

## ***МЕДІАПСИХОЛОГІЯ***

*Методичні вказівки та завдання (рекомендації) для набуття фахових компетентностей і закріплення програмних результатів навчання здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 Журналістика*

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МОРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Факультет по роботі з іноземними студентами  
Кафедра журналістики та мовної комунікації

Коваленко А. Ф.

## ***МЕДІАПСИХОЛОГІЯ***

*Методичні вказівки та завдання (рекомендації) для набуття фахових компетентностей і закріплення програмних результатів навчання здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 Журналістика*

Одеса  
2026

**УДК 070.41(075.8)**

**К 56**

**Укладач:**

**Коваленко Алла Федосіївна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та мовної комунікації

**Рецензенти:**

**Кокорєв Олексій Вікторович**, доктор політичних наук, доцент кафедри журналістики, соціальних комунікацій і ІТ-права Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку.

**Задорожня Аліна Григорівна**, кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

*Рекомендовано до друку  
кафедрою журналістики та мовної комунікації  
Протокол № 11 від 13.05.2026 р.  
Вченою Радою ФРІС  
Протокол № 11 від 25.05.2026 р.*

**Коваленко А. Ф.**

**К 56** Медіапсихологія : Методичні вказівки та завдання (рекомендації) для набуття фахових компетентностей і закріплення програмних результатів навчання здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 Журналістика 2 курсу денної форми навчання. Одеса: Видавець С.Л. Назарчук, 2026. 36 с.

*Методичні вказівки містять мету, завдання курсу, тематику практичних занять, творчі завдання, завдання для самостійної роботи й питання для різних форм контролю. Для виконання самостійної роботи і вивчення дисципліни наведено перелік рекомендованої літератури та електронні ресурси.*

*Методичні вказівки призначені для здобувачів вищої освіти денної форми навчання.*

**УДК 070: 37.0 (072)**

© ОНМУ, 2026

## ЗМІСТ

Передмова	5
Тематичний план та завдання до практичних занять	6
Методичні рекомендації до виконання завдань для практичних занять	19
Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи	23
Питання для підсумкового контролю	
Рекомендована література	

## ПЕРЕДМОВА

Метою ОК 26 «Медіапсихологія», яка є частиною циклу професійної підготовки, є формування знань щодо психології сприйняття та сприймання інформації в медіапросторі різними соціальними групами, окремою особою, суспільством у цілому, взаємозалежність між психологією впливу та медійного ефекту, сучасні теорії дослідження психології масової комунікації, впливу ЗМІ на соціальний і психологічний стан суспільства та окремої особистості; створення власного журналістського продукту з дотриманням етичних норм. Дисципліна вивчається в комплексі інших дисциплін четвертого семестру, як-то «Риторика та аргументація», «Сучасна публіцистика» тощо.

Курс, розрахований на 20 годин лекційних і 20 годин практичних занять, спрямований на розвиток спостережливості, аналітичного соціально-психологічного стану аудиторії, окремих груп, людей різних вікових категорій тощо та відповідального ставлення до медіаконтенту в кризових ситуаціях, під впливом цифровізації медіа та війни в Україні.

Завдання, поставлені для реалізації мети:

- засвоєння знань про психологічні особливості суспільства в умовах глобальних інформаційних процесів;
- ознайомлення майбутніх журналістів з психологічними теоріями та концепціями в професійній комунікативній діяльності;
- виробити навички аналізу ситуацій і журналістських матеріалів на предмет психологічної культури шляхом рефлексії, вивченням типових помилок у журналістській діяльності щодо застосування засобів впливу на особистість та в цілому суспільство;
- виробити навички аналізу сучасних психологічних досліджень та застосування їх на практиці під час створення власного медіаконтенту;
- формувати психологічну культуру фаху журналістики в цілому;
- застосовувати знання психологічних феноменів у ЗМІ в умовах полікультурного суспільства.

# ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ТА ЗАВДАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

## Практичне заняття № 1

### Теоретико-методологічні аспекти психології. Сфера інтересів у журналістиці

#### Питання для обговорення

1. Що спільного між масмедіа і психологією? Як вони поєднуються в зазначеному курсі?
2. Що ви знаєте про впливи в сучасному масмедійному полі на психологічні стани людини: моделювання і культивування, фреймінг і праймінг?
3. Чому явище інформаційних та смислових війн можна розглядати крізь призму психології медіа?
4. Маніпулятивні технології в інфопросторі – це про що....?
5. Які вам відомі механізми тривалих та коротких впливів?
6. Поміркуйте вголос про основний внесок зарубіжних і українських науковців у медіапсихології. Кого з науковців та які праці можете виділити?
7. Розкажіть про типологія ефектів масової комунікації за Б. Грушиним.
8. Які ви знаєте моделі колективних ефектів масової комунікації і реакцій (упливів), зокрема груп, за Мак-Квейлом.
9. Розкажіть про формування стереотипів під впливом ефектів медіа за Ф. Ліппманом.

#### Творчі завдання

1. Проаналізуйте види впливу інформаційного повідомлення на групи реципієнтів за Мак-Квейлом у сучасних, відомих Вам українських медіа і наведіть приклади.
2. Напишіть наукове есе про внесок українських науковців у медіапсихології (на прикладі 1-3 науковців та їх праць).

#### Література

1. Дзюба К. Когнітивні фільтри і ЗМІ. Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Сидоренко. Київ, 2023. С. 297-300. URL: <https://journ.knu.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/02/Conference.pdf>
2. Кириченко В. Психологія інформаційної діяльності: Навч. посібн. Житомир: Видавництво ЖДУ імені І. Франка, 2015. 146 с. URL: [https://eprints.zu.edu.ua/11131/1/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D1%87%](https://eprints.zu.edu.ua/11131/1/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D1%87%87)
3. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: Підр. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2015. 244 с.
4. Павелків Р.В. Вікова психологія. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/75237-rozdl-1-predmet-ta-metodi-vkovo-psiholog.html>
5. Практична медіаосвіта: авторські уроки. Збірка / Ред.-упор. В.Ф.Іванов, О.В.Волошенюк. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с.
6. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підр. К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с. [https://www.researchgate.net/publication/308796925\\_Teorija\\_masovoi\\_komunikacii](https://www.researchgate.net/publication/308796925_Teorija_masovoi_komunikacii)
7. Цильке І., Держипільська Г. Емоційний та етичний вимір особистої журналістики. *Особистість у період суспільних трансформацій: психологія – медіа – освіта: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Івано-Франківськ, 19

березн. 2026 року). Івано-Франківськ: ЗВО «Університет Короля Данила», 2026. С. 101-104. URL: [https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D0%](https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%)

## Практичне заняття № 2

### Методи медіапсихології і технології дослідження психологічного впливу в масмедіа

#### Питання для обговорення

1. Які ви знаєте категорії та методи досліджень у медіапсихології?
2. Розкажіть про якісні й кількісні методи дослідження в психології медіа.
3. Що вам відомо про залежність аудиторії й медіа?
4. Що таке маси? Як відбувається розшарування (соціальна стратифікація) населення?
5. Які типології соціальних груп вам відомі?
6. Охарактеризуйте методи аналізу аудиторії: опитування, інтерв'ю, анкетування. Переваги й недоліки зазначених методів дослідження.
7. Психологічні механізми медіасприймання (готовність, очікування, ідентифікація, емпатія, катарсис, ефект емоційного зараження).
8. Психологічні ознаки аналізу аудиторії. Методологічні проблеми. Способи захисту від впливів.
9. Теорії впливу медіа на аудиторію.

#### Творчі завдання

1. Створіть анкету для опитування однієї з груп у телеграм-каналі або іншій соціальній групі, у яку Ви входите (анкета може містити від 5 до 10 питань на одну тему, н-д сучасні умови навчання; нові тенденції в спорті, вітчизняній культурі; сучасні тенденції в українських ЗМІ тощо. Можете придумати свою тему). Можна створити анкету для дослідження аудиторії нашої студентської газети, у якій Ви дізнаєтесь вік аудиторії, уподобання, інтереси тощо. Опитування створіть у форматі таблиці чи діаграм і презентуйте на парі.
2. Проведіть блиц-опитування (1-2 питання) на курсі, у межах факультету чи університету щодо ставлення студентів до обов'язкового використання української мови в процесі навчання та у всіх сферах життя суспільства; або, наприклад, ставлення студентства до появи власного студентського видання, або щодо участі молоді в програмах академічної мобільності, або придумайте свою тему. Можна працювати в парах, щоб Ви вели опитування, а Ваш/Ваша колега записав/ла процес опитування на камеру телефону. Опитування можна провести до пари, на перерві, після пар у стінах університету, на вулиці тощо.

#### Література

1. Гудімова Алісар Поведінкові патерни користувачів соціальних мереж як умова їх психологічного благополуччя. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 053 Психологія – Одеський національний університет імені І.І.Мечникова. (м. Одеса), 2021. URL: <https://dspace.onu.edu.ua/items/46a88dee-8c3f-48fd-9a62-51015cad354>
2. Дзюба К. Когнітивні фільтри і ЗМІ. *Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи: зб. наук. пр. за*

- матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Сидоренко. Київ, 2023. С. 297-300. URL: <https://journ.knu.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/02/Conference.pdf>
3. Кириченко В. Психологія інформаційної діяльності: навч. посібн. Житомир: Видавництво ЖДУ імені І. Франка, 2015. 146 с. URL: <https://eprints.zu.edu.ua/11131/1/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D1%87%>
  4. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: Підр. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2015. 244 с. (відкритий доступ)
  5. Порпуліт О. О. Медіапсихологія: метод. вказівки. URL: [https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/fpsr/navchalni\\_materialy/metodychne\\_zabezpechennya/053\\_bakalavr/mr\\_mediapshykhologiya.pdf](https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/fpsr/navchalni_materialy/metodychne_zabezpechennya/053_bakalavr/mr_mediapshykhologiya.pdf)
  6. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підр. Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с. URL: [https://www.researchgate.net/publication/308796925\\_Teoria\\_masovoi\\_komunikacii](https://www.researchgate.net/publication/308796925_Teoria_masovoi_komunikacii)
  7. Різун В., Скотнікова Т. Методи соціокомунікативних досліджень. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 52. С. 49-53. URL: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/Nzizh\\_2013\\_52\\_8.pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/Nzizh_2013_52_8.pdf)

### **Практичне заняття № 3** **Людина як суб'єкт комунікації**

#### **Питання для обговорення**

1. Що ви знаєте про психологічну структуру особистості?
2. У чому полягає унікальність психології особистості (автора матеріалу) та аудиторії у медіакомунікації?
3. Як між собою пов'язані архетипи, мотиви та потреби людини?
4. Виокремте типи залежностей людини від інформації та розкажіть про механізми захисту особистості.
5. Які ви знаєте засоби формування інтересу в різних медіа, способи розуміння (зчитування) (вербальні і невербальні) і осмислення інформації?
6. Назвіть загальні механізми та способи впливу медіа на психологію особистості й обмін інформацією між людьми.
7. Виділіть етапи комунікації.
8. Як виявляються залежність, насилля та агресія від інформації у медіа.
9. У який спосіб зіставляються когнітивні процеси та комунікація в медіа.
10. Чи впливає організація простору й часу на мислення та розуміння інформації в медіа.

#### **Творчі завдання**

1. Виділіть і запишіть основні архетипи, що простежуються в повсякденній поведінці українців і відображаються в матеріалах українських медіа (вказіть назви матеріалів та вихідні дані).
2. Наведіть приклади вдалого використання психології кольору на прикладі ТБ-проектів (Ток-Шоу, новинних блоків і іміджу ведучих тощо).

#### **Література**

1. Гаркавенко Ю. С. Мас-медійні джерела гетеростереотипізації України: комунікаційний

- аспект: автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Гаркавенко Юлія Станіславівна ; Дніпров. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. Дніпро, 2019. 18 с. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=)
2. Дроботова А., Яроцька Г. С. Наративи української ідентичності: фрейм-аналіз. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 55-57. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a999->
  3. Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності. Житормир: ЖДУ імені І. Я. Франка, 2015. 146 с. URL: <https://eprints.zu.edu.ua/11131/1/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%>
  4. Криштанович С. В. Психологічна структура особистості. URL: <https://studfile.net/preview/5184141/page:24/>
  5. Медіакультура: соціально-психологічний підхід / За ред. Л. А. Найдьонові, О. Т. Барішпольця. Київ: Міленіум, 2010. 440 с.
  6. Найдьонова Л., Череповська Н. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів. Київ: Міленіум, 2014. 385 с.
  7. Павелків Р.В. Вікова психологія. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/75237-rozdl-1-predmet-ta-metodi-vkovo-psiholog.html>

## Практичне заняття № 4

### Група як суб'єкт комунікації

#### Питання для обговорення

1. Що таке «громадська думка» та як вона формується в масах?
2. Продовжте вислів «маси – це .....» «Які види мас ви знаєте?»
3. Розкажіть про різні класифікації груп (малі і великі, первинні і вторинні; гендерні, вікові, професійні).
4. Які структура групи та роль групових чинників для загального психологічного тиску на особистість?
5. Поміркуйте про характер психологічного впливу у великих організованих груп, соціальних класах та прошарках.
6. Що ви знаєте про наслідування й зараження в групі?
7. Як відбувається вплив взірцевої (базової) групи в процесі схиляння (переконання)?
8. Конформізм у контексті професійної (журналістської) діяльності - це добре чи погано? Розкажіть про типологію конформності та про фактори впливу на конформізм.
9. Чим шкідливий «нонконформізм» (негативізм) у медіа?

#### Творчі завдання

1. Охарактеризувати одну із груп у соціальних мережах, учасником якої Ви є. Визначити типологію, структуру (лідер/лідери, адміністратор/адміністратори, мікрогрупи тощо). Простежити, яким чином виникають у групі стійкі переконання і під чий впливом або впливом чого, визначити фактори впливу конформізму/нонконформізму тощо.
2. Знайдіть приклади різних медіапродуктів, які розкривають конфлікт великих соціальних груп. Чи наголошують автори на психологічних передумовах та наслідках конфлікту, чи дотримано балансу думок, наведено думки експертів? Чи містить продукт

ознаки маніпуляції громадською думкою, завдяки яким засобам її здійснено?

## Література

1. Барчі Б. В. Вплив ЗМІ на формування конформності підлітків. Дипломна робота. URL: <http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4713/1/Research>
2. Варій М. Й. Загальна психологія. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 968 с.
3. Гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві За ред. Ю. І. Саєнка Київ Видавництво ТОВ «Компанія ВАІТЕ» 2007. 144 с.
4. Колісник Ю., Хоменко Т. Тріада «miteць – влада – преса» у контексті соціальних комунікацій УРСР (1950–1980 pp.). *Соціальні комунікації: теорія і практика*. Том 13 № 2 (2021). URL: <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/119>
5. Коновець О. Масова комунікація : теорії, моделі, технології : навч. посіб. Київ: ЛГУ, 2009. 266 с.
6. Корнієнко О. М. Етнічні стереотипи в міжетнічній комунікації. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62d71526->
7. Кузнецова О., Лазаренко Ю. Різновиди інструментів впливу на свідомість, психіку підлітків і молоді у блогах мережі «Інстаграм». Інновації та особливості функціонування ЗМІ України: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції "Інновації та особливості функціонування ЗМІ України", 25 березня 2021 р. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2021 С. 71-74. <https://oras.lpnu.ua/bib/1137004>
8. Кузьменко Т. М. Сутнісні характеристики та класифікація соціальних груп: референтна група: види та функції. URL: <https://sociology.knu.ua/uk/library/sutnisni-harakteristiki> -
9. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: Підр. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2015. 244 с.
10. Орбан-Лебрик Л.Е. Соціальна психологія: книга 2: Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія. Книги XXI, 2010. 464 с.
11. Павелків Р.В. Вікова психологія. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/75237-rozdl-1-predmet-ta-metodi-vkovo-psiholog.html>
12. Пічкіна Т. Вплив ЗМІ на формування агресивності підлітків. Актуальні проблеми психології в закладах освіти. Зб. Наук. Праць. Кривий Ріг. 2011. Том II URL: <https://journal.kdpu.edu.ua/psychology/uk/article/view/7554>
13. Скрипченко О. Загальна психологія: навчальний посібник/ О. Скрипченко, Л. Долинська, З. Огороднійчук. Львів.: Просвіта, 2005. 464 с.
14. Субашкевич І. Р. Вікові особливості інтернет-залежності. *Габітус*. Науковий журнал з соціології та психології. Вип. 22. 2021. С. 179-184. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2021/22-2021/32.pdf>.
15. Субашкевич І. Р. Вплив ЗМІ на уявлення студентської молоді про сім'ю та шлюб. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Психологічні науки». 2019. №2. С. 151–156. URL: [http://www.pj.kherson.ua/file/2019/psychology\\_02/21.pdf](http://www.pj.kherson.ua/file/2019/psychology_02/21.pdf)
16. Хомко Д., Доній В. Формування гендерної ідентичності засобами соцмереж. *Особистість у період суспільних трансформацій: психологія – медіа – освіта: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Івано-Франківськ, 19 березн. 2026 року). Івано-Франківськ: ЗВО «Університет Короля Данила», 2026. С. 96-98. URL: [https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D0%](https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%)
17. Хомко Д., Кравченко Т. П. Психологічний аналіз маніпулятивних технологій у медіа та механізми впливу на молодь. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 233-236. URL:

## Практичне заняття № 5

### Національні особливості української масмедійної аудиторії

#### Питання для обговорення

1. У який спосіб відбувається ідентифікація себе як представника певного етносу? Які психологічні особливості сприйняття себе як представника свого народу ви можете назвати?
2. У чому полягає етнопсихологічна специфіка соціалізації індивіда і через що вона здійснюється?
3. Виокремте психологічні особливості української ментальності.
4. Які типові риси нашого національного характеру, зокрема позитивні й негативні, ви можете виокремити?
5. Що ви знаєте про національні стереотипи?
6. Продовжте фразу «І. Кресіна виділяє такі рівні національної свідомості, як...».
7. Яка роль ЗМІ у формуванні та руйнуванні етнічних стереотипів?

#### Творчі завдання

Випишіть 10 психологічних характеристик української чи іншої національності, знайдіть медіапродукти, які розкривають етнопсихологічні особливості (статті, відео, блоги тощо), дайте експертну оцінку їх змісту, а саме відповідність науковим дослідженням.

#### Література

1. Корнієнко О.М. Етнічні стереотипи в міжетнічній комунікації. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62d71526>
2. Кресіна І. Національна свідомість: сутність, основні складові та рівні функціонування. *Нова політика*. 1998. № 3. С. 12–19.
3. Лавриненко С. О. Проблема формування національної свідомості сучасної молоді. *Вісник Національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія*. 2011. № 2. С. 117-120. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau\\_f\\_2011\\_2\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau_f_2011_2_28)
4. Метелюк В.І., Марченко О.В. Національний характер: консерватизм і зміни. URL: [https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/9851/1/V\\_Meteluk\\_](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/9851/1/V_Meteluk_)
5. Туриніна О. Л. психологія масової поведінки. Київ. ДП «Видавничий дім «Персонал». 2012. 152 с.
6. Цимбалюк І. М. Психологія: навчальний посібник. Київ.: Професіонал, 2004. 301 с.

## Практичне заняття 6

### Особливості сприйняття інформації на ТБ

#### Питання для обговорення

1. Виокремте психологічні (формування групової свідомості, емоційна, комунікативна) і соціальні функції ЗМІ, зокрема ТБ.
2. Які механізми формування в аудиторії ціннісних орієнтацій на ТБ ви знаєте? Обґрунтуйте відповідь на основі контенту українського ТБ.
3. Виокремте маніпулятивні прийоми в новинах.

4. Як впливає на психологію особистості розважальний контент ТБ та інтерактивність у ток-шоу?
5. Розкажіть про самоідентифікацію аудиторії та вибір ролей, зважаючи на вікові особливості сприйняття контенту на ТБ.
6. Як впливає розважальність ТБ на вільний час та проблеми середовища людей середнього та похилого віку?
7. Які типи медіазалежності ви знаєте?

### Творчі завдання

1. Оберіть одного з ведучих новин з будь-якого українського телеканалу. Подумайте, як їхній імідж, прихильність до певних політичних сил, ставлення до воєнних подій, поведінка в студії, кут подачі новин та гейткіпінг (відбір новин для стрічки) впливають на аудиторію. Проаналізуйте письмово їхній авторський стиль (візуальний образ, мовлення, інтонація, жести тощо), формат подачі новин та вплив на аудиторію.
2. Зробіть письмовий аналіз медіаконтенту одного з каналів ТБ протягом 1 дня та визначте, які потенційні проєкти можуть вплинути на глядача (вік, стать, національність, переконання). Спрогнозуйте, якого типу медіазалежність може викликати такий контент.

### Література

1. Вакуленко О.В. Засоби масової інформації як особливий чинник впливу на формування способу життя особистості. *Соціальний працівник*. 2005. вересень. С. 14-18.
2. Варій М. Й. Загальна психологія. Навчальний посібник / 2-ге видан., випр. і доп. Київ: «Центр учбової літератури», 2007. 968 с.
3. Вплив медіа на розвиток особистості / Л. А. Найдьонова. Медіаосвіта тамедіаграмотність : підручник / ред.-упоряд. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук.ред. В. В. Різуна. К. : Центр вільної преси, 2012. С. 237-282.
4. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: Підр. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2015. 244 с.
5. Павелків Р.В. Вікова психологія. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/75237-rozdl-1-predmet-ta-metodi-vkovo-psiholog.html>
6. Сиваш К.О. Залученість аудиторії медіаперсоною як група психологічних медіаефектів: інтерпретація явища та аналіз. Наукові записки Інституту журналістики. 2018. Вип. 1(70). С. 77-85. URL: [http://www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2020/07/70\\_8.pdf](http://www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2020/07/70_8.pdf)
7. Субашкевич І. Р. Вікові особливості інтернет-залежності. *Габітус*. Науковий журнал з соціології та психології. Вип. 22. 2021. С.179-184. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2021/22-2021/32.pdf>.
8. Субашкевич І. Р. Вплив ЗМІ на уявлення студентської молоді про сім'ю та шлюб. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Психологічні науки». 2019. №2. С. 151–156. URL: [http://www.pj.kherson.ua/file/2019/psychology\\_02/21.pdf](http://www.pj.kherson.ua/file/2019/psychology_02/21.pdf)
9. Субашкевич І. Р. Формування ціннісно-сислової сфери студентів педагогічних спеціальностей медіапсихологічними технологіями : практ. посіб. Львів : Растр-7, 2016. 59 с.
10. Федорук Д. Образ автора у телевізійному документальному телепроєкті «Реальна історія». *Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали Другої всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених* (м. Тернопіль, 10 квітня 2024 року), С. 126-133. URL: [http://dspace.tnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/32843/1/Masmed\\_prostir\\_Conf.pdf](http://dspace.tnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/32843/1/Masmed_prostir_Conf.pdf)
11. Шостя А., Погрібна О. О. Вплив візуального контенту на особливості сприймання інформації користувачами соціальних мереж. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції*

## Практичне заняття 7

### Сприйняття інформації та психологічний вплив на радіо, у газетах та онлайн журналістиці

#### Питання для обговорення

1. Розкажіть про особливості аудиторії на радіо та в пресі.
2. Проаналізуйте розважальний контент на радіо.
3. Виділіть типи психологічної медіазалежності на радіо.
4. Хто такі меломани? Які їхні психологічні характеристики?
5. У чому полягає специфіка медіавпливів у радіожурналістиці: як формуються ілюзії розвитку вербального та аудіоінтелекту?
6. Що ви знаєте властивості сприйняття інформації в сучасних газетах? Аргументуйте відповідь на прикладах українських видань.
7. Які зображальні елементи мають вплив на аудиторію?

#### Творчі завдання

1. Придумайте 5 маніпулятивних заголовків до власного матеріалу в газету «Інформаційний навігатор Водного».
2. Оберіть два популярних проекти з українських радіостанцій, орієнтованих на молодіжну аудиторію. Наприклад (або інші на власний вибір): **музичний проєкт:** «Хіт-парад 20ка» на Kiss FM або «Селекція» на Radio ROKS та **гумористичний чи новинний проєкт:** «Заряджай мозок» на Хіт FM (ранкове шоу з новинами і розвагами) або «Ранок Шоу» на DJ FM, де обговорюють актуальні події. Протягом 3 днів прослуховуйте кожен проєкт по 15-20 хвилин. Після кожного прослуховування записуйте свої емоції та спостереження: як ви себе почуваете і чи змінюється настрій.

#### Проаналізуйте ситуацію та частоту прослуховування:

Фіксуйте протягом кількох днів, як часто та у яких ситуаціях ви вмикаєте радіо (під час прогулянки, навчання, збирання чи в дорозі).

Визначте, чи це стає постійною звичкою, і як часто саме молодіжні музичні або новинно-розважальні програми стають вашим вибором.

#### Запитання для саморефлексії:

Відповідайте письмово на такі запитання:

- Чи відчуваєте ви потребу вмикати радіо у вільний час? Що вас приваблює більше — музика чи розважально-новинний контент?
- Як прослуховування цих програм впливає на ваш настрій? Чи відчуваєте зміни в емоційному стані після жартів чи інтерактивів у ранкових шоу?
- Як би ви себе почували, якби на деякий час обмежили доступ до цього радіоконтенту? Чи викликає ця ідея дискомфорт або бажання знайти альтернативу?

3. Ознайомтеся з проєктами «Ранкова Доза» («Західний полюс» (Твоє місто FM), «Рок-історія» («Radio ROKS»), «Твоя історія» («Наше Радіо») (на власний вибір, або можна

взяти власний приклад) і на конкретному прикладі опишіть, як радіо формує практичний та соціальний інтелект слухача.

### Література:

1. Вакуленко О.В. Засоби масової інформації як особливий чинник впливу на формування способу життя особистості. *Соціальний працівник*. 2005. вересень. С. 14-18.
2. Варій М. Й. Загальна психологія. Навчальний посібник / 2-ге видан., випр. і доп. К.: «Центр учбової літератури», 2007. 968 с.
3. Вплив медіа на розвиток особистості / Л. А. Найдюнова. Медіаосвіта тамедіаграмотність : підручник / ред.-упоряд. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук.ред. В. В. Різуна. К. : Центр вільної преси, 2012. С. 237-282.
4. Красикова Т. Проблема конструирования социальной реальности в теории массовой коммуникации. Современный дискурс-анализ. 2013. № 8. URL: <http://discourseanalysis.org/ada8/st58.shtml>
5. Найдюнова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: Підр. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2015. 244 с.
6. Олійник А., Грищенко О. В. Текстові засоби емотивної лексики в інтерв'ю інтернет-видання «Українська правда». *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 137-139. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a999-cc2fc4bcf19d/content>
7. Павелків Р.В. Вікова психологія. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/75237-rozdl-1-predmet-ta-metodi-vkovo-psiholog.html>
8. Субашкевич І. Р. Вікові особливості інтернет-залежності. *Габітус*. Науковий журнал з соціології та психології. Вип. 22. 2021. С.179-184. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2021/22-2021/32.pdf>.
9. Субашкевич І. Р. Вплив ЗМІ на уявлення студентської молоді про сім'ю та шлюб. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Психологічні науки». 2019. №2. С. 151–156. URL: [http://www.pj.kherson.ua/file/2019/psychology\\_02/21.pdf](http://www.pj.kherson.ua/file/2019/psychology_02/21.pdf)
10. Субашкевич І. Р. Формування ціннісно-сміслової сфери студентів педагогічних спеціальностей медіапсихологічними технологіями : практ. посіб. Львів : Растр-7, 2016. 59 с.
11. Шумарова Н. Експресивні можливості знаків пунктуації (на матеріалі заголовків текстів сайту Otiumportal). *Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Сидоренко*. Київ, 2023. С. 261-267. URL: <https://journ.knu.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/02/Conference.pdf>

## Практичне заняття № 8

### Психологія комунікації в соціальних мережах

#### Питання для обговорення

1. Як контамінують розважальність та проблеми молодіжного середовища на різних платформах, телеграм-каналах, ТікТок тощо? Аргументуйте відповідь прикладами.

2. Розкажіть про кіберзалежність, ігроманії та інші психічні розлади в користувачів соціальних мереж. Наведіть приклади окремих залежностей.
3. Здійсніть психологічний аналіз інтернет-контенту однієї з платформ.
4. Поясніть особливості інтернет-комунікації, звернувши увагу на рівність учасників масової комунікації; стирання психологічних та соціальних ролей; нівелювання соціальних статусів; правила субординації; роль комунікатора; необмежена кількість комунікативних зав'язків; автономність; відчуття безпеки та безкарності; асинхронність спілкування тощо.
5. Які, на вашу думку, виникають соціально-психологічні проблеми особистості в умовах Web 4.0?

### Творчі завдання

Завдання: письмово проаналізуйте особливості та засоби комунікації на одному з новинних ресурсів (телеграм-канали, Вайбері чи на інших платформах). Зверніть увагу на засоби комунікації (лінгвістичні (неологізми, нецензурну лексику), уподобайки, меми чи інші зображальні елементи), роль адміністраторів каналу, поляризацію думок, можливий тролінг чи бани в групі).

### Література

1. Гречановська О. В., Мегем О. М., Потапюк Л. М. Вплив соціальних мереж на психологічний стан та самооцінку української молоді. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Психологія
2. Лапкін А. В. Щодо кримінальної відповідальності за «вподобайки» за статтею 436 Кримінального кодексу України. *Інформаційна агресія в сучасному світі: правовий І-аналіз та протидія: матеріали міжнародного науково-практичного круглого столу*. Харків, 21 червня 2024 р. : електрон. наук. вид. / редкол.: В. С. Батиргареева та ін. Харків : Майдан, 2024. С. 225-230. URL: <https://ivpz.kh.ua/wp->
3. Лютий В. П., Коломієць К. С. Залежність від соціальних мереж як проблема сучасних студентів. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=)
4. Найдюнова Л. А. Кібер-булінг підлітків (віртуальний терор) як новітній феномен інформаційної доби: теоретико-методичні засади подолання і профілактики. *Практична психологія та соціальна робота*. 2010. №8. С. 10–18. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?)
5. Немеш О. М. Психологічні основи інтернет-комунікації URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?)
6. Субашкевич І. Р. Вікові особливості інтернет-залежності. *Габітус*. Науковий журнал з соціології та психології. Вип. 22. 2021. С.179-184. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2021/22-2021/32.pdf>
7. Хомко Д., Доній В. Формування гендерної ідентичності засобами соцмереж. *Особистість у період суспільних трансформацій: психологія – медіа – освіта: матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Івано-Франківськ, 19 березн. 2026 року). Івано-Франківськ: ЗВО «Університет Короля Данила», 2026. С. 96-98. [https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D0%](https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%)
8. Шинкаренко О. Г. Особливості спілкування у соціальних мережах. URL: <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/18764/1/33.pdf>

## Реклама в медіа як інструмент психологічних маніпуляцій

### Питання для обговорення

1. Які особливості психотехнології в рекламі?
2. Як пов'язані масова поведінка та реклама?
3. Поміркуйте, яка роль психічних процесів та формування рекламних образів у медіа (на ТБ, радіо, пресі)?
4. Розкажіть про такі форми впливу, як імідж, переконання, наслідування, навіювання, ідентифікація, стереотипізація тощо, що використовуються на ТБ, радіо й пресі. Наведіть приклад реклами будь-якого товару, де простежується один або декілька елементів впливу із названих у поданому ряду.
5. Чому реклама використовує несвідомі бажання аудиторії для психологічних маніпуляцій та впливу?
6. Що ви знаєте про логічні й психологічні (маніпулятивні) прийоми аргументації в рекламі?

### Творчі завдання

Завдання: простежте засоби впливу на прикладі реклами улюбленого бренду будь-якого товару (можна на прикладі реклами певного медіа), який Ви споживаєте.

#### Література:

1. Бутенко Наталія Юріївна Соціальна психологія в рекламі. С. 177-219. URL: [https://fpk.in.ua/images/biblioteka/4bac\\_finan/Butenko-sots.-psykholohiya-v-reklami.pdf](https://fpk.in.ua/images/biblioteka/4bac_finan/Butenko-sots.-psykholohiya-v-reklami.pdf)
2. Зазимко О. В., Корольчук М. С., В. М. Корольчук Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. С. 236-279. URL: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/c956e0badc356c16c887f3e2cc36ea47.pdf>
3. Міхуля І., Доній В. С. Стиль рекламних повідомлень для цільової аудиторії молодих батьків. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 127-129. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a>
4. Найдьонова Л. А. Кібер-булінг підлітків (віртуальний терор) як новітній феномен інформаційної доби: теоретико-методичні засади подолання і профілактики. *Практична психологія та соціальна робота*. 2010. №8. С. 10–18.
5. Оверчук В. А. Психологія рекламних комунікацій: Підручник для студентів ОС «Бакалавр» галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки». Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2023. 380 с. URL: [https://r2.donnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/161b04cb-17b3-4a3b -](https://r2.donnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/161b04cb-17b3-4a3b-)
6. Сабодаш А., Кравченко Т. П. Психологічний вплив реклами в цифровому середовищі: де проходить межа етики? *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 177-180. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a999->

## Практичне заняття № 10

### Медіапсихологія, медіосвіта і медіаграмотність

### Питання для обговорення

1. Що ви знаєте про конфлікти в інтернеті?
2. Чому в соціальних мережах поширені такі форми соціальної й психологічної агресії, як тролінг та булінг?
3. Поміркуйте, чому і в який спосіб виявляється пряма залежність медіакомпетентності та різноманітних маніпулятивних впливів (від пропаганди, дезінформації до тролінгу, булінгу тощо).
4. Розкажіть про власний рецепт формування критичного мислення.
5. Які тенденції медіаосвіти в сучасній середній та вищій школі України?
6. Сформулюйте власне уявлення про важливість розвитку медіаосвіти та медіаграмотності за участі громадських об'єднань і медіавиробників різних форм освіти, формування медіакультури та споживання медіаконтенту для уникнення психологічної залежності та різних розладів особистості.

### Творчі завдання:

1. Проаналізувати українське законодавство на предмет відповідальності за булінг у системі освіти.
2. Скласти особистий poradnik щодо уникнення психологічної залежності та різних розладів особистості від споживання сучасного медіаконтенту.

### Література

1. Кізілова Д. Медіатероризм та інформаційна війна у контексті гібридної війни. Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Сидоренко. Київ, 2023. С. 297.-300. URL: <https://journ.knu.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/02/Conference.pdf>
9. Мардарова Ірина, Гуданич Наталія Медіаграмотність педагогів як чинник протидії дезінформації в освітньому просторі. *Особистість у період суспільних трансформацій: психологія – медіа – освіта: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Івано-Франківськ, 19 березн. 2026 року). Івано-Франківськ: ЗВО «Університет Короля Данила», 2026. С. 62-64. URL: [https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D0%](https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%)
2. Найдюнова Л. А. Кібер-булінг підлітків (віртуальний терор) як новітній феномен інформаційної доби: теоретико-методичні засади подолання і профілактики. *Практична психологія та соціальна робота*. 2010. №8. С. 10–18. URL: [http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbu/cgiiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN](http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN)
3. Найдюнова Л. А. Кібер-булінг підлітків (віртуальний терор) як новітній феномен інформаційної доби: теоретико-методичні засади подолання і профілактики. *Практична психологія та соціальна робота*. 2010. №8. С. 10–18. URL: [http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbu/cgiiirbis\\_64.exe?I21DBN=](http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiiirbis_64.exe?I21DBN=)
4. Олійник А. А. Окремі форми інформаційної агресії. *Інформаційна агресія в сучасному світі: правовий І-аналіз та протидія: матеріали міжнародного науково-практичного круглого столу*. Харків, 21 червня 2024 р. : електрон. наук. вид. / редкол.: В. С. Батиргарєєва та ін. Харків : Майдан, 2024. С. 68-72. URL: <https://ivpz.kh.ua/wp-content/uploads/2024/11/%D0%86%D0%BD%D1%>
5. Потапчук К., Кирилюк О. Л. Конфліктогени в соцмережах як засіб ведення інформаційної війни. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 163-165. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a999->

cc2fc4bcf19d/content

6. Сивасва А., Філатова О. С. Медіаграмотність у добу цифрової трансформації: методи протидії фейкам. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 185-187. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a>
7. Субашкевич І. Р. Вікові особливості інтернет-залежності. *Габітус*. Науковий журнал з соціології та психології. Вип. 22. 2021. .179-184. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2021/22-2021/32.pdf>.
8. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність. Підручник для вчителя. К.: Центр вільної преси, Академія української преси. 2014. 319 с.

## **МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

Практичні завдання з медіапсихології передбачають поєднання теоретичних знань із навичками аналізу сучасного медіапростору. Під час виконання робіт студентам необхідно демонструвати вміння критично оцінювати медіаконтент, визначати психологічні механізми впливу на аудиторію, аналізувати маніпулятивні технології та особливості сприйняття інформації в різних типах медіа.

Перед виконанням завдання рекомендується уважно опрацювати лекційний матеріал, ознайомитися з науковими працями українських і зарубіжних дослідників у сфері медіапсихології, медіакомунікацій та журналістики. Для аналізу слід використовувати актуальні приклади з телебачення, радіо, соціальних мереж, інформаційних агенцій, інтернет-видань та месенджерів.

Особливу увагу варто приділяти:

- психологічним особливостям сприйняття інформації;
- емоційному впливу медіа;
- технологіям переконання та маніпуляції;
- ролі візуальних, аудіальних і мовних засобів;
- формуванню громадської думки;
- дотриманню журналістських стандартів та етичних норм.

Усі висновки повинні бути аргументованими, логічними та підкріпленими прикладами або науковими джерелами. Роботи необхідно оформлювати у науковому стилі з дотриманням принципів академічної доброчесності. Під час виконання завдань, пов'язаних із соціальними мережами, конфліктами, булінгом або медіазалежністю, важливо враховувати психологічну безпеку аудиторії та етичність подачі інформації.

### **Поради до окремих практичних завдань**

1. Простежте особливості психологічного впливу в матеріалах медіа

Під час аналізу звертайте увагу на емоційне забарвлення тексту, використання образів, повторів, страху, тривоги або позитивного підкріплення. Визначте, які психологічні механізми використовує медіа для впливу на аудиторію та як це може змінювати сприйняття інформації.

2. Напишіть есе про внесок українських дослідників у медіапсихологію

У роботі варто коротко охарактеризувати розвиток медіапсихології в Україні та згадати науковців, які досліджують психологію масової комунікації, інформаційний вплив і медіаграмотність. Важливо не лише подати факти, а й висловити власне бачення значення цих досліджень для сучасного суспільства.

3. Складіть анкету для опитування молоді

Питання анкети повинні бути зрозумілими, нейтральними та відповідати темі дослідження. Доцільно використовувати як закриті, так і відкриті запитання для отримання кількісних і якісних результатів.

4. Проведіть бліц-опитування

Під час опитування необхідно дотримуватися етичних норм спілкування та коротко пояснювати мету дослідження. Отримані результати слід узагальнити й подати у вигляді короткого аналізу або висновків.

5. Наведіть і проаналізуйте приклади використання психології кольору на ТБ-проектах

Проаналізуйте, які кольори переважають у студії, графіці, одязі ведучих чи рекламних вставках. Поясніть, які емоції та асоціації викликають ці кольори у глядачів і як вони впливають на сприйняття контенту.

6. Проаналізуйте діяльність одного з ведучих на радіо

Зверніть увагу на тембр голосу, швидкість мовлення, інтонацію, паузи та стиль спілкування з аудиторією. Важливо визначити, як ці елементи впливають на довіру слухачів і загальне сприйняття програми.

7. Виокремте засоби психологічного впливу в телеграм-каналі

Під час аналізу врахуйте стиль заголовків, використання емоційної лексики, терміновості, візуального контенту та повторюваних меседжів. Визначте, які методи використовуються для утримання уваги аудиторії та формування певних настроїв.

8. Придумайте 5 маніпулятивних заголовків до конкретного матеріалу

Заголовки мають демонструвати різні типи маніпуляції: нагнітання страху, клікбейт, перебільшення, емоційний тиск або спотворення фактів. Після цього коротко поясніть, чому саме ці заголовки можна вважати маніпулятивними.

9. Виділіть 10 психологічних характеристик українців

У роботі важливо уникати стереотипності та надмірних узагальнень. Характеристики бажано підкріплювати прикладами з соціального життя, культури, історичного досвіду або медіапростору.

10. Здійсніть аналіз законодавства України щодо булінгу, ейджизму тощо

Необхідно проаналізувати основні нормативно-правові акти та звернути увагу на механізми захисту прав людини. Важливо оцінити, як ці проблеми висвітлюються в медіа та який психологічний вплив можуть мати дискримінаційні прояви.

11. Дайте психологічну характеристику однієї з груп у соціальних мережах

Проаналізуйте особливості комунікації учасників, домінуючі теми, типи поведінки та способи взаємодії. Зверніть увагу на емоційний фон спільноти, рівень агресії, підтримки або маніпулятивності.

12. Проаналізуйте журналістські матеріали, де розкриваються конфлікти великих груп

Під час аналізу визначте, як медіа подають сторони конфлікту, які емоційні акценти використовують і чи дотримуються стандартів балансу думок. Важливо оцінити можливий психологічний вплив таких матеріалів на аудиторію.

13. Складіть особистий порадишник щодо залежності від медіаспоживання

У порадишнику необхідно запропонувати практичні способи контролю часу в медіа, розвитку інформаційної гігієни та зниження емоційного

перевантаження. Рекомендації повинні бути реалістичними, конкретними та орієнтованими на щоденне застосування.

#### 14. Простежте засоби психологічного впливу в рекламі

Під час аналізу реклами звертайте увагу на використання емоцій, музики, кольорів, образів, авторитетів, гумору та ефекту повторення. Важливо визначити, які потреби або страхи аудиторії активізує реклама та як це впливає на поведінку споживачів.

#### 15. Виділіть архетипи поведінки українців та їх відтворення в журналістських матеріалах

У роботі необхідно визначити найбільш поширені архетипи (наприклад, захисник, борець, волонтер, трудівник, мудрець) та простежити, як вони відображаються у сучасних журналістських текстах. Доцільно звернути увагу на те, якими мовними та візуальними засобами медіа формують позитивні або символічні образи українців.

#### 16. Виділіть у журналістських матеріалах 5 стереотипів та опишіть механізм їх формування

Під час виконання завдання необхідно визначити, які саме соціальні, культурні чи політичні стереотипи відтворюються у медіа. Важливо пояснити, через які механізми — повторення, узагальнення, емоційний вплив, спрощення інформації або використання шаблонних образів — формується та закріплюється стереотипне сприйняття аудиторії.

## МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота з дисципліни передбачає виконання кількох завдань:

1. *Написання психологічного портрета* одного з сучасних журналістів на основі аналізу його діяльності в медіа. Можна створити портрет на основі запропонованих постатей, або ж самому обрати постать сучасного українського чи зарубіжного медійника. Метою роботи є формування навичок медіапсихологічного аналізу особистості журналіста, виявлення психологічних механізмів професійної діяльності та розуміння впливу індивідуальних рис журналіста на створення медіаконтенту.

Пропонуємо добірку українських журналістів і журналісток, які реалізують свої професійні компетенції у сучасному вітчизняному інфопросторі і потенційно можуть стати об'єктами для психологічних портретів через певний психотип, характер та особливості професійної діяльності.

1. Михайло Ткач — Українська правда. Типаж: конфліктний викривач, високий рівень професійного ризику, домінантність.
2. Ольга Руденко — The Kyiv Independent. Типаж: кризовий комунікатор, міжнародна орієнтація, емоційна стриманість.
3. Мар'ян Кушнір — Радіо Свобода. Типаж: польовий журналіст, витривалість, ризикованість, адаптивність.
4. Наталія Нагорна — ТСН. Типаж: емпатійна репортерка, емоційне занурення у травматичний контент.
5. Роман Вінтонів — Телебачення Торонто. Типаж: іронічний комунікатор, захисний гумор, критичне мислення.
6. Яніна Соколова — YouTube-канал Yanina Sokolova. Типаж: харизматичний лідер думок, публічна емоційність.
7. Соня Кошкіна — LB.ua. Типаж: аналітик-спостерігач, раціональність, жорсткий стиль інтерв'ю.
8. Вадим Карп'як — Суспільне. Типаж: комунікативний медіатор, контроль емоцій, інтелектуальна стриманість.
9. Наталя Мосейчук — 1+1. Типаж: емоційний інтерв'юер, високий рівень емпатії та експресії.
10. Дмитро Гордон — Гордон. Типаж: провокативний комунікатор, сильний персональний бренд.
11. Юрій Бутусов — Цензор.НЕТ. Типаж: конфронтаційний стиль, високий рівень професійної залученості.
12. Андрій Цаплієнко — ТСН. Типаж: репортер-екстремал, психологічна витривалість.
13. Ілля Пономаренко — The Kyiv Independent. Типаж: фронтовий аналітик, поєднання сарказму й травматичного досвіду.
14. Алла Мазур — ТСН. Типаж: авторитетний комунікатор, стабільність, довіра аудиторії.

15. Севгіль Мусаєва — Українська правда. Типаж: стратегічне мислення, кризове управління редакцією.
16. Богдан Логвиненко — Ukraïner. Типаж: культурний медіатор, інтровертний дослідник.
17. Наталія Гуменюк — The Reckoning Project. Типаж: гуманістичний репортер, робота з травмою та пам'яттю війни.
18. Євгенія Моторевська — hromadske. Типаж: критичне мислення, висока спостережливість.
19. Анна Железняк — Суспільне Новини. Типаж: мультиплатформна журналістка, адаптивність до різних форматів.
20. Оксана Кривіцька — Вгору. Типаж: локальний репортер війни, висока емоційна стійкість та прив'язаність до регіону.

2. *Написання власного журналістського матеріалу* на актуальну тему з урахуванням вивчення ОК 26 з обґрунтуванням перспективи розміщення його в певне медіа, окрему рубрику та для спеціальної аудиторії, на основі її психологічного аналізу.

*Психологічний портрет журналіста* – це аналітична характеристика особистості медійника, сформована на основі вивчення його професійної діяльності, комунікативної поведінки, авторського стилю, публічних виступів, медіатекстів та особливостей взаємодії з аудиторією.

**Основні вимоги до роботи.** Обсяг – 5 сторінок основного тексту (без урахування титульної сторінки та списку джерел). Шрифт – Times New Roman, 14 pt. Міжрядковий інтервал – 1,5. Поля – 2 см з усіх боків. Вирівнювання – по ширині. Абзацний відступ – 1,25 см.

## **Структура роботи**

### **1. Вступ (0,5 сторінки)**

У вступі необхідно: обґрунтувати актуальність аналізу конкретного журналіста; пояснити значення медіапсихологічного підходу; коротко окреслити джерела дослідження. Наприклад: «Дослідження психологічного портрета журналіста дозволяє зрозуміти особливості його професійної комунікації, способи взаємодії з аудиторією та вплив особистісних характеристик на формування медіаповідомлень».

### **2. Коротка біографічна довідка (0,5 сторінки)**

Необхідно подати: повне ім'я журналіста; медіа, у якому працює; професійну спеціалізацію; основні напрями діяльності; особливості професійного шляху.

*Важливо:* уникати переказу повної біографії; зосередитися лише на фактах, важливих для психологічного аналізу.

**3. Основна частина: медіапсихологічний аналіз (3–3,5 сторінки).** У роботі рекомендується проаналізувати:

3.1. Комунікативний стиль журналіста

Звернути увагу на: манеру мовлення; тональність комунікації; рівень емоційності; агресивність / стриманість; схильність до емпатії; використання гумору, іронії, сарказму.

### 3.2. Психологічні риси особистості

Можна аналізувати: лідерські якості; стресостійкість; рівень самоконтролю; тип темпераменту; інтровертність / екстравертність; схильність до ризику; конфліктність; емоційну стабільність.

*Важливо:* усі висновки повинні базуватися на конкретних прикладах із професійної діяльності журналіста.

### 3.3. Особливості роботи з аудиторією

Необхідно визначити: яким чином журналіст взаємодіє з аудиторією; чи використовує емоційний вплив; як формує довіру; які психологічні механізми комунікації застосовує.

Можна аналізувати: інтерв'ю; репортажі; авторські програми; соціальні мережі; публічні виступи.

### 3.4. Поведінка в кризових або воєнних умовах

Особливо актуально для сучасної української журналістики.

Рекомендується звернути увагу на реакцію журналіста на стрес; роботу з травматичним контентом; професійну етику; прояви психологічної витривалості; способи емоційної саморегуляції.

### 3.5. Авторський стиль як прояв особистості

Проаналізувати: індивідуальну подачу матеріалу; повторювані мовні конструкції; візуальний образ; особливості самопрезентації; професійний імідж.

## 4. Висновки (0,5 сторінки)

У висновках необхідно: узагальнити психологічні характеристики журналіста; визначити, як особистість впливає на його професійну діяльність; оцінити значення психологічних рис для ефективності медіакомунікації.

### Джерела дослідження

Рекомендується використовувати: журналістські матеріали автора; відеоінтерв'ю; телеефіри; авторські програми; офіційні сторінки у соціальних мережах; публічні виступи; наукові праці з медіапсихології та журналістики.

Мінімальна кількість джерел: 5–7.

### Вимоги до змісту та оформлення

**Робота повинна:** мати аналітичний характер; містити елементи медіапсихологічного аналізу; спиратися на реальні приклади; бути логічно структурованою; відповідати нормам академічної доброчесності.

**У роботі НЕ рекомендується:** переказувати біографію журналіста; використовувати неперевірену інформацію; робити категоричні психіатричні висновки; вживати образливі або суб'єктивно-оцінні характеристики без аргументації.

Студент повинен підготувати *авторський журналістський матеріал* для українського медіа (онлайн-видання, друкованого медіа, телевізійного чи

мультимедійного проєкту) з урахуванням тематики медіапсихології та ролі медіавпливів.

Матеріал може бути виконаний у жанрі: новини; аналітичної статті; репортажу; інтерв'ю; лонгріду; авторської колонки; мультимедійного спецпроєкту; журналістського розслідування; огляду медіаконтенту.

### **Основні вимоги до роботи.**

1. **Обсяг основного тексту:** від 5 000 знаків (без пробілів).

2. **Обов'язкове обґрунтування** (0,5 сторінки)

До кожного матеріалу студент обов'язково додає окремий аналітичний блок обсягом приблизно 0,5 сторінки, у якому необхідно:

#### **2.1. Охарактеризувати інформаційну політику обраного медіа**

Потрібно коротко визначити: тематичну спрямованість медіа; особливості редакційної політики; стиль подачі інформації; рівень дотримання журналістських стандартів; наявність або відсутність маніпулятивних практик; специфіку психологічного впливу контенту на аудиторію.

#### **2.2. Визначити цільову аудиторію медіа**

Необхідно описати: вік аудиторії; соціальні та професійні групи; інформаційні потреби; особливості сприйняття контенту; причини популярності медіа серед цієї аудиторії.

#### **2.3. Обґрунтувати вибір рубрики**

Студент повинен пояснити: у яку рубрику або тематичний розділ медіа доцільно помістити власний матеріал; чому саме ця рубрика є найбільш релевантною; яким чином матеріал відповідатиме стилю та очікуванням аудиторії конкретного медіа. Приклади рубрик: «Суспільство»; «Війна»; «Психологія»; «Медіа»; «Культура»; «Думки»; «Блоги»; «Спецпроєкти»; «Інтерв'ю» тощо.

*Додаткові вимоги:* дотримання журналістських стандартів: достовірність, баланс думок, точність, відокремлення фактів від коментарів; використання щонайменше 3–5 джерел інформації; наявність заголовка, ліда та структури тексту.

Бажано використовувати елементи медіапсихологічного аналізу: емоційний вплив; framing; storytelling; маніпулятивні технології; механізми формування довіри; вплив візуального контенту тощо.

**Критерії оцінювання:** актуальність теми; журналістська якість матеріалу; глибина аналізу медіавпливу; відповідність стилю обраного медіа; логічність обґрунтування; грамотність і академічна доброчесність.

## ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Дайте вичерпне визначення поняття «медіапсихологія» та розкажіть про засоби впливу в медіакомунікації.
2. Що ви знаєте про методологію досліджень у медіапсихології. Назвіть основні методи та способи їх застосування на практиці.
3. Окресліть здобутки в історії зарубіжних і вітчизняних медіадосліджень. Назвіть найбільш відомих науковців.
4. Які засоби впливу виділяють в медіакомунікації. Хто з науковців їх виділяє?
5. Громадська думка як результат впливу медіа та принципи й способи її формування в масах.
6. Які способи рефлексії в медіакомунікації Ви можете назвати? Наведіть приклади.
7. Розкажіть про групи, їх види та вивчення комунікації в великих соціальних групах.
8. З яких елементів складається структура особистості та що Ви знаєте про психологію особистості читача/глядача/слухача/споживача інформаційного продукту.
9. Які типи залежностей людини від інформації простежуються в медіа.
10. Як і в чому проявляється інтерес в медіакомунікації?
11. Які етапи в комунікації Вам відомі?
12. Громадська думка та принципи й способи її формування в масах.
13. Вплив комунікатора і контексту на психологію групи.
14. У чому і як простежується психологія особистості журналіста?
15. Що Ви знаєте про когнітивні процеси в комунікації. Як вони проявляються в журналістських матеріалах.
16. Яка роль уваги і пам'яті в медіакомунікації.
17. Психологічний тиск групи на особистість.
18. Процес об'єднання в групі та конформізм.
19. Розкажіть про конформізм у контексті журналістської діяльності. Наведіть приклади конформізму журналіста і аудиторії.
20. Назвіть чинники впливу на явище конформізму і поясніть, які з наукових теорій комунікації пояснюють це явище в медіа.
21. Сучасні теорії вікових (молодіжних) груп у контексті диджитальних та глобалізаційних процесів.
22. Як пов'язані психологія і нова інтерпретація та поляризація гендеру. Обґрунтуйте свої думки прикладами з вітчизняних та міжнародних медіа.
23. Які перешкоди для самореалізації особистості простежуються в медіасфері?

24. Розкажіть про ознаки національної ментальності та способи їх психологічного вираження в журналістиці (на прикладі наративів, образів, тональності матеріалів тощо).
25. Які ознаки національного характеру і способи його представлення в медіа Ви знаєте? Обґрунтуйте прикладами із сучасних медіа та актуальних матеріалів.
26. Яка роль медіа у формуванні та руйнуванні етнічних стереотипів. Що Ви знаєте про гомо- та гетеростереотипізацію?
27. Як і якими засобами відбувається формування цінностей на ТБ, радіо, соцмережах.
28. Розкажіть про види залежностей від медіа та їх подолання.
29. Назвіть специфічні ознаки й засоби впливу на різні типи аудиторій та формування різних залежностей на ТБ. Обґрунтуйте відповідь прикладами.
30. Які види залежностей в аудиторії і з допомогою яких засобів можуть викликати інтернет- та радіожурналістика?
31. Проілюструйте різні типи інтелектів у різних медіа.
32. Охарактеризуйте аудиторію студентського медіа. Назвіть можливі засоби чи елементи психологічного впливу на аудиторію.
33. Розкажіть про психологічний портрет аудиторії різних медіа, назвіть спільні та відмінні риси. Наведіть приклади.
34. Що Ви знаєте про психологічний портрет журналіста та його особливості?
35. Як здійснити психологічний аналіз контенту будь-якої (на власний вибір) соціальної мережі?
36. Які психічні розлади й залежності користувачів соціальних мереж відомі сьогодні?
37. Про які прояви булінгу в соціальних мережах ви знаєте? Наведіть приклади булінгу в інтернет-журналістиці.
38. Що таке тролінг? Розкажіть про психотип троля, методи його психологічного впливу на конкретному прикладі.
39. Чи можна назвати мову ворожнечі одним із засобів і проявів булінгу, хейту, тролінгу? Чому?
40. Чому мем можна вважати одиницею психологічного впливу і подачі інформації в медіакомунікації? Обґрунтуйте свої міркування прикладами.
41. Розкажіть про психологічний портрет споживача інформації телеграм-каналу.
42. Особливості інтернет-комунікації: переваги й недоліки.
43. Розкажіть про сучасні психологічні медіадослідження на прикладі роботи сайтів «Детектор-медіа» та «Гендер в деталях».

44. Дайте психологічні характеристики одного із сучасних українських блогерів та його контенту (на прикладі їх текстів та відео).
45. Які проблеми психології особистості в епоху диджиталізації та ШІ сьогодні актуальні?
46. Розкажіть про дослідження маніпулятивних технологій на платформі VoxUkraine та фактчек-газеті «Довіряй-перевірй».
47. Що ви знаєте про форми психологічного впливу в рекламі. Аргументуйте відповідь прикладами.
48. Окресліть потенціал психологічних маніпуляцій і засобів у рекламі.
49. Як використовується аргументація як засіб психологічного впливу в рекламі. Наведіть приклади
50. Які ви знаєте засоби лінгвістичного впливу журналістиці? Проілюструйте на прикладу конкретного матеріалу.
51. Які засоби впливу існують у PR? Наведіть приклади піару українських політиків та виділіть засоби впливу на його виборців.
52. Розкажіть про основні психологічні компоненти журналіста-професіонала.
53. Створіть психологічний портрет ваших колег, зважаючи на їхнє споживання контенту з медіа.
54. Чому медіаграмотність є запорукою уникнення психологічних впливів (маніпуляцій) у сучасному інфопросторі? Обґрунтуйте відповідь на прикладах.
55. Розкажіть про особливості сприйняття інформації українців в умовах російсько-української війни. ПТРС.
56. Яких вимог у своїй роботі з військовими повинен дотримуватись журналіст?
57. Що таке резильєнтність і як вона виявляється в журналістиці?
58. Чому сатиричну комунікацію можна розглядати як один з копінг-ресурсів українців?
59. Як з допомогою framing можна досягти психологічного впливу на аудиторію медіа? Обґрунтуйте відповідь прикладами.
60. Чому storytelling можна розглядати як один із способів впливу на читача? Поясніть механізм взаємодії журналіста з аудиторією.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Вакуленко О.В. Засоби масової інформації як особливий чинник впливу на формування способу життя особистості. *Соціальний працівник*. 2005. вересень. С. 14-18.
2. Варій М. Й. Загальна психологія. Навчальний посібник / 2-ге видан., випр. і доп. Київ: «Центр учбової літератури», 2007. 968 с.
3. Вплив медіа на розвиток особистості / Л. А. Найдьонова. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упоряд. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук.ред. В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. С. 237-282.
4. Демуцька А. Інформаційні психологічні спеціальні операції (ІПСО) як інструмент масифікації емоцій у соціальних комунікаціях. Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Сидоренко. Київ, 2023. С. 291-296. URL: <https://journ.knu.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/02/Conference.pdf>
5. Іващенко В. Л. Сучасні медіакомунікативні технології: навчальний посібник. Київ: ТОВ «Видавництво “Розумники”», 2021. 192 с. URL: [https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/39534/1/V\\_Ivashchenko\\_SMKT\\_2021.pdf](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/39534/1/V_Ivashchenko_SMKT_2021.pdf)
6. Коваленко А. Ф. Психологічні аспекти сатиричної комунікації в сучасній українській війсьній меметиці (за матеріалами соцмереж). *Синopsis: текст, контекст, медіа*. 2024. 30 (1). С. 24–33. URL: <https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/issue/view/51>
7. Коваленко А., Тельпіс Д. Психологічний вимір сучасних українських війських щоденників. *Образ*. Вип. 3 (40). 2022. С. 17– 28. URL: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3\(40\)-17-28](https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3(40)-17-28)
8. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 420 с. URL: <http://old.journ.lnu.edu.ua/books/ps-mas-media.pdf>
9. Медіакультура: соціально-психологічний підхід / За ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Барішпольця. Київ: Міленіум, 2010. 440 с.
10. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ: Центр вільної преси. 2013. 352 с.
11. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: Підр. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2015. 244 с.
12. Павелків Р. В. Вікова психологія. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/75237-rozdl-1-predmet-ta-metodi-vkovo-psiholog.html>
13. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підр. Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с. [https://www.researchgate.net/publication/308796925\\_Teoria\\_masovoi\\_komunikacii](https://www.researchgate.net/publication/308796925_Teoria_masovoi_komunikacii)
14. Субашкевич І. Р. Вікові особливості інтернет-залежності. *Габітус*. Науковий журнал з соціології та психології. Вип. 22. 2021. С.179-184. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2021/22-2021/32.pdf>
15. Субашкевич І. Р. Формування медіаосвіченості студентської молоді: монографія. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 249 с.

16. Субашкевич І. Р. Формування ціннісно-сміслової сфери студентів педагогічних спеціальностей медіапсихологічними технологіями : практич. посіб. Львів : Растр-7, 2016. 59 с.

### Допоміжна

1. Барчі Б. В. Вплив ЗМІ на формування конформності підлітків. Дипломна робота. URL: [http://dspace.s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4713/1/Research %20of %20the %20factors %20of %20conformal behavior of %20high %20school %20students.pdf](http://dspace.s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4713/1/Research%20of%20the%20factors%20of%20conformal%20behavior%20of%20high%20school%20students.pdf)
2. Бегерська О. В. Особливості інтернет-комунікації. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. Київ: Київський національний лінгвістичний університет, 2017. № 38. С. 17–20.
3. Гаркавенко Ю. С. Мас-медійні джерела гетеростереотипізації України: комунікаційний аспект: автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Гаркавенко Юлія Станіславівна ; Дніпров. нац. ун-т імені Олеся Гончара. Дніпро, 2019. 18 с. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S)
4. Гудак А., Педченко Є. Комунікативна сугестія в дискурсі соціальних мереж. *Актуальні проблеми журналістики : збірник наукових праць : за матеріалами Всеукраїнської студентської наукової онлайнконференції* / за ред. С. В. Семенко. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2024. № 8. С. 38-46. URL: [http://elcat.pnpu.edu.ua/docs/%D0%90%D0%BA%D1%82%D pdf](http://elcat.pnpu.edu.ua/docs/%D0%90%D0%BA%D1%82%D)
5. Гудімова Алісар Поведінкові патерни користувачів соціальних мереж як умова їх психологічного благополуччя. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 053 Психологія – Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. (м. Одеса), 2021. URL: <https://dspace.onu.edu.ua/items/46a88dee-8c3f-48fd-9a62-51015cad354>
6. Дзюба К. Когнітивні фільтри і ЗМІ. Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Сидоренко. Київ, 2023. С. 297-300. URL: <https://journ.knu.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/02/Conference.pdf>
7. Дроботова А., Яроцька Г. С. Наративи української ідентичності: фрейм-аналіз. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 55-57. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1->
8. Кізілова Д. Медіаторизм та інформаційна війна у контексті гібридної війни. Українська журналістика у світовому інформаційно-

- комунікаційному контексті: здобутки і перспективи: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Сидоренко. Київ, 2023. С. 305-308. URL: <https://journ.knu.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/02/Conference.pdf>
9. Клевець К., Держипільська Г. Медіапростір як чинник соціалізації та психічного благополуччя сучасної молоді. *Особистість у період суспільних трансформацій: психологія – медіа – освіта: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Івано-Франківськ, 19 березн. 2026 року). Івано-Франківськ: ЗВО «Університет Короля Данила», 2026. С. 36-38. URL: <https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%>
10. Коваленко А. Професійна сміхова комунікація як копінг-ресурс та складова резильєнтності українського військовослужбовця (на прикладі соціальних мереж та медіа). *Особистість у період суспільних трансформацій: психологія – медіа – освіта: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції*. (м. Івано-Франківськ, 19 березн. 2026 року). Івано-Франківськ: ЗВО «Університет Короля Данила», 2026. С. 38-42. URL: [https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D0%9E%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C\\_%D1%83\\_%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%BE%D0%B4\\_%D1%81%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D1%85\\_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9\\_%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%8F.pdf](https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%9E%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D1%83_%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%BE%D0%B4_%D1%81%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D1%85_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9_%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%8F.pdf)
11. Колісник Ю., Хоменко Т. Тріада «митець – влада – преса» у контексті соціальних комунікацій УРСР (1950–1980 рр.). *Соціальні комунікації: теорія і практика*. Том 13 № 2 (2021). URL: <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/119>
12. Корнієнко О.М. Етнічні стереотипи в міжетнічній комунікації. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62d71526-2d97-43b9-9385-2401eaab64ec/content>
13. Криштанович С. В. Психологічна структура особистості. URL: <https://studfile.net/preview/5184141/page:24/>
14. Кузнецова О., Лазаренко Ю. Різновиди інструментів впливу на свідомість, психіку підлітків і молоді у блогах мережі «Інстаграм». Інновації та особливості функціонування ЗМІ України: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. 2021. С. 71-74
15. Кузьменко Т. М. Сутнісні характеристики та класифікація соціальних груп: референтна група: види та функції. URL: <https://sociology.knu.ua/uk/library/sutnisni-harakteristiki-ta-klasifikaciya-socialnih-grupreferentna-grupavidi-ta-funkcii>
16. Лапкін А. В. Щодо кримінальної відповідальності за «вподобайки» за

- статтею 436 Кримінального кодексу України. *Інформаційна агресія в сучасному світі: правовий І-аналіз та протидія: матеріали міжнародного науково-практичного круглого столу*. Харків, 21 червня 2024 р. : електрон. наук. вид. / редкол.: В. С. Батиргареєва та ін. Харків : Майдан, 2024. С. 225–230. URL: [https://ivpz.kh.ua/wp-content/uploads/2024/11/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%8F\\_21.06-%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_compressed.pdf](https://ivpz.kh.ua/wp-content/uploads/2024/11/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%8F_21.06-%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_compressed.pdf)
- 17.Метелюк В.І., Марченко О.В. Національний характер: консерватизм і зміни. URL: [https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/9851/1/V\\_Meteluk\\_O\\_Marchenko\\_VPsP\\_13\\_2013.pdf](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/9851/1/V_Meteluk_O_Marchenko_VPsP_13_2013.pdf)
- 18.Міхуля І., Доній В. С. Стиль рекламних повідомлень для цільової аудиторії молодих батьків. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 127-129. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a999-cc2fc4bcf19d/content>
- 19.Найдьонова Л. А. Кібер-булінг підлітків (віртуальний терор) як новітній феномен інформаційної доби: теоретико-методичні засади подолання і профілактики. *Практична психологія та соціальна робота*. 2010. №8. С. 10–18. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&\\_S21P03=FILA=&\\_S21STR=Pnpz\\_2018\\_1\\_11](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&_S21P03=FILA=&_S21STR=Pnpz_2018_1_11)
- 20.Найдьонова Л. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу. URL: <https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/MediaNaydonova2013maketSite.txt>
- 21.Олійник А. А. Окремі форми інформаційної агресії. *Інформаційна агресія в сучасному світі: правовий І-аналіз та протидія: матеріали міжнародного науково-практичного круглого столу*. Харків, 21 червня 2024 р. : електрон. наук. вид. / редкол.: В. С. Батиргареєва та ін. Харків : Майдан, 2024. С. 68–72. URL: [https://ivpz.kh.ua/wp-content/uploads/2024/11/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%8F\\_21.06-%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_compressed.pdf](https://ivpz.kh.ua/wp-content/uploads/2024/11/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%8F_21.06-%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_compressed.pdf)
- 22.Олійник А., Грищенко О. В. Текстові засоби емотивної лексики в інтерв'ю інтернет-видання «Українська правда». *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 137–139. URL:

- <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a999-cc2fc4bcf19d/content>
23. Орбан-Лебрик Л. Е. Соціальна психологія: книга 2: Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія. Книги XXI, 2010. 464 с.
  24. Пічкіна Т. Вплив ЗМІ на формування агресивності підлітків. *Актуальні проблеми психології в закладах освіти*. Зб. наук. праць. Кривий Ріг. 2011. Том II URL: <https://journal.kdpu.edu.ua/psychology/uk/article/view/7554>
  25. Потапчук К., Кирилук О. Л. Конфліктогени в соцмережах як засіб ведення інформаційної війни. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв: НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 163–165. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a999-cc2fc4bcf19d/content>
  26. Практична медіаосвіта: авторські уроки. Збірка / Ред.-упор. В.Ф.Іванов, О.В.Волошенюк. К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с.
  27. Сабодаш А., Кравченко Т. П. Психологічний вплив реклами в цифровому середовищі: де проходить межа етики? *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв: НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 177-180. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a999-cc2fc4bcf19d/content>
  28. Сиваєва А., Філатова О. С. Медіаграмотність у добу цифрової трансформації: методи протидії фейкам. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв: НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 185-187. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a999-cc2fc4bcf19d/content>
  29. Сиваш К. О. Залученість аудиторії медіаперсоною як група психологічних медіаефектів: інтерпретація явища та аналіз. Наукові записки Інституту журналістики. 2018. Вип. 1(70). С. 77-85. URL: [http://www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2020/07/70\\_8.pdf](http://www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2020/07/70_8.pdf)
  30. Субашкевич І. Р. Вплив ЗМІ на уявлення студентської молоді про сім'ю та шлюб. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Психологічні науки». 2019. №2. С. 151–156. URL: [http://www.pj.kherson.ua/file/2019/psychology\\_02/21.pdf](http://www.pj.kherson.ua/file/2019/psychology_02/21.pdf)
  31. Туриніна О. Л. Психологія масової поведінки: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Л. Туриніна. Київ: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2012. 152 с.
  32. Федорук Д. Образ автора у телевізійному документальному телепроекті «Реальна історія». *Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи*

- розвитку: матеріали Другої всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (м. Тернопіль, 10 квітня 2024 року), С. 126-133. URL:  
[http://dspace.tnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/32843/1/Masmed\\_prostir\\_Conf.pdf](http://dspace.tnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/32843/1/Masmed_prostir_Conf.pdf)
33. Хомко Д., Доній В. Формування гендерної ідентичності засобами соцмереж. *Особистість у період суспільних трансформацій: психологія – медіа – освіта: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Івано-Франківськ, 19 березн. 2026 року). Івано-Франківськ: ЗВО «Університет Короля Данила», 2026. С. 96-98. URL:  
<https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026->
34. Хомко Д., Кравченко Т. П. Психологічний аналіз маніпулятивних технологій у медіа та механізми впливу на молодь. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 233-236. URL:  
<https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a999-cc2fc4bcf19d/content>
35. Цильке Ірина, Держипільська Галина Емоційний та етичний вимір особистої журналістики. *Особистість у період суспільних трансформацій: психологія – медіа – освіта: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Івано-Франківськ, 19 березн. 2026 року). Івано-Франківськ: ЗВО «Університет Короля Данила», 2026. С. 101-104. URL:  
[https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D0%](https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2026-04/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%)
36. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність. Підручник для вчителя. К.: Центр вільної преси, Академія української преси. 2014. 319 с.
37. Шостя А., Погрібна О. О. Вплив візуального контенту на особливості сприймання інформації користувачами соціальних мереж. *Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених*. 13 травня 2025 року. Миколаїв : НУК ім. адм. Макарова, 2025. С. 250-252. URL:  
<https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62708607-782b-4fd1-a999-cc2fc4bcf19d/content>
38. Шотурма Н. Медіаграмотність та інформаційна гігієна: формування критичних компетенцій у студентів нежурналістських спеціальностей. *Соціальні комунікації в умовах глобалізаційних процесів: стан, тенденції, перспективи. Збірник тез за матеріалами III Міжнародної наукової конференції* (м. Тернопіль, 14 травня 2025 року) / упоряд.: Н. Поплавська, Г. Синоруб, Т. Решетуша. Тернопіль: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2025. С. 218-221. URL:  
[http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/36575/1/Sots\\_komunikats\\_konf.](http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/36575/1/Sots_komunikats_konf.)

pdf

39. Шумарова Н. Експресивні можливості знаків пунктуації (на матеріалі заголовків текстів сайту Otiumportal). Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Сидоренко. Київ, 2023. С. 261-267. URL: <https://journ.knu.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/02/Conference.pdf>
40. Subashkevych Iryna, Korniat Vira. Using media-psychological technologies to form tolerant attitude towards children with disabilities in pedagogical specialists in the process of their professional training in Ukraine. *SPECIALUSIS UGDYMAS/ SPECIAL EDUCATION*, ISSN 1392-5369 (Print), ISSN 2424-3299 (Online), No 1 (41), 2020, DOI:10.21277/se.v1i41.521. URL: <http://www.socialwelfare.eu/index.php/SE/article/view/521>
41. Subashkevych Iryna, Korniat Vira, Loboda Viktoriya. Using youtube video resources to form a tolerant attitude towards children with special educational needs. Неперервна професійна освіта: теорія і практика : збірник наукових праць. Київ «Едельвейс», 2020. №3. С.78–86. DOI: <https://doi.org/10.28925/1609-8595.2020.3.9>

#### Інтернет ресурси

1. Детектор медіа. Аналітичні матеріали про якісну журналістику та публіцистику. URL: <https://detector.media>
2. Медіасап'єнс. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua>
3. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%93%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%AE\\$](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%93%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%AE$)
4. Електронна бібліотека Інституту журналістики КНУ. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/>
5. Офіційний сайт газети «День». URL: <https://day.kyiv.ua/news>
6. Офіційний сайт газети «Дзеркало тижня». URL: <https://zn.ua/>
7. Офіційний сайт Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/>
8. Офіційний сайт УНІАН. URL: <https://www.unian.net/>
9. Платформа Медіаосвіта. URL: <http://mediaosvita.org.ua/uk/>
10. Сайт Академії Української преси. URL: <https://www.aup.com.ua/category/library/>
11. Сайт Детектор Медіа. URL: <https://detector.media/>
12. Сайт Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. URL: <https://npu.edu.ua/ua/podii/9-ss/4833-mediapsykhohiia-metamorfozy-masovoi-svidomosti-v-umovakh-informatsiinoi-viiny>

13. Сайт Підручники. URL: [https://pidru4niki.com/1315091037299/psihologiya/psihologiya\\_simyi](https://pidru4niki.com/1315091037299/psihologiya/psihologiya_simyi)
14. Сайт Студент. URL: [https://stud.com.ua/37655/psihologiya/diagnostika\\_diadne\\_vidnosin](https://stud.com.ua/37655/psihologiya/diagnostika_diadne_vidnosin)
15. Сайт УКУ. URL: <https://ucu.edu.ua/direction/mediapsyhologiya/>
16. Журналіст України. URL: <http://nsju.org/journals/2011/03/Jurnalist-Ukr-03-11.pdf>

*Навчальне видання*

## **Медіапсихологія**

Методичні вказівки та завдання (рекомендації) для набуття фахових компетентностей і закріплення програмних результатів навчання здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 Журналістика 2 курсу денної форми навчання

**Укладач**

**КОВАЛЕНКО Алла Федосіївна**

Підписано до друку 30.11.2022. Формат 60x90/16.  
Обсяг 1 ум.-друк. арк. Тираж 100 прим.  
Зам. № 21/004

**Видавець і виготовлювач**

**С. Л. Назарук**

Україна, 65009, м. Одеса, вул. Фонтанська дорога, 10

Тел.: 050 905 23 77. E-mail: selen\_odessa@ukr.net

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 7024 від 23.12.2019 р.