**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему: ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ПАНІЧНИХ УСТАНОВОК

Виконала: студентка ІІ курсу, групи 8.0539

спеціальності: 053 Психологія

Галенко Дар‘я Володимирівна

Керівник: к.психол.н., доц. Грединарова О.М.,

Рецензент: к.психол.н., доц. Железнякова Ю.В

Запоріжжя 2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки та психології

Кафедра психології

Рівень вищої освіти магістр

Спеціальність 053 Психологія

Освітня програма Психологія

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

к.психол.н., доцент. Н.О. Губа

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_року

**З А В Д А Н Н Я**

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ (СТУДЕНТЦІ)

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Галенко Дар’я Володимирівна\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Тема роботи (проєкту) Психологічний вплив засобів масової інформації на формування панічних установок

керівник роботи Грединарова О.М., к.психол.н., доцент кафедри психології

затверджені наказом ЗНУ від « 20 » 07 2022 року № 884-с

2. Термін подання студентом роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи аналіз психолого-педагогічної літератури;

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): теоретично проаналізувати проблему психологічного впливу; визначити поняття та сутність психологічної установки; встановити зв'язок між психологічним впливом ЗМІ та формуванням панічних установок; паніка як соціально-психологічний феномен; експериментально дослідити рівень тривожності, депресії, САН, стресостійкості та соціальної адаптації у військовослужбовців Збройних Сил України.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових

 креслень): 1 таблиця, 3 малюнки, 8 діаграм

6 Консультанти розділів роботи

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Розділ | Прізвище, ініціали та посада Консультанта | Підпис, дата |
| Завдання видав | Завдання прийняв |
| Вступ | Грединарова О.М., доцент  |  |  |
| Розділ 1 | Грединарова О.М., доцент  |  |  |
| Розділ 2 | Грединарова О.М., доцент  |  |  |
| Висновки | Грединарова О.М., доцент  |  |  |

7. Дата видачі завдання\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Термін виконанняетапів роботи | Примітка |
| 1 | Збір та систематизація матеріалу | січень-березень 2022 р. | Виконано |
| 2 | Робота над вступом | березень 2022 р. | Виконано |
| 3 | Робота над першим розділом | квітень-червень 2022 р. | Виконано |
| 4 | Робота над другим розділом | липень-серпень 2022 р. | Виконано |
| 5 | Написання висновків | вересень 2022 р. | Виконано |
| 6 | Передзахист | листопад 2022 р. | Виконано |
| 7 | Нормоконтроль | листопад 2022 р. | Виконано |

Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д.В. Галенко

Керівник роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О. М. Грединарова

**Нормоконтроль пройдено**

**Нормоконтролер** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О. М. Грединарова

**РЕФЕРАТ**

Кваліфікаційна робота магістра: 67 сторінок, 21 використаних джерел та літератури, 1 додаток.

Об’єкт дослідження: психологічний вплив.

Предмет дослідження: формування панічних установок під впливом ЗМІ.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні та емпіричному дослідженні особливостей впливу ЗМІ на формування панічних установок.

Гіпотеза: вплив ЗМІ на формування панічних установок. ЗМІ як тригер для тих установок, які вже в нас закладені.

Наукова новизна полягає у визначенні психологічного впливу ЗМІ на формування панічних установок. Адже саме установка розкриває закономірності неусвідомлюваної регуляції психічних станів людини та готовність до дій, в тій чи іншій ситуації.

У кваліфікаційній роботі розкрито сутність паніки, як соціально-психологічного феномену, зокрема: фактори впливу, симптоми, наслідки, техніки і стратегії запобігання. Описано результати експериментального дослідження психологічного впливу ЗМІ на формування панічних установок, а саме: підбір психодіагностичного інструментарію, проведення діагностики за шкалою тривожності (Тейлора), методика визначення стресостійкості та соціальної адаптації (Холмса, Раге), діагностика за шкалою депресії А. Т. Беката розробка практичних рекомендацій для розуміння сутності проблеми, вчасного виявлення симптомів, а також прийомів самодопомоги.

Практичне значення роботи полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані для розробки семінарських занять та лекцій, а також можуть бути впровадженими у діяльності практичних психологів, педагогів, просвітницькій та освітній діяльності, для розробки тренінгових програм та для участі у науково-практичних конференціях здобувачів вищої освіти.

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ, ЗМІ, УСТАНОВКИ, ПАНІКА, ДОСЛІДЖЕННЯ, ТРИВОГА.

**SUMMARY**

Halenko D.V. "Psychological influence of mass media on the formation of panic attitudes".

Explanatory note to the thesis: 67 pages, 21 used sources and literature, 1 appendices.

Object of research - Psychological influence, its forms.

The subject of research is the formation of panic attitudes.

The purpose of the research is theoretical substantiation and empirical investigation of the peculiarities of the influence of mass media on the formation of panic attitudes.

Hypothesis: the influence of mass media on the formation of panic attitudes. Mass media as a trigger for those attitudes that are already embedded in us.

The scientific novelty consists in determining the psychological influence of mass media on the formation of panic attitudes. After all, regularities of unconscious regulation of mental states and readiness of a person to act in one or another situation are revealed in the installation.

The qualification work revealed the essence of panic as a socio-psychological phenomenon, in particular: influencing factors, symptoms, consequences, prevention techniques and strategies. The results of an experimental study of the psychological influence of mass media on the formation of panic attitudes are described, namely: the selection of psychodiagnostic tools, diagnosis according to the anxiety scale (Taylor), the method of determining stress resistance and social adaptation (Holmes, Rage), diagnosis according to the depression scale of A. T. Beck and development of practical recommendations for understanding the essence of the problem, timely detection of symptoms, as well as self-help techniques.

The practical significance of the work is that the results of the research can be used for the development of seminar classes and lectures, and can also be implemented in the activities of practical psychologists, teachers, educational and educational activities, for the development of training programs and for participation in scientific and practical conferences of applicants higher education.

PSYCHOLOGICAL INFLUENCE, MASS MEDIA, ATTITUDES, PANIC, RESEARCH.

**ЗМІСТ**

ВСТУП .........................................................................................................................6

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ПАНІЧНИХ УСТАНОВОК..............................................................................................................9

* 1. Психологічний вплив.......................................................................................9
		1. Переконання ....................................................................................................14
		2. Зараження .......................................................................................................18
		3. Навіювання ......................................................................................................19
		4. Наслідування ...................................................................................................21
	2. Психологічна установка .................................................................................22
		1. Поняття та сутність психологічної установки .............................................22
		2. Типи психологічної установки ......................................................................29
	3. Засоби масової інформації .............................................................................30
		1. Психологічні аспекти впливу ЗМІ на свідомість громадян .......................31
		2. IV Національний конгрес неврологів, психіатрів та наркологів України про вплив ЗМІ на цивільне населення.....................................................................35
		3. Маніпулятивний вплив ЗМІ на формування установок .............................40
	4. Поняття паніки ................................................................................................42
		1. Фактори її виникнення і прояви ....................................................................44
		2. Дослідження паніки ........................................................................................48
		3. Засоби запобігання паніці ..............................................................................51

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ПАНІЧНИХ УСТАНОВОК........................54

* 1. Шкали емпіричного дослідженння................................................................55

ВИСНОВКИ ..............................................................................................................63

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.................................................................66

ДОДАТКИ..................................................................................................................68

**ВСТУП**

Актуальність дослідження.Масова інформація завжди є результатом взаємодії конкретних людей, тому в її розвитку та в аналізі її впливу на свідомість громадян не можливо обійтися без сучасного психологічного знання про особистість.

Основна складність проблеми полягає в тому, що реальність, яку пропонують сьогоднішні ЗМІ, часто буває опосередкована чиєюсь думкою, спрощена і не завжди пропонує людині можливості роздуму, аналізу. Українське сьогодення підтверджує, що в деяких випадках ця інформація може бути небезпечна, оскільки людина приймає її готовою, не замислюючись: певній категорії людей буває легше поринути в потік інформації, аніж критично її сприймати.

На сьогодні в сучасній психології склалося наукове підгрунтя щодо вивчення психологічних закономірностей функціонування сучасних ЗМІ та вивчення їхнього впливу на свідомість громадян. Теоретичні передумови психології ЗМІ були закладені водночас із становленням багатьох наукових напрямків у психології, які вже стали класичними, що забезпечує надійність, достовірність та науковість даної галузі. Особливого значення в цьому контексті набувають наукові парадигми загальної, соціальної психології та психології розвитку особистості.

Так, серед напрямків зарубіжної психології для розкриття психологічного підгрунтя діяльності ЗМІ особливого значення набувають: психоаналітичний (А. Адлер, З. Фрейд, Г. Фрейд, К. Хорні, Е. Фромм), соціотропний (У. Мак-Дугал, С. Сігеле), фрустраційно-агресивний (Л. Берковитц, Д. Доллард), поведінково-біхевіоральний (А. Басс, А. Бандура, Е. Торндайк, Дж. Уотсон), інтеракціоністський (Д. Мід, Т. Шибутані, Д. Шпигель), когнітивний (Дж. Келлі, Ч. Озгуд, Л. Фестінгер). Із сучасних психологічних напрямків можна виділити теоретико-ігровий (М. Дойч), основні положення теорії організаційних систем (Р. Блейк, Дж. Мутон), теорії і практики переговорного процесу (Р. Фішер, Д. Рубін) та моделі обмеженого впливу (Дж. Клапаред, К. Ховленд, Е. Купер).

У вітчизняній психології також виділяються напрямки, що створюють теоретичне підгрунтя для вивчення основних психологічних механізмів та закономірностей впливу ЗМІ на психіку, а саме: провідні положення психології особистості та спілкування (М.Й. Боришевський), теорії установки Д.М. Узнадзета ін.

Об’єкт дослідження: психологічний вплив.

Предмет дослідження: формування панічних установок під впливом ЗМІ.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні та емпіричному дослідженні особливостей впливу ЗМІ на формування панічних установок.

Гіпотеза: вплив ЗМІ на формування панічних установок. ЗМІ як тригер для тих установок, які вже в нас закладені.

Завдання дослідження:

1. Теоретично проаналізувати проблему психологічного впливу, та його видів.
2. Визначити поняття та сутність психологічної установки.
3. Проаналізувати вплив ЗМІ на формування установок.
4. Встановити зв'язок між психологічним впливом ЗМІ та формуванням панічних установок.
5. Паніка як соціально-психологічний феномен. Теоретичний аналіз паніки.
6. Експериментально дослідити рівень тривожності, депресії, САН, стресостійкості та соціальної адаптації у військовослужбовців Збройних Сил України, віком від 29 до 53 років.
7. Скласти рекомендації щодо самодопомоги запобіганню формуванню тривожних та депресивних розладів під впливом ЗМІ.

Методи дослідження: теоретичні – аналіз психолого-педагогічної літератури; участь у наукових конгресах та семінарах; емпіричні – спостереження, бесіди, тестування; статистичні - методи кількісного і якісного аналізу (встановлення зв’язку і порівняння даних).

Психодіагностичні методики:

1. Шкала тривожності (Тейлора);
2. Шкала депресії А. Т. Бека;
3. Методика оперативної оцінки самопочуття, активності і настрою (САН);
4. Методика визначення стресостійкості та соціальної адаптації (Холмса, Раге);

Вибірка та база дослідження. Дослідження проводилося у районному територіальному центрі комплектування та соціальної підтримки (РТЦК та СП). В ньому брали участь 92 військовослужбовці чоловічої та жіночої статі віком від 29 до 53 років.

Наукова новизна полягає у визначенні психологічного впливу ЗМІ на формування панічних установок. Адже саме установка розкриває закономірності неусвідомлюваної регуляції психічних станів людини та готовність до дій, в тій чи іншій ситуації.

Практичне значення роботи полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані для розробки семінарських занять та лекцій, а також можуть бути впровадженими у діяльності практичних психологів, педагогів, просвітницькій та освітній діяльності, для розробки тренінгових програм та для участі у науково-практичних конференціях здобувачів вищої освіти.

Структура кваліфікаційної роботи магістра. Складається зі вступу, двох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел з 21 найменуваннями та додатку на 15 сторінках. Загальний обсяг основного тексту 82 сторінок. Робота містить 1 таблицю та 11 рисунків.

**РОЗДІЛ 1**

 **ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ПАНІЧНИХ УСТАНОВОК**

* 1. **Психологічний вплив**

У спілкуванні між людьми здійснюється їх взаємодія. Одна людина здатна своєю дією вносити зміни у поведінку й діяльність іншої, та водночас, сама змінює власну поведінку внаслідок дій свого партнера. Дія, спрямована на партнера, яка викликає зміни у поведінці партнера, називається впливом.

Таким чином, кожен учасник спілкування водночас і об'єкт, і суб'єкт психологічного впливу. Процес обміну впливами у ході спілкування називають взаємовпливом. Вплив водночас є елементом взаємовпливу. Взаємовпливи реалізуються у таких різновидах: вербальні, фізіологічні (частота серцевих скорочень), ситуативні, стійкі (характерологічні). Вплив може бути свідомим та несвідомим, позитивно або негативно позначатись на поведінці його адресата.

**Психологічний вплив** – це дія на психічний стан, почуття, думки і вчинки інших людей за допомогою психологічних засобів: вербальних, паралінгвістичних, невербальних [1].

Більшість людей переоцінює роль вербальних засобів впливів. Однак, за дослідженнями американського психолога А. Меграбяна, при першій зустрічі ми на 55% довіряємо невербальним сигналам, на 38% – паралінгвістичним й лише на 7% – вербальним. Вплив може мати як позитивні, так і негативні наслідки в поведінці й стані особистості. Щоб оцінити їх, потрібно розкрити цілі впливу.

Цілі впливу направлені на задоволення власних мотивів і потреб суб'єкта за допомогою інших людей чи при їх посередництві. Може переважати задоволення егоїстичних потреб суб'єкта за рахунок інших людей (продемонструвати силу, зверхність, кар'єризм, принизити). При цьому суб'єкт намагається завуалювати їх інтересами справи. Якщо особистість не усвідомлює цілей своїх впливів, то важливі для неї потреби (у підтримці, безпеці, заохоченні, самореалізації) задовольняються неконструктивно, неефективно. У такій ситуації особистість схожа на дитину, яка, щоб викликати увагу дорослих, плаче, вередує чи не слухається.

**Форми соціальних впливів:**

1. Наслідування;
2. Навіювання;
3. Конформність;
4. Переконання;

Арсенал психологічних впливів досить широкий. Основні з них охарактеризовано у табл.1.1.

*Таблиця 1.1.*

**Види психологічних впливів**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид психологічного впливу | Характеристика впливу | Засоби впливу |
| Переконання | Свідомий, аргументований, має метою зміну судження, ставлення, наміру, рішення А. | Аргументи в доступному вигляді. Врахування недоліків і переваг запропонованого рішення. Отримання згоди на кожному етапі доведення. |

*Продовження таблиці 1.1.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Самопросування | Пред'являє свідчення своєї компетентності й кваліфікації для того, щоб його оцінили належно й він отримав переваги (у ситуаціях конкуренції – прийняття на роботу, просування у посаді) | Демонстрація своїх можливостей, пред'явлення сертифікатів, дипломів, нагород тощо. Розкриття своїх цілей, формування запитів і умов. |
| Навіювання | Свідомий, не аргументований, з метою зміни стану, ставлення, намірів А. | Особистий магнетизм, авторитет, упевненість, чітке й нешвидке мовлення. Умови ситуації – освітлення, музика, дотики тощо. Вибір навіюваних А. |
| Зараження | Передача свого стану чи ставлення до А. за допомогою психофізіологічних механізмів, свідомо чи несвідомо. | Особиста енергетика поведінки, артистизм, емоційність. Інтригуюче залучення А. до виконання дій, погляди, дотики, тілесний контакт. |

*Продовження таблиці 1.1.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Спонукання до наслідування | Викликає у А. прагнення наслідувати І. Здійснюється довільно й мимовільно, як і саме прагнення. | Демонстрація зразків майстерності. Приклад милосердя, благородства, служіння ідеї. Знаменитість І., його новаторство, особистий магнетизм, модна поведінка та зовнішність, заклик до наслідування. |
| Формування прихильності | Розвиток у А. позитивного ставлення до І. | Прояви оригінальності й привабливості, прихильності, схвальні судження про А., наслідування чи послуга йому. Улесливість. |
| Прохання | Звертання до А. із закликом задовольнити потреби або бажання І. | Чіткі й ввічливі формулювання, повага до права А. відмовити у проханні. |
| Наказ | Вимога до А. виконувати настанови І., підкріплена відкритими чи прихованими погрозами. І. переживає наказ як свій тиск, А. – як тиск на нього з боку І. чи обставин. | Оголошення жорстко визначених термінів чи засобів виконання без пояснень і обґрунтувань, висування безапеляційних заборон та обмежень, залякування, погроза покаранням. |

*Продовження таблиці 1.1.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Деструктивна критика | Зневажливі, образливі судження про A., грубий агресивний осуд, зневажання його справ і вчинків, безжальність, руйнування доброго імені А., його різка негативна емоційна реакція, зневіра у собі | Приниження А., висміювання зовнішності, походження, віку, голосу, висловлення справедливих зауважень А., який знаходиться у пригніченому стані. |
| Ігнорування | Неуважність до А., сприймається як ознака зневаги або тактовна форма реакції на грубість, агресію А. | Відсутність звичних реакцій на слова А., присутність А. не помічається, І. до нього не звертається.Невиконання обіцянок, запізнення при відсутності пояснень, мовчання, розсіяний погляд у відповідь на запитання, докір чи інше звернення А. Раптова зміна теми розмови, само зосередженість. |

*Продовження таблиці 1.1.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Маніпуляція | Приховане спонукання А. до переживання певних станів, до зміни ставлення, до прийняття рішень, вигідних І. А. вважає ці спонукання власними, а не результатом впливів І. | Надмірне наближення, контакт (порушення особистого простору), різке прискорення чи сповільнення темпу мовлення. Провокативні висловлення: “Тебе що, так легко обдурити, вразити, образити? Навряд чи ти здатен на таке... Це дуже для тебе складно, дорого...”. Обдурювання, замасковане під випадкові плітки. Надмірна демонстрація своєї слабкості, і недосвідченості, щоб викликати у А. прагнення допомогти, зробити замість І. його роботу, передати йому цінну інформацію. Прихований шантаж: “дружні натяки” на помилки, порушення А. в минулому, згадування особистих секретів А. |

А. – адресат впливу, особа, на яку спрямовуються вплив; І. – ініціатор впливу, особа, що здійснює вплив

* + 1. **Переконання**

Як спосіб психологічного впливу, переконання спрямоване на зняття своєрідних фільтрів на шляху інформації до свідомості і почуттів людини. Його використовують для перетворення інформації, котра повідомляється, на систему установок і принципів індивіда.

**Переконання** — метод свідомого та організованого впливу на психіку індивіда через звернення до його критичного судження.

Реалізуючись у процесі комунікативної взаємодії, переконання забезпечує сприйняття і включення нових відомостей у систему поглядів людини. Ґрунтується воно на свідомому ставленні індивіда до інформації, на його аналізі й оцінці. Ефективність переконання залежить від багатьох чинників, особливо від майстерності його суб'єкта. Одна з передумов — свідоме ставлення реципієнта до процесу формування переконань. У цьому процесі задіяні водночас і елементи неусвідомленого. Найсприятливішими умовами для переконання є дискусія, групова полеміка, суперечка, оскільки сформована під час їх перебігу думка набагато глибша, ніж та, що виникла за пасивного сприймання інформації. Отже, переконання, впливаючи на розум і почуття людини, є способом психологічного впливу однієї людини на іншу або групу людей, що діє на раціональне та емоційне начало, формуючи при цьому нові погляди, взаємини.

З огляду на ставлення реципієнта до інформації, що використовується з метою психологічного впливу, розрізняють прямий і непрямий (опосередкований) спосіб переконання. Передумовою прямого способу переконання є зацікавленість реципієнта в інформації, зосередженість його уваги на логічних, правдивих, очевидних аргументах. За непрямого способу переконання реципієнт стає підвладним випадковим чинникам, наприклад привабливості комунікатора. Більш аналітичний, стійкий і менш поверховий прямий спосіб переконання. Ефективнішим є його вплив на установки і поведінку індивіда. Його сила і глибина залежать від переконуючої комунікації — сукупності заходів, спрямованих на підвищення ефективності мовного впливу. На його основі здійснюють прикладні дослідження особливостей комунікативного впливу, розробляють експериментальну риторику, аналізують основні та допоміжні елементи переконання, складові переконуючого комунікативного впливу.

На думку американського журналіста Г. Лассуела, модель комунікативного процесу охоплює п'ять елементів:

1. хто передає повідомлення (комунікатор);
2. що передається (повідомлення, текст);
3. як здійснюється передавання (канал);
4. кому спрямоване повідомлення (аудиторія);
5. з яким результатом здійснено повідомлення (ефективність впливу).

Компетентному, надійному, привабливому, здатному переконливо доводити свою правоту комунікатору довіряють і як ефективному експерту.

Значущими щодо комунікативного впливу є такі його якості, як комунікабельність (міра прагнення особистості до спілкування), контактність (оволодіння способами спілкування) тощо. У процесі взаємодії комунікатор, як правило, займає відкриту, закриту або відсторонену позиції. У відкритій позиції він відверто викладає свою точку зору, оцінює факти, що її підтверджують. Закрита позиція зобов'язує його приховувати свої думки, навіть використовувати для цього певні прийоми. Нейтральна поведінка, безпристрасне зіставлення протилежних поглядів свідчать про відсторонену позицію комунікатора.

Важливим чинником впливу на сприймання інформації є взаємодія інформації та установок аудиторії.

Як специфічний вид психологічного впливу, переконуючий вплив відрізняється ситуацією, що детермінує його необхідність, психологічним станом партнерів у процесі комунікації. Йдеться про усвідомленість ними акту впливу, можливість критичного оцінювання епізодів спілкування, комунікативну автономність при виборі реципієнтом остаточного рішення, про моральний аспект змісту і цілей впливу. Переконуючий вплив одночасно є психологічним феноменом (з огляду на структуру, функції) і комунікативним процесом (динаміка, умови, чинники, закономірності, механізми його вияву). Як психологічний феномен, переконуючий вплив — це системне утворення, що має власну структуру. Його завдання полягає у регуляції поведінки реципієнта з подальшою саморегуляцією його діяльності. Переконуючий вплив як комунікативний процес реалізується у вигляді взаємовпливу партнерів у діалогічній комунікації (рис. 1.1). Оскільки кожен із них переслідує свої цілі у переконуючому впливі, то з огляду на мету взаємодії партнери перебувають в асиметричному становищі, але за участю в комунікації вони рівні.

Ефективність переконуючого комунікативного впливу залежить від зацікавленості партнерів один одним: реципієнт повинен бути готовим до сприймання і прийняття інформації, а комунікатор — зацікавленим у тому, на кого спрямований вплив. Крім того, зміст і форма переконання повинні відповідати віковим, а переконуюча комунікація — індивідуальним особливостям людини. Переконання має бути логічним, послідовним, доказовим, аргументованим. Переконуючи інших, комунікатору слід вірити в те, що він говорить, використовувати як загальнотеоретичні відомості, так і конкретні факти, приклади.

Якщо людина не готова до того, щоб її переконували, то не допоможуть ні логіка, ні привабливість комунікатора, ні його аргументи. Ефект впливу неможливий за зверхнього або поблажливого ставлення комунікатора до аудиторії.

****

**Рис. 1.1. Структурно-динамічна модель переконуючої комунікації**

* + 1. **Зараження**

Цей найдавніший спосіб інтеграції групової діяльності виникає за значного скупчення людей — на стадіонах, у концертних залах, на карнавалах, мітингах тощо. Однією з його ознак є стихійність.

**Зараження** — психологічний вплив на особистість у процесі, спілкування і взаємодії, який передає певні настрої, спонуки не через свідомість та інтелект, а через емоційну сферу.

Під час психічного зараження передається емоційний стан від однієї особи до іншої на несвідомому рівні. Сфера свідомості за таких умов різко звужується, майже зникає критичність до подій, інформації, що надходить з різних джерел. Психологія тлумачить зараження як неусвідомлювану, мимовільну схильність людини до певних психічних станів. Соціальна психологія розглядає його як процес передавання емоційного стану одного індивіда іншому на рівні психічного контакту. Відбувається зараження через передавання психічного настрою, наділеного великим емоційним зарядом.

Дієвість сили психічної заразливості залежить від глибини і яскравості спрямованих від комунікатора емоційних збуджень. Значущою є і психологічна готовність реципієнта до емоційного реагування на нього. Сильним каталізатором емоційного збудження стають вибухи емоцій, викликані позитивним чи негативним станом людей (плач, заразливий сміх та ін.). Головним каталізатором цього явища є комунікативний контакт індивідів — суб'єктів взаємодії. Механізм соціально-психологічного зараження полягає у багаторазовому взаємному підсиленні емоційних впливів від багатьох індивідів.

Ланцюгова реакція зараження спостерігається у великих аудиторіях, неорганізованій спільноті, натовпі. Ступінь зараження людей, груп залежить від загального рівня розвитку, психічного стану, віку, емоційного настрою, самосвідомості. Конструктивна дія цього феномену виявляється у ще більшій груповій згуртованості, використовується також як засіб компенсації недостатньої її організації.

* + 1. **Навіювання**

Воно може бути одним із небезпечних інструментів маніпуляції поведінкою людини, оскільки діє на її свідомість і підсвідомість.

**Навіювання, або сугестія** (лат. — навіювання) — процес впливу на психічну сферу людини, пов'язаний з істотним зниженням її критичності до інформації, що надходить, відсутністю прагнення перевірити її достовірність, необмеженою довірою до її джерел.

Основою ефективності навіювання є довіра. Джерелом навіювання можуть бути знайомі і незнайомі люди, засоби масової інформації, реклама та ін. Навіювання спрямоване не до логіки індивіда, його здатності мислити, аналізувати, оцінювати, а до його готовності сприйняти розпорядження, наказ, пораду і відповідно до них діяти. При цьому велике значення мають індивідуальні особливості людини, на котру спрямований вплив: здатність критично мислити, самостійно приймати рішення, твердість переконань, стать, вік, емоційний стан тощо. Неабияким чинником, що зумовлює ефективність навіювання, є авторитет, уміння і навички, статус, вольові якості сугестора (джерела впливу), його впевнені манери, категоричний тон, виразна інтонація. Ефективність залежить і від стосунків між сугестором і сугерендом (об'єкт навіювання). Йдеться про довіру, авторитетність, залежність тощо. Показником ефекту навіювання є і спосіб конструювання повідомлення (рівень аргументованості, поєднання логічних та емоційних компонентів).

Соціальна психологія розглядає навіювання як стихійний компонент повсякденного спілкування і як спеціально організований різновид комунікативного впливу, що використовується в засобах масової комунікації, моді, рекламі та ін. Сугестію вона пов'язує з довірою до інформації комунікатора, з покорою людини зовнішнім обставинам, її залежністю від примусової сили колективних дій та уявлень, збереженням звичаїв тощо. Контрсугестія ґрунтується на недовірі до інформації, непокорі до існуючого стану речей, на прагненні особистості до незалежності. Вона є знаряддям здійснення змін у суспільстві.

За змістом і результатом впливу виокремлюють позитивне (етичне) і негативне (неетичне) навіювання. Навіювання як позитивний, етичний чинник застосовується у багатьох сферах соціальних відносин. Воно є одним із методів активізації групової діяльності — виробничої, навчальної та ін. Водночас навіювання може мати і негативний вплив, ставши інструментом безвідповідальної маніпуляції свідомістю індивіда, групи.

Здійснюється навіювання у формі гетеросугестії (вплив з боку) і аутосугестії (самонавіювання). Самонавіювання належить до свідомого саморегулювання, навіювання собі певних уявлень, почуттів, емоцій. Для цього людина створює модель стану або дій і вводить їх у свою психіку шляхом виявлення недоліків, яких хоче позбутися, розробляє та використовує формули і методики самонавіювання.

З огляду на механізм реалізації розрізняють пряме і непряме, навмисне і ненавмисне навіювання. Пряме навіювання полягає в заклику до певної дії, який сугестор передає як наказ, вказівку, розпорядження, заборону. За непрямого навіювання комунікатор приховує справжній зміст інформації. Розраховане воно на некритичне сприймання повідомлення, для чого використовують не наказові, а оповідні форми. Навмисне навіювання є цілеспрямованим, свідомо організованим психологічним впливом (сугестор знає мету, об'єкт впливу, відповідно добираючи його прийоми). Ненавмисне навіювання не переслідує спеціальної мети і відповідної організації. Сугеренд під час навіювання може перебувати в активному стані, у стані природного сну, гіпнозу, постгіпнотичному стані (навіювання реалізується після виходу із гіпнозу).

* + 1. **Наслідування**

Це одна з наймасовіших форм поведінки людини у спілкуванні.

**Наслідування** — процес орієнтації на певний приклад, взірець, повторення і відтворення однією людиною дій, вчинків, жестів, манер, інтонацій іншої людини, копіювання рис її характеру та стилю життя.

Наслідування є емоційно і раціонально спрямованим актом. Воно буває як свідомим, так і несвідомим. Свідоме наслідування є цілеспрямованим виявом активності, ініціативи, бажання індивіда. Людина намагається повторити все, що здається їй правильним і корисним (навички майстерності, ефективні способи спілкування і діяльності, раціональні прийоми виконання трудових операцій). За несвідомого наслідування вона виявляє активність внаслідок впливу інших людей, які розраховують на таку реакцію, стимулюючи її різними засобами.

**Наслідування** — один із важливих механізмів соціалізації особистості, способів її навчання і виховання. Особливе значення воно має у розвитку дитини.

Тому більшість науково-прикладних досліджень з цієї проблематики здійснюється в дитячій, віковій і педагогічній психології. У дорослої людини наслідування є побічним способом засвоєння навколишнього світу, її психологічні механізми наслідування значно складніші, ніж у дитини та підлітка, оскільки спрацьовує критичність особистості. Наслідування в дорослому віці є елементом навчання в певних видах професійної діяльності (спорт, мистецтво).

Проте його не можна розглядати як односпрямований рух інформації, зразків поведінки від індуктора (комунікатора) до реципієнта. Завжди існує (іноді мінімальний) зворотний процес — від реципієнта до індуктора.

* 1. **Психологічна установка**
		1. **Поняття та сутність психологічної установки**

**Психологічна установка —** теорія розроблена грузинським психологом Узнадзе Д.М. Вона розкриває закономірності неусвідомлюваної регуляції психічних станів, що забезпечують людині готовність до дії, виконання певної діяльності, спрямованої на задоволення власних потреб [21].

У класичному варіанті установка людини – це первинна неусвідомлена реакція на ситуацію, в якій вона усвідомлює і вирішує задачі.

Основною умовою створення актуальної установки є:

1. потреба;
2. ситуація;
3. процес задоволення потреби або розв’язання задачі;

В разі виникнення одних і тих же умов, установка здатна закріплюватися, тоді створюється фіксована установка, яка звільняє свідомість людини від акту прийняття рішення діяти так, а не інакше.

Важливою галуззю наукових соціально-психологічних досліджень є пошук регуляторів соціальної поведінки людини. Традиційно теоретико-дослідна думка розгортається навколо низки понять, близьких, але не тотожних за змістом: атитюд, соціальна установка, ціннісні орієнтації та ін. Внутрішній стан готовності людини до дії передує поведінці й має назву атитюд (від англ. attitude — ставлення, установка). Атитюд формується на підставі попереднього соціально-психологічного досвіду, розгортається на усвідомленому й неусвідомленому рівні та здійснює регулятивну (спрямовує поведінку або управляє нею) функцію стосовно поведінки індивіда. Він також визначає стійкий, послідовний, цілеспрямований характер поведінки в ситуаціях, що змінюються; звільнює суб’єкта від необхідності приймати рішення й довільно контролювати поведінку в стандартних ситуаціях; може виступати і як чинник, що зумовлює інертність дії та гальмує пристосування до нових ситуацій, котрі вимагають зміни програми поведінки.

Залежно від того, на який об’єктивний чинник діяльності спрямована установка, виокремлюють три рівні регуляції поведінки — рівні смислових, цільових та операційних атитюдів.

**Смислові атитюди** складаються із інформаційного (світогляд людини), емоційного (симпатії, антипатії стосовно іншого об’єкта), регулятивного (готовність діяти) компонентів. Вони допомагають сприймати систему норм і цінностей у групі, зберігати цілісність поведінки особистості в ситуаціях конфлікту, визначати лінію поведінки індивіда тощо.

**Цільові атитюди** зумовлені цілями й визначають стійкість перебігу певної дії людини.

**Операційні атитюди** виявляються у процесі вирішення конкретних завдань на підставі врахування умов ситуації та прогнозування розвитку цих умов. Це проявляється в стереотипності мислення, конформній поведінці особистості тощо.

Особистість, виступаючи суб’єктом спілкування в групі, маючи певну позицію в соціальному середовищі, характеризується оцінним, вибірковим ставленням до людей, які її оточують. Тобто вона зіставляє, оцінює, порівнює і вибирає людей для спілкування, керуючись можливостями конкретної групи і своїми власними потребами, інтересами, установками, минулим досвідом спілкування, які в сукупності створюють конкретну ситуацію життєдіяльності особистості, постають як соціально-психологічний стереотип її поведінки. Більшість праць розглядають соціальну установку (атитюд) як самостійний об’єкт дослідження й самостійний розділ у підручниках із соціальної психології. Відомо, що вивчення цієї проблеми було започатковано американськими соціологами В. Томасом і Ф. Знанецьким ще в 1918 році. Дослідники розглядали установку як предмет соціальної психології. В їхньому розумінні соціальна установка означає певний психічний стан переживання індивідом цінності, значення або смислу соціального об’єкта. А зміст переживання, своєю чергою, визначається зовнішніми, тобто локалізованими в соціумі, об’єктами. Соціальна установка розглядалась як елемент структури особистості й водночас як елемент соціальної структури.

У залежності від того, на який компонент діяльності спрямована установка, виділяють три рівні регуляції діяльності людини [10]:

1. смислові установки, коли їх предметом стає мотивація діяльності;
2. цільові установки – усвідомлення продукту, який повинен бути створений діями;
3. операційні установки – здатність операційно пристосовувати регуляцію діяльності відповідно умовам її здійснення.

Функції установки, її ефекти і зміст розкриваються в саморегуляції діяльності. А саме:

* по-перше, установка визначає сталий, послідовний, цілеспрямований плин дій, тобто є механізмом стабілізації, який зберігає їх спрямованість у безперервно змінних умовах діяльності;
* по-друге, фіксована установка звільняє свідомість людини від необхідності приймати рішення і довільно контролювати дії у стандартних і відомих умовах;
* по-третє, установка може стати фактором, що обумовлює інертність, задубілість дій, їх скутість, що створює труднощі у пристосуванні до нових умов виконання діяльності.

Вітчизняна психологія як свої вихідні позиції має принципи цілісності психічного життя особистості, взаємозв’язку психічних процесів і властивостей, розвитку особистості в процесі навчання та виховання, соціальної зумовленості психічного життя людини.

Дослідники стверджують, що визначальним у формуванні установки людини є весь його попередній життєвий досвід. У багатьох випадках установка допомагає вирішувати проблеми, подібні до тих, на підставі яких вона сама була вироблена — тут її користь незаперечна. Дослідники пишуть, що «завдяки попередній психічній підготовці, у людини може виробитися установка, що дозволяє їй швидко і добре здійснити відповідні реакції». У цьому випадку «психічна установка визначає інтелектуальну активність людини і дозволяє їй осягнути і захистити істину» (Надірашвілі).

Будучи результатом всього попереднього життєвого досвіду людини, установка обумовлює істотну «стереотипність поведінки людини, її незмінність, непристосованість до нових умов, неперемикання поведінки на новий напрямок, що, зрозуміло, як правило, є перешкодою для адекватної поведінки в новій ситуації».

За твердженням Г. Олпорта, установка є психонервовою готовністю індивіда до реакції на всі об’єкти, ситуації, з якими він пов’язаний. Справляючи спрямовуючий і динамічний вплив на поведінку, вона завжди залежна від минулого досвіду. Уявлення Олпорта про соціальну установку як про індивідуальне утворення суттєво відрізняється від тлумачення її В.-А. Томасом і Ф.-В. Знанецьким, які вважали цей феномен близьким до колективних уявлень.

Структуру атитюда утворюють когнітивний (пізнавальний), афективний (емоційний) та конативний (поведінковий) компоненти (рис. 1.2). Це дає підстави розглядати соціальну установку одночасно як знання суб’єкта про предмет і як емоційну оцінку та програму дій щодо конкретного об’єкта.



**Рис. 1.2. Компоненти атитюда: когнітивний (пізнавальний), афективний (емоційний) та конативний (поведінковий)**

Багато вчених вбачає суперечність між афективним та іншими її компонентами — когнітивним і поведінковим, доводячи, що когнітивний компонент (знання про об’єкт) включає певну оцінку об’єкта як корисного чи шкідливого, доброго чи поганого, а конативний — включає оцінку дії стосовно предмета установки. В реальному житті дуже важко відокремити когнітивний та конативний компоненти від афективного.

3 усіх складових установки провідну роль у регулятивній функції відіграє ціннісний (емоційний, суб’єктивний) компонент, який пронизує когнітивний та поведінковий компоненти. Подолати розбіжність соціального та індивідуального, установки і ціннісної орієнтації допомагає поняття “соціальна позиція особистості”, що поєднує ці компоненти. Ціннісна орієнтація є підґрунтям виникнення позиції, як компонент структури особистості, вона утворює певну вісь свідомості, навколо якої обертаються думки і почуття людини, і з огляду на яку розв’язується багато життєвих питань. Властивість ціннісної орієнтації бути установкою (системою установок) реалізується на рівні позиції особистості, коли ціннісний підхід сприймається як установчий, а установчий — як ціннісний. У цьому сенсі позиція є системою ціннісних орієнтацій та установок, що відображають активні вибіркові відносини особистості.

Ще більш інтегральним, ніж установка, еквівалентом динамічної структури особистості є психічний настрій особистості, який включає предметно спрямовані і безпредметні психічні стани. Як і ціннісна орієнтація, він передує виникненню позиції. Умовою виникнення позиції особистості є її оцінне ставлення і певний психічний стан (настрій), який надає позиції різного емоційного забарвлення — від глибокого песимізму, пригніченості до життєстверджувального оптимізму та ентузіазму.

Установчо-позиційний, диспозиційний підхід до структури особистості трактує диспозицію як комплекс схильностей, готовності до певного сприйняття умов діяльності та до певної поведінки за цих умов. У такому розумінні вона є дуже близькою до поняття “установка”.

Згідно з цією концепцією диспозиції особистості є ієрархічно організованою системою з кількома рівнями (рис.1.3):

* елементарні фіксовані установки без модальності (переживання “за” чи “проти”) та когнітивних компонентів;
* соціальні фіксовані установки (атитюди);
* базові соціальні установки, або загальна спрямованість інтересів особистості на конкретну царину соціальної активності;
* система орієнтацій на цілі життєдіяльності та засоби досягнення цих цілей.

Така ієрархічна система є результатом попереднього досвіду і впливу соціальних умов. У ній вищі рівні здійснюють загальну саморегуляцію поведінки, нижчі — відносно самостійні, вони забезпечують адаптацію особистості за мінливих умов[3].



**Рис. 1.3. Система диспозиційних утворень, які регулюють поведінку і діяльність людини**

* + 1. **Типи психологічної установки**

Розрізняють три типи установки на сприйняття людини людиною: позитивна, негативна і адекватна.

При **позитивній установці** відбувається переоцінювання позитивних якостей і здібностей людини, що виявляється в підвищеному ступені довіри даній особі, готовність прийняти на віру всі його поради і розділити погляди на те, що відбувається. Часто позитивна установка на того чи іншого лікаря зв´язана з думкою оточуючих, його професійним статусом (професор, лікар вищої категорії, народний цілитель та ін.).

**Негативна установка** призводить до того, що сприймаються в основному негативні якості іншої людини. Це виражається в недовірливості, підозрілості.

**Адекватна установка** бере до уваги можливість поєднання в одній людині позитивних і негативних якостей і властивостей («Хірург — грубіян, але руки — золоті»).

Відомі типові перекручування (ефекти) уявлення про іншу людину, що формуються під впливом різних факторів.

1. Ефект «ореолу» характеризується формуванням думки про особисті властивості і якості людини на підставі загальних вражень про неї. Так, кваліфікованість лікаря може сприйматися пацієнтом залежно від його «солідних манер», використання в мові наукових термінів, що фактично не можуть бути ознаками оцінки його професійних знань і умінь.
2. Ефект «послідовностей» виводить залежність суджень про людину від відомостей, пред´явлених про неї насамперед. У рамках клінічної психології сприйняття лікаря нерідко будується на підставі тих зведень, що були отримані пацієнтом, наприклад, від сусідів по палаті.
3. «Плацебо-ефект». Відомо, що позитивна установка може опосередковуватися деякими зовнішніми факторами. Так, вона може бути зумовлена розміреною манерою лікаря говорити, неквапливо робити огляд або маніпуляції. Під час оцінювання ефективності дії тих або інших лікувальних препаратів позитивна установка ґрунтується, інколи, на вартості препарату («коштовний — значить ефективний»), оформленні його упаковки, кольорі, консистенції та ін. На такому психологічному механізмі побудований так званий «плацебо-ефект». Плацебо— це ліки-пустушки, які не мають діючої речовини, здатної зробити терапевтичний ефект. При призначенні її в супроводі з відповідними інструкціями для формування позитивної психологічної установки результати терапії виявляються істотними навіть порівняно з подібними за формою, видом і консистенцією лікарськими препаратами.

**1.3 Засоби масової інформації**

**Засоби масової інформації (ЗМІ), масмедіа** ([англ.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) mass media) — різновид [медіа](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0), орієнтований на одночасне передавання інформації великим групам людей. Вони охоплюють засоби передавання, зберігання та відтворення [інформації](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F), такі як [преса](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D1%81%D0%B0) (газети, журнали, книжки), [радіо](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D0%B4%D1%96%D0%BE), [телебачення](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B1%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F), [інтернет](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%97%D0%9C%D0%86), [кінематограф](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%96%D0%BD%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84), звукозаписи та відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити та панелі, мультимедійні центри. Всім цим засобам притаманні спільні якості — звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям, корпоративний зміст виробництва і розповсюдження інформації [9].

Термін медіа застосовується також до організацій, які забезпечують ці технології, наприклад, [телевізійних каналів](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D1%96%D0%B7%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB) або [видавництв](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE).

Масмедіа є основним засобом [пропаганди](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0).

* + 1. **Психологічні аспекти впливу ЗМІ на свідомість громадян**

Найбільш психологізованим аспектом ЗМІ виступають їхні функції [6]. Так, можна виділити низку функцій, які найбільш повно відображають психологічні компоненти ЗМІ:

1. комунікативна – функція спілкування (тісно пов’язана із орієнтаційною потребою особистості). Останнім часом можна спостерігати сублімовані форми комунікативної функції, коли інтерактивне спілкування з медійними обличчями суттєво обмежує, а іноді й витискує спілкування з реальними людьми;
2. інформаційна функція також максимально психологізована, оскільки як повна інформаційна депривація, так і зайва інформованість населення може призвести до серйозних порушень психіки, панічних станів худе;
3. безпосередньо-організаційна – ЗМІ, здійснюючи легалізацію багатьох організаційних рішень, спрощують процес їх сприйняття суспільством, мінімізують кризову реакцію (або навпаки);
4. ідеологічна – активно впливає на психічний стан людини;
5. культурно-просвітницька - ЗМІ виступають однією із форм передачі досвіду та інформації від одного покоління іншому (зв’язок здійснюється за рахунок традицій, релігійних догм, сталих форм поведінки тощо);
6. утілітарна – враховує, що людині властиве орієнтуватися з урахуванням думки більшості, прислуховуватися до порад авторитетів.
7. рекреативна – в її основі лежить потреба людини у відпочинку, який часто здійснюється за рахунок свіжої преси, інтернету, телевізійних програм тощо.

Для розуміння глибинних механізмів дії засобів масової інформації особливого значення набуває категорія психологічного впливу - дії на стан, думки, почуття і дії іншої людини за допомогою виключно психологічних засобів, з наданням їй права і часу відповідати на цю дію[2].

На мій погляд, для розуміння механізмів психологічних впливів засобів масової інформації на свідомість громадян особливого значення набувають функції агента впливу, агента контрвпливу та пасивного, активного і нейтрального агентів рефлексії.

Цікаво, що ці функції існують при будь-яких типах державного управління та влади.

Функція агента впливу передбачає активне переконання аудиторії в ідеї, що просувається, шляхом занурення в проблему. Особлива роль в цьому процесі віддається частоті та наповненості інформаційних або аналітичних повідомлень з одночасним виключенням небажаних фактів. Подібні цілеспрямовані дії формують у аудиторії стійку впевненість в істиності ідеї, що просувається.

Функція агента контрвпливу є більш складною з психологічної точки зору, оскільки діє після агентів впливу та можлива лише при наявності свободи інформаційного простору. Контрвплив передбачає «вилучення» із свідомості закладеної інформації, яка вже почала діяти та взаємодіяти з підструктурами особистості, та надання нової. Прояви механізмів контрвпливу ми можемо спостерігати в сучасних українських ЗМІ (інтернет-ресурси, газети, ток-шоу та ін.), які застосовуються у вигляді простих контраргументів, багаторівневого спростування, заснованого на аналізі фактів, подій, статистичних даних та ін. Тільки після такої складної роботи можливо використовувати нову інформацію.

Функція рефлексії фактів, подій та станів суспільної думки може бути різноманітною: активною, пасивною та нейтральною[8].

**Активна рефлексія** в ЗМІ передбачає оцінку фактів і подій через суб’єктивні думки осіб, членів спільноти.

Для засобів масової інформацї стає важливим утримати актуальну тему у площині активного суспільного обговорення, для чого використовують механізми демократичного обговорення соціально-значимих питань, зокрема, публіцистичні матеріали, що стимулюють до реагування, обговорення, співпереживання.

**Пасивна рефлексія** передбачає продукування засобами масової інформації думки авторитетних експертів, не втягуючи аудиторію в дискурс проблеми. Глядач або читач займає позицію «судді», вислуховує різні точки зору та вирішує, на чийому він боці.

Нейтральна рефлексія є найбільш складною, оскільки аудиторії надається інформація, складена із ретельно підібраних фактів і подій з умовою, що суб’єкт буде самостійно приймати рішення без громадського обговорення.

Означеними функціями впливи засобів масової інформації на свідомість людини не вичерпуються, вони спираються на індивідні та особистісні підструктури адресата впливу, тобто того, на кого спрямовані їх дії в подальшій взаємодії, завдяки чому їхня ефективність суттєво підвищується. Сприйняття інформації, яка подається засобами масової інформації, багато в чому залежить від того, наскільки вона є новою та відповідає досвіду особистості: якщо інформація не «чипляється» за щось у свідомості аудиторії або окремого суб’єкта, вона не буде сприйнята. З іншого боку, якщо надана інформація викликає у суб’єкта зустрічний потік інформації, асоціації та спогади, то вона буде просто поглинена цим потоком і залишиться незафіксованою. Спотворення інформації часто провокується не лише її виробником, але і тим, хто її сприймає, оскільки людині властиво досить вибірково сприймати нескінченно різноманітну інформацію про те, що її оточує.

У першу чергу, ці впливи функціонують, спираючись на емоційну сферу особистості. Емоції виступають невід'ємною частиною сприйняття ЗМІ, в першу чергу, радіо і телебачення: почуття, які переживає суб’єкт під час перегляду або прослуховування чогось - основна частина його психологічного досвіду.

Ідентифікація формує відчуття емоційної співучасті, яке викликає у суб’єкта телепередача або ток-шоу та частково залежить від того, в якому ступені він ідентифікує себе з персонажем (тобто, подумки порівнює себе з ним і представляє себе на його місці). Зображувана в ЗМІ реальність сприймається суб’єктом більшою мірою, якщо його ототожнення себе з персонажами таке, що останні стають значимими фігурами в його власному житті. Глядачі часто наслідують поведінку і установки тих персонажів, з якими себе ідентифікують. Ось чому антисоціальні наслідки приймають серйозніший характер у тому випадку, коли глядачі стають свідком насильства, що здійснюється позитивними, а не негативними героями.

**Емпатія** - це здатність розуміти почуття іншої людини і перейматися ними, передчувати емоційні реакції іншого. Емпатію можна розглядати в якості емоційної ідентифікації, і вона є дуже важливим чинником, що впливає на почуття, які пробуджують засоби масової інформації.

Впливи, створювані засобами масової інформації, не є самодостатньою психологічною категорією. Особливого значення набувають наслідки цих впливів (Р. Харріс). Визначаючи наслідки дії ЗМІ, необхідно пам'ятати про сукупний (кумулятивний) ефект. Більшість повідомлень або образів, що з'являються в ЗМІ, ми бачимо або чуємо десятки, якщо не сотні і тисячі разів. Р. Харріс виділяє поведінкові, установчі, когнітивні та фізіологічні наслідки дії ЗМІ.

**Поведінкові наслідки:** людина здійснює деякі дії (проявляє насильство, , голосує на виборах).

**Установчі наслідки:** установки включають інтелектуальний компонент, або компонент довіри, проте значна частина психологічної динаміки в установках носить емоційний характер.

**Когнітивні наслідки:** когнітивні ефекти (тобто, такі наслідки, які змінюють наші знання і мислення). Найбільш яскравим прикладом тут буде засвоєння нової інформації зі ЗМІ.

**Фізіологічні наслідки**: фізіологічні зміни в організмі, викликані дією ЗМІ. Наприклад, перегляд новин викликає такі фізичні зміни, як почастішання дихання і серцебиття. Навіть такий буденний матеріал, як телевізійна реклама, або політичні ток-шоу можуть змінити частоту серцебиття і орієнтовний рефлекс, а також блокувати альфа-хвилі, що продукуються мозком.

Таким чином, ЗМІ створюють для суб'єкта особливу реальність у безлічі різних областей, орієнтуючись в процесі цього на різні психологічні процеси. Зміст і форма засобів масової інформації повністю орієнтуються на психологічну маніпуляцію. При успішному розвитку подій вони можуть призводити до пасивності індивіда, до стану інертності, який блокує активні дії. Орієнтуючись на ті численні впливи, які роблять ЗМІ на свідомість громадян, необхідно акцентувати увагу на ті їх форми, що будять свідомість і концентрують увагу на суспільно важливих проблемах.

* + 1. **IV Національний конгрес неврологів, психіатрів та наркологів України про вплив ЗМІ на цивільне населення**

Маркова Маріанна Владиславівна – лікар-психіатр, учасник IV Національний конгрес неврологів, психіатрів та наркологів України, на онлайн зустрічі поділилася своїми дослідженнями щодо впливу ЗМІ на цивільне населення України.

Гіпотеза

1. Захоплення новинами стосовно широкомасштабної війни рф проти України НЕ завжди має деструктивний вплив на психіку індивіда (на відміну від періоду пандемії або попередніх років гібридної війни);
2. Залежно від особистісної структури індивіда, цей процес може мати як компенсаторний, так і декомпенсаторний характер, вектор чого визначає рівень толерантності до невизначеності;
3. Підвищення толерантності до невизначеності може підвищити рівень інформаційно-психологічної стійкості населення до маніпуляційних інформаційних впливів.

**Толерантність до невизначеності** – властивість особистості сприймати непередбачуваність, неоднозначність та складність ситуації нейтрально або позитивно та зберігати здатність реагувати на неї проактивно.

**Низька толерантність до невизначеності** - властивість особистості сприймати непередбачуваність ситуації як щось небажане або загрозливе і реагувати на неї підвищеною невпевненістю, тривогою, ступором, розгубленістю. Джерелами невизначеності виступають складність і неоднозначність інформації, утруднення у її сприйманні, розумінні, використанні, імовірність непередбачуваність наслідків і рішень дій особистості.

До структури толерантності до невизначеності входять два компоненти:

* емоційно-поведінковий;
* когнітивний.

**Емоційно-поведінковий компонент** низької толерантності проявляється у невмінні ефективно діяти в умовах несподіванок та супроводжується тривогою, пов’язаною із страхом невідомого.

**Когнітивним компонентом** є переконання щодо своєї здатності опановувати несподівані та складні ситуації, у прийнятті факту того, що невизначеність існує у світі або небажанням миритися з неможливістю повністю контролювати та передбачати події життя.

**Методологічні інструменти комплексної психодіагностики ролі толерантності до невизначеності та інформаційно-психологічної стійкості у формуванні станів психологічної дезадаптації під час широкомасштабної війни:**

* Тест на виявлення розладів, пов’язаних з надмірним захопленням новинами, пов’язаними з повномасштабним вторгненням рф в Україну (2022);
* Рівень стресового реагування (Опитувальник посттравматичних когніцій);
* Рівень тривоги (GAD-7);
* Рівень депресії (PHQ-9);
* Рівень емоційної резільєнтності (Тест «Самооцінка емоційної стійкості»);
* Рівень толерантності до невизначеності (Шкала інтолерантності до невизначеності Н.Карлетона в адаптації Г.М.Громової 2020р.)

Соціально-демографічні характеристики вибірки (186 осіб)

**Рис. 1.4. Актуальне місце перебування**

**Рис. 1.5. Вікова категорія**

Клініко-психо(пато)логічні дезадаптивні прояви (186 осіб)

**Рис. 1.6. Рівень тривоги (GAD-7)**

**Рис. 1.7. Рівень депресії (PHQ-9)**

Преважна більшість населення України демонструють надмірну захопленість новинами, пов’язаними з широкомасштабною війною рф проти України, причому майже 50% мають усі ознаки клінічно сформованої аддикції.

Психопатологічні тривожні і депресивні прояви різної інтенсивності, включаючи клінічно окреслені розлади, притаманні більш ніж 30% населення. Майже 80% опитаних потерпають вид наслідків дії психотравмуючих чинників, з яких у 45% спостерігаються прояви постстресової психологічної дезадаптації, а у 25% - патологічне стресове реагування у вигляді окремих ознак ПТСР (23,1%), або ПТСР (1,6%).

Для усіх осіб з проявами тривожно-депресивного і патологічного стресового реагування, та 58% осіб з надмірною захопленістю новинами, характерною є низька толерантність до невизначеності. Це може слугувати прогностично-діагностичним маркером розвитку станів психологічної дезадаптації, та свідчити про провідну роль браку толерантності до невизначеності у їх розвитку в умовах воєнного часу. У 42% осіб, надмірно захоплених інформацією, в яких не спостерігається ознак дезадаптивного афективно-когнітивного та стресового реагування, захопленість інформацією виступає як ресурс опанування (уявного контролю) над ситуацією, що позитивно відбивається на психічному стані та посилює здатність успішного функціонування в умовах невизначеності

* + 1. **Маніпулятивний вплив ЗМІ та формування установок**

Методологією вивчення цієї підтеми стали роботи видатних психологів, журналістів та маркетологів, які раніше публікували свої роботи зі схожими завданнями та цілями. Висновки отримані з цих робіт стали методологічною основою. Над цим питанням працювали такі науковці як: Ланге Л., Узнадзе Д.Н., Варій М.Й., Голодникова Ю.А., Пауль В., Сінгх П., та ін. Науковці розглядали окремо роль маніпуляції, механізми впливу на масову свідомість через ЗМІ та характери маніпулятивних повідомлень [17]. Теорія установок А.Н.Узнадзе розвивалася як теорія, що описує несвідому нервову діяльність людини. Науковець намагався пояснити закономірності сприйняття як відображення дійсності та проаналізувати поведінку індивіда в таких ситуаціях.

За допомогою установок формується неправдиве уявлення про себе та світ в цілому. Пізніше на базі психологічних установок відбувається маніпулювання. Тож, у ході подальшого дослідження важливо дати визначення поняттю «маніпуляція», розглянути умови її виникнення та способи розпізнавання.

На сьогоднішній день існує багато визначень поняття «маніпуляція». Варто визначити наступні дефініції:

* Спосіб психологічного впливу проти волі об’єкта, з ціллю нав’язування інформації, яка відповідає інтересам суб’єкта;
* Певний вплив на свідомість людини (частіше на її емоції, почуття і переживання) з метою запрограмовування мотиву дії;
* Вид психологічного впливу, продумане використання якого може викликати приховане пробудження у іншої людини намірів, які не співпадають з її актуальними бажаннями;

 Нижче зазначено основні технології маніпулювання, результатом яких є схильність суб’єкта до інформації, яка подається об’єктом маніпуляції:

* Спотворення інформації, подаючи її у неповному обсязі, частинами (це не дає змогу людини скласти цілісну картину);
* Редагування інформації шляхом додавання своєї інформації (часто недостовірної);
* Створення «інформаційного» шуму, який зумовлюється подачею великої кількості інформації. В такому випадку споживачу важко виокремити дійсно корисне для себе;
* Подання інформації, яка є неперевіреною,таким чином відбувається створення ефекту першого повідомлення. Як відомо, більше вірять джерелам, які з’явилися першими у потоці.

Отже, маніпуляція є видом психологічного впливу, у якому маніпулятор впроваджує у психіку людини потрібні йому види поведінки, мислення, тощо, а установки вже підготували рецепцію маніпулятивного меседжу [16]. Його головним завданням є сприйняття споживачем нав’язаної думки за свою. Визначення психологічного маніпулювання трактується як процес спеціально спрямованого або ненавмисного використання видів поведінки з метою змінити їх на користь адресата.

Знаючи установки, які сформували ЗМІ, можна маніпулювати людиною, спираючись на вже створений масив уявлень. ЗМІ несуть свої установки через відомих медійних лідерів, через акторів, політиків та ін.

Мислення людини установками досягається шляхом повторення. Це технологія виникнення установок та маніпуляції. Коли людина чує інформацію постійно, вона вже не є нав’язуванням певної думки, вона формує чіткі стереотипи та певне мислення.

Якщо подача інформації викликає емоції у людини - навіть зовсім нелогічне та абсурдне здається цілком реальним та правильним.

Зaсоби мaсoвoї інформації за допомогою мaніпулятивнoгo впливу та медійних ментальних установок формують медіa-свідoмість, якa змінює грoмaдську думку. Цей вид впливу передбачає використання різних технологій прихованого тиску на підсвідомість людей. Мaніпулятивний вплив соціальних медіа реaлізується через зaстoсувaння системи пoвтoрення, міфoтвoрчoсті, підтaсoвувaння, приховування фaктів, для формування установок.

* 1. **Поняття паніки**

Ті, хто стверджують, що не мають відчуття страху, перш за все, обдурюють самих себе. Відчуття страху, що з’являється у момент небезпеки у людини — природне відчуття.

Це інстинкт самозбереження — сигнал тривоги в небезпечній ситуації. Страх мобілізує фізичні сили, прискорює роботу мозку, концентрує увагу, допомагає виходити з тупикової ситуації. В деяких випадках відсутність відчуття страху означає відсутність уяви і, отже, нездатність оцінити небезпеку. Навпаки, ті, у кого розвинута уява, можуть часто переживати відчуття тривоги непропорційно реальній небезпеці.

На підґрунті страху з’являються неспокій, нервування, слабкість, безсилля, нерухомість. Цей стан супроводжується порушеннями нервової системи або ж істеричною реакцією і нездатністю до дій. Відсутність ясності в оцінці ситуації спричиняє за собою стан безвихідності і відмову від опору. Такий стан називають панікою. Людина, охоплена панікою, може швидко залучити в подібний стан оточуючих.

Подібна поведінка позбавлена якого-небудь здорового глузду. Це інстинкт, що характеризується криком: «Рятуйся, хто може!» Люди, охоплені панікою, повністю втрачають індивідуальні переваги і стають частиною натовпу, нездатною контролювати свої дії.

**Паніка** — це раптовий, заразливий страх, що опановує натовп в хвилини дійсної або уявної небезпеки. У людей може розвиватися також страх самотності в громадських місцях, особливо в ситуаціях, коли з них важко швидко вибратися (агорафобія)[5].

**Основні ознаки панічних нападів** – сильний страх і відчуття смерті, що насувається. Людина в такому стані не може сказати, чого саме вона боїться, їй складно сконцентрувати увагу і взяти себе в руки. Часто виникає прискорене серцебиття, пульсація в животі, задишка і пітливість. Людина прагне піти звідти, де її застав напад, вона поглинена думками про свій стан, кидається шукати допомоги. Після нападів, зазвичай, виникає пригнічений стан, може здатися, що тіло стало чужим або якось змінилося. Між нападами людина постійно знаходиться в стані тривожного очікування наступного нападу.

Паніка виникає в масі людей як певний емоційний стан, що є наслідком або дефіциту інформації про яку-небудь лякаючу або незрозумілу новину, або надлишку цієї інформації. Неодноразово відсутність уявлення про реальну небезпеку призводила до необдуманих дій, таких, як стрибки з вікон верхніх поверхів. В ті моменти це здавалося менш болісним, ніж чекати допомоги або шукати інший спосіб порятунку. Таким чином, паніка призводить до наслідків, що за своєю шкодою, перевищують шкоду, що могла б бути завдана виключно причинами паніки (якщо вони реальні). З цього приводу існує анекдот: «Якщо почнеться ядерна війна, ми всі повинні завернутися в простирадла і тихо-тихо повзти на кладовище. А чому тихо? А щоб не створювати паніки».

* + 1. **Фактори її виникнення і прояви**

Найважливішими характеристиками паніки є наступні:

* паніка виникає, як і будь-яке масове явище, в групах великої чисельності ( в натовпі, численній дифузній групі, масовому скупченні людей);
* паніка викликається відчуттям безконтрольного (некерованого) страху, заснованого на реальній або уявній загрозі;
* паніка — це найчастіше стихійний, неорганізований стан і поведінка людей;
* для людей в панічному стані характерна так звана поведінкова невизначеність (стан розгубленості, неясності як поводитися, тому виникає хаотичність в діях і неадекватність поведінки в цілому).

Можна виявити чотири комплекси чинників (інакше їх називають також умовами, або передумовами) перетворення більш-менш організованої групи в панічний натовп.

1. **Соціальні чинники** — загальна напруженість в суспільстві, викликана природними, економічними, політичними бідами, що відбулися або має відбутися. Це можуть бути землетрус, повінь, різка зміна валютного курсу, державний переворот, початок або невдалий хід війни і т.д. Іноді напруженість обумовлена пам’яттю про трагедію і (або) передчуттям трагедії, що насувається, наближення якої відчувається за попередніми ознаками.
2. **Фізіологічні чинники:** втома, голод, тривале безсоння, алкогольне і наркотичне сп’яніння, що знижують рівень індивідуального самоконтролю. При масовому скупченні людей це загрожує особливо небезпечними наслідками. Так, типовими помилками при організації мітингів, маніфестацій і масових видовищ стають затягування процесу, а також байдуже ставлення організаторів до фактів продажу і вживання учасниками спиртних напоїв. В умовах соціальної напруги, спеки або холоду і т.д. це підвищує вірогідність паніки, рівно як і інших небажаних змін натовпу.
3. **Загальнопсихологічні чинники** — несподіванка, здивування, переляк, викликаний нестачею інформації про можливі небезпеки і способи протидії.

В розпал партизанської війни в Нікарагуа (середина 70-х років) урядові війська вперше почали застосовувати трасуючі кулі. Це було настільки несподівано і незвичайно, що в декількох зіткненнях загартовані загони партизан панічно тікали. Тільки після того, як бійцям розтлумачили механізм дії цієї зброї, його преваги і недоліки, первинний психічний шок зійшов нанівець.

Відомі випадки, коли паніка серед маніфестантів виникала через те, що багато хто невірно уявляв собі політичну обстановку і статус заходу. Наприклад, люди думали, що воно санкціоноване владою, але поява поліцейських з палицями виявлялася шокуючою несподіванкою. Або, навпаки, деякі учасники не знали, що акція дозволена, і неадекватно реагували на поліцейських.

1. **Соціально-психологічні та ідеологічні чинники:** відсутність ясної і високозначущої загальної мети, низький рівень групової згуртованості.

Історія воєн, революцій, небезпечних наукових експедицій і т.д. дає безліч наочних відомостей того, як згуртований колектив однодумців здатний навіть при смертельній небезпеці і крайньому виснаженні сил зберігати єдність дій, не проявляючи симптомів паніки. А. С. Прангішвілі наводив інший приклад. «Спеціальними дослідженнями показано, — писав він, — що серед членів пожежної, медичної команд і інших організацій, яким доручається надання допомоги потерпілим від землетрусу, ніколи не буває паніки».

Пояснюючи таку стресостійкість, не можна, звичайно, скидати з рахунку індивідуальні якості рятівників, дослідників або бійців: тип нервової, ендокринної систем і т.д. Але з літератури відомо, що люди, які стійко переносять найжорстокіші небезпеки, окремо, опинившись в іншій, часом значно менш травматичній ситуації, але без актуалізованої установки на мобілізацію і практичну дію, втрачають самовладання.

Структура і динаміка людських потреб така, що люди можуть, втративши волю і гідність, впасти в тваринний стан. І ті ж люди, при появі високозначущої мети, здатні в буквальному розумінні стояти на смерть, лягати під танки і кидатися у вогонь. При цьому зовнішня оцінка їх вчинків в екстремальній ситуації як героїчних, злочинних або просто дурних сильно залежить від того, наскільки власні цінності спостерігача узгоджуються з ціннісними координатами спостережуваного вчинку.

Спостереження і описи численних епізодів колективної паніки дозволили вичленувати якийсь «усереднений сценарій» розвитку паніки.

Шокуючий стимул, дуже сильний або, який повторюється, викликає переляк спочатку у одного або декількох людей.

В натовпі мінімальний поріг збудливості звичайно мають жінки або діти, а в бойовій ситуації — молоді і недосвідчені, не загартовані в битвах солдати. Їх переляк виявляється криками — односкладовими фразами («Пожежа!», «Танки!») або вигуками, — виразом обличчя і метушливими рухами тіла.

Ці люди стають джерелом, від якого страх передається іншим. Відбувається взаємна індукція і нагнітання емоційної напруги через механізм циркулярної реакції. Далі, якщо не вжити своєчасних заходів, маса остаточно деградує, люди втрачають самоконтроль, і починається панічна втеча, яка здається рятівною, хоча насправді тільки збільшує небезпеку.

Присутність в натовпі жінок і дітей (про пріоритетний порятунок яких при масовій паніці вже ніхто не думає) погана ще й тому що звук високої частоти — жіночі або дитячі крики — в стресовій ситуації роблять руйнівний вплив на психіку. Із тієї ж причини, до речі, для протидії паніці, колективній або індивідуальній, краще служить низький чоловічий голос, ніж високий жіночий.

В окремих випадках, коли шокуючий стимул надзвичайно сильний, масова паніка може виникнути відразу, без проміжних стадій. В цих випадках паніка перестає бути «вторинним явищем» і стає безпосередньою, майже механічною реакцією на стимул. Судячи з описів, саме так відбулося в Хіросімі серед тих, хто знаходився недалеко від місця ядерного вибуху, але не були відразу накриті його хвилею.

Набагато типовіша і практично важливіша зворотна ситуація. Коли люди чекають якоїсь страшної події, засоби уникнення якої невідомі, стимулом паніки може стати словесне позначення очікуваної події. Або який-небудь інший знак, домальований уявою до очікуваного джерела страху.

В Першій світовій війні німці почали застосовувати на західному фронті гази — страшна зброя, проти якої виявився даремним досвід бувалих солдатів і передсмертні муки від якого перевершили все бачене раніше. Це викликало надзвичайну напруженість в англо-французьких військах. Описаний ряд фронтових епізодів, коли газів не застосовували, але комусь щось здавалося, і переляканий крик: «Гази!» - обертав у втечу цілі батальйони.

Один німецький генерал признався в своїх мемуарах, що сам, разом з військовими частинами і населенням, пережив паніку, викликану видом полонених російських солдатів, яка розповсюдилася глибоко в тил (це відбулося після запеклих битв біля Мюленського озера під час Першої світової війни). А на похоронах жертв бомбардування у французькому місті Бреше сильна паніка охопила учасників процесії, що прийняли пролітаючого птаха за ворожий літак.

Відразу після шокуючого стимулу зазвичай наступає так званий психологічний момент. Люди опиняються як би в зваженому стані («острах») і готові слідувати першій реакції. Іноді вона виявляється парадоксальною. Наприклад, за фрейдівським механізмом протилежної реакції, людина може від переляку кинутися назустріч небезпеці, і за нею слідують інші.

* + 1. **Дослідження паніки**

Паніка відноситься до таких явищ, які надзвичайно важко піддаються дослідженню. Її не можна безпосередньо спостерігати, по-перше, тому що ніколи наперед не відомі терміни її виникнення, по-друге, тому що в ситуації паніки вельми складно залишитися спостерігачем: в тому-то її сила і полягає, що будь-яка людина, яка опинилася «всередині» системи паніки, в тій або іншій мірі піддається їй.

Дослідження паніки залишаються на рівні описів, зроблених після її піку. Ці описи дозволили виділити основні цикли, які характерні для всього процесу в цілому. Знання цих циклів дуже важливе для припинення паніки. Це можливо за умови, що знаходяться сили, здатні внести елемент раціональності в ситуацію паніки, певним чином захопити керівництво в цій ситуації. Окрім знання циклів, необхідно також і розуміння психологічного механізму паніки, зокрема такої особливості зараження, як несвідоме прийняття певних зразків поведінки. Якщо в ситуації паніки знаходиться людина, яка може запропонувати зразок поведінки, що сприятиме відновленню нормального емоційного стану натовпу, є можливість паніку припинити.

Протидіяти паніці надзвичайно важко, впоратися з цим може лише людина відома в натовпі, яку поважають, і яка дотримується твердої лінії поведінки, вміє розмовляти з натовпом. Засоби боротьби з панікою різноманітні: переконання (якщо є час), категоричний наказ, пояснення неістотності небезпеки або ж використання сили і навіть усунення найнебезпечніших панікерів. Перегороджувати дорогу натовпу, який рухається, набагато важче, оскільки ззаду тиснуть на тих, хто йде попереду.

Важливим питанням при дослідженні зараження є питання про ту роль, яку грає рівень спільності оцінок і установок, властивих масі людей, схильних психічному зараженню. Хоча питання це недостатньо вивчено в науці, в практиці знайдені форми використання цих характеристик в ситуації зараження. Так, в умовах масових видовищ стимулом, що включає передуючу зараженню спільність оцінок, наприклад популярного актора, є аплодисменти. Вони можуть зіграти роль імпульсу, за яким ситуація розвиватиметься по законах зараження. Знання такого механізму використовувалося, зокрема, у фашистській пропаганді, де була розроблена особлива концепція підвищення ефективності впливу на відкриту аудиторію шляхом доведення її до відкритого збудження: до стану екстазу. Нерідко до цих прийомів вдаються й інші політичні лідери.

Міра, в якій різні аудиторії піддаються зараженню, залежить, звичайно, і від загального рівня розвитку осіб, що становлять аудиторію, і — більш конкретно — від рівня розвитку їх самосвідомості.

Справедливо відзначено, що чим вищий рівень розвитку суспільства, тим критичніше ставлення індивідів до сил, що автоматично спонукають їх до тих або інших дій або переживань, отже, слабше дія механізму зараження.

Широко відомий приклад виникнення масової паніки в США 30 жовтня 1938 р. Після передачі, організованої радіокомпанією Ен-бі-сі по книзі Г. Уэллса «Війна світів», маси радіослухачів найрізноманітніших вікових і освітніх категорій (за офіційними даними, близько 1 200 000 осіб) пережили стан, близький до масового психозу, повіривши у вторгнення марсіан на Землю. Хоча багато хто з них точно знав, що по радіо передається інсценування літературного твору (тричі це пояснювалося диктором), приблизно 400 тис. осіб «особисто» засвідчили «появу марсіан». Це явище було спеціально проаналізовано американськими психологами, зокрема дослідженням Х. Кентріла.

У результаті дослідження було виділено чотири групи людей, які різною мірою піддалися паніці:

* **Першу групу** склали ті, які відчули легкий страх, але засумнівались в реальності цих подій і, подумавши, самостійно прийшли до висновку про неможливість вторгнення марсіан;
* **Друга група** включала тих, хто у стані страху не міг самостійно зробити висновки з ситуації, тому намагався перевірити реальність подій з допомогою інших (звертались до сусідів, знайомих, на радіо і т.п., і тільки після цього заспокоювались);
* **В третю групу** ввійшли ті, які, відчувши сильний страх, не могли переконатися в нереальності подій за допомогою інших, тому залишалися під першим враженням про повну реальність вторгнення марсіан;
* **І четверту групу** склали ті, хто одразу панікував, навіть не намагаючись щось дізнатись, уточнити чи перевірити.

Виникнення панічних станів виявилось пов’язане з цілим рядом характеристик людей, особливо важливими серед яких є соціально-демографічні характеристики:

* Високий рівень освіти, інформованість про космічні явища гальмували розвиток панічних станів і навпаки.
* Іншою важливою ознакою виявився майновий статус. При цьому впливав не сам статус, а загальні почуття тривожності, невпевненості, що зумовлюють психологічну готовність таких людей до паніки.
* Важливими також були статево-вікові ознаки: жінки і діти частіше піддавались паніці.

Дослідники масової паніки одностайно підкреслюють переважне значення саме соціально-психологічного чинника в порівнянні з іншими. Цікавою ілюстрацією може слугувати лабораторний експеримент, в якому використаний модифікований метод гомеостата, добре відомий в соціальній психології.

У великий прозорий бутель були на мотузках опущені однакові конусоподібні предмети, інший кінець кожної з мотузок тримали в руках випробовувані. За розміром кожний конус легко проходив через шийку, але два одночасно пройти не могли. На дні бутля знаходився ще один отвір, через який надходила вода, і її рівень природно підвищувався.

Задача випробовуваних — вийняти з бутля сухі конуси, за що вони одержували по 20 доларів. Але той, чий конус намокне, був зобов’язаний сам сплатити 10 доларів. Таким чином, «небезпека» вимірювалася 30 доларами (отримати 20 або сплатити 10). Випробовувані мали нагоду наперед домовитися про злагоджені дії.

Коли в лабораторію запрошувалася згуртована група із структурою, взаємною довірою і ефективним керівництвом, всі легко справлялися із задачею. У випадково ж зібраних групах (якщо не знаходилося умілого лідера) і у внутрішньо конфліктних колективах виникали труднощі.

Ті, кому належало діяти останніми, нервували, сіпалися і мимовільно заважали першим (психологи називають це ідеомоторним рефлексом). Їх нервозність передавалася іншим, всі метушилися, звинувачували один одного і, разом з рівнем води в бутлі, ріс страх (втратити 30 доларів!). Ознаки наступаючої паніки фіксувалися візуально — по збудженій поведінці, вигукам, виразу обличчя — і по об’єктивних показниках: у випробовуваних підвищувався кров’яний тиск, знижувався шкірно-гальванічний рефлекс.

Цей експеримент демонструє, що для виникнення панічної дезорганізації в слабо інтегрованій групі досить навіть сміховинної небезпеки.

* + 1. **Засоби запобігання паніці**

Заходи запобігання масовій паніці пов’язані з урахуванням її передумов (чинників).

Якщо йдеться про групу, націлену на роботу в стресових ситуаціях (політичну партію або бойовий підрозділ, наукову експедицію або загін рятівників і т. д.), що сформувалася, то перш за все слід надавати увагу ідейній і організаційній підготовці до можливих небезпек, забезпечення ефективного керівництва і виховання лідерів, що користуються високою довірою. За відсутності духовно-психологічних передумов паніки колектив здатний гідно зустріти найсуворіші випробування.

Але не завжди така підготовка можлива, наприклад, при масових вуличних заходах, де бере участь безліч більш-менш випадкових людей. В таких ситуаціях вже особливого значення набуває врахування фізіологічних і загальнопсихологічних чинників.

Надзвичайно важливе врахування загальнопсихологічного чинника паніки: перш за все, своєчасне інформування людей про можливі небезпеки і наявні способи протидії. Це стосується попередження як колективної, так і індивідуальної паніки.

Емоційний стан і поведінка людини при небезпеці у величезному ступені визначається суб’єктивним чином ситуації і, головне, уявленням про свою роль в ній. Паніка може виникнути тоді, коли ситуація для мене незвичайна і несподівана, мені невідомі способи подолання небезпеки, відсутній план дій і я бачу себе пасивним об’єктом подій. Але за наявності знання (яким би ілюзорним воно не було) і програми дій (хай і неадекватної) людина відчуває себе активним суб'єктом — і ситуація рішуче міняється. Утворюється інша домінанта, увага перемикається із страху і болю на наочну задачу, у результаті ж страх йде зовсім, а больовий поріг значно підвищується.

**Засоби боротьби з панікою:**

* переконання (якщо є час);
* категоричний наказ;
* пояснення помилковості небезпеки;
* використання сили;
* усунення (ізоляція) найнебезпечніших панікерів.

Зупинити натовп, який впадає в паніку, значно легше при своєчасній ізоляції панікерів. Мотивація власних вчинків повинна бути сильним імпульсом, який допомагає долати труднощі. Досвід, попередні випробування, прожите життя можуть додати Вам сили. Для виживання в катастрофах і надзвичайних ситуаціях необхідно бути завжди психологічно підготовленим.

**Загалом існують наступні поради людині, яка опинилася в ситуації паніки. Необхідно:**

* ухвалювати швидкі рішення;
* уміти імпровізувати;
* постійно і безперервно контролювати самого себе;
* уміти розрізняти небезпеку;
* уміти розпізнавати людей;
* бути незалежним і самостійним;
* бути твердим і рішучим, коли буде потрібно, але уміти підкорятися, якщо необхідно;
* визначати і знати свої можливості і не падати духом;
* в будь-якій ситуації намагатися знайти вихід.

**РОЗДІЛ 2**

 **ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ПАНІЧНИХ УСТАНОВОК**

З метою вивчення впливу ЗМІ на формування панічних установок у військовослужбовців, проводився аналіз морально-психологічного стану особового складу та роти охорони РТЦК та СП, а також військовослужбовців, які від’їжджають у бойові частини [7];

Аналіз морально-психологічного стану особового складу РТЦК та СП.

* вивчення індивідуально-психологічних та професійно-психологічних особливостей військовослужбовців Збройних Сил України;
* моніторинг соціально-психологічного клімату у колективі, прогнозування динаміки його можливих змін;
* проведення заходів психологічної профілактики та корекції негативних психологічних станів особового складу;
* індивідуальне психологічне консультування особового складу;
* вивчення морально-психологічного стану особового складу, своєчасне виявлення осіб із нервово-психічною нестійкістю, ознаками суїцидальних та девіантних форм поведінки;
* надання методичних матеріалів та проведення заходів психологічної підготовки з особовим складом;

Пріоритетними завданнями в роботі були заходи щодо проведення моніторингу морально-психологічного стану, а саме:

* спостереження за діяльністю і поведінкою особового складу в процесі службової діяльності та поза її межами;
* індивідуальні бесіди за програмою «рівний-рівному»;
* психологічне діагностування;

Для психологічної діагности військовослужбовців були використані такі методики:

* Шкала тривожності (Тейлора);
* Шкала депресії А. Т. Бека;
* Методика оперативної оцінки самопочуття, активності і настрою (САН);
* Методика визначення стресостійкості та соціальної адаптації (Холмса, Раге);

Учасниками програми були військовослужбовці Збройних Сил України, віком від 29 до 53 років, які були призвані на військову службу за мобілізацією (74 особи), а також військовослужбовці, що призивалися на службу за контрактом (18 осіб). Всі учасники програми дали згоду на проведення щомісячного психологічного діагностування та підтвердили свою присутність на заняттях.

Військовослужбовці які пройшли тестування та мали високі показники, або ознаки нервово-психічної нестійкості та поведінкової регуляції (за методом спостереження) були занесені до групи підвищеної психологічної уваги. З ними були проведені бесіди в індивідуальну порядку.

**2.1 Шкали емпіричного дослідженння**

**Шкала тривожності (Тейлора)**

Діагностика рівня тривожності відбувалась за допомогою шкали прояву тривожності Дж. Тейлора. Тривожність, як індивідуальна особливість особистості, грає дуже важливу роль в реакції людини на різні життєві ситуації та негативно впливає на її діяльність.

Респонденти з дуже високими показниками рівня тривожності мають досить серйозні труднощі в міжособистісному спілкуванні, в навчальній або робочій діяльності та пов’язаними з ними агресивними реакціями. Рівень дискомфорту та занепокоєння знаходиться на високих рівнях та може вказувати на наявність психічних порушень. Для осіб з високим рівнем тривожності характерним є: низька самооцінка, емоційність, страх прояву своїх почуттів та думок, що може стати причиною зниження продуктивності під час стресових ситуацій.

Середній показник з тенденцією до високого рівня вказує на схильність до відчуття занепокоєння та тривоги без видимих на це причин. При цьому такі особистості є досить комунікабельними, мають адекватну самооцінку та спокійний емоційний стан. Середній показник з тенденцією до низького рівня вказує на незалежність поглядів, вміння відстоювати свою думку, високу самооцінку, спокійне ставлення до критики.

Особи з низьким рівнем тривожності є схильними до безвідповідальності та ліні. Відчуття страху та напруги, в більшості випадків, характерно для них тоді, коли загрозлива або небезпечна ситуація вже відбулась.

Аналіз результатів проведення експерименту за допомогою методики шкали прояву тривожності Дж. Тейлора виявив, що з усієї кількості військовослужбовців 15% мають високий рівень тривожності, 18% – середній рівень тривожності з тенденцією до високого та 67% – середній рівень з тенденцією до низького. Графічне зображення рівня тривожності показано на рисунку 2.1.

**Рис. 2.1. Показники рівня тривожності серед військовослужбовців**

**РТЦК та СП**

Кількісні показники рисунку 2.1. дають можливість констатувати той факт, що у більшості військовослужбовців середній рівень тривожності з тенденцією до низького, що вказує на схильність адекватно реагувати на будь-які несприятливі обставини, але в залежності від своїх індивідуальних особливостей та рівня стресових факторів іноді ці обставини можуть стати причиною появи тривоги та стресу.

Військовослужбовці з високим рівнем тривожності є найбільш схильними до частого переживання тривоги та занепокоєння, що може стати причиною низької самооцінки, емоційності, зниження продуктивності, а також зниження якості сну, що безумовно впливає на рівень професійної діяльності. З військовослужбовцями, у яких високий рівень тривожності, були проведені підтримуючі бесіди в індивідуальному порядку, а також було проведене заняття психопрофілактичного характеру на тему: «Тривога як частина нашого життя. Прийоми самодопомоги при тривозі», орієнтоване на збереження психічного здоров’я військовослужбовців.

**Шкала депресії А. Т. Бека**

Перевагою даного опитувальника є можливість цілеспрямовано оцінити вираженість як депресивного синдрому в цілому, так і окремих симптомів та його складових. Шкала Бека вважається одним з найбільш надійних і точних інструментів скринінгової діагностики депресії. Тест містить 21 запитання, на які потрібно відповісти в одній із чотирьох запропонованих відповідей. Час відповіді залежить від стану суб’єкта і становить від 20 хвилин до однієї години.

У випадках, коли тяжкість стану пацієнта не дозволяє провести тест, дослідження проводиться підготовленим спеціалістом або лікарем у формі стандартизованого інтерв’ю. Дослідження за шкалою А. Бека можна повторювати через короткі інтервали. Графічне зображення рівня депресії показано на рисунку 2.2.

**Рис. 2.2. Показники рівня депресії серед військовослужбовців РТЦК та СП**

Тест показав, що у більшої частини військовослужбовців депресія взагалі відсутня або наявна легка ступінь. Військовослужбовці з вираженою депресією увійшли в групу підвищеної психологічної уваги. З ними були проведені підтримуючі бесіди в індивідуальному порядку, а також було проведене заняття психопрофілактичного характеру на тему: «Депресія. Її передумови та прояви.», орієнтоване на збереження психічного здоров’я військовослужбовців.

**Методика оперативної оцінки самопочуття, активності і настрою (САН)**

Для оцінки настрою, самопочуття та активності було використано тест «Опитувальник САН (самопочуття, активність, настрій)», за допомогою якого визначався психоемоційний стан людини, його здатність адекватно приймати рішення та виконувати певну діяльність. Результати даної методики дозволяють побачити причини виникнення підвищеної тривожності, визначити рівень напруження, стресу, та запобігти розвитку синдрому емоційного вигорання при наявності низьких показників. Опитувальник представлений у вигляді таблиці та налічує у собі 30 пар протилежних характеристик, розділених між собою рейтинговою шкалою, яка вказує на рівень прояву характерного психоемоційного стану. Результати з високими балами вказують на сприятливе самопочуття досліджуваних. Низькі показники даної методики вказують на виявлені проблеми, які можуть стати причиною звернення за профілактичною допомогою. Слід зазначити, що зокрема всі показники є рівними, але при наявності втоми співвідношення між ними може змінитись через зниження самопочуття та активності в порівнянні з настроєм. Графічне зображення опитувальника САН показано на рисунку 2.3.

**Рис.2.3. Графічне зображення рівнів настрою, самопочуття та активності серед військовослужбовців РТЦК та СП**

Кількісні показники рисунку 2.3. дають можливість констатувати той факт, що рівень самопочуття, активності та настрою у більшості військовослужбовців знаходиться на середньому рівні, що вказує на їх сприятливий стан. Особи з високими показниками знаходяться в комфортному емоційному стані, є активними, стрімкими, ініціативними та мають гарний настрій. Військовослужбовці з низькими показниками є більш схильними до пасивності, інертності, безініціативності та можуть відчувати дискомфорт, як в фізіологічних так і в психологічних станах.

**Методика визначення стресостійкості та соціальної адаптації (Холмса, Раге)**

Американські вчені Д. Холмс і К. Раге з огляду на результати свого експериментального дослідження дійшли висновку, що наслідки стресу для особистості визначаються не лише її індивідуальними особливостями, а й частотою і силою впливу самих стрес-чинників. Для визначення стресової завантаженості людини дослідники склали шкалу, де кожній важливій життєвій події відповідає певна кількість балів залежно від ступеня її стресогенності. Підрахована сума балів показує водночас, якою мірою особистість здатна опиратися стресові. Велика кількість балів – це сигнал тривоги, що попереджає про небезпеку. Отже, респондентові слід терміново вжити заходів, щоб подолати стрес. Визначена в ході виконання тесту сума важлива ще й тому, що вона відображає кількісно рівень стресової завантаженості випробуваного.

Графічне зображення методики визначення стресостійкості та соціальної адаптації (Холмса, Раге) серед військовослужбовців РТЦК та СП показано на рисунку 2.4.

**Рис. 2.4. Методика визначення стресостійкості та соціальної адаптації (Холмса, Раге) серед військовослужбовців РТЦК та СП**

Кількісні показники рисунку 2.4 вказують на те, що у більшості військовослужбовців високий рівень до стресостійкості та соціальної адаптації. Для військовослужбовців, які увійшли в групу підвищеної психологічної уваги, додатково був проведений «Тест на визначення ресурсних каналів» [13], а також тренінг на тему «Розум, емоції, тіло», з метою:

* Запобігання професійному вигоранню;
* Долання стресових ситуацій;
* Долання наслідків травматичних подій;

**ВИСНОВКИ**

В результаті проведеного дослідження психологічного впливу ЗМІ на формування панічних установок, можна зробити наступні висновки:

1. Захоплення новинами стосовно широкомасштабної війни рф проти України НЕ завжди має деструктивний вплив на психіку індивіда (на відміну від періоду пандемії або попередніх років гібридної війни). Залежно від особистісної структури індивіда, цей процес може мати як компенсаторний, так і декомпенсаторний характер, вектор чого визначає рівень толерантності до невизначеності. Підвищення толерантності до невизначеності може підвищити рівень інформаційно-психологічної стійкості населення до маніпуляційних інформаційних впливів.

Теоретичний аналіз джерел по темі дослідження дозволив визначити поняття паніки, як інстинкту самозбереження — сигналу тривоги в небезпечній ситуації. Паніка — це раптовий, заразливий страх, що опановує натовп в хвилини дійсної або уявної небезпеки. Засоби боротьби з панікою різноманітні: переконання (якщо є час), категоричний наказ, пояснення неістотності небезпеки або ж використання сили і навіть усунення найнебезпечніших панікерів.

Важливим питанням при дослідженні зараження панікою є питання про ту роль, яку грає рівень спільності оцінок і установок, властивих масі людей, схильних психічному зараженню. Звісно ж, на підсвідомому рівні в нас вже закладені установки, як саме ми повинні реагувати на ту чи іншу панічну ситуацію, але це, скоріш, залежить від особливостей особистості, бути зібраним в такій ситуації або бути повністю підвладним страху.

2. З метою встановлення зв’язку між психологічним впливом ЗМІ та формуванням панічних установок було проведене емпіричне дослідження. Вибірку склали 92 військовослужбовці чоловічої та жіночої статі віком від 29 до 53 років. У дослідженні були використані такі психодіагностичні методики:шкала тривожності (Тейлора); шкала депресії А. Т. Бека; методика оперативної оцінки самопочуття, активності і настрою (САН); методика визначення стресостійкості та соціальної адаптації (Холмса, Раге);

3. Порівняння рівня захоплення новинами на психічний стан військовослужбовців показало, що перегляд новин та телепрограм має великий вплив, але яким саме буде цей вплив, перш за все, залежить від особливостей особистості. Також є відмінності в показниках самопочуття, активності, настрою: у військовослужбовців роти охорони рівень самопочуття, активності, тривожності та депресії вищий, ніж у військовослужбовців особового складу. Це свідчить про їхню менш адаптованість до умов військової служби в порівнянні з деякими військовослужбовцями особового складу, які несуть службу за контрактом. Військовослужбовці роти охорони, заступаючи в добові наряди, постійно відстежуючи останні новини та не маючи можливості знаходитися поряд із рідними, відчувають велике навантаження, що і може слугувати розвитком тривожності, депресії, втоми, розладів сну, харчової поведінки і т.ін.

4. Результати математичної обробки даних підтверджують гіпотезу мого дослідження про те, що рівень впливу ЗМІ, не завжди, але має зв’язок з формуванням панічних установок та психічних станів особистості. Але не можна точно сказати що чим вищий рівень зацікавленості новинами, тим вище рівень тривоги й депресії, і тим гірший рівень настрою та самопочуття, адже може бути і навпаки, якщо рівень тривоги, депресії, настрою та самопочуття високий, то при перегляді новин він може значно знизитися, бо в цей момент людина повертає себе у реальність, та розуміє що нічого не відбулося (прильотів не було; сирени немає; в моєму місті все спокійно).

5. Щодо рекомендацій. Чабан Олег Созонтович - доктор медичних наук, професор, академік НАНВО України, фахівець в області психіатрії, психотерапії та медичної психології, в одному з інтерв’ю сказав таку річ: « Ми всі індивідуальні. Єдине - працюйте над цією темою. Психіку можна змінювати, психологію можна налаштовувати, ми всі адаптивні, ми всі пристосовані до чого? Жити далі. Ми всі готові робити крок в майбутнє».

Так, на щастя або нажаль, ми пристосовуємося до будь-яких умов, в тому числі і умов війни. Та ось декілька рекомендацій, для тих, на кого ЗМІ чинять неабиякий вплив:

* Важливо відслідковувати думки. Постійне “пережовування” новин у голові лише підсилює тривогу, тому треба змусити себе відволіктися. Наприклад, можна спробувати розв’язати важку задачу чи кросворд — варто робити щось, що допоможе максимально залучити когнітивні здібності і відволікти від думок про теперішню ситуацію в країні;
* Можна спробувати дихальні вправи: робити глибокі вдихи і видихи, зосередившись на цьому;
* За можливості обмежити час для новин і соцмереж. Тривожні новини тримають людину у стані “бий або біжи”. Це забезпечується за рахунок підвищення рівнів гормонів стресу, зокрема кортизолу та адреналіну. Обмеження часу перегляду новин, а також намагання не прокручувати їх у думках знову й знову допоможе дещо налагодити роботу гормональної системи і знизити тривожність.

Якщо неможливо не читати новини (як зараз) — варто переглянути список джерел в соцмережах і споживати тільки верифіковану інформацію.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. https://pidru4niki.com/79948/psihologiya/psihologichniy\_vpliv\_riznovid
2. Багдикян Б. Монополія засобів інформації. Мараші, 1987. С. 41.
3. Варій М. Й. Психологія: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 288 с.
4. Вітенко І. C., Вітенко Т. І. Основи психології : підручник для студентів вищих медичних навчальних закладів ІІІ–ІV рівнів акредитації. Вінниця, 2008. 520 с.
5. Горностай П. П., Слюсаревський М. М., Татенко В. О., Титаренко Т. М., та ін. ; за ред. Слюсаревського М. М. Київ : Талком, 2018. 580 с./ Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти.
6. Донченко Е. Концепція соціальної психіки суспільства // Філософська та соціологічна думка. 1994. № 1-2. С. 125.
7. Кокун О.М., Агаєва Н.А., Пішко І.О., Лозінська Н.С., Корня Л.В. Психологічне вивчення особового складу Збройних Сил України. Методичний посібник. Київ: ФОП Маслаков, 2019. С. 288.
8. Копиленко О. Л. Влада інформації. Київ, 1991. - С. 14.
9. Любивий Я. В. Сучасна масова свідомість; динаміка та тенденції розвитку. Київ, 1993. С. 33; С. 13; С. 58.
10. Максименко С. Д. (за ред.)/ Загальна психологія. Київ: Форум, 2000.
11. Максименко С. Д. Основи генетичної психології: Навч. посібник. Київ: НПЦ «Перспектива», 1998.
12. Мушкевич М.І., Чагарна С.Є.; за ред. Мушкевич М.І.. / Основи психотерапії: навч. посіб. Вид. 3-тє. Луцьк: Вежа-Друк, 2017. 420с.
13. Несенюк Н., Чудаєва Н., Мурашкевич О. / Довідник «Травматичні події: психологічна підтримка та самодопомога». Рада Європи, 2022. С. 92.
14. Неурова А.Б., Капінус О.С., Грицевич Т.Л. / Діагностика індивідуально-психологічних властивостей особистості: Навчально-методичний посібник /. Львів: НАСВ, 2016. 181 с.
15. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: Підручник: У 2 кн. Кн. І: Соціальна психологія особистості і спілкування. Київ: Либідь, 2004.
16. Присяжнюк М. М. Прийоми маніпулювання свідомістю людей через засоби масової інформації /М. М. Присяжнюк // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. №1(1). 2008. С. 51–58.
17. Присяжнюк М. М. Психологічний захист від маніпулятивного впливу. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка: військово-спеціальні науки. 2010. Вип. 24; 25. С. 39 – 43.
18. Різун В. В. Теорія масової комунікації - Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 240 с.
19. Семків О. І. (за ред.) / Політологія. С. 438.
20. Титаренко Т.М. Психологічне здоров’я особистості: засоби самодопомоги в умовах тривалої травматизації: монографія / Титаренко Т.М. / Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кропивницький: Імекс-ЛТД, 2018. С. 160.
21. Узнадзе Д.Н. Психологічне дослідження. М., 1966.

**ДОДАТКИ**

**Додаток А**

**«Шкала тривожності» Дж. Тейлора**

Опитувальник складається із 50 тверджень. Він може бути представлений для респондента як список, або як набір карток із твердженнями.

**Інструкції.** «Вам пропонується ознайомитися з набором висловлювань щодо рис характеру. Якщо ви згодні із твердженням, відповідайте "так", якщо не згодні - "ні". Довго не замислюйтесь, важлива перша відповідь, що прийшла вам в голову».

**ТЕСТ**

1. Зазвичай я спокійний і вивести мене з себе нелегко.

2. Я нервовий не більше, ніж у інших людей.

3. У мене рідко бувають запори.

4. У мене рідко бувають головні болі.

5. Я рідко втомлююся.

6. Я майже завжди почуваюся цілком щасливим.

7. Я впевнений у собі.

8. Я практично ніколи не червонію.

9. У порівнянні зі своїми друзями я вважаю себе цілком сміливою людиною.

10. Я червонію не частіше, ніж інші.

11. У мене рідко буває підвищене серцебиття.

12. Зазвичай мої руки досить теплі.

13. Я сором'язливий не більше, ніж інші.

14. Мені не вистачає впевненості у собі.

15. Іноді мені здається, що я ні на що не придатний.

16. У мене бувають періоди такого занепокоєння, що я не можу всидіти на місці.

17. Мій шлунок дуже турбує мене.

18. У мене не вистачає духу винести всі майбутні труднощі.

19. Я хотів би бути таким самим щасливим, як інші.

20. Мені здається, що переді мною нагромаджені такі труднощі, які мені не подолати.

21. Мені нерідко сняться кошмарні сни.

22. Я помічаю, що мої руки починають тремтіти, коли я намагаюся щось зробити.

23. У мене надзвичайно неспокійний і уривчастий сон.

24. Мене дуже турбують можливі невдачі.

25. Мені доводилося відчувати страх у тих випадках, коли я точно знав, що мені нічого не загрожує.

26. Мені важко зосередитись на роботі або на якомусь завданні.

27. Коли я працюю я дуже напружений.

28. Я легко приходжу в замішання.

29. Майже весь час я відчуваю тривогу через будь-кого або через що-небудь.

30. Я схильний сприймати все дуже серйозно.

31. Я часто плачу.

32. Мене нерідко мучать напади нудоти.

33. Раз на місяць чи частіше у мене буває розлад шлунку.

34. Я часто боюся, що ось ось почервонію.

35. Мені дуже важко зосередитися на чомусь.

36. Моє матеріальне становище дуже турбує мене.

37. Нерідко я думаю про такі речі, про які ні з ким не хотілося б говорити.

38. У мене були періоди, коли тривога позбавляла мене сну.

39. Часом, коли я перебуваю в замішанні, то дуже пітнію, що тривожить мене.

40. Навіть у холодні дні я легко попітнію.

41. Іноді я стаю таким збудженим, що мені складно заснути.

42. Я легко збуджуюсь.

43. Іноді я відчуваю себе безнадійним.

44. Іноді мені здається, що мої нерви сильно розхитані і я ось ось вийду з себе.

45. Я часто ловлю себе на тому, що мене щось турбує.

46. Я дуже чутливий, більше ніж інші.

47. Я майже весь час хочу їсти.

48. Очікування мене нервує.

49. Життя для мене пов'язане з незвичайною напругою.

50. Я часто буваю в розпачі.

**Оцінка та інтерпретація результатів**

Підраховується кількість відповідей випробуваного, які свідчать про тривожність. Кожна відповідь «так» на висловлювання: 14, 15,16,17, 18,19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50 та відповідь «ні» на висловлювання: 1, 2, 3, 4, 5, 6 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 оцінюється в 1 бал. Кількість балів підсумовується.

Оцінка 40–50 балів розглядається як показник дуже високого рівня тривожності, 25–40, 15–25 балів – про середній (з тенденцією до високого) рівень, 15 балів – про середній (з тенденцією до низького) рівень і 0–5 балів – про низький рівень тривожності.

**Шкала депресії А. Т. Бека**

Методика дозволяє виявити наявність депресії та ступінь тяжкості депресивних розладів.

**Реєстраційний бланк**

П.І.Б. (повністю) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата обстеження \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Вік\_\_\_\_\_\_\_\_ Стать\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Посада (підрозділ) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Спеціальність \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Військове звання\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Інструкція:** “Прочитайте кожне твердження, розміщене проти порядкових цифр, і виберіть те, яке найбільш точно визначає Ваше самопочуття в даний момент. В рамках пронумерованих позицій можна вибрати декілька тверджень. Отже, спочатку ознайомтеся зі всіма буквеними пунктами розділу, а потім вирішіть, що вірно по відношенню до Вас”.

**Текст опитувальника**

1. а) Я почуваю себе добре.

б) Мені погано.

 в) Мені весь час сумно, і я нічого не можу з собою поробити.

 г) Мені так скучно і сумно, що я не в силах більше терпіти.

2. а) Майбутнє не лякає мене.

б) Я боюся майбутнього.

в) Мене ніщо не радує.

г) Моє майбутнє безпросвітно.

3. а) В житті мені переважно щастило.

б) Невдач і провалів було у мене більше, ніж у кого-небудь іншого.

 в) Я нічого не добився в житті.

 г) Я потерпів повне фіаско – як батько, партнер, дитина, на професійному рівні – словом, усюди.

4. а) Не можу сказати, що я незадоволений.

б) Як правило, я скучаю.

в) Що б я ні робив, ніщо мене не радує, я як заведена машина.

г) Мене не задовольняє абсолютно все.

5. а) У мене немає відчуття, ніби я когось образив.

б) Може, я і образив когось, сам того не бажаючи, але мені про це нічого не відомо.

в) У мене таке відчуття, ніби я всім приношу тільки нещастя.

г) Я погана людина, дуже часто я кривдив інших людей.

6. а) Я задоволений собою.

б) Іноді я відчуваю себе нестерпним.

в) Іноді я відчуваю комплекс неповноцінності.

г) Я абсолютно нікчемна людина.

7. а) У мене не складається враження, ніби я вчинив щось таке, що заслуговує покарання:

б) Я відчуваю, що покараний або буду покараний за щось таке, де став винуватим.

в) Я знаю, що заслуговую покарання.

г) Я хочу, щоб життя мене покарало.

8. а) Я ніколи не розчаровувався в собі.

б) Я багато разів відчував розчарування в самому собі.

в) Я не люблю себе.

г) Я себе ненавиджу.

9. а) Я нічим не гірший за інших.

б) Деколи я припускаюся помилки.

в) Просто жахливо, як мені не щастить.

г) Я сію навколо себе одні нещастя.

10.а) Я люблю себе і не ображаю себе.

б) Іноді я відчуваю бажання зробити рішучий крок, але не наважуюся.

в) Було краще б зовсім не жити.

г) Я подумую про те, щоб покінчити життя самогубством.

11.а) У мене немає причин плакати.

б) Буває, що я і поплачу.

в) Я плачу тепер постійно, так що не можу виплакатися.

г) Раніше я плакав, а зараз якось не виходить, навіть коли хочеться.

12.а) Я спокійний.

б) Я легко дратуюсь.

в) Я знаходжуся в постійній напрузі, як готовий вибухнути паровий котел.

г) Мені тепер все байдуже; те, що раніше дратувало мене, зараз ніби мене і не стосується.

13.а) Прийняття рішення не доставляє мені особливих проблем.

б) Іноді я відкладаю рішення на потім.

в) Приймати рішення для мене проблематично.

г) Я взагалі ніколи нічого не вирішую.

14.а) Мені не здається, ніби я виглядаю погано або гірше, ніж раніше.

б) Мене хвилює, що я не дуже добре виглядаю.

в) Справи йдуть дедалі гірше, − я виглядаю погано.

г) Я бридкий, у мене просто відштовхуюча зовнішність.

15.а) Вчинити вчинок – для мене не проблема.

б) Мені доводиться змушувати себе, щоб зробити який-небудь важливий в житті крок.

в) Щоб зважитися на що-небудь, я повинен дуже багато попрацювати над собою.

г) Я взагалі не здатний що-небудь реалізувати.

16.а) Я сплю спокійно і добре висипаюся.

б) Вранці я прокидаюся більш стомленим, ніж був до того, як заснув.

в) Я прокидаюся рано і відчуваю себе так, нібито не виспався.

г) Іноді я страждаю на безсоння, іноді прокидаюся по декілька разів за ніч, в цілому я сплю не більше п’яти годин на добу.

17.а) У мене збереглася колишня працездатність.

б) Я швидко втомлююся.

в) Я відчуваю себе стомленим, навіть якщо майже нічого не роблю.

г) Я настільки втомився, що нічого не можу робити.

18.а) Апетит у мене такий же, яким він був завжди.

б) У мене пропав апетит.

в) Апетит у мене набагато гірше, ніж раніше.

г) У мене взагалі немає апетиту.

19.а) Бувати на людях для мене так само приємно, як і раніше.

б) Мені доводиться примушувати себе зустрічатися з людьми.

в) У мене немає ніякого бажання бувати в суспільстві.

г) Я ніде не буваю, люди не цікавлять мене, мене взагалі не хвилює ніщо стороннє.

20.а) Мої еротико-сексуальні інтереси збереглися на колишньому рівні.

б) Секс вже не цікавить мене так, як раніше.

в) Зараз я міг би спокійно обходитися без сексу.

г) Секс взагалі не цікавить мене, я абсолютно втратив до нього потяг.

21.а) Я відчуваю себе цілком здоровим і піклуюся про своє здоров’я так само, як і раніше.

б) У мене постійно щось болить.

в) Із здоров’ям справи серйозні, я весь час про це думаю.

г) Моє фізичне самопочуття жахливе, болячки просто вимотують мене.

**Обробка результатів**

За відповіді нараховується: “а” − 0 балів, “б” – 1 бал, “в” – 3 бали, “г” – 4 бали. Підраховується загальна сума набраних балів (в тому випадку, якщо в окремих позиціях респондент обирає не одне, а декілька тверджень, рахують їх теж).

**Інтерпретація результатів**

Ступінь депресії:

0-4 бали – депресія відсутня;

5-7 бали – легкий ступінь депресії;

8-15 бали – середній ступінь депресії;

16 і більше балів – високий рівень депресії.

**Методика оперативної оцінки самопочуття, активності і**

**настрою (САН)**

Опитувальник складається з 30 пар протилежних характеристик, за якими досліджуваного просять оцінити свій стан. Кожна пара являє собою шкалу, на якій випробуваний зазначає ступінь вираженості тієї чи іншої характеристики свого стану.

**Інструкція методики САН** . Вам пропонується описати свій стан в даний момент за допомогою таблиці, що складається з 30 пар полярних ознак. Ви повинні в кожній парі вибрати ту характеристику, яка найбільш точно описує Ваш стан, і відзначити її цифрою, яка відповідає ступеню вираженості даної характеристики.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. Самопочуття добре
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Погане |
| 1. Почуваюся сильним
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Слабкий |
| 1. Пасивний
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Активний |
| 1. Малорухливий
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Рухливий |
| 1. Веселий
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Сумний |
| 1. Хороший настрій
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Поганий |
| 1. Працездатний
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Малопрацездатний |
| 1. Повний сил
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Знесилений |
| 1. Повільний
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Швидкий |
| 1. Бездіяльний
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Діяльний |
| 1. Щасливий
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Нещасний |
| 1. Життєрадісний
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Смутний |
| 1. Напружений
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Розслаблений |
| 1. Здоровий
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Хворий |
| 1. Безучасний
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Захоплений |
| 1. Байдужий
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Схвильований |
| 1. Сповнений віри
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Зневірений |
| 1. Радісний
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Засмучений |
| 1. Добре відпочив
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Стомлений |
| 1. Свіжий
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Знесилений |
| 1. Сонний
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Збуджений |
| 1. Бажання відпочити
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Працювати |
| 1. Спокійний
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Схвильований |
| 1. Оптимістичний
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Песимістичний |
| 1. Витривалий
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Маловитривалий |
| 1. Бадьорий
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Млявий |
| 1. Розмірковувати важко
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Легко |
| 1. Неуважний
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Уважний |
| 1. Сповнений надій
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Розчарований |
| 1. Задоволений
 | **3 2 1 0 1 2 3** | Незадоволений |

**Обробка даних методики САН.**

При підрахунку крайня ступінь вираженості негативного полюса пари оцінюється в 1 бал, а крайня ступінь вираженості позитивного полюса пари - в 7 балів. При цьому потрібно враховувати, що полюси шкал постійно змінюються, але позитивні стани завжди отримують високі бали, а негативні - низькі. Отримані бали групуються відповідно до ключа в три категорії, і підраховується кількість балів по кожній з них.

**Самопочуття** - сума балів за шкалами: 1, 2, 7, 8, 13, 14, 19, 20, 25, 26.

**Активність** - сума балів за шкалами: 3, 4, 9, 10, 15, 16, 21, 22, 27, 28.

**Настрій** - сума балів за шкалами: 5, 6, 11, 12, 17, 18,​​23, 24, 29, 30.

Отримані результати по кожній категорії діляться на 10. Середній бал шкали дорівнює 4. Оцінки, що перевищують 4 бали, свідчать про сприятливий стан досліджуваного, нижче 4 - про несприятливий стан. Нормальні оцінки стану розташовуються в діапазоні 5,0 - 5,5 балів. Слід врахувати, що при аналізі функціонального стану важливі не тільки значення окремих показників, але і їх співвідношення.

**Методика визначення стресостійкості та соціальної адаптації**

**(Холмса, Раге)**

**Інструкція.** Спробуйте згадати всі події, які сталися з вами протягом останнього року, і підрахуйте загальну кількість «зароблених» вами балів.

Уважно прочитайте весь перелік, щоб мати загальне уявлення про те, які ситуації, події і життєві обставини, які викликають стрес, у ньому представлені. Потім повторно прочитайте кожен пункт, звертаючи увагу н а кількість балів, якими оцінюється кожна ситуація. Далі спробуйте вивести з тих подій і ситуацій, які за останні два роки відбувалися у вашому житті, середнє арифметичне (підрахуйте середню кількість балів на рік). Якщо яканебудь ситуація вникала у вас частіше одного разу, то отриманий результат потрібно помножити на дану кількість разів.

Загальна сума визначає одночасно і ступінь вашої стресостійкості, опірності стресу. Велика кількість балів – це сигнал тривоги, який попереджує про небезпеку. Підрахована сума має ще одне важливе значення – вона виражає вашу ступінь стресового навантаження.

Порівняльна таблиця стресових характеристик

|  |  |
| --- | --- |
| **Загальна сума балів** | **Ступінь опору стресу** |
| 150-199200-299300 і більше | ВисокийПороговийНизький (ранимість) |

**Бланк опитування**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Життєві події** | **Бали** | **Відповідь** |
| 1 | Смерть чоловіка (дружини) | 100 |  |
| 2 | Розлучення | 73 |  |
| 3 | Роз’їзд подружжя (без оформлення розлучення), розрив з партнером | 65 |  |
| 4 | Тюремне ув’язнення | 63 |  |
| 5 | Смерть близького члена родини | 63 |  |
| 6 | Травма або хвороба | 53 |  |
| 7 | Одруження, весілля | 50 |  |
| 8 | Звільнення з роботи | 47 |  |
| 9 | Примирення подружжя | 45 |  |
| 10 | Вихід на пенсію | 45 |  |
| 11 | Зміни у стані здоров'я членів сім`ї | 44 |  |
| 12 | Вагітність партнерки | 40 |  |
| 13 | Сексуальніпроблеми | 39 |  |
| 14 | Поява нового члена сім`ї, народження дитини | 39 |  |
| 15 | Реорганізація на роботі | 39 |  |
| 16 | Зміна фінансового становища | 38 |  |
| 17 | Смерть близького друга | 37 |  |
| 18 | Зміна професійної орієнтації, зміна місця роботи | 36 |  |
| 19 | Посилення конфліктності у подружніх відносинах | 35 |  |
| 20 | Кредит на велику покупку (наприклад, квартири) | 31 |  |
| 21 | Закінчення терміну виплати кредиту, зростаючі борги | 30 |  |
| 22 | Зміна посади, підвищення службової відповідальності | 29 |  |
| 23 | Син або донька покидають будинок | 29 |  |
| 24 | Проблеми з родичами чоловіка (дружини) | 29 |  |
| 25 | Видатне особисте досягнення, успіх | 28 |  |
| 26 | Чоловік кидає роботу (починає працювати) | 26 |  |
| 27 | Початок або закінчення навчання у навчальному закладі | 26 |  |
| 28 | Зміна умов життя | 25 |  |
| 29 | Відмова від яких-небудь індивідуальнихзвичок, зміна стереотипів поведінки | 24 |  |
| 30 | Проблеми з керівництвом, конфлікти | 23 |  |
| 31 | Зміни умов або часу роботи | 20 |  |
| 32 | Зміна місця проживання | 20 |  |
| 33 | Зміна місця навчання | 20 |  |
| 34 | Зміна звичок, пов’язаних з проведенням відпочинку або відпустки | 19 |  |
| 35 | Зміна звичок, пов’язаних з віросповіданням | 19 |  |
| 36 | Зміна соціальної активності | 18 |  |
| 37 | Кредит на покупку невеликої речі (телевізора) | 17 |  |
| 38 | Зміна індивідуальнихзвичок, пов’язаних зі сном, порушенням сну | 16 |  |
| 39 | Зміна кількості осіб, які проживають разом, зміна характеру і частоти зустрічей з іншими членами сім`ї | 15 |  |
| 40 | Зміна звичок, пов’язаних з харчуванням (кількість їжі, яка з'їдається, відсутність апетиту) | 15 |  |
| 41 | Відпустка | 13 |  |
| 42 | Різдво, зустріч Нового року, день народження | 12 |  |
| 43 | Незначне порушення правопорядку (штраф за порушення правил дорожнього руху) | 11 |  |