючої дійсності. Згідно з його поглядами у тому числі світоглядні установки можуть бути наслідком боротьби між Его, Ід та Супер-Его [26].

К.Юнг запровадив поняття колективного несвідомого та архетипів як універсальних образів, що формують глибинні уявлення про світ. Світогляд з точки зору юнгіанської психології виявляється через символічні структури, міфологеми та культурні наративи, вбудовані у психіку людини [46].

Е.Еріксон акцентував увагу на стадійності психосоціального розвитку, стверджуючи, що особистість у кожен віковий період свого життя вирішує певні екзистенціальні завдання, результатом яких є формування стійких поглядів на себе, інших та світ в цілому. Тобто, світогляд формується як результат успішного або неуспішного проходження психосоціальних криз [39].

Ж.Лакан запровадив у психоаналітичну традицію лінгвістичне вимірювання, розглядаючи у том числі й світогляд як результат суб'єктивізації через мову та символічні порядки. Він стверджував, що людське сприйняття реальності завжди опосередковане мовою та структурами означаючих, що формує специфічну картину світу, основу не стільки на фактах, скільки на інтерпретації та несвідомих бажаннях [47].

Таким чином, з позицій психоаналізу світогляд є складним конструктом, в якому переплітаються суб'єктивний досвід, несвідомі сенси, дитячі переживання, культура та мова.

Гуманістична та екзистенціальна психологія (А.Маслоу, К.Роджерс, В.Франкл, Р.Мей) розуміє світогляд як унікальну внутрішню структуру, що формується у процесі самоосмислення, рефлексії та особистісного розвитку індивіда. У межах даних підходів особлива увага приділяється суб'єктивній системі смислів, цінностей та цілей, які надають життю людини спрямованість та цілісність. Світогляд досліджується не лише як комплекс поглядів, а й як глибинна основа екзистенціального вибору, що відображає прагнення особистості до автентичності, свободи, самоактуалізації та подолання внутрішньої пустки. Основними характеристиками зрілого світогляду у даному контексті є усвідомленість, особистісна автономія, здатність до критичної рефлексії, відповідальність за зроблені вибори та прагнення до реалізації власного потенціалу. У працях В.Франкла акцентується увага на ролі смисложиттєвих орієнтацій як опори в умовах кризи та екзистенціальної невизначеності [42]. А.Маслоу підкреслює важливість ієрархії потреб та самоактуалізуючої тенденції особистості. К.Роджерс запроваджує поняття «організмичної цінності» та справжнього «Я», що визначає відповідність зовнішнього та внутрішнього досвіду, а Р.Мей пов'язує світоглядне становлення з екзистенціальною тривогою та переживанням буттєвої відповідальності [52].

Соціально-психологічний підхід концентрується на детермінації світоглядних установок соціокультурними чинниками та структурою

міжособистісних взаємодій. У межах даної парадигми світогляд розуміють як продукт соціалізації, що формується під впливом соціальної ідентифікації, норм групи, рольових очікувань та комунікативного впливу. Дослідники (Л.Берковіц, Г.Теджел, Е.Гофман) акцентують увагу на таких механізмах як групова приналежність, соціальна категоризація, навіюваність, конформізм, а також вплив соціального порівняння та тиску середовища. Особливу роль у формуванні світоглядних структур відіграють процеси колективної репрезентації, стереотипізації та символічної інтерпретації подій. Масова комунікація та сучасні медіа розглядаються як важливі джерела формування картини світу, особливо в умовах постправди, цифрової соціалізації та медійного моделювання реальності. Таким чином, світогляд в межах соціально-психологічного підходу постає як гнучка, адаптивна система, яка виконує функції соціальної інтеграції, ідентичності та орієнтації в соціумі [45, 58, 61].

Узагальнюючи, можна резюмувати, що різноманіття теоретико-психологічних підходів свідчить про багатовимірність, багаторівневість та міждисциплінарну сутність поняття світогляд. Воно є не лише когнітивною конструкцією, а й феноменом, що містить мотиваційні, емоційні, ціннісні та соціокультурні компоненти. У сучасній психології світогляд розглядається як одна із визначальних детермінант особистісної ідентичності, життєвої стратегії, поведінкової регуляції та інтерпретації індивідуального життєвого досвіду індивіда.

Сучасні психологічні дослідження підкреслюють, що світогляд є складною, багаторівневою системою, яка містить низку взаємопов'язаних компонентів, кожен із яких виконує специфічні функції у формуванні ставлення людини до себе, інших та світу в цілому. Структура світогляду може бути представлена наступними компонентами.

1. Когнітивний компонент.

Містить систему знань, переконань, уявлень, ментальних схем та образів світу, які забезпечують когнітивну основу сприйняття та

інтерпретації дійсності. Саме на цьому рівні формуються базові пояснювальні моделі, причинно-наслідкові зв'язки, узагальнення та категорії, за допомогою яких індивід структурує власний життєвий досвід. Цей компонент відображає не лише обсяг знань, а й особливості когнітивної репрезентації соціальної та фізичної реальності.

2. Афективно-оціночний компонент.

Це сукупність емоційних реакцій, ціннісних орієнтацій, моральних установок та переваг, що формують емоційно-сміслове ставлення людини до світу, себе та інших людей. Емоції та цінності у даному контексті є внутрішніми індикаторами значимості того, що відбувається, та впливають на інтерпретацію подій та вибір особистісних позицій. Цей компонент забезпечує особистісне забарвлення світоглядних установок.

3. Поведінковий (конативний) компонент.

Містить поведінкові наміри, вольові установки, стійкі форми активності та поведінкові сценарії, що спираються на світоглядну основу. Він виражається у виборі способів взаємодії з оточуючою дійсністю, у способах реагування на життєві виклики та у реалізації особистих цілей та переконань на практиці. Поведінка у такому випадку розглядається як прояв світоглядної позиції, втіленої у діях.

4. Смісловий (екзистенціальний) компонент.

Охоплює особистісні смисли, життєві цілі, ідеали, установки, а також уявлення про призначення та місце людини в житті. Цей компонент визначає внутрішню мотивацію, спрямованість життя та ступінь усвідомленості власного життєвого шляху. Він тісно пов'язаний з поняттям «життєвої філософії» та відображає глибинні переконання, що стосуються сутності буття, свободи, відповідальності та справжності. Екзистенціальний рівень світогляду задає вектор особистісного зростання та формує внутрішні орієнтири.

5. Рефлексивний компонент.

Це здатність індивіда до самоспостереження, усвідомлення, критичного аналізу та переосмислення власних поглядів, переконань та життєвих орієнтирів. Рефлексія забезпечує гнучкість та адаптивність світоглядної системи, що зумовлює можливість її еволюції у відповідь на зміни зовнішніх та внутрішніх умов. Рефлексивний компонент сприяє інтеграції нових знань, досвіду та емоційних переживань у цілісну світоглядну структуру.

Таким чином, структура світогляду є цілісним утворенням, в якому когнітивні, емоційні, поведінкові, смислові та рефлексивні аспекти взаємопов'язані та взаємно доповнюють один одного. Їх взаємодія забезпечує стійкість світогляду як системи, її спрямованість та здатність до адаптації в умовах особистісних та соціальних змін.

Світогляд як системотворче утворення особистості виконує низку надзвичайно важливих психологічних функцій, які забезпечують не лише внутрішню цілісність та стабільність суб'єкта, а і його адаптацію до зовнішнього світу, орієнтацію у соціальному та культурному контексті. Кожна функція відіграє власну унікальну роль у регуляції поведінки, мислення та емоційного стану особистості.

Орієнтаційна функція. Світогляд є внутрішнім «компасом», що спрямовує пізнавальну активність людини. Він забезпечує можливість орієнтуватися у різноманітті життєвих явищ, інтерпретувати те, що відбувається, відповідно до сформованих уявлень та моделей реальності. Орієнтаційна функція допомагає формувати цілісну картину світу, упорядковувати інформацію, встановлювати логічні та причинно-наслідкові зв'язки між об'єктами та явищами. Завдяки цій функції людина може робити усвідомлений вибір у ситуаціях невизначеності та приймати рішення, спираючись на стійку систему знань та переконань.

Мотиваційна функція. Одним із основних завдань світогляду є забезпечення внутрішньої мотивації, формування цілей, смислів та життєвих орієнтирів. Сформована світоглядна система задає вектор особистісного

розвитку, визначаючи, що є значимим, заради чого варто діяти, і які цінності необхідно реалізувати. Світогляд спрямовує вольові та енергетичні ресурси особистості, зміцнює прагнення до самореалізації. Він тісно пов'язаний з екзистенціальним рівнем функціонування психіки, у тому числі з пошуком життєвого призначення.

Регулятивна функція. Ця функція полягає в тому, що світогляд виконує роль внутрішнього регулятора поведінки, розумової та емоційної активності. Переконавання, установки та цінності, що є ядром світогляду, стають основою для вибору моделей поведінки, способів реагування на життєві ситуації, прийняття рішень та оцінки власних та чужих вчинків. Таким чином, значною мірою поведінка людини опосередкована її світоглядними позиціями, що забезпечує її передбачуваність та внутрішню узгодженість.

Ціннісно-нормативна функція. Світогляд формує систему моральних орієнтирів, визначає ставлення до фундаментальних понять: добра та зла, справедливості, свободи, відповідальності, честі та обов'язку. Він слугує основою для формування моральних принципів та соціальних норм, які регулюють поведінку і в індивідуальному, і в міжособистісному та суспільному контексті. Ця функція особливо важлива в умовах соціокультурної трансформації, коли індивіду необхідно самостійно формувати та переглядати власні моральні орієнтири.

Інтегративна функція. Світогляд поєднує когнітивні, афективні та вольові процеси у цілісну систему, надаючи особистісному функціонуванню внутрішньої узгодженості. Інтегративна функція забезпечує узгодження різних сфер психіки: сприйняття, мислення, емоцій та мотивації в межах єдиного смислового поля. Завдяки цьому забезпечується стабільність особистості, її здатність діяти узгоджено та цілеспрямовано у складних життєвих умовах.

Захисна (адаптаційна) функція. Світогляд відіграє значущу роль у процесі забезпечення психологічної стійкості та цілісності особистості. Він

виступає механізмом психологічного захисту, дозволяючи інтерпретувати складні або травматичні події відповідно до особистісних переконань та установок. Таким чином, світогляд сприяє збереженню Я-концепції, забезпечує зниження рівня тривожності, обумовлює формування почуття стійкості та передбачуваності оточуючого світу. Цей особливо важливо в умовах невизначеності або криз, коли особистість потребує опори на стабільну систему переконань та смислів.

Отже, світогляд виконує багатоаспектну регуляторну функцію у системі психічної організації людини. Він забезпечує і внутрішню узгодженість та стійкість особистості, і її соціальну адаптацію, сприяючи ефективній взаємодії з оточуючим середовищем на рівні знань, емоцій, поведінки та смислів.

Формування світогляду є складним, безперервним та багаторівневим процесом, в який залучені когнітивні, афективні, мотиваційно-вольові та соціальні компоненти психіки. Він відбувається протягом всього життя людини, уже з раннього дитинства, та містить і стихійні, і цілеспрямовані процеси засвоєння, переробки та переосмислення інформації про світ, себе та інших. У психологічній науці виділяють низку основних механізмів, які забезпечують становлення та розвиток світоглядної системи особистості.

1. **Соціалізація.** Це основоположний механізм формування світогляду, в межах якого індивід засвоює соціальні норми, культурні зразки, світоглядні орієнтири та поведінкові стандарти, що є у суспільстві. Через взаємодію із родиною, школою, ЗМІ та іншими соціальними інституціями формуються базові уявлення про світ, людину, суспільство, мораль та справедливість. Соціалізація задає загальний контекст, в якому особистість починає осмислювати власну індивідуальність та вибудовувати ставлення до оточуючого світу.

2. **Інтерналізація.** Вона передбачає перехід зовнішніх норм, вимог та культурних зразків у внутрішній план особистості, де вони стають частиною її індивідуальної системи переконань та установок. Цей механізм

дає змогу перетворювати соціально значимі форми поведінки та мислення у особистісно значимі цінності та смисли. Інтерналізація особливо важлива у підлітковому та юнацькому віці, коли відбувається усвідомлення власної позиції стосовно засвоєних раніше норм та уявлень. Вона сприяє формуванню та закріпленню моральних переконань, екзистенціальних установок та смислових структур відомості [40].

3. **Ідентифікація.** Це процес, під час якого індивід свідомо або несвідомо ототожнює себе з певними референтними особистостями, групами або моделями поведінки. Цей механізм сприяє засвоєнню певних світоглядних установок через наслідування, емоційне прийняття та прагнення до приналежності. Важливу роль в ідентифікації відіграють важливі дорослі (батьки, вчителі), культурні герої, лідери думок та соціальні групи. Через механізм ідентифікації формуються компоненти Я-концепції, а також колективні та особистісні цінності, які стають елементами індивідуального світогляду.

4. **Рефлексія** – здатність особистості усвідомлювати, аналізувати та критично переосмислювати власні переконання, установки та життєвий досвід. Вона виступає як внутрішній психологічний механізм самопізнання, оцінки та корекції світоглядної структури. Завдяки рефлексії людина здатна вийти за межі автоматизму засвоєних норм, переосмислити їх в контексті особистого досвіду, актуальних умов життя та нових знань. Розвинена рефлексивність сприяє гнучкості та адаптивності світогляду, його актуалізації відповідно до змінних обставин.

5. **Комунікація** є важливим соціально-психологічним механізмом формування та трансформації світогляду. У процесі міжособистісної та міжгрупової взаємодії людина має справу з різними точками зору, ідеологіями, концепціями та культурними кодами. Обговорення, аргументація, діалог та суперечка сприяють формуванню та удосконаленню критичного мислення, здатності до прийняття альтернативних поглядів, а також розширенню пізнавальних горизонтів. Комунікативний досвід збагачує

когнітивну та афективну складову світогляду, посилює його глибину та багатоаспектність.

Таким чином, формування світогляду здійснюється через взаємодію біопсихосоціальних чинників, охоплюючи і зовнішні впливи (соціальне середовище, культура, комунікація), і внутрішні процеси (рефлексія, інтерналізація, ідентифікація). Ці механізми забезпечують динамічність, адаптивність та індивідуальну унікальність світоглядної структури особистості.

Особлива увага у сучасних дослідженнях приділяється ролі медіа, особливо цифрових, у формуванні світоглядних установок. Через інформаційний вплив, емоційні образи, символіку, рольові моделі та ідеологічні наративи медіа стають потужним джерелом конструювання та трансформації індивідуального світогляду, особливо у молоді.

1.2 Вікові особливості формування світогляду у молодіжному віці

Молодіжний вік, який охоплює приблизно період з 17-18 років до 25-30 років, розглядається у психології та соціології як важливий, визначальний етап онтогенезу, що характеризується інтенсивним особистісним та соціальним розвитком. На даному етапі відбувається інтеграція різних компонентів світогляду: когнітивного (система знань та уявлень про світ), аксіологічного (цінності та ідеали) та поведінкового (стратегії і моделі взаємодії з оточуючою дійсністю). Світогляд набуває відносної цілісності та стійкості, формуючи основу для вибору життєвих цілей, стратегій та соціально значимих рішень.

Особливістю цього періоду є активне становлення життєвих та смислових орієнтацій, а також особистісної ідентичності, що пов'язане з вирішенням основних завдань розвитку – вибором професійного шляху,

визначенням ціннісних пріоритетів, формуванням стійких соціальних та міжособистісних зв'язків. Важливим чинником є здатність до рефлексії та критичного мислення, що дозволяє не лише засвоювати соціально-культурні норми, інтеріоризовані у дитинстві та підлітковому віці, але й трансформувати їх у індивідуально значимі установки.

Розвиток світогляду у молодіжному віці також опосередкований соціально-економічним та культурним контекстом, рівнем освіти, впливом інформаційного середовища та сучасних медіа. Посилення глобалізаційних процесів, доступ до різноманітних джерел інформації та міжкультурна взаємодія розширюють горизонти сприйняття світу, проте одночасно підвищують вимоги щодо здатності до критичного відбору інформації та до формування власної позиції. «Спосіб, у який молоді люди (студенти або молоді дорослі) набувають та засвоюють нові знання (епістеміологічно), обробляють та розуміють інформацію (когнітивно) та створюють або формулюють особисте значення або смисл (метафізично), модифікується та обумовлюється їх користуванням новими технологіями. Б.Лубстер» [49, с. 2].

З точки зору вікової психології (Е.Еріксон, Ж.Піаже), цей вік відповідає стадіям, де центральним є формування ідентичності та інтеграція життєвого досвіду у цілісну систему поглядів. «Дійсно, у соціальних джунглях людського існування немає відчуття життя без почуття ідентичності. Е.Еріксон» [40, с. 130].

При цьому світоглядні позиції часто коливаються та переоцінюються, що є природною частиною процесу особистісного становлення. У термінології Е.Еріксона це стадія «ідентичність проти рольової невизначеності», де основним є пошук балансу між особистісними прагненнями та вимогами соціуму. «Якщо молода людина відчуває, що оточуюче середовище намагається надто радикально позбавити її усіх форм самовираження, які дозволяють їй розвиватися та інтегруватися у наступний крок, вона може чинити опір з дикою силою, яка трапляється у тварин, що раптово вимушені захищати власне життя. Е.Еріксон» [40, с. 130]. Саме в цей

період особистість активно формує власне світоглядне ядро, яке буде визначати спрямованість життєдіяльності протягом багатьох років.

Процес формування світогляду у молодому віці відзначається певними специфічними особливостями.

Інтенсивний когнітивний розвиток. У молодому віці завершується формування абстрактно-логічного мислення, що відповідає стадії формальних операцій за Ж.Піаже. Це передбачає здібність оперувати гіпотетичними конструкціями, вибудовувати дедуктивні твердження, аналізувати альтернативні сценарії та формувати метауявлення – усвідомлення власних розумових процесів [56]. На рівні нейропсихології цей прогрес пов'язаний з морфофункціональним дозріванням префронтальної кори головного мозку, що забезпечує когнітивний контроль, планування та інтеграцію емоційних та раціональних факторів. Завдяки цьому стає можливим створення цілісної та внутрішньо узгодженої картини світу, в якій особисті цінності співвідносяться з глобальними соціальними та культурними контекстами.

Розвиток критичного ставлення до дійсності. Молодь схильна до переоцінки норм та установок, засвоєних у дитинстві, вона критично їх аналізує та перевіряє експериментально в реальних життєвих ситуаціях. Цей процес часто супроводжується тимчасовими кризами світогляду, коли попередня система переконань втрачає власну переконливість, а нова ще не набула стійкості. З точки зору концепції когнітивного дисонансу такі періоди характеризуються напруженням між внутрішніми переконаннями та новою інформацією, що стимулює перебудову світоглядної структури [41].

Перехід від зовнішнього до внутрішнього локусу контролю. На даному етапі посилюється автономія мислення, прийняття рішень та самовизначення. Якщо у підлітковому віці важливі дорослі (батьки, вчителі) залишаються основними носіями нормативних орієнтирів, то у молодому віці суб'єкт починає спиратися на внутрішньо сформовану систему цінностей, навіть якщо вона суперечить культурно-традиційним нормам.

Пошук сенсу життя. Перед молоддю постає необхідність вибору основних життєвих траєкторій: професійної сфери, типу міжособистісних відносин, форми світоглядної самоідентифікації (релігійної, наукової, філософської). За В.Франклом на даному етапі є ризик переживання «екзистенціального вакууму» – стану втрати або браку сенсу життя, що компенсується пошуком особистісно значимих цілей. Цей пошук формує смислове ядро світогляду, що визначає подальшу спрямованість життєвої активності [43].

Активний вплив соціального середовища та медіа. В умовах цифрової епохи роль медіа у формуванні світогляду молоді серйозно зростає. Соціальні мережі, онлайн-спільноти та цифрові освітні платформи пропонують особистості широкий спектр різноманітних світоглядних моделей, проте, одночасно, збільшують ризик когнітивної фрагментації та еклектичності. З позиції теорії соціального навчання (А.Бандура) цифрове середовище є джерелом і прямого, і опосередкованого (спостерігаючого) засвоєння моделей поведінки, цінностей та смислів. «У системі соціального навчання нові моделі поведінки можуть бути набуті за допомогою безпосереднього досвіду або спостереження за поведінкою інших людей. А.Бандура» [29, с. 3].

Емоційно-ціннісна насиченість світогляду. У молодому віці світоглядні позиції часто формуються під сильним впливом емоційних переживань: почуття справедливості, протестних настроїв, натхнення або особистих розчарувань. Афективний компонент у цей період особливо важливий, оскільки емоційні оцінки часто передують когнітивному обґрунтуванню та здатні закріплюватися як стійкі ціннісні установки.

Таким чином, молодий вік є не лише етапом закріплення раніше засвоєних знань та цінностей, а й періодом активного конструювання індивідуальної картини світу. Світогляд у цей період зазнає значних змін під впливом особистого досвіду, міжособистісного спілкування, професійного становлення та глобальних інформаційних потоків. Стійкість та цілісність

світоглядних установок, сформованих у молодості, у подальшому серйозно визначають психологічну стабільність, життєву задоволеність та здатність особистості адаптуватися до змінних умов соціуму.

Отже, формування світогляду у молодому віці є багатоплановим процесом, у якому переплітаються когнітивні, афективні, соціальні та екзистенціальні фактори, що забезпечує перехід від засвоєних культурних норм до індивідуально сформованої системи цінностей.

1.3 Сучасні медіа: види, особливості, психологічні ефекти

Сучасні медіа – це складна, багаторівнева та динамічна система комунікації, яка інтегрує різноманітні канали та формати передачі інформації й серйозно впливає на когнітивні, емоційні та поведінкові сфери життєдіяльності індивіда. Ця система формує унікальне інформаційне середовище, що трансформує традиційні механізми сприйняття та обробки інформації, а також соціальну взаємодію та самоідентифікацію особистості.

В основі сучасних медіа – складний процес інтеграції традиційних засобів масової інформації (телебачення, радіо, друковані видання) та численних цифрових платформ: інтернет-технології, соціальні мережі, мобільні додатки, мультимедійні та стрімінгові сервіси. Зазначена інтеграція призводить до створення та впровадження якісно нового виду медіа-середовища, що характеризується високою швидкістю розповсюдження інформації, можливостями інтерактивної взаємодії, адаптацією контексту під індивідуальні бажання користувача (персоналізація), а також глобальним охопленням аудиторії.

З погляду теоретико-категоріального аналізу сучасні медіа класифікуються на дві великі категорії: традиційні та нові медіа. До традиційних медіа відносять усталені канали масової комунікації:

телебачення, радіомовлення, друковані видання (газети, журнали), які, зазвичай, функціонують за принципом односпрямованої передачі інформації, де роль аудиторії обмежується пасивним сприйняттям та споживанням контенту. На противагу їм нові медіа, що спираються на цифрові технології та мережеві комунікації, забезпечують взаємодію у двох напрямках, між відправником та отримувачем інформації. Така двостороння комунікація створює передумови для активної участі користувачів, формування віртуальних спільнот за інтересами, колективного створення та модерації контенту, що кардинально змінює ландшафт сучасної медіакультури та трансформує традиційні моделі комунікації.

Ці трансформаційні процеси у медіа-середовищі мають широкі соціально-психологічні наслідки, обумовлюючи зміни у способах формування знань, сприйняття дійсності та конструювання індивідуальної та колективної ідентичності. Висока інтерактивність нових медіа детермінує появу та розвиток нових типів і форм соціальної взаємодії та комунікаційних практик, а також формує нові виклики, пов'язані з проблемами інформаційного перевантаження, маніпуляцією свідомістю, цифровою залежністю та феноменом фільтраційних пузирів.

Особливості сучасних медіа обумовлені їх унікальною природою та технологічною базою, що формує специфічні характеристики, які потужно впливають на процеси комунікації, сприйняття інформації та соціальної взаємодії. До основних особливостей сучасних медіа можна віднести наступні:

- **багатоформатність.** Сучасні медіа використовують різноманітні формати представлення інформації, у тому числі текстові матеріали, аудіо- та відеоконтент, а також мультимедійні та інтерактивні компоненти: анімація, інфографіка, віртуальна та доповнена реальність. Така мультисенсорна подача інформації сприяє повнішому залученню аудиторії, збільшує ефективність передачі повідомлень та розширює можливості сприйняття та засвоєння інформації;

– **доступність та мобільність.** Завдяки розвитку мобільних технологій та широкополосного інтернету, сучасний користувач отримує можливість доступу до медіа-контенту майже у будь-якому місці та у будь-який час. Це кардинально змінює традиційні моделі споживання інформації, забезпечуючи безперервність та мобільність комунікації, а також сприяючи формуванню нових звичок та сценаріїв взаємодії з інформацією;

– **персоналізація контенту.** Алгоритми машинного навчання та штучного інтелекту, що використовуються на цифрових платформах, забезпечують підбір та адаптацію інформаційного контенту відповідно до індивідуальних бажань, інтересів та поведінки користувача. Персоналізація посилює ефект залученості, підвищує задоволеність користувача, проте одночасно створює ризики формування інформаційних пазирів та обмежує когнітивну диверсифікацію;

– **інтерактивність.** Сучасні медіа створюють можливості для обміну інформацією у двох напрямках, дозволяючи користувачам активно приймати участь у комунікаційних процесах завдяки зворотному зв'язку, коментарям, оцінкам, репостам та можливості створення власного контенту. Це формує динамічний та постійно змінний простір комунікації, де соціальні та культурні норми створюються та трансформуються колективно, що значно розширює потенціал соціокультурної взаємодії;

– **глобальність.** Сучасні медіа усувають географічні та культурні кордони, забезпечуючи створення єдиного глобального інформаційного простору, в якому пересікаються, взаємодіють та впливають один на одного представники різних культур, соціальних груп та країн. Така глобалізація комунікації сприяє розвитку міжкультурного діалогу, але одночасно створює виклики, пов'язані з конфліктами цінностей, культурними відмінностями та управлінням багатоманітністю.

Таким чином, особливості сучасних медіа відображають їх складний та багатогранний характер, який стає чинником суттєвих змін у когнітивних, емоційних та соціальних аспектах життя сучасної людини.

Психологічні ефекти впливу сучасних медіа є багатовимірним та динамічним комплексом когнітивних, емоційних та поведінкових змін, які виникають в результаті систематичної та інтенсивної взаємодії людини з різноманітними інформаційними потоками та комунікаційними платформами. До таких ефектів належать і короточасні реакції, обумовлені безпосереднім сприйняттям медійного контенту, і тривалі трансформації у сфері мислення, емоційної регуляції та соціальної активності.

У межах психологічних та соціологічних досліджень особливий акцент – на вивченні того, яким чином медіа впливають на процеси формування та корекції світогляду, ціннісних орієнтацій, соціальних установок, а також на склад (структуру) та зміст особистісної ідентичності. Постійне занурення у медіасередовище може змінювати способи переробки інформації, рівень критичного мислення, сприяти формуванню стійких стереотипів та упереджених думок, а також визначати нові моделі комунікації та соціальної взаємодії.

З урахуванням високої швидкості технологічних змін психологічні ефекти впливу медіа розглядаються не лише як наслідок зовнішнього інформаційного тиску, але й як результат складної взаємодії індивідуальних особливостей особистості (рівня медіаграмотності, емоційного інтелекту, рефлексивності) та соціально-культурного контексту. Таким чином, аналіз даних ефектів набуває міждисциплінарного значення, даючи змогу глибше зрозуміти механізми трансформації свідомості та поведінки в умовах сучасного медіапростору.

Вплив на когнітивні процеси. Сучасні медіа здатні чинити потужний вплив на формування та модифікацію уявлень, переконань, установок та стереотипів через механізми когнітивного впливу, інформаційної селекції та фреймінгу. Завдяки алгоритмам персоналізації користувачі частіше мають справу з інформацією, яка підтверджує вже існуючі погляди, що може посилювати ефекти *confirmation bias* (упередженість підтвердження) та обмежувати когнітивне різноманіття. Крім того, візуально-насичені формати

(відео, інфографіка) можуть прискорювати засвоєння інформації, при цьому одночасно знижувати глибину її критичного аналізу [31].

Емоційний вплив. Медіа здатні викликати широкий спектр емоційних реакцій: від емпатії та натхнення до страху, тривоги або гніву. Візуальний та аудіальний контент, особливо у поєднанні з драматургічними прийомами, посилює ефекти емоційного занурення, формуючи стан співпереживання та емоційної залученості. Цей вплив може бути і позитивним – стимулювати альтруїзм або соціальну активність, і негативним – посилювати тривожність або провокувати стресові реакції [54].

Емоційний вплив медіа не обмежується моментальною реакцією на контент, який сприймається, він також обумовлює тривалі емоційні стани та установки особистості. Повторюване експонування з певними емоційними стимулами може призводити до формування стійких емоційних патернів, наприклад, хронічної тривожності, емоційного притуплення, або, навпаки, підвищеної чуттєвості до певних соціальних тем. Особливе значення мають емоційно заряджені наративи, які не лише викликають короточасні переживання, а й сприяють закріпленню певних ціннісних орієнтації та світоглядних установок.

Крім того, медіа здатні виступати тригером для емоційної ідентифікації, коли глядач або користувач переймає емоційний стан персонажів, подій або ситуацій, представлених у медіапросторі. Цей ефект посилюється завдяки синергії візуального, аудіального та текстового контенту, а також використанню психологічно значимих тем, наприклад, історія особистого подолання, соціальної несправедливості або гуманітарних криз. Така емоційна залученість може стимулювати розвиток емпатії та про-соціальних форм поведінки, але за відсутності емоційної регуляції здатна призводити до емоційного вигорання, зниження стресостійкості та формування почуття безпорадності перед глобальними проблемами.

Соціальне моделювання та ідентифікація. Спираючись на положення теорії соціального навчання А.Бандури, можна зробити висновок,

що медіа виконують функцію соціального моделювання, транслуючи зразки поведінки, соціальні ролі, норми та цінності [29, 30]. Користувачі, особливо молодь, схильні ідентифікувати себе з медійними персонажами, блогерами або героями фільмів, переймаючи їх поведінкові моделі та стилі комунікації. Цей процес чинить прямий вплив на формування соціальної ідентичності, структуру самосприйняття та систему ціннісних орієнтацій.

Ефекти знецінення реального досвіду. При надмірному або неконтрольованому використанні цифрових медіа спостерігається феномен зниження якості живого міжособистісного спілкування. Постійна орієнтація на онлайн-взаємодію може детермінувати появу почуття відчуженості, соціальної ізоляції або зниження емоційної насиченості реальних контактів. Формується заміщення справжнього соціального досвіду віртуальними аналогами, що, в свою чергу, здатне змінювати рівень емпатії, комунікативні навички та впливати психологічний добробут.

Формування нових психологічних феноменів. Розвиток цифрового середовища спричинив появу цілого спектру специфічних психологічних явищ. Серед них:

- цифрова залежність, яка характеризується нав'язливим прагненням до споживання медійного контенту;
- синдром страху втрачених можливостей (FoMO), пов'язаний з постійним контролем стрічок новин та соціальної активності інших користувачів;
- зниження концентрації уваги через фрагментарність інформаційних потоків;
- погіршення навичок емоційної регуляції в умовах постійного перевантаження сенсорними та когнітивними стимулами.

Ці феномени мають виражений кумулятивний ефект та у тривалій перспективі можуть трансформувати когнітивно-емоційний профіль особистості [35, 36].

Наявність таких ефектів свідчить про те, що сучасні медіа не лише виконують функцію інформування та розваг, а й виступають потужним інструментом соціально-психологічного впливу, формуючи нові моделі мислення, емоцій та поведінки в умовах глобалізованого інформаційного суспільства.

1.3 Психологічні механізми впливу медіа на особистість

Вплив сучасних медіа на особистість реалізується через складну, багаторівневу систему психологічних механізмів, які опосередковують процес сприйняття, переробки та засвоєння інформації. Цей процес не є лише пасивним отриманням повідомлень, він містить активну інтерпретацію, оцінку та інтеграцію медійного контенту в уже існуючу когнітивно-емоційну структуру особистості. Психологічні механізми, які виступають основою цього впливу, поєднують когнітивні (увага, пам'ять, мислення, інтерпретаційні схеми), емоційні (емпатія, емоційне зараження, формування афективних оцінок) та поведінкові компоненти психіки (моделювання поведінки, наслідування, формування звичок). Взаємодія даних компонентів визначає не лише характер та глибину засвоєння інформації, а й спрямованість змін в установках, ціннісних орієнтаціях, мотиваційних структурах та формах соціальної взаємодії індивіда. У результаті медіа можуть виступати не лише як інструмент особистісного розвитку, що розширює світогляд та сприяє соціальній інтеграції, а й як чинник, що провокує формування стереотипів, викривлених уявлень про соціальну реальність або залежних форм поведінки.

Одним із основних механізмів є **когнітивна переробка інформації**, яка охоплює взаємопов'язані процеси сприйняття, інтерпретації, структурування та запам'ятовування медіаповідомлень. У межах когнітивної

психології медіа розглядаються як потужні стимули, які здатні активувати певні когнітивні схеми та фрейми, що задають напрямок сприйняття подій та явищ [38]. Ці структури виконують функцію певних фільтрів, через які проходить нова інформація, що забезпечує її упорядкування, надання їй смислового контексту та включення в уже існуючу систему знань індивіда.

При цьому селективна увага та вибіркова фільтрація контенту сприяє нерівномірному засвоєнню інформації: індивід схильний звертати більше уваги на ті повідомлення, які відповідають його актуальним інтересам, світогляду та очікуванням. Цей процес тісно пов'язаний з ефективним підтвердження, при якому індивід переважно сприймає та запам'ятовує дані, які підтверджують його уже сформовані переконання та установки, ігноруючи та знецінюючи інформацію, яка їм суперечить.

Такий механізм не лише посилює когнітивну консистентність, але й може призводити до формування інформаційних пузирів та ехо-камер, де інформаційне середовище стає однорідним, а альтернативні точки зору маргіналізуються. У тривалій перспективі це може впливати на критичне мислення, стійкість до маніпуляцій та навіть на структуру ціннісних орієнтацій, формуючи стійкі когнітивні патерни, які визначають і індивідуальну поведінку, і соціальні взаємодії.

Емоційна регуляція є ще одним важливим каналом впливу медіа на особистість та суспільство. Сучасний медіаконтент здатний викликати у аудиторії широкий спектр емоційних станів – від емпатії, натхнення та піднесення до тривожності, роздратування та емоційного виснаження. При цьому медіа не лише транслують інформацію, а й конструюють особливу емоційну атмосферу, в яку занурюється реципієнт.

Емоції у даному контексті виконують подвійну функцію. З одного боку вони є каталізатором когнітивних процесів, сприяючи міцнішому запам'ятовуванню, асоціативному закріпленню та підвищенню значимості отриманих даних. З іншого боку, надмірна емоційна насиченість або цілеспрямоване маніпулювання емоційним фоном можуть викривлювати

об'єктивне сприйняття дійсності, змішуючи акценти в бік суб'єктивно забарвлених когнітивних конструкцій.

В умовах інформаційного перенасичення медіаплатформи все частіше звертаються до стратегій емоційного впливу, розуміючи, що саме емоції є основним чинником залучення та утримання уваги. Це сприяє тому, що емоційна регуляція стає не лише побічним ефектом медіаспоживання, а й інструментом впливу на установки, цінності та поведінкові моделі аудиторії, які формуються цілеспрямовано.

Важливу роль також відіграє механізм **соціального навчання**, відповідно до якого індивід засвоює моделі поведінки, спостерігаючи за діями інших людей, зокрема і у медіапросторі [30]. Цей процес передбачає не лише механічне копіювання, а й складніші когнітивні операції: інтерпретацію побаченого, оцінку його доцільності та інтеграцію у власний поведінковий репертуар. Через ідентифікацію з медійними персонажами та рольовими моделями відбувається внутрішнє прийняття норм, цінностей та стратегій поведінки, які потім можуть відтворюватися в реальних соціальних взаємодіях.

Особливо важливим є той факт, що медіа дозволяють спостерігати не лише за «успішними» моделями, а й за реакцією оточуючих на ці моделі: схваленням, осудом або нейтральним ставленням, що формує у індивіда розуміння соціальних наслідків певних вчинків.

Цей процес тісно пов'язаний із формуванням соціальної ідентичності, коли приналежність до певних груп або спільнот в онлайн стає значимою частиною «Я-концепції» [61]. У онлайн-середовищі така ідентичність може закріплюватися за рахунок постійної взаємодії з однодумцями, підтвердження групових норм та колективного переживання подій. Таким чином, медіа не лише транслиють зразки поведінки, а й створюють соціальний простір, в якому ці зразки отримують підтримку та закріплення, що посилює їх вплив на світогляд та поведінку особистості.

Механізми навіювання та переконання є складними психологічними процесами, за допомогою яких медіаконтент формує або змінює установки, переконання та поведінку індивіда. Ці механізми реалізуються через використання різноманітних риторичних прийомів, емоційно насичених образів, метафор та повторюваності основних повідомлень, що сприяє закріпленню інформації у свідомості аудиторії. Ефективність навіювання значним чином визначається впливом на різні рівні обробки інформації, що детально викладено у теоріях переконання [55].

Відповідно до даної моделі переконання є два основних шляхи впливу на сприйняття та поведінку:

- **центральний шлях**, який передбачає глибоку, усвідомлену та раціональну обробку інформації, коли індивід активно аналізує аргументи, оцінює їх логічну силу та формує стійкі зміни в установках. «Перший тип переконань, ймовірно, виник в результаті ретельного та вдумливого розгляду людиною справжніх принад інформації, представленої на підтримку певної позиції Р.Е.Петті, Дж. Т. Качоппо» [55, с. 125]. Цей шлях характерний для ситуацій, коли людина мотивована та здатна зосередитися на змістові повідомлення;

- **периферійний шлях**, що спирається на поверхнєве сприйняття зовнішніх ознак комунікації, наприклад, привабливість джерела, емоційне забарвлення, повторюваність повідомлень, при якому переконання відбувається без детального осмислення змісту. Такий шлях більш вразливий до маніпуляції та може призвести до тимчасових або нестійких змін у поведінці. «Другий тип переконань, скоріше за все, виник в результаті певного простого сигналу в контексті переконання (наприклад, привабливе джерело), який викликав зміни, не вимагаючи ретельного аналізу справжніх принад наданої інформації. Р.Е.Петті, Дж. Т. Качоппо» [55, с. 125].

У сучасних медіа навіювання часто комбінує обидва шляхи, використовуючи емоційну привабливість та логічні докази для максимального впливу. Повторюваність основних меседжів посилює ефект

засвоєння та знижує критичну оцінку, що призводить до ефективнішої трансформації світоглядних установок та формування нових моделей поведінки.

Таким чином, механізми навіювання та переконання відіграють центральну роль у медіа-впливі, забезпечуючи не лише передачу інформації, а й її активне сприйняття та прийняття як основи для наступних дій та рішень індивіда.

Ефект культивуації, розроблений Дж.Гербнером, є важливим механізмом впливу медіа на сприйняття та світогляд індивіда [44]. Відповідно до положень даної теорії тривале та систематичне вживання медіаконтенту призводить до поступового формування стійких когнітивних викривлень та стереотипів, які відображають пануючі у масових комунікаціях образи, цінності та інтерпретації соціальної реальності. «Культивуація передбачає стійке укорінення основних орієнтацій для більшості глядачів. Цей процес зближення поглядів ми називаємо «мейнстрімінг». Дж.Гербнер» [44, с. 181].

Цей процес не обмежується миттєвим сприйняттям конкретних повідомлень, а виявляється у накопиченні та інтеграції медіауявлень, які з часом стають основою для конструювання особистої картини світу. Таким чином, медіа не лише інформують, а й активно конструюють соціальну дійсність, впливаючи на очікування, переконання та поведінку індивіда.

Ефект культивуації особливо яскраво виявляється щодо таких аспектів як сприйняття злочинності, соціальних ролей, норм та цінностей, а також формування установки страху та недовіри. При цьому значну роль відіграють інтенсивність, частота та контекст споживання медіаконтенту, а також сприйнятливність конкретного індивіда.

У психологічній та соціологічній літературі ефект культивуації розглядається як одна із надзвичайно важливих концепцій, яка пояснює тривалий вплив медіа на світогляд, соціальне сприйняття та ідентичність, що

особливо актуально в епоху цифрових та соціальних медіа, в яких інформація розповсюджується з безпрецедентною швидкістю та доступністю [44].

У цифрову епоху особливості впливу медіа на особистість набувають нових якісних характеристик, пов'язаних з розвитком **алгоритмічних технологій та персоналізації контенту**. Сучасні інформаційні платформи використовують складні алгоритми машинного навчання, які аналізують поведінкові дані користувачів: історію пошуку, лайки, коментарі, підписки та час перегляду. Це необхідно для формування індивідуалізованого медіаполя. Такий підхід забезпечує максимально релевантний та привабливий для конкретного користувача контент, підвищуючи його залученість та час взаємодії з платформою.

Проте алгоритмічна персоналізація має і зворотній бік: вона посилює ефект так званого інформаційного пузиря (filter bubble), при якому користувач отримує переважно ті дані та точки зору, які відповідають його вже існуючим переконанням та уподобанням. Це обмежує когнітивне різноманіття та сприяє посиленню когнітивних викривлень, наприклад, підтвердження власних поглядів. У результаті знижується ймовірність зіткнення з альтернативними думками, що негативно позначається на розвитку критичного мислення, формуванні об'єктивної оцінки подій та здатності до діалогу.

Крім того, алгоритмічна фільтрація контенту може посилювати поляризацію суспільства та сприяти соціальній фрагментації, адже різноманітні групи користувачів виявляються «зачиненими» у власних медіапросторах з обмеженою експозицією до зовнішніх та різноманітних джерел інформації. Таким чином, у цифрову епоху роль медіа у формуванні світогляду та соціальної ідентичності стає особливо складною та багатовимірною, вимагаючи уваги і дослідників, і практиків у сфері психології, соціології та комунікації.

Нарешті, у сучасних умовах особливого значення набувають механізми **формування залежності від цифрових технологій**, які виявляються у таких

феноменах як цифрова адикція, синдром страху втрачених можливостей (Fear of Missing Out, FoMO) та компульсивне використання гаджетів і соціальних мереж. Цифрова залежність характеризується нав'язливою потребою постійної взаємодії з електронними пристроями та онлайн-платформами, що призводить до значних порушень повсякденного життя, зниження продуктивності та погіршення психоемоційного стану індивіда.

Психологічні основи цих явищ включають процеси підкріплення та звикання, які пов'язані з активацією системи винагороди головного мозку, зокрема, мезолімбічної системи. Збудження цієї системи супроводжується виділенням нейромедіатора дофаміну – основної речовини, яка відповідає за відчуття задоволення та мотивацію до повторення поведінки. У випадку цифрової залежності соціальні стимули – лайки, коментарі та підтвердження значимості в онлайн, є потужними тригерами для дофамінового відгуку, що посилює компульсивну поведінку та ускладнює свідоме регулювання часу, проведеного у мережі.

Синдром FoMO додатково посилює психологічне напруження, він виражається у страху пропустити важливу подію, новину або соціальну взаємодію, що мотивує часту та імпульсивну перевірку цифрових пристроїв. Даний феномен тісно пов'язаний з особистісними характеристиками – низькою самооцінкою, тривожністю та соціальною невпевненістю. Це обумовлює надзвичайну зацікавленість у його вивченні з боку клінічних психологів та психотерапевтів.

Таким чином, психологічний вплив сучасних медіа на особистість є багатокомпонентним та системним процесом, що містить традиційні механізми соціалізації, навчання та ідентифікації, а також нові форми впливу, обумовлені особливостями цифрового комунікаційного середовища та його нейробіологічними ефектами. Комплексне розуміння цих механізмів дозволяє не лише глибше аналізувати роль медіа у формуванні світогляду, ціннісних орієнтацій та соціальної ідентичності сучасної людини, а й виробляти ефективні стратегії медіаосвіти, профілактики цифрової

залежності та формувати навички психологічної гігієни в умовах цифрової епохи.

1.5 Медіакультура та медіаграмотність як чинники стійкості до маніпуляції

Сучасне інформаційне суспільство характеризується все глибшим проникненням медіакультури як комплексного та багатовимірного соціально-культурного феномену. Медіакультура поєднує сукупність цінностей, норм, практик, технічних засобів та комунікативних стратегій, які визначають процес створення, розповсюдження та сприйняття медіаконтенту в різноманітних формах та форматах. У цій системі медіатексти (новини, розважальні програми, соціальні мережі, блоги, відеоконтент) стають не лише джерелами інформації, а й фундаментальними елементами конструювання соціальної реальності та формування колективних та індивідуальних смислів.

Надзвичайно важливою характеристикою медіакультури є її здатність структурувати повсякденний досвід людини, задавати межі інтерпретації оточуючого світу, впливати на способи пізнання та обробки інформації, а також формувати моделі соціальної взаємодії. Вона впливає на когнітивні процеси, у тому числі увагу, сприйняття, пам'ять та мислення, шляхом символічних систем та образів, що транслюються через медіазасоби. Крім того, медіакультура активно бере участь у конструюванні ідентичності, задаючи соціально прийнятні норми поведінки, ідеали та цінності, що засвоюються та репродукуються і індивідом, і суспільством.

Сучасний медіапростір характеризується високим рівнем динамічності, багатоканальністю та інтерактивністю, що створює унікальні умови для обміну інформацією та культурними смислами. У таких умовах

медіакультура виступає не лише як відображення існуючих соціальних процесів, а й як активний суб'єкт їх трансформації, впливаючи на політичні, економічні та культурні сфери життя суспільства. Медіаконтент стає основним механізмом соціального конструювання реальності, формуючи суспільну думку, масові стереотипи та норми поведінки.

Отже, медіакультура є складним інтегративним феноменом, який тісно пов'язаний з технологіями комунікації, соціокультурними практиками та психологічними механізмами сприйняття. Вона визначає особливості сучасного інформаційного суспільства, виступаючи центральним елементом у формуванні світогляду, соціальної ідентичності та поведінкових стратегій індивідів, а також відіграючи важливу роль у розвитку культури, політики та економіки.

В умовах стрімкого зростання обсягу доступної інформації та високої швидкості її обміном сучасна медіакультура чинить подвійний, комплексний вплив на особистість та суспільство. З одного боку, медіакультура значно розширює можливості пізнання світу, надаючи широкий спектр інформаційних ресурсів, форматів та каналів комунікації, що сприяє розвитку критичного мислення, творчого самовираження та соціальної активності. Через участь у різних медіаплатформах індивіди отримують нові можливості для обміну досвідом, формування спільнот за інтересами та вираження власної ідентичності, що, безумовно, стимулює культурне різноманіття та міжкультурний діалог. «Цифрова медіаграмотність є більш захопливим, і одночасно більш приємним та мотивуючим способом вирішення освітніх задач цифрової епохи. Д.Бакінгем» [34, с. 53].

З іншого боку, швидке розповсюдження інформації та її фрагментарність створюють підґрунтя для різних форм маніпуляції свідомістю, викривлення фактів та розповсюдження дезінформації. Медіакультура в таких умовах сприяє вкоріненню стереотипів, когнітивних викривлень, посиленню ефектів інформаційного пузиря та поляризації суспільної думки. Висока насиченість медіапростору провокує когнітивне

перевантаження, знижує здатність до критичної оцінки контенту та збільшує вразливість індивідів до маніпулятивних стратегій, у тому числі емоційного впливу та використання психологічних прийомів навіювання.

У результаті ці процеси можуть призводити до соціальної фрагментації, зростання недовіри між різними групами населення та послаблення соціальної згуртованості. Протистояння цим негативним наслідкам потребує розвитку медіаграмотності як основного навичку сучасної людини. Медіаграмотність є комплексом знань, умінь та установок, які дозволяють ефективно орієнтуватися у медіасередовищі, критично сприймати та аналізувати інформацію, виявляти маніпулятивні прийоми та формувати усвідомлену, стійку позицію.

Розвиток медіаграмотності сприяє формуванню у індивіда стійкого психологічного захисту від маніпулятивних впливів, підвищує критичне мислення та рефлексію, зміцнює особистісну автономію та соціальну відповідальність. Зокрема, медіаграмотність дозволяє знижувати вплив когнітивних викривлень, зменшувати вразливість до пропаганди, фейкових новин та емоційно забарвлених маніпуляцій.

Отже, медіаграмотність є надзвичайно важливим ресурсом і для особистості, забезпечуючи її психологічну стійкість та соціальну адаптацію, і для суспільства в цілому, сприяючи розвитку демократичних процесів, формуванню інформованого громадського суспільства та підтримці культурного плюралізму.

Ефективне впровадження програм медіаграмотності стає одним із пріоритетних завдань сучасної освітньої та соціальної політики, спрямованої на зміцнення критичного мислення та захист від негативних ефектів медіакультури. «Зростаюча конвергенція сучасних медіа означає, що потрібно приділяти увагу навичками та компетенціями – різноманітним видами грамотності, – які необхідні для всього спектру сучасних форм комунікації. Д.Бакінгем» [34, с. 53].

В умовах глобальної цифровізації медіаграмотність стає важливим чинником, що визначає характер та напрямок формування світоглядних установок молоді. Ця соціально-демографічна група, за даними досліджень, є найбільш активним учасником медійного простору, у тому числі традиційних та нових форм комунікації – соціальних мереж, онлайн-платформ, стрімінгових сервісів. «Розповсюджене уявлення про молодь в епоху цифрових технологій полягає в тому, що вона є «демографічною групою високоактивних, ключових членів суспільства, яка «завжди в мережі» – активних користувачів Інтернету, систем миттєвого обміну повідомленнями, відеоігор та соціальних мереж. Б.Лубсер» [49, с. 2]. Висока інтенсивність медіаспоживання у поєднанні з когнітивною та ціннісною пластичністю віку обумовлює особливу вразливість молоді до змістовних та символічних кодів, що транслиують медіа.

Формування медіаграмотності передбачає розвиток комплексу когнітивних, критико-аналітичних та рефлексивних навичок, які дозволяють молодій людині не лише декодувати та інтерпретувати медійні повідомлення, а й співвідносити їх із власним життєвим досвідом, культурним контекстом та соціальними нормами. Це сприяє вибудовуванню системи цінностей, що спираються на усвідомлений відбір інформації та її критичну оцінку, а не на емоційно привабливі або масово домінуючі образи.

У такому контексті медіаграмотність виступає медіатором між медійним середовищем та особистісно-смысловим простором індивіда, визначаючи вектор його світоглядного та ціннісного розвитку. Вона здатна одночасно підвищувати стійкість до маніпулятивних впливів, інформаційних викривлень та пропагандистських стратегій, а також стимулювати розвиток автономного, відповідального та про-соціального погляду на світ.

Отже, на сучасному етапі розвитку суспільства медіаграмотність є одним із ключових факторів у формуванні світогляду молоді, що обумовлено потужним впливом сучасних медіа на цінності, норми та моделі поведінки. Здатність критично аналізувати інформацію, відрізняти достовірні факти від

маніпуляцій і фейків дає змогу молодим особам формувати стійкий світогляд. умовах інформаційного перенасичення медіаграмотність виступає не лише засобом захисту від деструктивного контенту, а й важливим чинником формування активної громадянської позиції, розвитку критичного мислення та усвідомленої відповідальності за власний вибір.

РОЗДІЛ 2 МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ТА ПСИХОДІАГНОСТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ МОЛОДІ

2.1 Обґрунтування вибору психодіагностичних методів для вивчення впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді

Для комплексного, глибокого та всебічного вивчення впливу сучасних медіа на формування світоглядних установок молоді було проведено ретельний відбір психодіагностичних методів, спрямований на виявлення та кількісну оцінку основних психологічних параметрів, безпосередньо пов'язаних з процесами сприйняття, інтерпретації та когнітивної обробки медіаконтенту. Такий підхід надає можливість не лише охопити широку палітру особистісних характеристик, які визначають індивідуальні реакції на інформаційні впливи, а й виявити внутрішні механізми мотивації, самосвідомості, стійкості до стресових ситуацій та вразливості до навіювання, які є важливими чинниками у конструюванні та трансформації світоглядних орієнтирів у молодіжній аудиторії. Використання обраних методик забезпечує можливість системного аналізу взаємодії особистості з медіасередовищем, з врахуванням і когнітивно-психологічних, і емоційно-вольових аспектів впливу сучасних інформаційних технологій.

З урахуванням викладеного для комплексного вивчення впливу сучасних медіа на формування світоглядних установок молоді були обрані психодіагностичні методи, які дозволяють всебічно оцінити основні особистісні та психологічні характеристики, які впливають на сприйняття та обробку медіаконтенту. Наступні інструменти забезпечують надійне вимірювання аспектів мотивації, самоконцепції, життестійкості та

навіюваності, що формує цілісне уявлення про психологічні механізми медіа-впливу:

- шкала усвідомленого вибору та самосвідомості PCASS,
- опитувальник «Колективна та незалежна Я-концепція» SCS,
- опитувальник життестійкості Маді (короткий),
- опитувальник навіюваності Клаучека-Деларю.

Отже, комплексне застосування даних інструментів забезпечує всебічний підхід до вивчення механізмів формування світогляду під впливом сучасних медіа у молоді.

2.2 Шкала усвідомленого вибору та самосвідомості PCASS

Шкала усвідомленого вибору та самосвідомості PCASS є психодіагностичним інструментом, розробленим для вимірювання двох основних аспектів самодетермінації: усвідомленого вибору та самосвідомості. Методика спирається на теоретичну модель самодетермінації, сформульовану Е.Десі та Р.Райаном [37], яка підкреслює важливість внутрішньої мотивації та автономії в регуляції людської поведінки.

Шкала PCASS спрямована на оцінку ступеня, в якому індивід відчуває свободу та відповідальність за прийняття рішень, а також рівень усвідомленості власних думок, почуттів та дій. Усвідомлений вибір у даному контексті розуміється як здатність суб'єкта приймати рішення, спираючись на внутрішні цінності та потреби, без надмірного впливу зовнішніх чинників та тиску. Самосвідомість відображає рівень рефлексивного осмислення власних психічних процесів та поведінки.

Дослідження, в яких використовується PCASS, демонструють, що високий рівень усвідомленого вибору та самосвідомості корелюється із стійкістю до зовнішніх маніпуляцій, більшою психологічною автономією та

більш зрілим рівнем формування особистісних установок. У контексті вивчення впливу сучасних медіа на світогляд молоді шкала PCASS дає змогу виявити, наскільки молоді люди здатні критично сприймати медіаконтент, усвідомлювати мотивацію своїх реакцій та зберігати внутрішню свободу вибору, що є, безумовно, визначальним фактором від маніпулятивних впливів.

Таким чином, шкала PCASS виступає дієвим психодіагностичним інструментом для комплексної оцінки внутрішніх психологічних процесів, які опосередковують формування світоглядних установок в умовах сучасного медіасередовища.

Шкала PCASS складається із 10 тверджень, оцінити ступінь згоди з якими респондент повинен за п'ятибальною шкалою.

Інтерпретація результатів. Шкала PCASS оцінює два основних компоненти:

1. **усвідомлений вибір** – відображає ступінь суб'єктивного відчуття свободи та автономію у прийнятті рішень. Високі бали вказують на внутрішню мотивацію та здатність діяти відповідно до власних цінностей та потреб, а не під впливом зовнішніх обставин або тиску;

2. **самосвідомість** – відображає рівень рефлексивного розуміння власних внутрішніх станів: думок, почуттів та мотивів. Високі показники свідчать про розвинену здатність до самоаналізу, що сприяє адекватній регуляції поведінки та емоційних реакцій.

Загальний показник дозволяє оцінити інтегровану здатність індивіда до автономного та усвідомленого функціонування.

Високий рівень (середній бал від 5 до 7) вказує на сформоване внутрішнє почуття автономії та розвинену самосвідомість. Такі індивіди схильні до самостійного мислення, критичного сприйняття інформації та стійкі до маніпуляції.

Середній рівень (середній бал від 3 до 4,9) свідчить про змішаний рівень усвідомленості та контролю. У деяких ситуаціях можлива залежність від зовнішніх впливів, але наявна базова здатність до рефлексії.

Низький рівень (середній бал нижче 3) вказує на дефіцит усвідомленого вибору та самосвідомості, можливу зовнішню детермінацію поведінки та підвищену чутливість до зовнішнього впливу.

2.3 Опитувальник «Колективна та незалежна Я-концепція» SCS

Опитувальник «Колективна та незалежна Я-концепція» SCS розроблений Х.Тріандісом, Х.Сінгелісом та колегами для вимірювання індивідуальних відмінностей у ступені вираженості незалежної та колективістської Я-концепції. Незалежна Я-концепція – це відображення себе як автономного, унікального індивіда, чийі дії більшою мірою визначаються внутрішніми установками та особистими цілями. Колективна Я-концепція описує сприйняття себе як частини групи, в якій ідентичність визначається відносинами, ролями та обов'язками стосовно один одного.

Методика спирається на культурно-психологічні теорії відмінностей між індивідуалістськими та колективістськими культурами [63]. Вони передбачають, що ступінь вираженості незалежної або колективної Я-концепції визначає особливості та характер когнітивних процесів, емоційних реакцій та соціальної взаємодії, зокрема, впливає на процес сприйняття інформації, що обумовлює її корисність для вивчення впливу медіа на світогляд.

Методика складається із двох шкал: незалежна Я-концепція (12 тверджень) та колективна Я-концепція (12 тверджень). Оцінка – за 7-бальною шкалою Лайкерта. Кожна шкала оцінюється самотійно, оскільки вони

відображають різні, не протилежні аспекти самосприйняття, які скоріше доповнюють один одного.

Обробка та інтерпретація результатів. Підраховуються середні бали за кожною шкалою.

Таблиця 2.1

Інтерпретація результатів за Опитувальником SCS

Середній бал	Значення за шкалою незалежної та взаємозалежної Я-концепції
1.0 – 2.5	Низький рівень: слабо виражена дана форма Я-концепції. Особистість рідко сприймає себе в межах цієї моделі
2.6 – 4.0	Середній рівень: помірна вираженість даної форми самосприйняття, гнучкість у поведінці та мисленні
4.1 – 5.5	Високий рівень: яскраво виражена схильність сприймати себе або як незалежну, або як взаємозалежну особистість
5.6 – 7.0	Дуже високий рівень: домінуючий стиль самосприйняття, сильна орієнтація на індивідуалізм або колективізм відповідно

2.4 Опитувальник життєстійкості Маді

Опитувальник створений С.Маді задля діагностики стійкості особистості до стресу та життєвих труднощів. Життєстійкість, згідно з уявленнями С.Маді, розглядається як сукупність особистісних характеристик, які допомагають людині ефективно протистояти стресовим ситуаціям, зберігати здоров'я та психологічну рівновагу в умовах невизначеності та змін. Це динамічна властивість особистості, що передбачає активну життєву

позицію, сприйняття труднощів як викликів та впевненість у здатності контролювати події.

С.Маді виділив три основні компоненти життєстійкості:

- залученість – відображає ступінь активної участі індивіда у подіях власного життя, наявність цілей та смислу, завдяки чому людина менше схильна до відчуженості та пасивності у відповідь на стрес;
- контроль – віра в те, що можна впливати на ситуацію та досягати бажаних результатів власними зусиллями, а не ставати жертвою обставин;
- сприйняття труднощів як викликів – схильність розглядати зміни та стресові події не як загрозу, а як можливість для зростання та навчання.

Життєстійкість важлива в контексті вивчення впливу сучасних медіа на особистість адже дозволяє зрозуміти, наскільки медіаконтент та інформаційні потоки здатні посилювати стрес або, навпаки, сприяти розвитку адаптивних стратегій та стійких світоглядних установок у молоді.

Методика складається із низки тверджень, на які респондент повинен відповісти за шкалою Лайкерта (1-4). Твердження охоплюють усі три охарактеризовані компоненти. Доступно 3 версії опитувальника.

У даному дослідженні використано коротку версію, що обумовлено необхідністю балансування між повнотою вимірювання та оптимальним навантаженням на респондентів. Коротка форма зберігає адекватну надійність та валідність, забезпечуючи при цьому зручніше та оперативніше проведення дослідження серед молоді, знижуючи ризик втоми та погіршення якості відповідей. Такий підхід дає змогу ефективно охарактеризувати рівень життєстійкості, не перевантажуючи учасників надмірною кількістю питань.

Обробка та інтерпретація результатів. Бали за трьома субшкалами підсумовуються окремо.

Таблиця 2.2

Інтерпретація результатів за Опитувальником життєстійкості Маді

Бали	Рівень життєстійкості	Опис
0-38	Низький рівень	Вказує на низку життєстійкість. Людина схильна сприймати стресові ситуації як загрозові, відчуває нестачу почуття контролю та уникає нових викликів. Можлива висока вразливість до стресів та труднощів
39-62	Середній рівень	Відображає помірну життєстійкість. Індивід має базові ресурси для адаптації, проте може відчувати труднощі з сприйняттям стресів як викликів. Рекомендується розвиток навичок саморегуляції та емоційної стійкості
63-72	Високий рівень	Характеризує високу життєстійкість. Особистість сприймає стрес як можливість для зростання, має сильне відчуття контролю та відкритість до змін. Людина здатна ефективно долати життєві труднощі та зберігати психічну рівновагу

Отримані за допомогою опитувальника інтегральні показники дозволяють експериментатору не лише кількісно оцінити життєстійкість, а й отримати комплексне уявлення про психологічну готовність особистості до подолання життєвих стресів та викликів. У дослідженні даний інструмент допомагає виявити рівень стійкості молоді до психологічних навантажень, у тому числі викликаних впливом сучасних медіа.

2.5 Опитувальник навіюваності Клаучека-Деларю

Опитувальник Клаучека-Деларю є психодіагностичним інструментом, що має на меті вимірювання рівня схильності індивіда до навіювання, тобто схильності сприймати зовнішні впливи та переконання без критичної оцінки. Схильність до навіювання розглядається як важливий психологічний конструкт, який відображає вразливість індивіда до соціального впливу, маніпуляцій та змін думки під впливом оточуючого середовища.

Методика була розроблена в межах соціально-психологічних досліджень для оцінки індивідуальних відмінностей у ступені чутливості до навіювання, що має прикладне значення у різноманітних сферах: від клінічної психології та психотерапії до маркетингу та масової комунікації.

В основі інструменту – концепція соціального впливу та конформізму, а також психологічні механізми когнітивного та емоційного сприйняття інформації, які визначають, наскільки індивід легко приймає чужі установки та моделі поведінки. Високий рівень навіюваності пов'язується з низькою критичністю мислення, зниженою саморефлексією та підвищеною емоційною вразливістю.

Отже, опитувальник навіюваності Клаучека-Деларю є надійним та валідним психодіагностичним інструментом, що зумовлює обґрунтованість його використання у процесі дослідження світогляду молоді. Зважаючи на інтенсивний вплив сучасних медіа на ціннісно-сміслову сферу особистості, використання даного опитувальника в експерименті забезпечує можливість об'єктивної оцінки стійкості, спрямованості та критичності світогляду молодих людей.

Опитувальник містить низку тверджень та питань, на які респондент повинен відповісти, демонструючи ступінь власної згоди або частоту проявів певних реакцій у типових ситуаціях навіювання. Використовується шкала Лайкерта (так /ні). Питання орієнтовані на виявлення таких аспектів

навіювання як вразливість до впливу авторитетів, готовність змінювати думку під тиском групи, схильність до імітації та наслідування соціальним нормам без глибокого осмислення. Опитувальник складається із декількох шкал, які оцінюють певні аспекти навіюваності:

- когнітивна – схильність до прийняття ідей та переконань без критичної оцінки,
- емоційна – вразливість до емоційного впливу, наприклад, раптових страхів або тривоги,
- соціальна – готовність підпорядковуватися думці більшості, наслідувати соціальні норми та вимоги.

Дані опитувальника можуть використовуватися для виявлення груп ризику маніпуляцій та психологічної вразливості, а також для розробки індивідуальних програм психологічної корекції та навчання критичному мисленню. У дослідницькій практиці інструмент допомагає дослідити силу впливу соціальних мереж та медіа на процес формування переконань та поведінкових стратегій молоді та інших вікових груп.

Обробка та інтерпретація результатів. Діапазон сумарних балів та їх значення.

0-5 балів – низький рівень. Цей діапазон свідчить про високу стійкість до зовнішнього впливу та соціальної навіюваності. Респонденти з таким рівнем схильні до критичного осмислення отриманої інформації, мають виражену самостійність у формуванні поглядів та переконань, демонструють стійкість до маніпулятивних впливів. Такі індивіди рідше змінюють власну думку під впливом групи та зберігають незалежність суджень.

6-14 балів – середній рівень. Цей діапазон відображає середньостатистичну вразливість до соціального впливу. Особистості з таким рівнем характеризуються гнучкістю мислення, можуть враховувати думки оточуючих. Вони при цьому зберігають здатність до аналізу та саморефлексію. У певних ситуаціях вони піддаються соціальному впливу, але не завжди беззаперечно приймають зовнішні установки.

15-20 балів. Високий бал вказує на підвищену вразливість до навіювання та соціального впливу. Такі респонденти часто демонструють підвищену довірливість, схильність до конформізму та низьку критичність стосовно інформації із зовнішніх джерел. Це може виявлятися у швидкій зміні переконань, залежності від думок важливих інших та вразливості до маніпуляцій. У психологічному плані у таких осіб частіше спостерігається підвищена навіюваність, емоційна нестійкість та необхідність у контролі оточуючих.

РОЗДІЛ 3 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНО-СВІТОГЛЯДНИХ ОРІЄНТАЦІЙ МОЛОДІ

3.1 Хід експерименту

Емпіричне дослідження було спрямоване на виявлення та всебічний аналіз особливостей впливу сучасних медіа на формування світоглядних установок молоді. Актуальність даної проблематики обумовлена тим, що медіа в умовах інформаційного суспільства виступають одним із основних агентів соціалізації, формуючи ціннісні орієнтації, поведінкові патерни та уявлення про соціально важливі явища. З метою забезпечення глибини та повноти аналізу було застосовано батарейний підхід, який передбачає використання комплексу психодіагностичних методик, які доповнюють одна одну, та спрямовані на вивчення різних аспектів психологічної структури особистості респондентів. Такий підхід дозволив розглянути явище, що досліджується, у міждисциплінарній перспективі, у тому числі проаналізувати когнітивний, особистісно-мотиваційний та соціально-психологічний компоненти.

Процедура емпіричного дослідження передбачала декілька етапів. Респондентам було роз'яснено цілі та завдання дослідження, умови конфіденційності, після чого отримана інформована згода. Далі учасники експерименту заповнили соціодемографічну анкету та послідовно проходили батарею психодіагностичних методик. Після завершення тестування результати були зашифровані та пройшли статистичну обробку з використанням відповідних методів аналізу.

У дослідженні було використано чотири психодіагностичних

інструменти, кожен із яких забезпечував вимірювання певних психологічних характеристик, релевантних проблемі, яка вивчається.

1. **Шкала усвідомленого вибору та самосвідомості PCASS** використовувалася для оцінки рівня здатності респондентів до самостійного ухвалення рішень та усвідомленого вибору у різноманітних життєвих обставинах. Цей показник має особливе значення у контексті впливу медіа, оскільки висока усвідомленість та рефлексивність можуть виступати психологічним ресурсом, що знижує ймовірність некритичного засвоєння нав'язаних інформаційних та ціннісних моделей.

2. **Опитувальник «Колективна та незалежна Я-концепція» SCS** дав змогу виявити домінування у респондентів індивідуалістичної або колективістської системи самовизначення. Даний параметр відображає співвідношення особистісної автономії та соціальної включеності, що має важливе, безпосереднє значення для розуміння того, яким чином молодь сприймає та інтерпретує медійні повідомлення, орієнтовані на різні культурні моделі.

3. **Коротка версія опитувальника життєстійкості Маді** забезпечила вимірювання інтегрального рівня стійкості особистості до стресових впливів та життєвих труднощів. Життєстійкість розглядається як основний психологічний ресурс, який дозволяє зберігати цілісність світогляду та здатність до самостійних суджень навіть в умовах інформаційного тиску та невизначеності.

4. **Опитувальник навіюваності Клаучека-Деларю** застосовувався для оцінки схильності респондентів до некритичного сприйняття та засвоєння зовнішньої інформації. У контексті вивчення впливу медіа на молодь даний параметр є критичним, адже високий рівень навіюваності корелюється з більшою вразливістю до маніпулятивних та пропагандистських повідомлень.

Застосування перерахованих методик у єдиному дослідницькому комплексі дало змогу отримати цілісну картину психологічних факторів, які

визначають характер взаємодії молоді із сучасними медіа та ступінь їх впливу на формування світоглядних установок. Такий підхід забезпечив можливість і кореляційного аналізу взаємозв'язків між окремими характеристиками, і виявлення інтегральних тенденцій в групі респондентів.

3.2 Опис вибірки

Вибірка дослідження складалася із 45 учасників віком від 20 до 25 років, які пройшли анкетування та психодіагностичне обстеження на базі БО «Інститут медицини та миру». До вибірки увійшли 31 жінка та 14 чоловіків. Зазначений віковий діапазон дозволяє віднести учасників до категорії сучасної молоді – соціально активної, яка перебуває на стадії активного формування життєвих установок та світоглядних орієнтацій. Такий вибір забезпечує високу релевантність отриманих даних за темою дослідження.

Збалансований гендерний склад, а також чітке вікове обмеження дозволяють розглядати вибірку як достатньо однорідну за основними демографічними параметрами, що сприяє більшій точності інтерпретації результатів та їх подальшого узагальнення. Перед початком роботи усім респондентам були пояснені цілі, завдання та умови дослідження, після чого було отримано добровільні інформовані згоди – і усні, і письмові. Усі процедури відповідали основним етичним стандартам психологічної науки, у тому числі принципам добровільності, анонімності та конфіденційності. Емпірична частина дослідження проводилася в умовах, які повністю відповідають діючим санітарно-гігієнічним нормам України, що забезпечило комфортну та безпечну атмосферу для учасників та дослідника.

3.3 Інтерпретація результатів

У межах проведеного емпіричного дослідження для оцінки ступеня автономності у прийнятті рішень та глибини саморозуміння респондентів було використано **Шкалу усвідомленого вибору та самосвідомості PCASS**. Даний опитувальник призначений для оцінки того, в якій мірі вибір індивіда визначається його власними цінностями, переконаннями та пріоритетами, а не зовнішніми обставинами або соціальним тиском. Завдяки даній методиці були отримані об'єктивні кількісні дані, що відображають рівень усвідомленості при прийнятті рішень та здатність до рефлексії власних мотивів та цілей. Ці параметри мають ключове значення при аналізі впливу сучасних медіа на світоглядні установки молоді, адже ступінь самостійності мислення та усвідомленості особистого вибору може визначати стійкість індивіда до маніпулятивних та нав'язаних інформаційних впливів. Нижче, у Таблиці 3.1, наведено результати, отримані за шкалою PCASS у вибірці, яка досліджується.

Таблиця 3.1

Розподіл рівнів усвідомленого вибору та самосвідомості серед респондентів
(PCASS)

№	Стать	Бали за PCASS	Рівень прояву усвідомленого вибору та самосвідомості
1	ж	3,5	середній рівень
2	ж	5,1	високий рівень
3	ж	4,3	середній рівень
4	ж	5,6	високий рівень
5	ж	2,4	низький рівень

№	Стать	Бали за PCASS	Рівень прояву усвідомленого вибору та самосвідомості
6	ж	6,1	високий рівень
7	ж	3,4	середній рівень
8	ж	3,7	середній рівень
9	ж	4,2	середній рівень
10	ж	2,6	низький рівень
11	ж	6,2	високий рівень
12	ж	3,1	середній рівень
13	ж	5,4	високий рівень
14	ж	7	високий рівень
15	ж	4,2	середній рівень
16	ж	4,5	середній рівень
17	ж	6,3	високий рівень
18	ж	6,9	високий рівень
19	ж	7	високий рівень
20	ж	3,3	середній рівень
21	ж	2,6	низький рівень
22	ж	3,7	середній рівень
23	ж	5,1	високий рівень
24	ж	4,9	середній рівень
25	ж	4,5	середній рівень
26	ж	2,5	низький рівень
27	ж	4,6	середній рівень
28	ж	2,5	низький рівень
29	ж	3,4	середній рівень
30	ж	6,1	високий рівень
31	ж	4,3	середній рівень
32	ч	2,2	низький рівень

№	Стать	Бали за PCASS	Рівень прояву усвідомленого вибору та самосвідомості
33	ч	4,5	середній рівень
34	ч	2,8	низький рівень
35	ч	6,5	високий рівень
36	ч	4,1	середній рівень
37	ч	3,6	середній рівень
38	ч	3,2	середній рівень
39	ч	7	високий рівень
40	ч	4,1	середній рівень
41	ч	4,6	середній рівень
42	ч	5,1	високий рівень
43	ч	4,3	середній рівень
44	ч	4,6	середній рівень
45	ч	3,1	середній рівень

Таблиця 3.2

Кількісні та відсоткові показники розподілу рівнів усвідомленого вибору та самосвідомості серед респондентів (PCASS)

№	Рівень прояву усвідомленого вибору та самосвідомості	Кількість респондентів, осіб	Кількість, %
1	Низький рівень	7	15,56
2	Середній рівень	24	53,33
3	Високий рівень	14	31,11

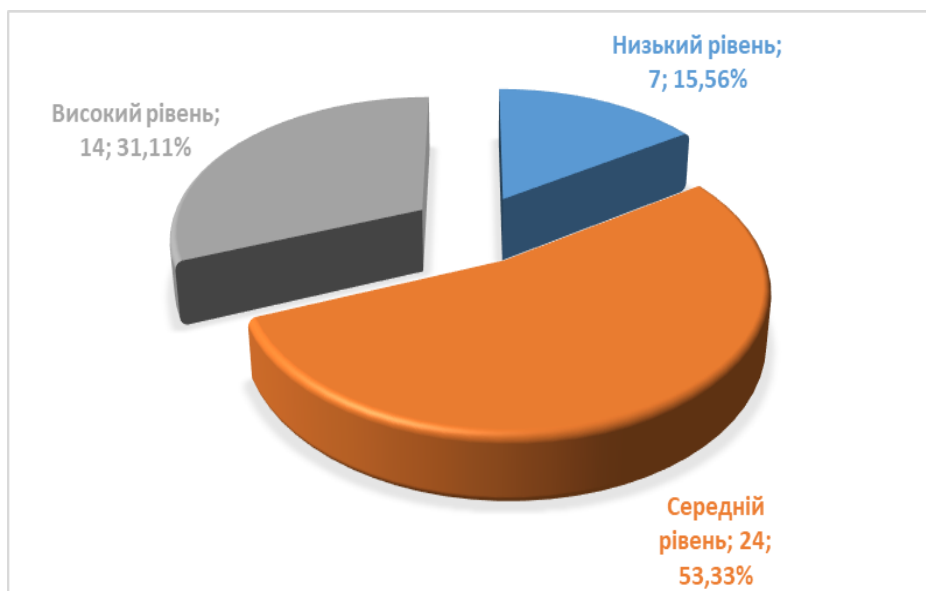


Рис. 3.1 Розподіл респондентів за рівнями усвідомленого вибору та самосвідомості серед респондентів (PCASS)

Статистичний аналіз результатів дослідження за шкалою усвідомленого вибору та самосвідомості виявив, що серед досліджуваної вибірки домінував середній рівень проявів усвідомленого вибору та самосвідомості – 24 особи, що складає 53,33% від загальної кількості учасників. Це свідчить про те, що більшість респондентів мають помірну здатність до усвідомленої регуляції власних дій та саморефлексії, здатні критично оцінювати власні рішення та поведінки, але при цьому потребують додаткової підтримки та мотивації для повнішого розкриття внутрішнього потенціалу.

Високий рівень спостерігався у 14 осіб (31,11%), що відображає наявність у значної частини молоді розвинених здібностей до самостійного вибору та високого ступеня самосвідомості. Ці індивіди демонструють стійку внутрішню мотивацію, здатність до критичного самоаналізу та послідовне застосування власних ціннісних орієнтирів у повсякденному житті.

Низький рівень був зареєстрований у 7 (15,56%) осіб, що засвідчує дефіцит навичок саморегуляції та усвідомленого вибору. У даної групи

респондентів може спостерігатися залежність від зовнішніх впливів, труднощі у прийнятті рішень та недостатня рефлексивна здатність, що обумовлює їх вразливість до маніпулятивних впливів медіа та соціального оточення.

Таким чином, розподіл показників свідчить про домінування середніх значень, що відображає тенденцію до помірного розвитку самосвідомості та здатності до усвідомленого вибору серед молоді 20-25 років. Наявність високих та низьких рівнів підкреслює індивідуальні відмінності та необхідність диференційованих підходів до розвитку саморегуляції та критичного сприйняття інформації.

У межах емпіричного дослідження для оцінки особливостей самосприйняття та соціальної ідентичності молоді було використано **Опитувальник «Колективна та незалежна Я-концепція» SCS**. Ця методика дає змогу виявити ступінь вираженості незалежного та колективного типу Я-концепції, що відображає індивідуальні відмінності у сприйнятті себе як автономної особистості або як частини соціальної групи. Отримані дані дають змогу проаналізувати вплив сучасних медіа на формування особистісних та соціально-ціннісних орієнтацій, а також зрозуміти, яким чином медіасередовище сприяє зміцненню або трансформації уявлень про власну ідентичність.

Таблиця 3.3

Розподіл показників колективної Я-концепції (SCS) у респондентів

№	Стать	Бали за SCS	Рівень колективної Я-концепції
1	ж	3,2	середній рівень
2	ж	2,6	середній рівень
3	ж	2,9	середній рівень
4	ж	2,7	середній рівень
5	ж	4,4	високий рівень

№	Стать	Бали за SCS	Рівень колективної Я-концепції
6	ж	1,8	низький рівень
7	ж	3,4	середній рівень
8	ж	3,3	середній рівень
9	ж	3,8	середній рівень
10	ж	4,6	високий рівень
11	ж	1,6	низький рівень
12	ж	4,5	високий рівень
13	ж	2,6	середній рівень
14	ж	1,3	низький рівень
15	ж	4,8	високий рівень
16	ж	4,7	високий рівень
17	ж	4,9	низький рівень
18	ж	1,5	низький рівень
19	ж	1,4	низький рівень
20	ж	3,6	середній рівень
21	ж	5,1	високий рівень
22	ж	3,8	середній рівень
23	ж	2,7	середній рівень
24	ж	2,7	середній рівень
25	ж	2,6	середній рівень
26	ж	5,1	високий рівень
27	ж	2,7	середній рівень
28	ж	5,7	дуже високий рівень
29	ж	3,6	середній рівень
30	ж	2,1	низький рівень
31	ж	2,6	середній рівень
32	ч	4,9	високий рівень

№	Стать	Бали за SCS	Рівень колективної Я-концепції
33	ч	2,4	низький рівень
34	ч	4,3	високий рівень
35	ч	1,4	низький рівень
36	ч	2,6	середній рівень
37	ч	3,7	середній рівень
38	ч	3,5	середній рівень
39	ч	1,2	низький рівень
40	ч	2,7	середній рівень
41	ч	2,6	середній рівень
42	ч	1,6	низький рівень
43	ч	2,6	середній рівень
44	ч	2,5	низький рівень
45	ч	3	середній рівень

Таблиця 3.4

Кількісні та відсоткові показники за шкалою колективної Я-концепції (SCS)

№	Рівень колективної Я-концепції	Кількість респондентів, осіб	Кількість, %
1	Низький рівень	12	26,67
2	Середній рівень	23	51,11
3	Високий рівень	9	20,00
4	Дуже високий рівень	1	2,22

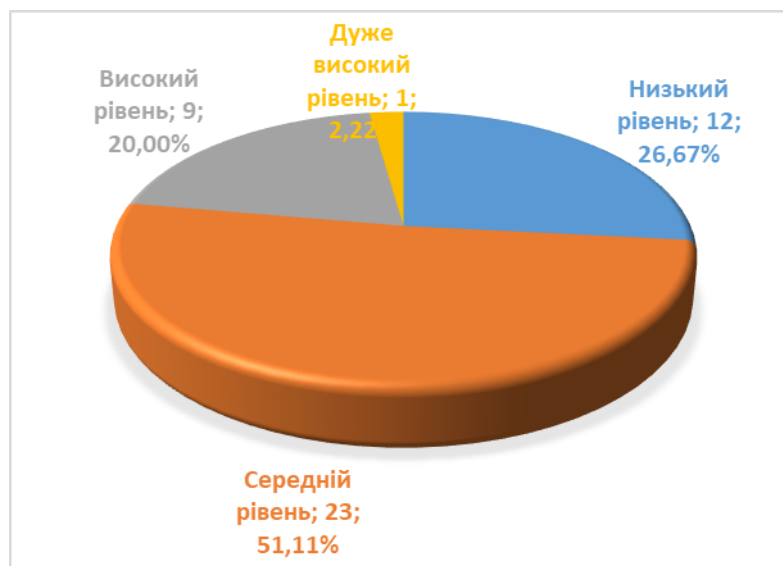


Рис. 3.2 Розподіл респондентів за показниками колективної Я-концепції (SCS)

Отримані дані за шкалою «Колективна Я-концепція» опитувальника SCS відображають розподіл респондентів за ступенем вираженості орієнтації на соціальну групу та на зовнішні соціальні очікування. Переважна частина вибірки характеризується середнім рівнем колективної Я-концепції – 23 особи (51,11%), що свідчить про збалансоване співвідношення особистої автономії та орієнтації на колективні норми. Такі учасники здатні враховувати соціальні очікування, але при цьому зберігають індивідуальну самостійність у прийнятті рішень.

Низький рівень колективної Я-концепції виявлений у 12 осіб (26,67%), що вказує на виражену автономність та схильність до самостійного формування світоглядних установок, незначний вплив групи та соціальних норм на поведінку.

Високий рівень зареєстрований у 9 осіб (20,00%), демонструючи у цих респондентів виражену орієнтованість на колективні цінності та соціальні норми, що може сприяти більшій вразливості до групових медіанаративів.

Нарешті, дуже високий рівень виявлений у 1 респондента (2,22%) – жінки, що вказує на сильну залежність від соціального оточення та високу

чутливість до колективних установок.

В цілому, розподіл відображає типові співвідношення автономії та соціальної орієнтованості серед молоді у віковій групі 20-25 років. Більшість учасників демонструє помірний баланс між особистісною самостійністю та колективною ідентичністю, що важливо враховувати при аналізі впливу сучасних медіа на формування світоглядних установок.

Таблиця 3.5

Розподіл показників незалежної Я-концепції (SCS) у респондентів

№	Стать	Бали за SCS	Рівень незалежної Я-концепції
1	ж	3,1	середній рівень
2	ж	3,9	середній рівень
3	ж	3,5	середній рівень
4	ж	3,8	середній рівень
5	ж	1,8	низький рівень
6	ж	4,9	високий рівень
7	ж	2,8	середній рівень
8	ж	3	середній рівень
9	ж	3,6	середній рівень
10	ж	1,9	низький рівень
11	ж	5,1	високий рівень
12	ж	2,1	низький рівень
13	ж	3,9	середній рівень
14	ж	5,4	високий рівень
15	ж	3,6	середній рівень
16	ж	3,5	середній рівень
17	ж	5,1	високий рівень
18	ж	5,4	високий рівень

№	Стать	Бали за SCS	Рівень незалежної Я-концепції
19	ж	5,5	високий рівень
20	ж	2,6	середній рівень
21	ж	2	низький рівень
22	ж	2,9	середній рівень
23	ж	3,9	середній рівень
24	ж	3,7	середній рівень
25	ж	3,4	середній рівень
26	ж	1,9	низький рівень
27	ж	3,5	середній рівень
28	ж	2,1	низький рівень
29	ж	2,9	середній рівень
30	ж	5,2	високий рівень
31	ж	3,4	середній рівень
32	ч	1,6	низький рівень
33	ч	4,2	високий рівень
34	ч	2,1	низький рівень
35	ч	5,3	високий рівень
36	ч	3,8	середній рівень
37	ч	3,6	середній рівень
38	ч	2,9	середній рівень
39	ч	6,7	дуже високий рівень
40	ч	3,7	середній рівень
41	ч	4,2	високий рівень
42	ч	4,7	високий рівень
43	ч	4,1	високий рівень
44	ч	4,3	високий рівень
45	ч	3,5	середній рівень

Таблиця 3.6

Кількісні та відсоткові показники за шкалою незалежної Я-концепції (SCS)

№	Рівень незалежної Я-концепції	Кількість респондентів, осіб	Кількість, %
1	Низький рівень	8	17,78
2	Середній рівень	23	51,11
3	Високий рівень	13	28,89
4	Дуже високий рівень	1	2,22

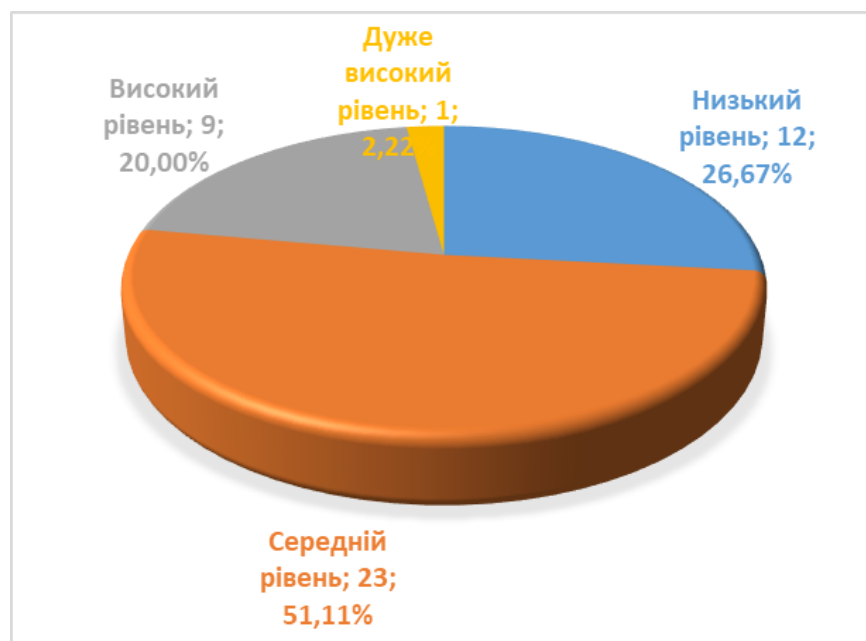


Рис. 3.3 Розподіл респондентів за показниками незалежної Я-концепції (SCS)

Аналіз результатів за шкалою «Незалежна Я-концепція» опитувальника SCS виявив різноманіття рівнів особистісної автономії серед учасників дослідження. Більшість респондентів – 23 особи (51,11%) продемонстрували середній рівень незалежної самоідентифікації, що свідчить про сформованість помірної автономії, здатність приймати рішення,

спираючись на власні переконання, та відносно збалансовану інтеграцію особистісних та соціальних чинників.

Низький рівень незалежності був зафіксований у 8 осіб (17,78%), що може вказувати на підвищену орієнтованість на зовнішні соціальні норми та вплив групи. Високий рівень незалежності спостерігався у 13 респондентів (28,89%), дуже високий – у 1 особи (2,22%), чоловіка, відображаючи виражену здатність до самостійного вибору, критичного осмислення інформації та опору зовнішньому тиску.

Отримані результати підкреслюють наявність варіативності у ступені автономності особистості серед молоді, що надзвичайно важливо для розуміння механізмів впливу сучасних медіа на формування світоглядних установок.

У межах дослідження для діагностики рівня стресостійкості та адаптаційного потенціалу респондентів використовувалася **коротка версія опитувальника життєстійкості Маді**. Дана методика дозволяє оцінити інтегральний показник життєстійкості, а також її основні компоненти: залученість, контроль та прийняття ризику. Концепція життєстійкості відображає здатність особистості ефективно долати складні життєві ситуації, зберігати внутрішню стійкість та конструктивну активність в умовах невизначеності.

Застосування даного інструменту в контексті дослідження впливу сучасних медіа на формування світогляду молоді обумовлене тим, що життєстійкість може виступати як психологічний буфер, що знижує навіюваність та підвищує критичність сприйняття інформації. Високі показники життєстійкості асоціюються з більш усвідомленим підходом до інформаційних потоків, а низькі – з підвищеною вразливістю до маніпулятивних впливів. Аналіз отриманих результатів за даною шкалою дозволить не лише виявити загальний рівень стресостійкості у вибірці, а й оцінити, наскільки даний особистісний ресурс співвідноситься з іншими змінними, що досліджуються.

Таблиця 3.7

Розподіл рівнів життєстійкості за опитувальником Маді

№	Стать	Отримані бали	Рівень життєстійкості
1	ж	42	середній рівень
2	ж	55	середній рівень
3	ж	49	середній рівень
4	ж	64	високий рівень
5	ж	27	низький рівень
6	ж	66	високий рівень
7	ж	34	низький рівень
8	ж	47	середній рівень
9	ж	52	середній рівень
10	ж	27	низький рівень
11	ж	67	високий рівень
12	ж	30	низький рівень
13	ж	63	високий рівень
14	ж	69	високий рівень
15	ж	53	середній рівень
16	ж	58	середній рівень
17	ж	64	високий рівень
18	ж	69	високий рівень
19	ж	71	високий рівень
20	ж	32	низький рівень
21	ж	28	низький рівень
22	ж	46	середній рівень
23	ж	57	середній рівень
24	ж	56	середній рівень
25	ж	54	середній рівень

№	Стать	Отримані бали	Рівень життєстійкості
26	ж	27	низький рівень
27	ж	55	середній рівень
28	ж	25	низький рівень
29	ж	35	низький рівень
30	ж	61	високий рівень
31	ж	54	середній рівень
32	ч	23	низький рівень
33	ч	56	середній рівень
34	ч	26	низький рівень
35	ч	65	високий рівень
36	ч	53	середній рівень
37	ч	49	середній рівень
38	ч	44	середній рівень
39	ч	70	високий рівень
40	ч	49	середній рівень
41	ч	63	високий рівень
42	ч	64	високий рівень
43	ч	48	середній рівень
44	ч	50	середній рівень
45	ч	41	середній рівень

Таблиця 3.8

Кількісні та відсоткові показники рівнів життєстійкості за опитувальником

Маді

№	Рівень життєстійкості	Кількість респондентів, осіб	Кількість, %
1	Низький рівень	11	24,44

№	Рівень життєстійкості	Кількість респондентів, осіб	Кількість, %
2	Середній рівень	21	46,67
3	Високий рівень	13	28,89

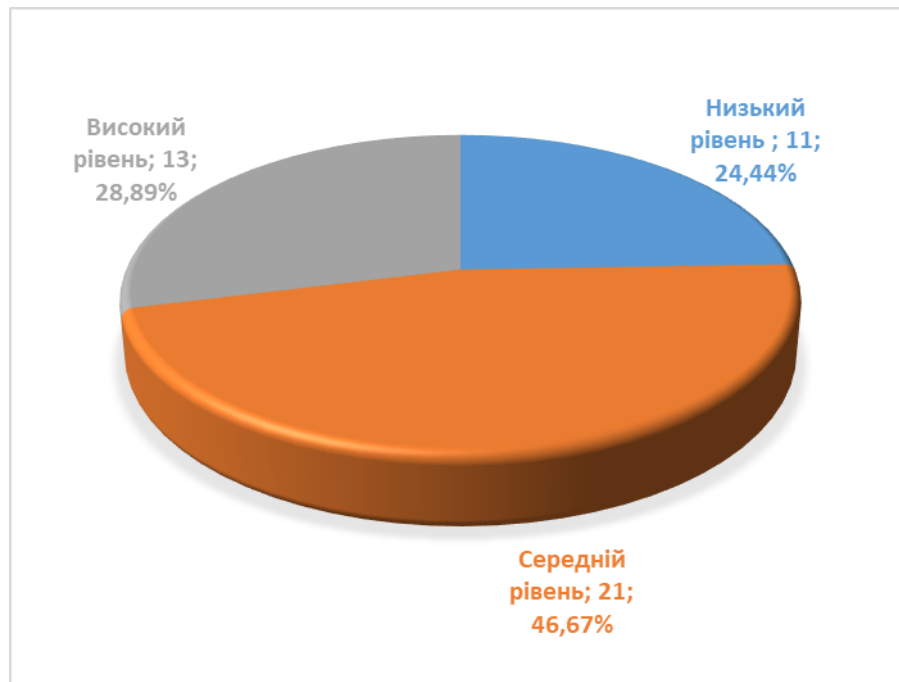


Рис. 3.4 Розподіл респондентів за рівнями життєстійкості (опитувальник Маді)

Аналіз даних, отриманих з використанням короткої версії опитувальника життєстійкості Маді, виявив, що у вибірці, яка досліджується, переважають респонденти із середнім рівнем життєстійкості – 21 особа (46,67%). Це свідчить про те, що у більшості учасників дослідження є достатньо розвинені ресурси для подолання стресових ситуацій, проте їх стійкість до тривалих або надзвичайно потужних стресорів може бути обмеженою. Такі особи, зазвичай, здатні адаптуватися до змін та зберігати працездатність, але у складних умовах можуть потребувати додаткової підтримки.

Високий рівень життєстійкості був зафіксований у 13 осіб (28,89%). Такий результат вказує на наявність у цих респондентів вираженої здатності зберігати психологічну стабільність та конструктивну поведінку навіть в умовах значної невизначеності та тиску. Високі показники життєстійкості часто корелюються з високою усвідомленістю, про-активною життєвою позицією та критичним сприйняттям зовнішньої інформації, що може зменшувати вразливість до маніпулятивних впливів сучасних медіа.

Низький рівень життєстійкості продемонстрували 11 учасників (24,44%). Це може свідчити про підвищену стресову вразливість, схильність до дезадаптивних реакцій у складних ситуаціях та ускладнену мобілізацію внутрішніх ресурсів. Особи з низькою життєстійкістю можуть бути схильні до емоційного вигорання, тривожності та вразливі до зовнішнього тиску, у тому числі через нав'язані медіа установки.

Таким чином, розподіл результатів демонструє, що у групі дослідження наявна значна варіативність у рівнях життєстійкості, що створює основу для наступного кореляційного аналізу. Вивчення взаємозв'язку життєстійкості з іншими психологічними показниками, зокрема, усвідомленим вибором, типом Я-концепції та рівнем навіюваності, надає експериментатору можливість глибше зрозуміти роль даного особистісного ресурсу у процесі формування світогляду молоді під впливом сучасних медіа.

Для оцінки індивідуальних відмінностей у ступені чутливості до зовнішніх впливів та готовності наслідувати нав'язані установки у дослідженні було застосовано **опитувальник навіюваності Клаучека-Деларю**. Даний діагностичний інструмент дає змогу виявити рівень навіюваності як стійкої особистісної характеристики, що відображає схильність індивіда підпадати під вплив оточуючих і у вербальній, і у невербальній формі.

Методика спирається на уявлення про те, що навіюваність є важливим компонентом міжособистісної взаємодії, який впливає на процеси прийняття рішень, формування переконань та установок. Висока навіюваність може

сприяти швидкій адаптації у нових соціальних умовах, проте при цьому підвищується ризик некритичного сприйняття інформації та вразливість до маніпулятивних впливів, у тому числі медійний вплив. Низька навіюваність, навпаки, пов'язана зі стійкішою системою цінностей та переконань, проте може ускладнювати гнучку взаємодію в колективі.

Отримані результати за даною методикою, наведені у Таблиці 3.9, в межах дослідження дозволяють оцінити, наскільки виражена у учасників вибірки готовність слідувати за зовнішніми впливами, та порівняти ці показники з іншими особистісними змінними: життестійкість, усвідомлений вибір та тип Я-концепції, що у подальшому буде використано для проведення кореляційного аналізу.

Таблиця 3.9

Розподіл вибірки за рівнями схильності до навіювання (опитувальник Клаучека-Деларю)

№	Стать	Бали	Рівень схильності до навіювання
1	ж	9	середній рівень
2	ж	4	низький рівень
3	ж	7	середній рівень
4	ж	4	низький рівень
5	ж	16	високий рівень
6	ж	3	низький рівень
7	ж	9	середній рівень
8	ж	10	середній рівень
9	ж	7	середній рівень
10	ж	16	високий рівень
11	ж	3	низький рівень
12	ж	15	високий рівень
13	ж	4	низький рівень

№	Стать	Бали	Рівень схильності до навіювання
14	ж	6	середній рівень
15	ж	8	середній рівень
16	ж	7	середній рівень
17	ж	3	низький рівень
18	ж	2	низький рівень
19	ж	6	середній рівень
20	ж	10	середній рівень
21	ж	17	високий рівень
22	ж	10	середній рівень
23	ж	4	низький рівень
24	ж	7	середній рівень
25	ж	8	середній рівень
26	ж	17	високий рівень
27	ж	9	середній рівень
28	ж	15	високий рівень
29	ж	11	середній рівень
30	ж	3	низький рівень
31	ж	7	середній рівень
32	ч	18	високий рівень
33	ч	5	низький рівень
34	ч	12	середній рівень
35	ч	3	низький рівень
36	ч	7	середній рівень
37	ч	10	середній рівень
38	ч	11	середній рівень
39	ч	3	низький рівень
40	ч	7	середній рівень
41	ч	5	низький рівень

№	Стать	Бали	Рівень схильності до навіювання
42	ч	4	низький рівень
43	ч	7	середній рівень
44	ч	4	низький рівень
45	ч	11	середній рівень

Таблиця 3.10

Кількісні та відсоткові показники рівнів схильності до навіювання
(опитувальник Клаучека-Деларю)

№	Рівень схильності до навіювання	Кількість респондентів, осіб	Кількість, %
1	Високий рівень	7	15,56
2	Середній рівень	23	51,11
3	Низький рівень	15	33,33

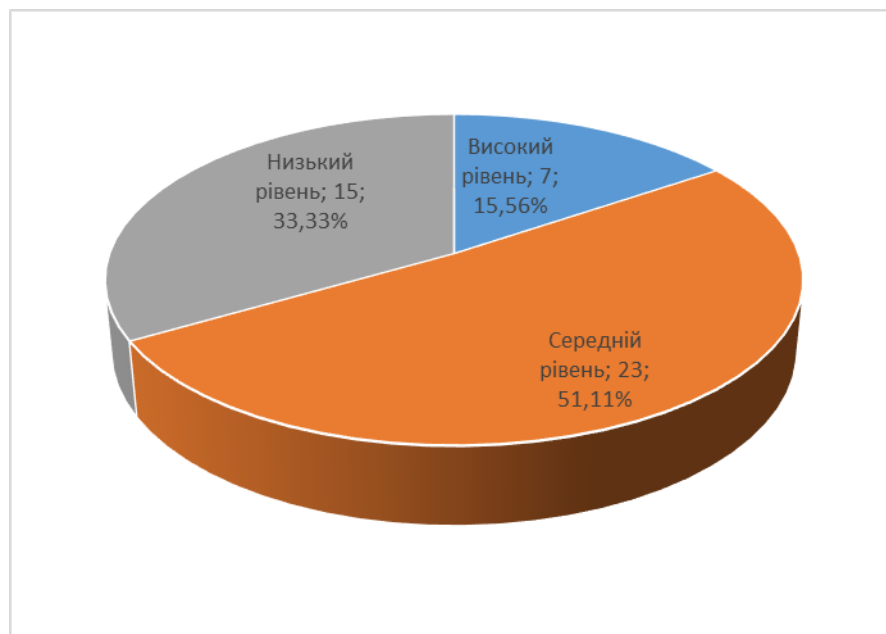


Рис. 3.5 Розподіл респондентів за рівнями схильності до навіювання
(опитувальник Клаучека-Деларю)

Отримані результати за опитувальником Клаучека-Деларю свідчать про те, що серед учасників дослідження найбільша частка респондентів продемонструвала середній рівень схильності до навіювання – 23 особи (51,11% від загальної вибірки). Це вказує на помірну вразливість до зовнішнього психологічного впливу, при якій індивід здатний сприймати та засвоювати інформацію або установки, але при цьому залишається певна здатність до критичного осмислення та самостійного вибору.

Низький рівень схильності до навіювання був виявлений у 15 респондентів (33,33%), що відображає високу ступінь психологічної стійкості до зовнішніх впливів, розвинені навички критичного аналізу інформації та порівняно автономне прийняття рішень. Такі респонденти менше вразливі до нав'язаних думок та більш схильні відстоювати власну позицію.

Високий рівень схильності до навіювання був зафіксований у 7 учасників (15,56%). Даний показник вказує на значну вразливість до зовнішніх впливів та схильність до підпорядкування соціальним, груповим або індивідуальним впливам. Такі особи частіше виявляються залежними від думок оточуючих, що може впливати на їх поведінкові та світоглядні установки.

Домінування у вибірці середнього рівня схильності до навіювання вказує на те, що більшість учасників демонструє збалансоване поєднання вразливості до соціальних та інформаційних впливів зі збереженням критичного мислення та здатності до самостійного ухвалення рішень. Разом з тим, наявність значимої частки респондентів з високим рівнем схильності до навіювання свідчить про наявність групи, потенційно більш вразливої до впливу масової інформації, у тому числі трансльованої сучасними медіа, що може спричинити формування у них світоглядних установок під впливом зовнішніх джерел. Частка учасників з низькою схильністю до навіювання відображає наявність у вибірці осіб зі стійкою та незалежною позицією, що знижує ймовірність маніпулятивного впливу. Таким чином, виявлені показники навіюваності можуть відігравати важливу роль у поясненні

відмінностей у вразливості молоді до впливу медіа та є значимими для наступного кореляційного аналізу.

3.4 Кореляційний аналіз

У межах даного дослідження для виявлення взаємозв'язків між психологічними змінними, які вивчаються, було використано метод кореляційного аналізу. Кореляційний аналіз – це науковий метод статистики, який дозволяє досліднику визначити ступінь та напрямок взаємозв'язку між декількома характеристиками, вираженими у кількісних показниках. Він застосовується тоді, коли є потреба визначити, чи змінюються значення однієї змінної систематично залежно від змін іншої, а також оцінити силу цього зв'язку.

Теоретичне обґрунтування вибору даного методу полягає в тому, що психічні явища та особистісні характеристики рідко існують ізольовано: вони утворюють складні системи, елементи яких взаємопов'язані та можуть чинити взаємний вплив один на одного. Зокрема, у даній роботі досліджуються такі параметри як рівень усвідомленого вибору, вираженість колективної та незалежної Я-концепції, життєстійкість та навіюваність. Кожна із цих характеристик відображає певні аспекти особистості, але їх прояви можуть бути взаємообумовлені або взаємопов'язані.

Застосування кореляційного аналізу дозволяє не лише виявити наявність статистично значимого зв'язку між змінними, а й визначити напрямок такого зв'язку: прямий або зворотний.

У даному дослідженні для аналізу взаємозв'язків було використано коефіцієнт кореляції Пірсона. Даний показник застосовується у випадках, коли змінні виміряні в інтервальній шкалі та характеризуються розподілом, близьким до нормального. Коефіцієнт Пірсона дозволяє оцінити силу та

напрямок лінійної залежності між двома ознаками: його значення може змінюватися від -1 (повний зворотний зв'язок) до $+1$ (повний прямий зв'язок), при цьому значення, близьке до 0 вказує на відсутність статистично значимого лінійного зв'язку.

Застосування даного методу особливо важливе в контексті поставлених завдань, адже він дає можливість перейти від простого опису характеристик вибірки до розуміння їх взаємного впливу та структурних взаємозв'язків. У результаті можна визначити, які із особистісних змінних, що вивчаються, пов'язані між собою найтісніше, а також виявити потенційні психологічні механізми, що лежать в основі цих зв'язків.

Отже, кореляційний аналіз є кульмінаційним етапом даного дослідження, забезпечуючи його аналітичну глибину та даючи змогу зробити обґрунтовані висновки про характер та спрямованість взаємозв'язків між показниками, які досліджуються. У свою чергу, це надає можливість запропонувати цілісну інтерпретацію отриманих результатів та розглянути їх практичне значення в контексті психологічної діагностики та корекції.

Для вивчення взаємозв'язку між **рівнем усвідомленого вибору і самосвідомості та схильністю до навіювання** було проведено кореляційний аналіз із застосуванням коефіцієнта кореляції Пірсона. Даний статистичний показник був обраний, оскільки обидві змінні представлені у інтервальній шкалі та розподілені близько до нормального, що відповідає умовам його застосування.

Результати аналізу продемонстрували, що коефіцієнт кореляції склав $r = -0,8772$ при рівні значимості $p \leq 0,05$, що вказує на **наявність дуже сильного негативного зв'язку** між показниками, які досліджуються. Це означає наступне: чим вищим є рівень усвідомленого вибору та самосвідомості у респондентів, тим нижчою є їх схильність до навіювання, та навпаки.

Практично лінійний характер виявленої залежності говорить про те, що дані конструктуальні характеристики особистості перебувають у

функціональній противазі: розвинена здатність критично осмислювати вхідну інформацію, аналізувати можливі наслідки власних вчинків та приймати рішення на основі внутрішніх переконань виступає психологічним бар'єром для зовнішнього впливу та навіювання. Навпаки, недостатній рівень усвідомленості обумовлює вразливість індивіда до маніпуляцій та навіювання, оскільки в таких умовах знижується здатність фільтрувати вхідну інформацію та оцінювати її достовірність.

З теоретичної точки зору отримані дані узгоджуються з положеннями когнітивно-поведінкової психології, відповідно до яких високий рівень самосвідомості формує стійку внутрішню Я-позицію, яка підвищує опірність деструктивним формам впливу. Також дані перегукуються з гуманістичною парадигмою, в межах якої усвідомленість розглядається як важливий компонент особистісної автономності.

Для наочної демонстрації виявленого зв'язку було побудовано діаграму розсіювання, на якій кожна точка відповідає індивідуальному значенню пари змінних для конкретного респондента. Графічна інтерпретація чітко відображає негативний нахил трендової лінії, що візуально підтверджує сильну зворотну залежність: зі зростанням значень усвідомленого вибору значення навіюваності систематично знижуються. Така візуалізація не лише підкріплює статистичні результати, а й дозволяє оцінити ступінь щільності розташування точок навкруги лінії регресії, що додатково свідчить про високу силу кореляційного зв'язку.

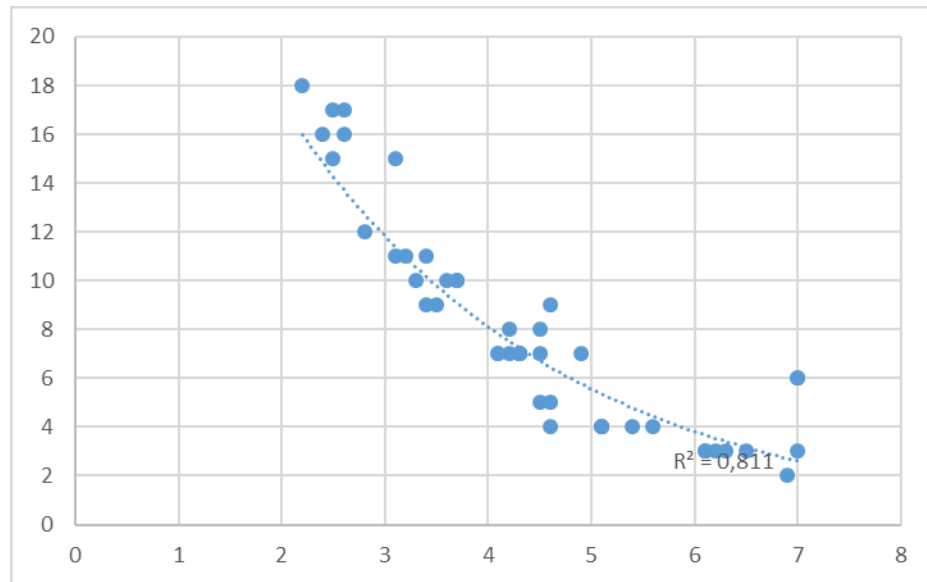


Рис. 3.6 Графічне представлення кореляційної залежності між рівнем усвідомленого вибору і самосвідомості та рівнем навіюваності

Таким чином, і кількісний аналіз, і графічна візуалізація підтверджують, що розвиток усвідомленості та самосвідомості є важливим чинником, який здатний суттєво знижувати схильність особистості до навіюваності.

Отримані результати кореляційного аналізу, які виявили сильний негативний зв'язок між рівнем усвідомленого вибору і самосвідомості та рівнем навіюваності ($r = -0,8772$), дають змогу зробити висновок про ключову роль когнітивної автономності у формуванні стійкого світогляду. Високі показники усвідомленості передбачають розвинену здатність до критичного оцінювання вхідної інформації, що значно знижує вразливість до маніпулятивного впливу медіа. Навпаки, поєднання низької усвідомленості та високої схильності до навіювання підвищує ймовірність некритичного засвоєння трансльованих медіа установок, цінностей та наративів, що може призводити до формування світогляду, повністю залежного від зовнішніх джерел інформації. Отже, виявлений взаємозв'язок демонструє, що зниження навіюваності при одночасному розвитку усвідомленого вибору є ефективним

механізмом, що зміцнює опірність індивіда нав'язливому або тенденційному медійному контенту.

У межах емпіричного дослідження було проведено кількісну оцінку взаємозв'язку між **показниками життєстійкості та схильності до навіювання** у за допомогою коефіцієнт кореляції Пірсона. Теоретична обґрунтованість аналізу полягає в тому, що життєстійкість відображає здатність особистості зберігати психологічну стійкість, адекватно сприймати стресові та емоційно насичені ситуації, а також критично обробляти інформацію, зокрема медіаконтент. Навіюваність, в свою чергу, характеризує вразливість індивіда до зовнішніх впливів та ступінь схильності до підпорядкування зовнішнім авторитетам та впливам. Порівняння цих показників дозволяє виявити механізми, через які медіаконтент може чинити вплив на світоглядні установки та когнітивні процеси молоді.

У результаті аналізу було виявлено сильних негативний коефіцієнт кореляції $r = -0,9132$ ($p \leq 0,05$), що є свідченням високого рівня зворотного зв'язку: зі зростанням життєстійкості у респондентів спостерігалось зниження схильності до навіювання, та навпаки. Ця статистична тенденція підтверджує припущення про те, що внутрішні ресурси особистості, які забезпечують стійкість до стресу та психоемоційну стабільність, здатні виступати буфером проти зовнішніх впливів, зокрема, медіаповедінки та маніпуляцій.

Для наочного представлення виявленого взаємозв'язку використана діаграма розсіювання, яка демонструє розподіл індивідуальних показників: учасники з високими значеннями життєстійкості розташовані на протилежному боці шкали навіюваності, що візуально відображає виражений негативний тренд.

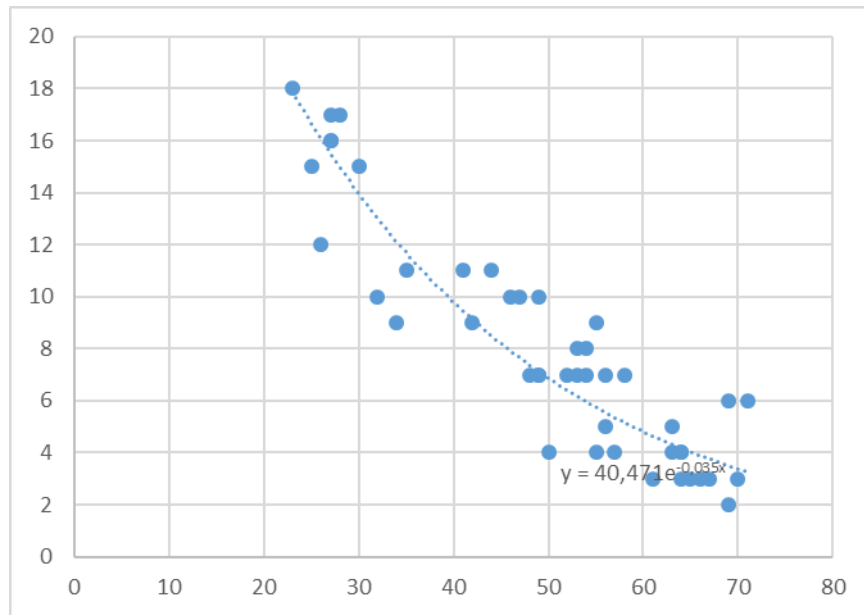


Рис. 3.7 Графічне представлення кореляційної залежності між рівнем життестійкості та рівнем навіюваності

Отже, отримані у процесі аналізу дані дають змогу підсумувати, що розвиток життестійкості та пов'язаних з нею психологічних ресурсів сприяє формуванню критичного сприйняття медіаконтенту та зниженню вразливості до маніпуляцій, що має безпосереднє значення для дослідження впливу сучасних медіа на світоглядні установки молоді.

У межах дослідження був проведений кореляційний аналіз взаємозв'язку між **рівнем колективної Я-концепції та показниками навіюваності** у респондентів. Вибір саме колективної Я-концепції як однієї із змінних обумовлений теоретичними та практичними міркуваннями. На відміну від незалежної Я-концепції, яка характеризує особистісну автономію, схильність до самостійного прийняття рішень та самовизначення, колективна Я-концепція відображає орієнтацію на групу, врахування думки оточуючих та підпорядкування соціальним нормам. Ці риси прямо пов'язані з вразливістю та чуттєвістю до соціальних впливів, у тому числі зовнішнього інформаційного впливу, що обумовлює особливу актуальність аналізу саме цієї концепції в контексті вивчення впливу медіа на молодь.

Отриманий коефіцієнт кореляції склав $r = 0,7750$ ($p \leq 0,05$), що вказує на високу позитивну лінійну залежність: чим вищим є рівень колективної Я-концепції, тим більш вираженішою є навіюваність. Даний результат демонструє, що соціальна орієнтованість особистості є важливим чинником чутливості до зовнішніх впливів, у тому числі до медіаконтенту.

Для наочної демонстрації взаємозв'язку було сформовано діаграму розсіювання, на якій видно, що висока колективна орієнтованість сприяє більшості вразливості до навіювання. Така візуалізація дозволяє не лише кількісно оцінити силу зв'язку, а й наочно продемонструвати розподіл індивідуальних даних.

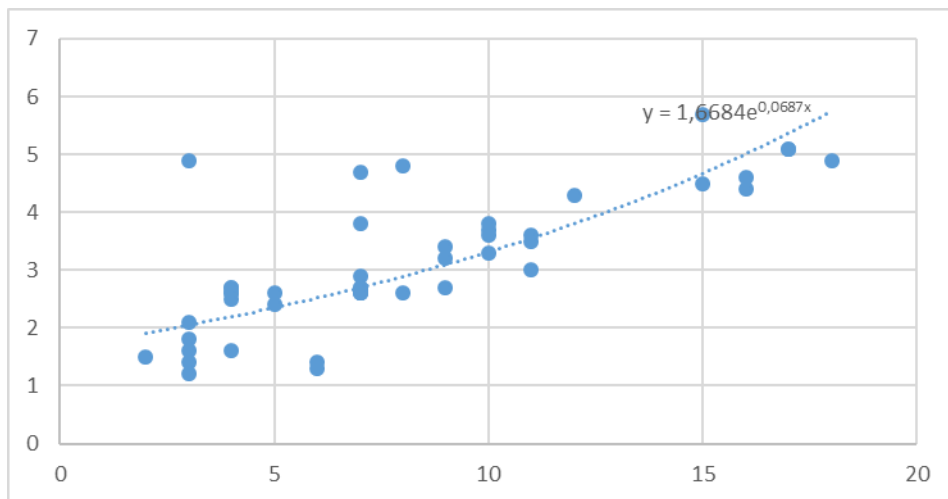


Рис. 3.8 Графічне представлення кореляційної залежності між рівнем колективної Я-концепції та рівнем навіюваності

Отже, кореляційний аналіз між колективною Я-концепцією та навіюваністю підтверджує гіпотезу про те, що соціальна спрямованість особистості посилює вразливість до зовнішніх впливів, що має пряме значення для розуміння механізмів формування світоглядних установок молоді під впливом сучасних медіа.

Комплексний кореляційний аналіз дав змогу встановити статистично значимі взаємозв'язки між особистісними характеристиками, які

досліджуються, та рівнем навіюваності, що дозволяє глибше зрозуміти механізми формування вразливості до зовнішніх інформаційних впливів. Негативні коефіцієнти високої величини, зафіксовані між навіюваністю та життєстійкістю, а також між навіюваністю та усвідомленим вибором, вказують на те, що внутрішні ресурси адаптації, саморегуляції та цілеспрямованої поведінки є факторами психологічного захисту, що перешкоджають безумовному прийняттю зовнішніх установок.

Одночасно виявлений позитивний взаємозв'язок значної сили між навіюваністю та колективною Я-концепцією демонструє, що орієнтація на групову думку, міжособистісну згоду та соціальну гармонію підвищує ймовірність вразливості до зовнішнього впливу, у тому числі медіаінформації. Дані результати підкреслюють, що структура Я-концепції відіграє визначальну роль у формуванні індивідуальної стійкості та вразливості до маніпулятивних повідомлень.

Отже, отримані дані дають змогу стверджувати про наявність диференційованого впливу різних особистісних характеристик на навіюваність: автономні та адаптаційні якості сприяють зниженню вразливості, а виражена колективна ідентичність, навпаки, посилює її. Ці дані інтегруються у загальний теоретичний контекст роботи, вказуючи на необхідність комплексного врахування і когнітивних, і соціально-ідентифікаційних факторів при аналізі процесів формування світогляду в умовах інформаційного середовища. Сформовані висновки мають практичне значення в контексті вивчення впливу сучасних медіа на світогляд та інформаційну поведінку особистості.

ВИСНОВКИ

Проведений ретроспективний огляд наукової літератури та теоретико-методологічний аналіз дозволив систематизувати та узагальнити сучасні уявлення про феномен світогляду, його психологічну природу, вікову динаміку та чинники формування, з особливим акцентом на роль сучасних медіа у даному процесі.

У психологічній науці світогляд розглядається як багаторівнева, інтегративна та динамічна система, яка містить взаємопов'язаний комплекс когнітивних уявлень про світ, ціннісно-смислових орієнтацій, емоційно-оціночних установок та поведінкових стратегій, за допомогою яких особистість усвідомлює та конструює власне місце в соціокультурній реальності. Дана система не є статичною: вона змінюється під впливом соціального досвіду, освітніх та культурних чинників, а також індивідуальної рефлексії. Світогляд виконує певні визначальні, важливі психологічні функції, серед яких:

- смислоутворююча – забезпечення цілісного сприйняття дійсності та формування особистісного смислу подій,
- регулятивна – спрямування та контроль поведінки на основі засвоєних норм, принципів та життєвих цілей,
- інтегративна – об'єднання різноманітного досвіду у єдину систему знань, цінностей та установок,
- функції внутрішньої узгодженості – підтримка психологічної цілісності та стійкості особистості в умовах змінного соціального середовища.

Отже, світогляд можна розглядати як центральний компонент психологічної структури особистості, який опосередковує сприйняття інформації, інтерпретацію соціальних явищ та вироблення адаптивних або трансформаційних стратегій взаємодії з оточуючим світом.

Особливості формування світогляду у юнацькому та молодіжному віці детермінуються складною взаємодією соціально-психологічних чинників та внутрішніх закономірностей особистісного розвитку. Цей етап життєвого шляху характеризується якісним проривом у розвитку когнітивних процесів – передусім, рефлексивних здібностей, критичного та абстрактно-логічного мислення, а також здатністю до метапізнання, що забезпечує глибше та усвідомленіше сприйняття соціальної дійсності. Формування стійкої системи цінностей та світоглядних установок у цей період супроводжується активною переоцінкою раніше засвоєних норм, традицій та авторитетів, що часто призводить до світоглядної кризи, але одночасно надає можливості для цілеспрямованого самоформування особистості.

Паралельно відбувається інтенсифікація процесів самосвідомості та ідентичнісного пошуку: молодь прагне не лише осмислити власне місце у соціальній структурі, а й сформувати унікальну систему поглядів, яка відображає їх індивідуальний життєвий досвід, цінності та цілі. Висока пластичність когнітивно-сміслових структур у цьому віці сприяє гнучкості мислення та чутливості до основних ідей, проте саме вона обумовлює і підвищену вразливість до зовнішніх інформаційних, ідеологічних та маніпулятивних впливів, у тому числі тих, що надходять із медіа-простору.

Таким чином, юнацький та молодіжний вік є сензитивним періодом для становлення світогляду, коли процеси внутрішньої автономізації та самодетермінації тісно переплетені з інтенсивним впливом соціально-комунікативного середовища.

У сучасному соціокультурному просторі медіа є не лише каналом передачі інформації, а й важливим інструментом формування культурних норм, ціннісних орієнтирів та моделей соціальної поведінки. Під сучасними медіа розуміють сукупність традиційних та цифрових засобів масової комунікації: друковані видання (журнали, газети), радіомовлення, телебачення, інтернет-платформи, соціальні мережі, месенджери, стрімінгові сервіси та інтерактивні мультимедійні ресурси.

Однією із визначальних особливостей сучасного медіа-простору є його мультимодальність та поліфункціональність: медіа інтегрують звук, текст, зображення, відео та інтерактивні форми комунікації, забезпечуючи ефект залученості та максимально наближуючи процес сприйняття інформації до природніх когнітивних механізмів людини. Висока швидкість передачі даних, доступність контенту в режимі реального часу, а також можливість індивідуалізувати інформаційний потік під потреби користувача створюють умови для постійної присутності медіа у повсякденному житті.

З психологічної точки зору сучасні медіа володіють низкою ефектів, що чинять комплексний системний вплив на когнітивну, емоційну та поведінкову сфери особистості. Серед основних ефектів можна виділити:

- когнітивний вплив, який виражається у зміні способів переробки інформації, формуванні стійких ментальних моделей, стереотипів та фреймів сприйняття,
- емоційний вплив, який виявляється у формуванні емоційної залученості, посиленні емпатичного відгуку або, навпаки, у десенсибілізації до певних тем,
- поведінковий вплив, пов'язаний з формуванням звичок споживання контенту, копіюванням поведінкових патернів та засвоєнням моделей соціальної взаємодії.

Отже, сучасні медіа є багаторівневою системою комунікаційних інструментів, які мають високий ступінь проникнення у соціальне та особистісне середовище, що обумовлює їх значимий потенціал і у формуванні світогляду, і у його трансформації під впливом інформаційних потоків.

Психологічні механізми впливу медіа на особистість містять:

- когнітивне фреймування – формування певних інтерпретаційних схем,
- емоційне зараження – передача емоційних станів через образи та символи,

- ідентифікація та наслідування – засвоєння моделей поведінки, що транслуються медіа,
- ефект праймінгу – активація певних когнітивних структур під впливом медійних стимулів,
- нормативний та інформаційний соціальний вплив – засвоєння норм та установок, що домінують у медійному середовищі.

Вплив медіа на світогляд має амбівалентний характер. З одного боку, вони розширюють горизонти сприйняття, збагачують когнітивний досвід, сприяють соціалізації та інтеграції у глобальний інформаційний простір. З іншого боку, надмірна або некритична залученість у медіаспоживання здатна привести до стереотипізації мислення, зниження критичної рефлексії та формування незалежних патернів сприйняття дійсності.

Важливим чинником, який опосередковує чутливість особистості до медійного впливу, є рівень медіакультури та медіаграмотності. Ці характеристики містять здатність усвідомлювати цілі та контексти медійних повідомлень, виявляти маніпулятивні техніки, критично інтерпретувати інформацію та формувати самостійні висновки. Висока медіаграмотність сприяє стійкості до маніпуляцій, а її недостатність, навпаки, підвищує навіюваність та ризик некритичного засвоєння чужих або деструктивних ціннісних орієнтацій.

Отже, в умовах інформаційного суспільства медіасередовище є одним із провідних чинників формування світогляду молоді, при цьому характер та ступінь його впливу прямо залежать від індивідуально-психологічних ресурсів, зрілості світоглядних структур та розвиненості медіакультури. Теоретичний аналіз виявив необхідність комплексного емпіричного дослідження взаємозв'язків між особистісними особливостями, рівнем стійкості до медійного впливу та специфікою світоглядних установок, що дозволяє глибше зрозуміти механізми конструювання світогляду в сучасній соціокультурній ситуації.

Проведений експеримент дав змогу виявити групу значимих

взаємозв'язків між психологічними характеристиками особистості та показниками, що відображають її вразливість до впливу сучасних медіа. Отримані результати підтверджують, що стійкість світоглядних установок у молодіжному середовищі визначаються поєднанням когнітивних, особистісних та соціально-психологічних чинників.

Кореляційний аналіз вияви виражений негативний зв'язок між рівнем життєстійкості та навіюваністю ($r = -0,9132$), що свідчить про те, що чим вищою є здатність особистості зберігати внутрішню стійкість в умовах стресу та невизначеності, тим нижчою є її чутливість до маніпулятивних впливів та навіювання. Цей результат підкреслює роль особистісних ресурсів у формуванні психологічної резистентності до інформаційного тиску.

Разом з тим виявлений сильний позитивний взаємозв'язок між колективною Я-концепцією та навіюваністю ($r = 0,7750$), що вказує на підвищену вразливість до групового та медійного впливу у осіб, чия самоідентифікація та ціннісні орієнтації у більшій мірі залежать від належності до соціальної групи. Це може пояснюватися тенденцією сприймати групову думку як джерело істини та опори для власного світоглядного вибору.

Додаткові кореляційні залежності, виявлені у дослідженні, дають змогу зробити висновок про багатofакторну природу впливу медіа на особистість: він опосередковується і внутрішніми особистісними характеристиками (життєстійкість, структура Я-концепції), і рівнем розвитку критичного мислення, рефлексії, а також медіаграмотності.

Отже, дані емпіричного етапу підтверджують, що стійкість до маніпулятивних стратегій медіа є інтегральним показником, який формується на перетині особистісних, когнітивних та соціальних параметрів. Результати реалізованого дослідження мають теоретичну цінність для подальшого вивчення механізмів психологічного захисту в інформаційному середовищі, а також практичне значення для розробки програм формування медіакультури та підвищення критичної вразливості у молоді.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Конституція України Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.
Доступно на: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

1. Белей М. Д., Гоян І. М. Методи психодіагностики: інструментарій та процедурні особливості. – Івано-Франківськ, 2010. – 256 с.
2. Бурлачук Л. Психодіагностика особистості: понятійний апарат та методи дослідження [Текст] / Леонід Бурлачук // Психологія і суспільство. – 2014. – № 4. – С. 85-103.
3. Варій М. Й. Загальна психологія: підр. [для студ. вищ. навч. закл.] / М. Й. Варій – [3-тє вид.]. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 1007 с.
4. Варій М. Й. Загальна психологія: підручник; Львів. держ. ун-т безпеки життєдіяльності. – 4-те вид., випр. і допов. – Київ: Знання, 2014. – 1047 с.
5. Варій М. Й. Психологія особистості: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 592 с.
6. Дубравська Д. М. Основи психології: Навчальний посібник. – Львів: Світ, 2001. – 280 с.
7. Загальна психологія: навч. посібник. – Київ: Центр учбов. літ., 2016. – 291 с.
8. Загальна психологія: навч. посіб. / [Сергеєнкова О.П., Столярчук О.А., Коханова О.П., Пасєка О.В.]. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 296 с.
9. Загальна психологія: Підручник / О.В. Скрипченко, Л.В. Долинська, З.В. Огороднійчук та ін. – К.: Либідь, 2005. – 464 с.
10. Каліна Н. Ф. Психотерапія: підручник / Н. Ф. Каліна. – К.: Академвидав, 2010. – 288 с

11. Копець Л.В. Психологія особистості: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] /Копець Л.В. – К.: Вид дім. «Києво-Могилянська академія», 2007. – 460 с.
12. Майєрс Д. Соціальна психологія / пер. с англ. О. Бричка. – Х.: «Екопрес», 2004. – 510 с.
13. Максименко С. Д. Загальна психологія: Навчальний посібник. – К.: Центр навч. літератури, 2004. – 272 с.
14. Москаленко В. В. Соціальна психологія: Підручник. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 624 с.
15. Мушкевич М. І. Основи психотерапії: навч. посіб / М. І. Мушкевич, С. Є. Чагарна; за ред. М. І. Мушкевич. – Вид. 3-тє. – Луцьк: Вежа-Друк, 2017. – 420 с.
16. М'ясоїд П. А. Загальна психологія: Навчальний посібник. – К.: Вища школа, 2001. – 487 с.
17. Ніколенко Д. Ф. Індивідуально-психологічні особливості особистості: Навчальний посібник, – К.: Рад. школа, 1987. – 43 с.
18. Основи практичної психології: Підручник / За заг. ред. В.Панок, Т.Титаренко, Н. Чепелєва та ін. – К.: Либідь, 2003. – 536 с.
19. Основи психології: Підручник / За заг. ред. О.В.Киричука, В.А.Роменця. – К.: Либідь, 2002. – 630 с.
20. Приходько Ю.О., Юрченко В.І. Психологічний словник-довідник: Навч. посіб., 4-те вид., випр. і доп. – К.: Каравела, 2020. – 418 с.
21. Психологічний словник / авт.-уклад.: В.В. Синявський, О.П.Сергеєнкова; за ред. Н.А. Побірченко. – К.: Науковий світ, 2007. – 274 с.
22. Савчин М. В. Загальна психологія: навч. посібник. К.: Академвидав, 2011. – 465 с.
23. Сергеєнкова О.П., Столярчук О.А., Коханова О.П., Пасєка О.В. Загальна психологія. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 296с.
24. Словник-довідник з психологічної діагностики / Бурлачук Л.Ф.,

Морозов С.М. – К.: Наукова думка, 1989. – 200 с.

25. Цигульська Т. Ф. Загальна та прикладна психологія: Навчальний посібник. – К.: Наукова думка, 2000. – 190 с.

26. Фрейд З. Вступ до психоаналізу / Зигмунд Фрейд; пер. з нім. П.Таращука. – Харків: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2015. – 480 с.

27. Abu Bakar M. N., Abd Razak M., & Kamal S. Youth and media literacy: Understanding social media's influence on information consumption [Електронний ресурс]. — 2024. — Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/381644978_Youth_and_Media_Literacy_Understanding_Social_Media%27s_Influence_on_Information_Consumption

28. Anderson A., Baham III, N., Boyington B., Butler A., Higdon N., Huff M., Robinson R., Roth A. L., Soto M. C. The Media and Me: A Guide to Critical Media Literacy for Young People Triangle Square, 2022. – 272 p.

29. Bandura A. Social Learning Theory. – Englewood Cliffs, NJ: General Learning Corporation, – 1971. – 46 p.

30. Bandura A. Social Learning Theory. – Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1977. – 247 p.

31. Baumgartner S. E., Parry, D. A., Beyens, I., Wiradhany, W., Uncapher, M., Wagner, A. D., Bavelier, D. The short- and long-term effects of digital media use on attention // Handbook of Children and Screens. – Springer Nature, – 2024. – Pp. 31–37. – First Online: 06 December 2024. – DOI 10.1007/978-3-031-69362-5_5.

32. Bilotserkovets M., Lushchyk Y., Fomenko T., Klochkova T. Encouraging Students' Critical Thinking Skills in the Midst of Information Wars // Tréma [Online]. – 60, 2023. – Online since 22 September 2023, accessed 01 October 2023.

33. Borysenko O. A., Vysotska S. S. Media Literacy: Ukrainian Perspective // Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology. – Vol. VI (64), Issue: 154, 2018

34. Buckingham D. Digital media literacies: rethinking media education in the age of the Internet // *Research in Comparative and International Education*. – 2007. – Vol. 2, № 1. – P. 43–55.

35. Clemente-Suárez V. J., Beltrán-Velasco A. I., Herrero-Roldán S., Rodriguez-Besteiro S., Martínez-Guardado I., Martín-Rodríguez A., Tornero-Aguilera J. F. Digital Device Usage and Childhood Cognitive Development: Exploring Effects on Cognitive Abilities // *Children*. – 2024. – Vol. 11, No. 11, Article 1299. – DOI: 10.3390/children11111299.

36. Cognitive impacts of social media and digital devices // guide.fariaedu.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://guide.fariaedu.com/psychology-teacher-articles/cognitive-approach-1/cognitive-processing-in-a-technological-world/cognitive-impacts-of-social-media-and-digital-devices>.

37. Deci E. L., Ryan R. M. *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. – New York: Plenum Press, 1985. – 450 p.

38. Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm // *Journal of Communication*. – 1993. – Vol. 43, No. 4. – P. 51–58. – DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

39. Erikson E. H. *Childhood and society*. – New York: W. W. Norton & Company, 1963. – 445 p.

40. Erikson E. H. *Identity: Youth and Crisis*. – New York: W. W. Norton & Company, 1968. – 336 p.

41. Festinger L. *A Theory of Cognitive Dissonance*. – Stanford University Press, – 1957. – 291 p.

42. Frankl V. E. *Man's search for meaning: An introduction to logotherapy*. – Boston: Beacon Press, 1962. – 184 p.

43. Frankl V. *Man's Search for Meaning: An Introduction to Logotherapy*. – Boston: Beacon Press, – 2000. – 165 p.

44. Gerbner G. Cultivation analysis: An overview // *Mass Communication & Society*. – 1998. – Vol. 1, No. 3/4. – P. 175–194.

45. Goffman E. The presentation of self in everyday life. – Edinburgh; New York: University of Edinburgh; Doubleday, 1956. – 251 p.
46. Jung C. G. Two essays on analytical psychology. – Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1967.
47. Lacan J. Écrits: A selection. – New York: W. W. Norton & Company, 1977. – 384 p.
48. Laczi S., Póser V. Digital Parenthood: Manipulated Reality — The Impact of Social Media Algorithms on Young People’s Worldview [Electronic resource]. — 2025. — Available at: [https://www.researchgate.net/publication/389147651_Digital_Parenthood_Manipulated_Reality_-
_The_Impact_of_Social_Media_Algorithms_on_Young_People%27s_Worldview](https://www.researchgate.net/publication/389147651_Digital_Parenthood_Manipulated_Reality_-_The_Impact_of_Social_Media_Algorithms_on_Young_People%27s_Worldview)
49. Loubser B. A connected and plugged-in worldview: Young people and new media // Koers – Bulletin for Christian Scholarship. – 2012. – Vol. 77, № 1. – P. 1–8. DOI: 10.4102/koers.v77i1.33.
50. Man L., Chen P., Li L. Understanding the influence of social media on university students' communication skills in China [Electronic resource]. – 2024. – Available at: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/download/87886/63814/300544>
51. Markus H., Kitayama S. Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation // Psychological Review. – 1991. – Vol. 98, No. 2. – P. 224–253. – DOI: 10.1037/0033-295X.98.2.224.
52. May R. The meaning of anxiety. – New York: W. W. Norton, 1950. – 248 p.
53. Neisser U. Cognitive psychology. – New York: Appleton-Century-Crofts, 1967. – 494 p.
54. Office of the Surgeon General (OSG). Social Media and Youth Mental Health: The U.S. Surgeon General’s Advisory [Internet]. – Washington (DC): US Department of Health and Human Services, – 2023. – 19 p.

55. Petty R. E., Cacioppo J. T. The elaboration likelihood model of persuasion // *Advances in Experimental Social Psychology*. – 1986. – Vol. 19. – P. 123–205.
56. Piaget J. The construction of reality in the child. – New York: Basic Books, – 1954. – 386 p.
57. Piaget J. The psychology of intelligence. – New York: Basic Books, 1970. – 367 p.
58. Rogers, C. R. On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy. – Boston: Houghton Mifflin, 1961. – 336 p.
59. Schank R., Abelson, R. Scripts, plans, goals and understanding: An inquiry into human knowledge structures. – Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1977. – 248 p.
60. Share J. Media Literacy Is Elementary: Teaching Youth to Critically Read and Create Media 2nd ed. – New York: Peter Lang Publishing, 2013. – 240 p. ISBN 978-1433122679.
61. Tajfel H., Turner, J. C. The social identity theory of intergroup behaviour. – In: Worchel, S., Austin, W. G. (Eds.), *Psychology of intergroup relations*. Chicago: Nelson-Hall, 1986. – Pp. 7–24.
62. Tretiak D. Influence of Digital Environment on the Formation of National Identity of Contemporary Youth // *Innovative Practice: Collection of Scientific Works*. — Ivano-Frankivsk: NAIR, 2025. — P. 288–294. — ISBN 978-617-8011-05-5.
63. Triandis H. C. The self and social behavior in differing cultural contexts // *Psychological Review*. – 1989. – Vol. 96, No. 3. – P. 506–520

ДОДАТКИ

Додаток 1

Шкала усвідомленого вибору та самосвідомості PCASS

Питання:

1.	А. Я завжди відчуваю, що вибираю те, що роблю.
	В. Іноді я відчуваю, що це не зовсім я вибираю те, що роблю.
2.	А. Мої емоції іноді здаються мені чужими.
	В. Мої емоції завжди здаються мені моїми.
3.	А. Я вибираю робити те, що я повинен.
	В. Я роблю те, що я повинен, але не відчуваю, що це справжній мій вибір.
4.	А. Я відчуваю, що рідко буваю самим собою.
	В. Я відчуваю, що завжди повністю сам собою.
5.	А. Я роблю те, що роблю, тому що це мене цікавить.
	В. Я роблю те, що роблю, тому що я повинен.
6.	А. Коли я досягаю чогось, я часто відчуваю, що це не зовсім я це зробив.
	В. Коли я досягаю чогось, я завжди відчуваю, що це я це зробив.
7.	А. Я вільний робити те, що я вирішу робити.
	В. Те, що я роблю, часто не є тим, що я б вибрав робити.
8.	А. Моє тіло іноді здається мені чужим.
	В. Моє тіло завжди здається мені моїм.
9.	А. Я відчуваю себе досить вільним робити те, що я вибираю.
	В. Я часто роблю те, що я не вибираю робити.
10.	А. Іноді я дивлюсь у дзеркало і бачу чужу людину.
	В. Коли я дивлюсь у дзеркало, я бачу себе.

Опитувальник «Колективна та незалежна Я-концепція» SCS

№	Твердження	1	2	3	4	5	6	7
1.	Я поважаю авторитетні фігури, з якими взаємодію.							
2.	Мені важливо підтримувати злагоду в моєму колі спілкування.							
3.	Моє щастя залежить від щастя людей, які мене оточують.							
4.	Я поступився б місцем у транспорті своєму викладачу (керівнику).							
5.	Я поважаю скромних людей.							
6.	Я готовий пожертвувати власними інтересами на користь групи, до якої належу.							
7.	Я часто відчуваю, що мої стосунки з іншими важливіші, ніж мої власні досягнення.							
8.	Я повинен враховувати поради батьків при плануванні освіти/кар'єри.							
9.	Для мене важливо поважати рішення, прийняті командою (колом мого спілкування).							
10.	Я залишуся в команді (колі спілкування), якщо вона потребує мене, навіть якщо я не задоволений нею.							
11.	Я відчуваю відповідальність, якщо мій брат чи сестра зазнають невдачі.							
12.	Я уникаю суперечок, навіть якщо зовсім не							

	згоден з членами команди.							
13.	Я віддаю перевагу прямо сказати «Ні», ризикнувши бути незрозумілим							
14.	Виступати під час обговорення в класі або на зборі для мене не проблема.							
15.	Наявність живої уяви важлива для мене.							
16.	Я не відчуваю незручності, коли мене хвалять або нагороджують.							
17.	Дома я такий самий, як і на роботі (в інституті).							
18.	Головне для мене – бути здатним піклуватися про себе самостійно.							
19.	Я дію однаково незалежно від того, з ким я.							
20.	Я не відчуваю незручності, звертаючись до людини по імені відразу після знайомства, навіть якщо вона значно старша за мене.							
21.	Я віддаю перевагу бути прямим і відвертим у спілкуванні з людьми, яких я щойно зустрів.							
22.	Мені подобається бути унікальним і відрізнятися від інших у багатьох аспектах.							
23.	Моя власна індивідуальність, незалежна від інших, дуже важлива для мене.							
24.	Я ціную власне здоров'я понад усе.							

Опитувальник життєстійкості Маді (короткий)

№	Твердження	1	2	3	4
1.	Я часто не впевнений(а) у власних рішеннях.				
2.	Іноді мені здається, що всім на мене байдуже				
3.	Я постійно зайнятий(а), і мені це подобається.				
4.	Інколи все, що я роблю, здається мені марним.				
5.	Ввечері я часто почуваюся зовсім виснаженим(ою).				
6.	Іноді мене лякають думки про майбутнє.				
7.	Я завжди впевнений(а), що зможу втілити в життя те, що задумав(ла).				
8.	Мені здається, що я не живу повним життям, а лише граю роль.				
9.	Мені здається, якби в минулому у мене було менше розчарувань і невдач, зараз мені було б легше жити.				
10.	Проблеми, що виникають, часто здаються мені нерозв'язними.				
11.	Коли хтось скаржиться, що життя нудне, це означає, що він просто не вміє бачити цікаве.				
12.	Мені завжди є чим зайнятися.				
13.	Я часто шкодую про те, що вже зроблено.				
14.	Досить часто я відкладаю на завтра те, що важко здійснити або в чому я не впевнений(а).				
15.	Мені здається, що життя проходить повз мене.				
16.	Мої мрії рідко здійснюються.				
17.	Іноді мені здається, що всі мої зусилля марні.				
18.	Мені не вистачає наполегливості, щоб завершити почате.				

19.	Буває, що життя здається мені нудним і безбарвним.				
20.	Зазвичай, я працюю із задоволенням.				
21.	Іноді я відчуваю себе зайвим навіть у колі друзів.				
22.	Буває, що на мене навалюється стільки проблем, що просто опускаються руки.				
23.	Друзі поважають мене за наполегливість і непохитність.				
24.	Я охоче беруся втілювати нові ідеї.				

Опитувальник навіюваності Клаучека-Деларю

Два варіанти відповіді: «так» чи «ні».

1. У дитинстві вас вважали впертим(ою) дитиною.
2. Ви вірите в прикмети, надприродні явища.
3. Коли при вас хтось позіхає, вам теж часто хочеться позіхнути.
4. Вам подобається командувати іншими, і у вас це добре виходить.
5. Завжди є чимало людей, які прислухаються до вашої думки та визнають ваш авторитет.
6. Вашим друзям і знайомим легко щось вам вселити.
7. Ви часто нетерпимі до чужої думки.
8. Вас не можна вважати довірливою людиною.
9. Буває, що під час сумної сцени у фільмі чи серіалі ви не можете стримати сліз.
10. Усі ваші звички гарні та бажані.
11. Ви вразлива людина.
12. Ви вмієте настоювати на своєму і часто це робите.
13. Навіть якби ви не боялися перевірки, завжди платили б за перевезення багажу у транспорті.
14. Ви прислухаєтеся до порад і наставлень, особливо щодо здоров'я.
15. Буває, ви довго перебуваєте під враженням, навіяним фільмом, книгою чи розмовою.
16. Ви прагнете, щоб ваша думка збігалася з думкою більшості оточуючих.
17. Дізнавшись про ознаки якоїсь хвороби (з книг, передач, від знайомих), ви відчували у себе щось подібне.
18. Вам часто кажуть, що ваші виступи на зборах або інших заходах справляють сильний вплив на присутніх.

19. Вам дуже подобалося (подобається) брати участь у художній самодіяльності.

20. Ви доволі комунікабельна людина і легко зближаєтеся з незнайомими людьми.