

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД
«ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ К. Д. УШІНСЬКОГО»**

*(кафедри теорії та методики практичної психології,
кафедра психіатрії, медичної та спеціальної психології)*

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

(кафедра мовної та психолого-педагогічної підготовки)

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ Г. С. СКОВОРОДИ**

(кафедра психології)

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

(кафедра практичної психології)

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ПРАКТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ**

Збірник наукових праць
Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції

19 травня 2023 року

Одеса – 2023

2. Masliuk, A., Yevchenko, I. (2022). Psychology of resentment of Ukrainians. *Psychological journal*. 8 (4). 38-50.

3. Медведєва, О. В. Психологічний зміст воєнних злочинів в Україні. *Злочинність і протидія їй в умовах війни: глобальний, регіональний та національний виміри*: зб. Доп. Наук.-практ. Конф. (м. Вінниця, 12 квіт. 2023 р.) / МВС України, Харків. Нац. Ун-т внутр. Справ; Кримінол. Асоц. України, Наук. Парк «Наука та безпека». Харків: ХНУВС, 2023. С. 155-157.

4. Якобсон Л., Весті П. Люди, які пережили катування – нова група пацієнтів; Асоціація психіатрів України. К., 1994. 80 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАПРОСТОРУ ТА ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ОСОБИСТОСТІ У ПЕРІОД ВІЙНИ

Павлінова О. В., Мельничук І. В.

*Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
(м. Одеса, Україна)*

Актуальність дослідження медіапростору та ціннісних орієнтацій у період війни є предметом як теоретичного так і практичного аспектів (О. Ярошенко; Н. Стеценко; О. Болотова; Н. Кравченко). У період війни, загострення політичної та економічної ситуації, пропаганди в Україні та світі загалом, стає різке питання розуміння, який вплив на життя чинить інформаційний простір. Проблема впливу інформації на свідомість широко представлена у психологічній літературі в працях українських та зарубіжних дослідників. Найпотужнішим шляхом передачі інформації є ЗМІ та інші медіаресурси. Тому є актуальна потреба в розумінні цих явищ задля покращення критичного мислення населення в питаннях сили впливу інформації на зміну ціннісної орієнтації особистості.

Треба зазначити, що медіа мають значний вплив на ціннісні орієнтації людини в Україні, так само як і в інших країнах світу. Це пов'язано з тим, що медіа є важливим джерелом інформації для громадськості й можуть впливати на уявлення людей про світ, суспільство, політику, культуру, мораль та інше. Наприклад, масмедіа можуть впливати на формування й зміну стереотипів та уявлень про певні соціальні групи, які можуть бути пов'язані з цінностями. Також медіа можуть відображати певні цінності та ідеї в шоу, новинах та рекламі, що може вплинути на погляди глядачів, на формування і зміну ціннісних орієнтацій громадян, зокрема щодо політики, релігії та міжетнічних відносин.

У світі подій в Україні, зокрема Революції гідності та повномасштабного вторгнення, медіа стали важливим інструментом зміни ціннісних орієнтацій українського суспільства. Це пов'язано з тим, що медіа допомагали збирати та поширювати інформацію про події, а також створювали та поширювали певні ідеї, які стали основою Революції гідності.

З метою визначення впливу медіапростору на ціннісні орієнтації особистості нами було використано такий блок методів: методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокіча [6] та анкета авторської розробки, яка визначає вплив медіа.

Для обробки результатів відповіді досліджених було підсумовано за кожним питанням. Це дало змогу бачити яка думка респондентів переважає.

Дослідження проводилося на базі Університету Ушинського м. Одеси. В експерименті приймали участь здобувачі бакалаврського та магістерського ступеня навчання соціально-гуманітарного факультету. Вибірка становить 35 осіб. Опитування відбувалось в індивідуальній онлайн-формі.

Таблиця 1

Результати дослідження загальних показників термінальних цінностей за методикою М.Рокіча

№	Цінність	Середнє арифметичне
1	Здоров'я (фізичне і психічне)	2.14
2	Матеріально забезпечене життя	2.6
3	Любов	3.6
4	Щасливе сімейне життя	3.68
5	Розвиток	5.9
6	Продуктивне життя	6.3
7	Цікава робота	6.6
8	Наявність хороших друзів свобода	8.6
9	Свобода	8.9
10	Пізнання	11.05
11	Впевненість у собі	11,24
12	Активне діяльне життя	11,25
13	Життєва мудрість	11.85
14	Суспільне покликання творчість	13.7
15	Розваги	15
16	Творчість	15.08
17	Щастя інших	15.1
18	Краса природи та мистецтва	15.37

Як видно з таблиці 1, найбільш важливою термінальною цінністю респондентів (35 досліджуваних) є здоров'я (фізичне і психічне), яке за середнім арифметичним отримало 2.14 бали за важливістю, другою цінністю за значенням

є матеріально забезпечене життя -2.6 балів. Любов - 3.6 балів займає третє місце в загальній вибірці, також значущими цінностями, які належать до четвертого та п'ятого місця в дослідженні є щасливе сімейне життя- 3.68 балів та розвиток - 5.9 балів. Ці дані було занесено в діаграму (рис. 1)

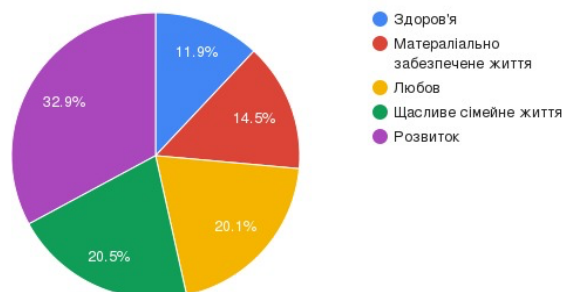


Рис. 1. Найбільш значущі термінальні цінності студентів.

Таким чином ми змогли проаналізувати, які цінності мають найважливіше значення для досліджуваних, а якими вони можуть ігнорувати.

В ході другого етапу дослідження було проведення анкетування за авторською розробкою зі здобувачами бакалаврського та магістерського ступеня навчання соціально-гуманітарного факультету (див. табл. 2).

Таблиця 2

Результати реалізації анкетування авторської розробки на основі загальних відповідей студентів

№	Питання	Відповіді	Кількість відповідей	Виразеність у %
1	Скільки часу ви переглядаєте медіа на день (соц мережі, телебачення, фільми, ігри, новини, тощо)?	а) біля 1 години б) біля 3х годин в) 4-5 години г) більше бти годин	а) 2 б) 6 в) 15 г) 12	а) 6% б) 17% в) 43% г) 34%
2	Чи впливають зображення, які ви бачите в соціальних мережах та на телевізійних передачах, на вашу думку про світ навколо?	а) так, значно впливають б) іноді впливають в) рідко впливають г) зовсім не впливають	а) 12 б) 10 в) 8 г) 5	а) 34% б) 29% в) 23% г) 14%

3	Як часто ви відчуваєте тривогу через те, що читаєте або бачите в мережі?	а) часто б) іноді в) рідко г) зовсім не переживаю	а) 15 б) 9 в) 7 г) 4	а) 43% б) 26% в) 20% г) 11%
4	Чи відчуваєте ви себе незручно в висловлюванні думки, якщо вона піддається критиці в медіа?	а) так б) ні	а) 22 б) 13	а) 63% б) 37%
5	Чи змінювали ви вашу думку щодо певної ситуації після висвітлення цієї події в медіа?	а) так б) ні	а) 23 б) 12	а) 66% б) 34%
6	При вирішенні важливих життєвих питань чи шукаєте ви відповідь на них в Інтернеті?	а) так б) інколи в) ні	а) 12 б) 16 в) 7	а) 34% б) 46% в) 20%
7	Чи відчуваєте ви, що в мережі вас часто переконують у тому, що вам треба купувати, робити, читати або думати?	а) так, дуже часто б) так, іноді в) рідко г) зовсім не відчуваю	а) 18 б) 10 в) 5 г) 2	а) 51% б) 29% в) 14% г) 6%
8	Чи вважаєте ви, що медіа впливають на життя та дії вашої родини та близьких?	а) так, значно впливають б) іноді впливають в) зовсім не впливають	а) 23 б) 7 в) 5	а) 65% б) 20% в) 15%
9	Чи вважаєте ви, що медіа впливають на вашу поведінку або рішення, які ви приймаєте у повсякденному житті?	а) так, значно впливають б) іноді впливають в) зовсім не впливають	а) 23 б) 8 в) 4	а) 65% б) 23% в) 12%
10	Як ви обираєте контент для перегляду з пропонованої стрічки медіа?	а) обираю перше, що пропонується б) в мене немає особливих	а) 6 б) 10 в) 14 г) 5	а) 17% б) 29% в) 40% г) 14%

		<p>уподобань до контенту, який я переглядаю</p> <p>в) обираю контент який мені порекомендували друзі чи знайомі</p> <p>г) довго обираю серед контенту той, який належить до сфери моїх інтересів</p>		
--	--	--	--	--

Отже, аналіз отриманих експериментальних даних дозволяє зробити висновок про те, що респонденти найбільш орієнтуються на такі цінності, як здоров'я, матеріально забезпечене життя, любов, щасливе сімейне життя та розвиток, при цьому зазначаючи, що на розваги вони орієнтуються менше середнього. У той же час було визначено, що 43% опитуваних проводять більше 4х годин в медіасередовищі та 65% вважають, що медіа значно впливає на поведінку та життя них самих та їх близьких. Хоча, 29% з них не мають уподобань щодо контенту який переглядають, а 17% опитуваних обирають перше, що їм пропонує медіа. Це дає змогу зрозуміти, що більшість досліджуваних відчувають вплив медіа у своєму житті, але деякі з них не надають факторам впливу значної уваги.

Література

1. Актуальні проблеми психології: зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України, за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. 2004. С. 8–11.
2. Ануфрієва О. В. Психологічні чинники впливу ЗМІ на структурні елементи ціннісних орієнтацій студентської молоді. Житомир, 2009. С. 148–149.
3. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ, 2008. 260 с.
4. Ровинський Т. Методи впливу ЗМІ на суспільну свідомість. Львів, 2008. С. 100-103.
5. M.Rokeach. Beliefs, attitudes, and values; a theory of organization and change. San Francisco, Jossey-Bass, 1968. С. 199-207.

СТРАХ У СТРУКТУРІ ДЕТЕРМІНАНТ ТЕМПЕРЕМЕНТАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ В ЕКСТРЕМАЛЬНИХ СИТУАЦІЯХ

Косьянова О. Ю., Чжоу Тінь

*Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
(м. Одеса, Україна)*

Постановка проблеми та аналіз публікацій з теми дослідження. Великі надзвичайні ситуації у сфері безпеки життєдіяльності (війна в Україні з 2022 року) та громадського здоров'я (пандемія COVID–19) мають глибоко негативний вплив на здоров'я населення України та Китаю, що не лише серйозно загрожує безпеці життя населення, але й спричиняє величезний психологічний вплив на